

Strategi for bæredygtig destinationsudvikling i Destination Limfjorden

Destination Limfjorden vil i 2025 være blandt Danmarks mest bæredygtige destinationer.

Bæredygtighedsstrategien sætter rammer og retning for, hvordan vi som destinationsselskab kan understøtte udviklingen af en bæredygtig feriedestination med et bredt udvalg af bæredygtige ferietilbud. Strategien er Destination Limfjordens bud på, hvordan vi som destination kan arbejde med bæredygtig destinationsudvikling.

Indhold

1. Hvorfor?	1
2. Hvem?	2
3. Hvad?	3
1. Grønne turistaktører	3
2. Grønne turistprodukter- og oplevelser	4
3. Grønne gæster	4
4. Grønt destinationsselskab	5
5. Grøn samarbejde og viden.....	5
6. Grønne kommuner	5
4. Hvordan?	6

1. Hvorfor?

Bæredygtighed er en fremstormende trend i turismen ligesom i resten af samfundet. Der er en større og større erkendelse af, at den måde vi lever på i dag, ikke er fremtidssikret. Vi er nødsaget til at finde nye løsninger på at opfylde vores behov, og det får også indflydelse på måden, vi holder ferie på.

FN's Klimapanel rapporterer, at det går den forkerte vej med at nedbringe udledningen af klimagasser. Coronakrisen har tvunget mange danske turismevirksomheder i knæ, og samtidig bliver turisterne mere og mere opmærksomme på deres klimaaftryk - også når de holder ferie.

Begrebet **Bæredygtigt udvikling** blev defineret i 1987 i "Vores fælles fremtid – Brundtland-kommissionens rapport om Miljø og udvikling", som: "En bæredygtig udvikling er en udvikling, som opfylder de nuværende behov, uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare."

En undersøgelse fra Epinion viser, at 58 % af gæsterne vil gøre deres fremtidige ferier mere bæredygtige. De er helt enig eller delvist enig i udsagnet "Jeg vil forsøge at gøre mine fremtidige ferier mere bæredygtige (fx i forhold til klima, miljø og bæredygtig lokal økonomi og udvikling)". Endvidere viser undersøgelsen, at dem som er bekymrede for corona på ferien, også i høj grad er dem, som ønsker en bæredygtig ferie. Derfor er bæredygtig ferie ekstra aktuelt i disse år.

Corona har også medført et større pres fra gæster i højsæsonen, som resulterer i et behov for fokus på at udvide sæsonen. En sæsonudjævning vil give flere tilfredse gæster og længerevarende jobs.

Situationen kalder på en grøn produkt- og destinationsudvikling, som imødekommer nutidens og fremtidens efterspørgsel. Derfor vil Destination Limfjorden understøtte en erhvervsudvikling og kapacitetsopbygning omkring bæredygtige ferier, som giver den enkelte virksomhed mulighed for at handle grønt og ansvarligt. Samtidig vil vi gøre det muligt for gæster at træffe de bæredygtige valg.

Mål

Målet med strategien er at sikre gennemførelse af aktiviteter, der:

- øger destinationens evne til at levere bæredygtige ferier, som kan tiltrække flere gæster til destinationen.
- gør turistvirksomhederne mere konkurrencedygtige og langtidsholdbare.
- øger destinationens attraktionskraft hele året.

Bæredygtighed består af tre dimensioner:

1. klima- og miljømæssig bæredygtighed, 2. social bæredygtighed og 3. økonomisk bæredygtighed. De tre dimensioner hænger sammen og påvirker hinanden.

Sammenhæng med Destination Limfjordens strategi

Indsatsen bidrager til at nå Destination Limfjordens langsigtede mål om at være blandt Danmarks mest bæredygtige destinationer. "Tænk bæredygtigt" er titlen på et af fem udviklingsprincipper i Destination Limfjordens strategi.

Indsatsen bygger videre på erfaringer fra indsatsen Green Limfjorden under "SOS Limfjorden" projektet, der er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

2. Hvem?

Strategien sætter først og fremmest retning for arbejdet med at udvikle turisterhvervet til at blive endnu mere bæredygtig, men vores gæster møder ikke kun turistaktørerne på deres ferie. De køber også dagligvarer, shopper i butikker, tanker bilen, besøger strande og meget mere. Derfor kan turismens aktører ikke alene skabe en bæredygtig destination. Det kræver også, at kommunerne og andre aktører vil støtte op om og udvikle de elementer, som gæsterne har berøring med. Grundlæggende vil vi understøtte de aktører, som gæsten kommer i kontakt med, i at agere bæredygtigt, så kunderejsen i hele destinationen opleves som bæredygtig.

