

# NORDSJÆLLAND TILTRÆKNING AF INVESTERINGER I NY KOMMERCIEL OVERNATNINGSKAPACITET



*Strateginotat*

---

VisitNordsjælland



Region  
Hovedstaden



**REALISE**

December 2018

**Udarbejdet for:** VisitNordsjælland

**Udarbejdet af:** Realise ApS

Forsidefoto - Kilde: VisitNordsjælland

## INDHOLDSFORTEGNELSE

|      |                                                                 |    |
|------|-----------------------------------------------------------------|----|
| 1.   | Sammenfatning.....                                              | 1  |
| 2.   | Indledning.....                                                 | 1  |
| 3.   | Turismen i Nordsjælland.....                                    | 2  |
| 4.   | Udfordringer i Nordsjælland .....                               | 3  |
| 5.   | Tiltrækning af kommercielle investeringer .....                 | 5  |
| 6.   | mulige indsatser I Nordsjælland.....                            | 7  |
| 6.1. | Husbåde i lystbådehavne.....                                    | 8  |
| 6.2. | Nye forretningskoncepter i tilknytning til campingpladser ..... | 8  |
| 6.3. | Nye hoteller / badehoteller .....                               | 10 |
| 6.4. | Flexboliger .....                                               | 12 |
| 6.5. | Timesharelejligheder .....                                      | 13 |
| 7.   | Investeringsfremme i regi af Dansk Kyst & Natur Turisme .....   | 14 |
| 7.1. | Samarbejde med DKNT.....                                        | 16 |
| 7.2. | Invest in Coastal Tourism in Denmark.....                       | 16 |
| 7.3. | Dansk Turismekapital.....                                       | 16 |
| 8.   | Yderligere informationer .....                                  | 17 |

## 1. SAMMENFATNING

Kommunerne i VisitNordsjælland er udfordret på kommerciel overnatningskapacitet. Feriehusejerne ønsker ikke at leje deres sommerhuse ud. Samtidig udfordres campingpladser af stagnation i overnatningstal og deraf uudnyttet kapacitet. Det betyder, at det er svært at øge antallet af overnattende turister og kommunerne går dermed glip af det forbrug et øget antal turister vil skabe, herunder de nye arbejdspladser og de nye kommunale skatteindtægter der affødes af et øget antal turister i VisitNordsjælland.

Kommunerne i VisitNordsjælland har dog mulighed for at arbejde med tiltrækning af investeringer i ny kommerciel overnatningskapacitet gennem:

- Husbåde i lystbådehavne
- Nye forretningskoncepter i tilknytning til campingpladser
- Hoteller/Badehoteller
- Flexboliger

En mulighed er også at tiltrække investeringer i en forøgelse af antallet af Timesharelejligheder i Nordsjælland. Timeshareferielejligheder er dog ikke en udvidelse af den kommercielle feriehuskapacitet, da de ikke må udlejes gennem feriehusudlejningen, men det skaber en større feriehusvolumen og er dermed en mulighed for at få flere gæster til Nordsjælland.

Dansk Kyst & Naturturisme (DKNT) arbejder med at øge overnatningskapaciteten i Danmark gennem vækstprojekter i Vestjylland og på Djursland. Disse projekter kan tjene Nordsjælland som inspiration ligesom et samarbejde mellem Nordsjælland og DKNT måske kan vise sig formålstjenligt.

Dansk Kyst & Naturturisme arbejder på at realisere et nyt finansieringsinstrument i form af Fonden Dansk Turismekapital med 4 mia. kr., der kan være interessant for Nordsjælland. Det er forventningen, at fonden vil kunne foretage investeringer i 20-25 større projekter i løbet af de første fem år af fondens levetid. Investeringer kan ske som kapitalindsud, lån og garantier. Investeringsfokus er især på overnatningskapacitet. Det skal dog understreges at fonden endnu ikke er besluttet.

## 2. INDLEDNING

Nærværende notat er en opsamling på VisitNordsjællands investeringsseminar den 27. november på Hotel Bretagne i Hornbæk.

Notatets fokus er på hvordan der fremadrettet kan arbejdes med at tiltrække investeringer i ny kommerciel overnatningskapacitet i Nordsjælland herunder hvordan kommunerne kan gøre sig parate til dette.

### 3. TURISMEN I NORDSJÆLLAND

Indledningsvist beskrives kortfattet turismens økonomi i Nordsjælland.

Turismen i Nordsjælland beskæftigede i 2016 ca. 6.000 personer i de fem medlemskommuner af VisitNordsjælland. De største brancher er restauranter og værtshuse med ca. 1.400 beskæftigede og detailhandel med ca. 1.500 beskæftigede.

| Turisme beskæftigelse - Årsværk | 2016  |
|---------------------------------|-------|
| Fredensborg                     | 569   |
| Hillerød                        | 846   |
| Helsingør                       | 2.025 |
| Halsnæs                         | 938   |
| Gribskov                        | 1.775 |
| Total                           | 6.153 |

Figur 3.1 Turismens beskæftigelse i Nordsjælland. Kilde: Danmarks Statistik

| Turismeerhvervenes andel af beskæftigelsen - Årsværk | 2016  |
|------------------------------------------------------|-------|
| Overnatningssteder                                   | 537   |
| Restauranter og værtshuse                            | 1.357 |
| Transportvirksomheder                                | 682   |
| Rejse-service                                        | 134   |
| Kultur, forlystelser og sport                        | 304   |
| Detailhandel                                         | 1.523 |
| Ejendomsmæglere, bolig- og husleje                   | 42    |
| Erhvervsservice                                      | 427   |
| Andre                                                | 1.148 |
| Total                                                | 6.153 |

Figur 3.2 Turismens beskæftigelse i Nordsjælland fordelt på brancher. Kilde: Danmarks Statistik

Målt på omsætning i turismen er Helsingør kommune placeret som nr. 10 i Danmark med 1,7 mia. kr. i turismeomsætning.

| Kommuner          | Omsætning (mia. kr.) |
|-------------------|----------------------|
| København         | 24.3                 |
| Aarhus            | 4.9                  |
| Aalborg           | 3.3                  |
| Ringkøbing-Skjern | 2.9                  |
| Varde             | 2.3                  |
| Vejle             | 2.0                  |
| Frederikshavn     | 2.0                  |
| Odense            | 2.0                  |
| Bornholm          | 1.9                  |
| Helsingør         | 1.7                  |

Figur 3.3 De 10 største turistkommuner i Danmark målt på omsætning. Kilde: Danmarks Statistik