Målgruppe	DL yder direkte hjælp/vejledning	DL påvirker og informerer	Hjælpes af andre
Overnatningssteder	X		
Oplevelsesaktører/attraktioner som fx museer, udstillingssteder og naturvejledere	X		
Forplejning/gastronomi som restauranter og beværtninger og iskiosker	X		
Turistinformationer, vognmænd og lignende	X		
Turisme-interessenter som Danmarks Skaldyrshovedstad, erhvervsråd og lign.		X	
Kommuner, der står for det offentlige rum – fx strande, havne, skove, udsigtspunkter		X	
Dagligvarebutikker			X
Detailhandelsbutikker			X
Trafikaktører som tankstationer og bus/togstationer			X

Bæredygtighedsstrategiens målgrupper er dermed:

- Turistaktører
- Gæster
- Kommuner
- Organisationen Destination Limfjorden

3. Hvad?

Hvad skal der til for at komme i mål? og hvilke indsatser skal iværksættes?

Seks forskellige indsatser vil samlet set understøtte udviklingen og realiseringen af en bæredygtig destination:

1. Grønne turistaktører
2. Grønne turistprodukter- og oplevelser
3. Grønne gæster
4. Grønt destinationsselskab
5. Grøn samarbejde og viden
6. Grønne kommuner

1. Grønne turistaktører

Turistaktørerne i destinationen er ikke lige langt i deres grønne omstilling. Der er et flertal af mindre turismevirksomheder, og de spænder bredt i tilgangen til, hvordan de skaber værdi for gæsterne. Derfor vil Destination Limfjorden tilbyde forskellige indgange til at løfte virksomhedernes bæredygtighedsniveau.

For at lykkes bredt med at løfte erhvervet, stiller vi et differentieret tilbud til rådighed, så vi kan give hjælp og vejledning i både kollektive forløb og i individuelle forløb.

Helt konkret vil vi hjælpe aktørerne med:

- Konkrete forbedringer knyttet til virksomheden og dens produkter
- Miljømærkning, som fx Green Key eller EU Blomsten
- Kommunikation af aktørers bæredygtighed

	Indsats	Indhold
1	Grønne resultater her og nu - Screening	Screening af motivation og potentialer, herunder identificere lavthængende frugter. Fysisk besøg på virksomheden.
2	Systematiske forbedringer - Miljøledelse	Få værktøjer til at arbejde systematisk med miljø og bæredygtighed i egen virksomhed. Kombination af online og fysisk fremmøde.
3	Bliv klar til miljømærkning fx Green Key	Støtte til at opfylde krav i mærkningsordning. Kombination af online og fysisk fremmøde.
4	Grøn frontløber – grøn forretningsmodel	Hvordan kan virksomheden gøre det endnu bedre og skabe en udvikling på baggrund af bæredygtighed? Hvilke af de højthængende frugter skal plukkes?
5	Grøn viden og tips	Grønt nyhedsbrev målrettet alle de aktører, som gæsten møder. Indeholder grønne tips, ny viden, tilskudsmuligheder osv. (evt. fælles projekt for alle destinationer)



Mål realiseret inden udgangen af 2025

- 1.1 Mindst 40 screeninger
- 1.2 Mindst 20 aktører arbejder systematisk med miljøledelse
- 1.3 Mindst 15 Green Key certificeringer eller lignende
- 1.4 Mindst 15 nyhedsbreve til projektets målgrupper

2. Grønne turistprodukter- og oplevelser

Vi vil understøtte produktudvikling og iværksætter i relation til at udbyde oplevelser, der belaster natur og miljø i mindre grad. Det kan være outdoor oplevelser som vandring og cykling, men også skånsomme overnatningsprodukter og oplevelser, hvor gæsterne bidrager til lokalsamfundet eller får viden og kompetencer til at handle og opføre sig mere bæredygtig.

Mål realiseret inden udgangen af 2025

- 2.1 Gennemføre mindst tre grønne produktudviklingsforløb for virksomheder og organisationer
- 2.2 Medvirke til at udvikle mindst 20 nye grønne turismeprodukter.

3. Grønne gæster

Vi vil hjælpe gæster til at foretage grønne valg ved at informere om mulighederne for:

- at være grøn og skånsom turist fx ved at formidle tips til gæster og give dem mulighed for at vælge og booke oplevelser og overnatning, der belaster natur og miljø i mindre grad.
- at rejse bæredygtigt til destinationen og rundt i destinationen (fx via offentlig trafik samkørsel, cykel og til fods)

Mål realiseret inden udgangen af 2025

- 3.1 Udvikling af et nyt eller implementering af et eksisterende prioriteringsværktøj til at definere mindre belastende oplevelser.
- 3.2 Lave en underside på websiden med grønne tips målrettet gæster. Her fremhæves medlemmer der arbejder for at nedbringe deres negative belastninger.
- 3.3 Lave mindst seks årlige opslag på sociale medier, der serverer grønne tips til nye og eksisterende gæster.

4. Grønt destinationsselskab

Destination Limfjorden hjælper turisterhvervet med at blive mere bæredygtigt, og vi vil som destinationsselskab tage vores egen medicin. Vi vil derfor arbejde på at blive [Green Tourism Organisation](#) certificeret eller lignende. Certificeringen bygger på fundamentet og erfaringerne fra [Green Key](#), som Friluftsrådet og HORESTA skabte for over 20 år siden, og som nu er udbredt i over 60 lande og tildelt mere end 3.000 turistvirksomheder.