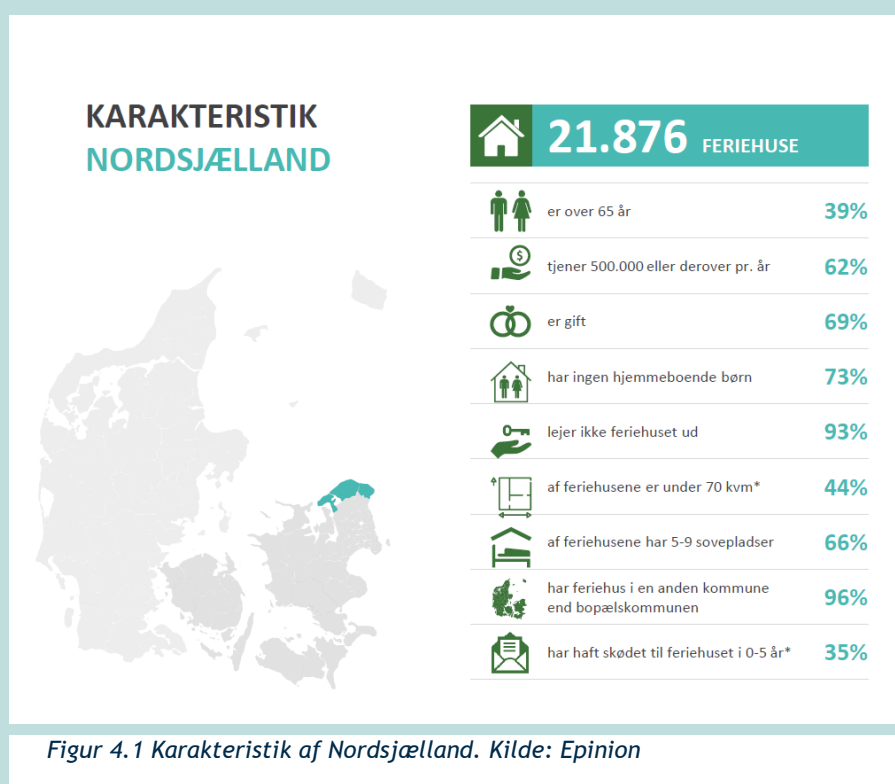
## 4. UDFORDRINGER I NORDSJÆLLAND

Nordsjælland er udfordret på kommerciel overnatningskapacitet. 93 % af feriehusejerne i Nordsjælland lejer ikke deres feriehuse ud. Samtidig udfordres campingpladser af stagnation i antal overnatninger de senere år samt forventninger til et yderligere fald i antal overnatninger i årene fremover med deraf uudnyttet kapacitet.

De centrale spørgsmål er:

- Hvordan man øger antallet af overnattende turister i Nordsjælland, når feriehusejerne ikke er interesseret i udlejning af deres sommerhuse og overnatningerne på campingpladser er stagneret?
- Hvordan skabes der vækst i turismeerhvervets omsætning, beskæftigelse og skatteindtægter til de fem medlemskommuner, når feriehusene i gennemsnit står ubenyttet 291 dage om året?

I figuren nedenfor ses anvendelsen af feriehusene i Nordsjælland (kun kommunerne Gribskov, Halsnæs og Helsingør) i 2017.



Feriehusene anvendes primært til sommerferie (77 %) samt i weekender og helligdage i sommerhalvåret (77 %). 93 % af feriehusejerne lejer ikke deres hus ud (53 % låner dog deres hus ud til familie og venner). De primære årsager til at eje et feriehus i Nordsjælland er naturen (74 %) og tæt på hjemadressen (69 %)

| 1.000 overnatninger     | 2008  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| I alt                   | 1.279 | 1.093 | 1.174 | 1.178 | 1.213 | 1.232 | 1.318 | 1.370 | 1.411 | 1.422 | 1.456 | 1.503 | 1.549 |
| Camping                 | 481   | 420   | 418   | 401   | 380   | 375   | 380   | 351   | 352   | 357   | 346   | 339   | 332   |
| Hoteller og Feriecentre | 341   | 395   | 350   | 356   | 373   | 395   | 429   | 456   | 440   | 476   | 493   | 511   | 534   |
| Feriehuse               | 348   | 270   | 297   | 311   | 342   | 328   | 382   | 436   | 488   | 465   | 490   | 524   | 552   |
| -ferie                  | 158   | 141   | 172   | 170   | 192   | 209   | 230   | 231   | 236   | 255   | 266   | 290   | 310   |
| -forretning             | 183   | 153   | 178   | 186   | 181   | 186   | 199   | 225   | 204   | 221   | 223   | 234   | 242   |
| Vandrehjem              | 74    | 68    | 67    | 69    | 77    | 85    | 78    | 81    | 81    | 65    | 66    | 66    | 65    |
| Lystbådehavne           | 35    | 41    | 42    | 40    | 43    | 49    | 50    | 46    | 49    | 59    | 62    | 64    | 68    |

Figur 4.2 Udviklingen i antal overnatninger fordelt på overnatningsformer i Nordsjælland. Kilde: Danmarks Statistik

Figuren ovenfor viser udviklingen i antal overnatninger fordelt på overnatningsformer i perioden 2008-2017 i Nordsjælland. Perioden 2018-2020 er udtryk for Danmarks Statistiks forventninger til antal overnatninger i fremtiden.

Det ses at overnatninger på campingpladser er på mellem 351.000 og 357.000 i perioden 2015-2017 og forventningen er, at antallet af overnatninger vil falde til 332.000 i 2020. Det ses at antallet af overnatninger i hoteller og feriecentre er på mellem 456.000 og 476.000 i perioden 2015-2017 og at overnatningerne forventes at stige til 534.000 i 2020. Antallet af overnatninger i lystbådehavne i Nordsjælland har været stigende i hele perioden med mellem 46.000 og 59.000 overnatninger i perioden 2015-2017 som forventes at stige til 68.000 i 2020.

## 5. TILTRÆKNING AF KOMMERCIELLE INVESTERINGER

Når det handler om tiltrækning af kommercielle investeringer i arealudvikling generelt og i arealudvikling til kommerciel overnatningskapacitet specifikt, er der fire forhold der er i særlig fokus:

1. Arealets beliggenhed
2. Hvad kan arealet?
3. Hvilken efterspørgsel er der på en given funktion på arealet?
4. Investorparat arealmodning

Erfaringsmæssigt kræver disse forhold en særlig opmærksomhed fra lodsejeren uanset denne måtte være en kommune eller privat.

Inden der lokalplanlægges for et areal, er det vigtigt at vide hvad arealet med sin beliggenhed kan. Spørgsmålet er med andre ord, hvorvidt der vil være efterspørgsel efter

f.eks. ferieboliger, nyt hotel/badehotel, detailhandel, restauranter m.v. i det pågældende område herunder hvor mange m2 der efterspørges til formålet.

Investorer ser desuden på arealets konkurrencedygtighed sammenholdt med andre arealer. I den forbindelse spiller det naturligvis en rolle, hvor store omkostninger investoren selv skal afholde i forbindelse med arealmodningen f.eks. infrastruktur, forsyning i form af el, vand og varme, lys m.v.

Der er forskellige typer af investorer der skal behandles forskelligt alt efter hvilken profil de har f.eks.:

- Private investorer - ofte virksomhedsejer
- Private investeringsselskaber - en gruppe af en række private investorer.
- Private og offentlige fonde
- Kapitalfonde
- Pensionskasser

Den væsentligste forskel er investorernes forventninger til afkast af investering samt deres tålmodighed, i forhold hvornår afkastet skal realiseres.

Potentielle investorer lægger vægt på følgende forhold i kommunerne:

- Et stærkt team, med den rigtige erfaring, kompetence og attitude. Vision og drive er vigtigt tillægges en særlig værdi.
- Investoren skal have 100% tillid til jer og kunne lide jer.
- At der er styr på projektet i detaljer og at lodsejeren har gjort sit hjemmearbejde.

Investoren vil efterspørge diverse informationer på rette tid og sted. Disse informationer er som oftest i to niveauer:

- Hurtig overbliksinformation i form af f.eks. en teaser på maksimalt 4 sider (og evt. en simpel website), hvor projektet beskrives kortfattet og med de nødvendige fakta, der skal skabe interesse for yderligere information.
- Mere uddybende informationer i form af en investormappe, som kan bestå af tegninger/illustrationer, analyser, statistikker, opstilling af forretningsmodeller, osv. som kan udleveres til de identificerede og interesserede potentielle investorer.

Et væsentligt forhold som investoren har fokus på, er investeringssikkerhed i form af f.eks.:

- Er der enighed i kommunen omkring turismeindsatsen?
- Fysisk planlægning. Er kommunen klar på at sørge for de bedste rammebetingelser?
- Erhvervslovgivning og anden regulering. Er der ting, man ikke må eller skal?
- Offentlige investeringer. Er der planer om opfølgende investeringer i infrastruktur, anlæg, naturområder m.v.?
- Kontinuitet og forvaltningskultur i offentlige aktiviteter.

Centralt for investoren er også kommunikationen i offentligheden. Følgende forhold er centrale for investoren:

- Hvem styrer kommunikationen? Rigtig mange kommuner undervurderer erfaringsmæssigt vigtigheden omkring kommunikationen især i forhold til hvad der videregives til offentlighed - og især hvornår.
- Håndtering af investorkontakten herunder beslutningsprocedurer. Hvordan arbejder kommunen sammen med en investor fra start til afslutning af et projekt?
- Partnerskabsprincipper. Under hvilke betingelser samarbejder myndigheder med private på udviklingsprojektet?

De kommercielle investeringer tiltrækkes ved:

- At identificere de "rigtige arealer" baseret på efterspørgsel og fakta.
- At identificere de "rigtige investorer og operatører".
- At gøre arealerne investorparate med de nødvendige offentlige investeringer.
- At gennemføre en professionel bilateral investordialog.