Som grønt destinationsselskab tænker vi bæredygtighed ind i vores:

- Drift, herunder indkøb, mødeaktivitet, transport og den daglige adfærd på kontoret.
- Vejledning og rådgivning af erhvervet.
- Markedsføringsaktiviteter og synliggørelse af destinationens aktører og oplevelser

Mål realiseret inden udgangen af 2025

4.1 At blive Green Tourism Organisation certificeret inden udgangen af 2021, herunder tænke bæredygtighed ind i vores drift og indkøb.

4.2 At bestyrelsen inden udgangen af 2021 godkender og har ejerskab til nærværende "Strategi for bæredygtig destinationsudvikling i Destination Limfjorden".

5. Grøn samarbejde og viden

Destination Limfjorden vil tage på en grøn rejse sammen med de øvrige danske destinationer. Frem mod maj 2023 har de danske destinationer fået bevilget midler til projektet "Bæredygtige destinationer i praksis".

Projektet indhenter inspiration fra "international best practice" til at lave en fremtidig ambition for bæredygtig destinationsudvikling ved at blive mere konkrete på at måle bæredygtighed. Formålet er at implementere målbare indikatorer for bæredygtighed, som destinationsselskaber kan anvende og opdatere.

Projektet har tre indsatser, som tilsammen giver destinationerne mulighed for en vidensbaseret destinationsudvikling på baggrund af målbare indikatorer:

- Grøn og bæredygtig turisme: Fælles indikatorer og monitorering af bæredygtig destinationsudvikling
- Strategisk sammenhæng og tværgående samarbejder: Tværgående destinationssamarbejde om bæredygtig turisme
- Viden- og databaseret udvikling: Fælles indikatorer og monitorering af bæredygtig destinationsudvikling

Mål realiseret inden udgangen af 2025

5.1 At deltage i alle projektets tre hovedaktiviteter, så vi bliver i stand til at måle og kommunikere destinationens bæredygtighedsniveau.

6. Grønne kommuner

Vi vil invitere til et samarbejde med kommunerne om at forbedre de elementer, der har betydning for gæsternes opfattelse af destinationen som bæredygtig samt de elementer, som har indflydelse på aktørernes mulighed for at tilbyde bæredygtige produkter og ydelser.

VisitDenmark har spurgt udenlandske gæster om deres forhold til bæredygtighed. Rapporten "Turisme og Bæredygtighed" fremhæver en række faktorer, der har indflydelse på opfattelsen af bæredygtig turisme. Det er eksempelvis:

- Mulighed for at sortere sit affald.
- Mulighed for at cykle.

- Mulighed for at benytte offentlige transportmidler.
- Mulighed for at vandre.
- At naturen er ren, herunder strand og skov.
- Mulighed for at spise lokalt produceret mad – og gerne økologisk.

Oplagte emner til dialogmøder med kommuner vil være forbedring af:

- Mulighed for affaldssortering på turismehotspots og sommerhusområder.
- Tilgængelighed til og information om offentlig trafik.
- Friluftsinfrastruktur, herunder cykelstier- og ruter samt vandrestier- og ruter.
- Opladningsinfrastruktur i form af ladestandere til el-biler og el-cykler.

Mål realiseret inden udgangen af 2025

6.1 Mindst seks dialogmøder med kommunerne i destinationen.

6.2 Mindst tre nye cykelruter eller tematisering af eksisterende.

6.3 Mindst tre nye vandreruter eller tematisering af eksisterende.

4. Hvordan?

Destination Limfjorden kan ikke løfte opgaven med at udvikle af en bæredygtig feriedestination alene. Destination Limfjorden har en bæredygtig turisme konsulent, som kan udfolde strategien og understøtte erhvervet. Men det er nødvendigt, at der er en kritisk masse i turisterhvervet, der ønsker at blive endnu bedre, og at kommunerne vil bidrage med at finde løsninger, der muliggør, at turister og aktører kan praktisere en miljøvenlig adfærd.

For at målet kan nås, er det nødvendigt at have den nødvendige viden og ressourcer til rådighed. Det koster penge og kræfter, at få den ønskede udviklingen til at ske. Destination Limfjordens omkostninger til bl.a. interne medarbejdere og kurser m.m. kan finansieres af basisbevillingen, som kan boostes yderligere af eksterne fondsmidler.

Strategiens indsatser kan delvist løftes af allerede eksisterende og finansierede projekter:

- "SOS Limfjorden", som har opnået støtte fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses decentrale erhvervsfremmemidler. Projektet slutter ultimo 2022.
- "Bæredygtige destinationer i praksis" som Destination Limfjorden er partner i og som Danske Destinationer er leadpartner på. Projektet er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse samt Dansk Kyst- og Erhvervsturisme. Projektet slutter medio 2023.

Det vurderes, at det er nødvendigt at indgå yderligere partnerskaber og søge supplerende eksterne midler, for at kunne nå målsætningen:

Destination Limfjorden vil i 2025 være blandt Danmarks mest bæredygtige destinationer.