## 6. MULIGE INDSATSER I NORDSJÆLLAND

Med udgangspunkt i den manglende lyst til udlejning af feriehuse i Nordsjælland er der identificeret en række muligheder for at skabe et øget kommercielt overnatningsudbud i Nordsjælland. Fokus er på:

- Husbåde i lystbådehavne
- Nye forretningskoncepter i tilknytning til campingpladser
- Hoteller/Badehoteller
- Flexboliger
- Timesharelejligheder

## 6.1. Husbåde i lystbådehavne

En alternativ mulighed for at skabe et større kommercielt overnatningsudbud i Nordsjælland er husbåde placeret i de nordsjællandske lystbådehavne.



Figur 6.1 Billede af husbåde i Bork Havn. Kilde: Feriepartner

Men husbåde lokaliseret i landzone og i kystnærhedszonen kan være forbundet med udfordringer, da der i disse områder hverken må placeres husbåde til sommerhuse eller til helårsbeboelse. F.eks. fik ønsket om 20 nye husbåde i Handbjerg Marina (Holstebro Kommune) et statsligt veto mod sig fra Erhvervsstyrelsen i 2016, da Erhvervsstyrelsen i dette tilfælde, betragtede husbåde som udlæg af areal til bymæssige formål i det åbne land, da en husbåd betragtes som en bolig. Modsat er det lykkedes at etablere husbåde i Hvide Sande Havn og Bork Havn, da områderne er zonelagt som sommerhusområder.

Der arbejdes med husbåde som kommerciel overnatningskapacitet flere steder i Danmark f.eks. Admiral Marina i Nyborg, Salling Aqua Park i Glyngøre og et muligt vandsportscenter i Halsskov Færgeshavn.

## 6.2. Nye forretningskoncepter i tilknytning til campingpladser

En anden mulighed er at udnytte de nye muligheder den politiske aftale mellem regeringen og Dansk Folkeparti indgik i januar 2019 om modernisering af campingreglementet<sup>1</sup>.

I aftalen er der en række konkrete ændringer af campingreglementet, der betyder, at reglerne for indretning af campingpladser uden for strandbeskyttelseslinjen og klitfredede områder ændres:

<sup>1</sup> Erhvervsministeriet, 25-1-2019

- Den øvre grænse for campinghytters størrelse hæves fra 35 m<sup>2</sup> til 45 m<sup>2</sup>.
- Grænsen for campinghytters maksimale højde hæves fra 4 m til 5 m.
- Den forholdsmæssige grænse for antallet af campinghytter (hyttekvoten) hæves fra 20 pct. til 40 pct. af campingpladsens campingenheder.
- Samtidig ophæves grænsen på maksimalt 60 campinghytter pr. campingplads

En mulighed for tilvejebringelse af ny overnatningskapacitet er udvikling af nye forretningskoncepter i tilknytning til campingpladser f.eks.:

- Sommerhuse på campingplads til eget brug og udlejning.
- Luksuriøse hytter som overnatningsfaciliteter

Saltum Strand Ressort er et eksempel på en campingplads, der har udviklet sig til et ferieressort. Forretningskonceptet går kort fortalt ud på, at Saltum Strand Ressort har udlagt et område til nye sommerhuse på campingpladsen. Private køber et sommerhus til eget brug og til udlejning. Udlejning af sommerhus sker gennem Saltum Strand Feriehusudlejning. Der laves særskilt aftale vedrørende udlejning af sommerhuset, som fornyes hvert år.

Der forventes etableret i alt 66 sommerhuse. De første 20 skal være klar til foråret 2019. Husene vil være på mellem 60 og 80 m<sup>2</sup>



Figur 6.2 Luftfoto af Saltum Strand Ressort. Kilde: Saltum Strand Ressort

Et andet eksempel på et nyt forretningskoncept i tilknytning til campingpladser er præsteret af Henne Strand Camping, hvor fokus er på luksuriøse feriehytter.

I 2018 har Henne Strand Camping realiseret "Lærkereden" der omfatter en arkitekttegnet "rede" (feriehytte). Rederne har et stort rum med opredt dobbeltseng, spiseplads foran brændeovn og tekøkken med køleskab. Lærkerederne har desuden terrasser med både overdækket og åbent areal. På terrassen er udendørs pejs samt udendørs spa og bruser. Prisen er 800 kr. for to personer pr. overnatning.

Det er forventningen, at "Lærkereden" vil blive udvidet med de større hytter "Falkereden" og "Ørnereden" i 2019 til henholdsvis fire og seks personer.



Figur 6.3 Billede af Lærkereden. Kilde: Henne Strand Camping

### 6.3. Nye hoteller / badehoteller

I forbindelse med vision og potentialeplaner omfattende Liseleje, Tisvildeleje, Gilleleje, Hornbæk og Humlebæk/Nivå (2013-2014) er det konstateret, at der mangler nye hoteller / badehoteller i den eksklusive klasse i bl.a. Hornbæk, Gilleleje og Liseleje. Efterfølgende er der sket investeringer i hotelkapacitet i Hornbæk i form af Hornbækhus, Hotel Bretagne.

Spørgsmålet er om der er efterspørgsel efter ny eller forøget hotelkapacitet i Nordsjælland nu? Herunder hvilke forretningskoncepter der i givet fald lægges til grund? Hvilke målgrupper skal der fokuseres på? Hvilke typer operatører/investorer vil vise interesse og under hvilke konditioner?

Når der arbejdes med tiltrækning af investorer og operatører til nye hoteller, er der en række væsentlige forhold, der bør fokuseres på:

- Lokaltiteten / beliggenheden
- Udbud og efterspørgsel efter hotelværelser i Nordsjælland
- Forretningskoncepter
- Typer af operatører og investorer
- Driftsøkonomi

Afgørende er den fysiske lokalitets beliggenhed. Lokaliteten skal med andre ord være attraktiv for et hotel/badehotel. Afgørende er i den henseende hvilke muligheder lokalplanen giver / eller hvorvidt lokalplanen kan ændres for at imødekomme konkrete ønsker. Desuden er tilgængeligheden / infrastrukturen til området vigtig.

Dernæst er det vigtigt at have viden om udbud og efterspørgsel af hotelværelser i Nordsjælland i dagens situation samt hvilke forhold der i fremtiden vil påvirke udbud og efterspørgsel efter hotelværelser i Nordsjælland. Herunder hvad er kapacitetsudnyttelsen på de eksisterende hotelværelser samt hvordan er sammensætningen af hotelovernatninger - leisure versus business?

I figuren nedenfor er vist overnatninger og kapacitetsudnyttelse på værelser og senge i Nordsjælland i perioden august 2016 til juli 2017.

Overnatninger på hoteller og feriecentre i august 2017-juli 2018 sammenlignet med august 2016-juli 2017

|                    |                     | Overnatninger           |                         |                         |                         | Antal udlejede værelser |                         | Kapacitetsudnyttelsen   |                         |                         |                         |
|--------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
|                    |                     | I alt                   |                         | Heraf udlændinge        |                         |                         |                         | Senge                   |                         | Værelser                |                         |
|                    |                     | Aug<br>2016-jul<br>2017 | Aug<br>2017-jul<br>2018 | Aug<br>2016-jul<br>2017 | Aug<br>2017-jul<br>2018 | Aug<br>2016-jul<br>2017 | Aug<br>2017-jul<br>2018 | Aug<br>2016-jul<br>2017 | Aug<br>2017-jul<br>2018 | Aug<br>2016-jul<br>2017 | Aug<br>2017-jul<br>2018 |
| Region Hovedstaden | Fredensborg Kommune | 7.060                   | 10.106                  | 1.608                   | 2.438                   | 4.699                   | 6.909                   | 31,6                    | 39,1                    | 40,8                    | 51,8                    |
|                    | Helsingør Kommune   | 273.119                 | 294.798                 | 62.014                  | 66.675                  | 171.760                 | 182.597                 | 42,0                    | 43,1                    | 51,3                    | 51,8                    |
|                    | Hillerød Kommune    | 63.831                  | 67.655                  | 12.902                  | 14.877                  | 44.898                  | 47.218                  | 41,2                    | 43,8                    | 50,7                    | 53,5                    |
|                    | Halsnæs Kommune     | 16.782                  | 17.316                  | 3.988                   | 3.790                   | 10.349                  | 10.840                  | 28,6                    | 29,5                    | 35,8                    | 37,5                    |
|                    | Gribskov Kommune    | 99.710                  | 110.027                 | 24.176                  | 29.837                  | 49.550                  | 53.813                  | 22,1                    | 23,2                    | 36,6                    | 37,5                    |

Hoteller og feriecentre med mindst 40 senge  
Kilde: Danmarks Statistik

Figur 6.4 Overnatninger på hotel og feriecentre i Nordsjælland. Kilde: Danmarks Statistik

For så vidt angår forretningskoncepter er fokus på sammensætning af forretningsområder f.eks.:

- Hotelværelser
- Hotellejligheder
- Timeshare ferielejligheder
- Faciliteter til møde- og konferencevirksomhed

Processen med tiltrækning af investor og hoteloperatør omfatter:

- Identificering af den optimale beliggenhed
- Hvad kan arealet med afsæt i faktabaseret viden
- En lokalplan med de nødvendige fysiske rammer og den nødvendige optimale tilgængelighed
- Identificering af potentielle investorer og operatører
- Markedsvurdering og REVPAR (Revenue per available room - der måler omsætningen per tilgængeligt værelse)
- Investor- og operatørproces - bilateral dialog med potentielle investorer og operatører

## 6.4. Flexboliger

En mulighed for at øge den kommercielle overnatningskapacitet i en del af Nordsjælland, kan være flexboliger.

En flexbolig er en helårsbolig uden bopælspligt, som kan anvendes som sommerhus, fritidsbolig eller et ekstra hjem. Når en helårsbolig er registreret som flexbolig, er der ingen bopælspligt, og boligen kan anvendes som et fritidshus eller som et ekstra hjem. Der er ingen lovmæssig begrænsning på, hvor meget huset kan anvendes i løbet af året. Det er også muligt at flytte permanent ind i huset og bruge det som helårsbolig.

Et nyere eksempel på flexboliger er i Faaborg, hvor usælgelige småhuse på mindre end 75 m<sup>2</sup> i Østerbrokvarteret i 2018, har fået status som flexboliger - 2018. Politisk ønsker man i Faaborg-Midtfyn Kommune at skabe et sommerhusområde i Faaborg by, hvor formålet er, er at øge husenes salgsmæssige attraktivitet på boligmarkedet.



Figur 6.5 Billede af Østerbrokvarteret i Faaborg. Kilde Faaborg Kommune

I 2016/2017 blev det på Bornholm politisk besluttet at gøre det muligt, at etablere flexboliger i et blandet bolig- og erhvervsområde på Møllebakken 8 i Svaneke, kaldet Swanvika. Planerne skal gøre det muligt, at den tidligere campingplads på stedet kan indeholde 14 boliger uden bopælspligt, der kan anvendes til hotelformål og blandede boligformål. Der er dog endnu ikke realiseret flexboliger i området.



Figur 6.6 Kort over areal udlagt til flexboliger i Svaneke. Kilde: Bornholms Regionskommune

## 6.5. Timesharelejligheder

Timeshare er en tidlig udgave af deleøkonomi fra 1980'erne, da ejerformen betyder, at flere deler den samme feriebolig. Når man har købt en timeshare feriebolig og betaler driftsomkostningerne, har man ret til at benytte boligen i de aftalte uger eller måneder.

Man køber en brugsret. Drift, vedligeholdelse og rengøring er omfattet af den løbende betaling, og det står ejeren frit for at benytte, udleje eller bytte boligen i de købte uger. Timeshare kan være i perioder fra en uge til et halvt år. Der bruges i nogle tilfælde rullende uger, så det ikke er de samme uger hvert år.

Timeshareferielejligheder er ikke en udvidelse af den kommercielle feriehuskapacitet, da de ikke må udlejes gennem feriehusudlejningen, men det skaber en større feriehusvolumen og er dermed en mulighed for at få flere gæster til Nordsjælland og dermed øget turismeomsætning.

Der er allerede i dag timeshareferielejligheder i Nordsjælland i form af Rågeleje Klit i Nordsjælland er med 20 klassisk indrettede timeshare-ferielejligheder. Bytteorganisationen RCI har tildelt Rågeleje Klit sølv-status, hvilket gives feriesteder for høj kvalitet, service, rengøring, vedligeholdelse samt for gode check ind- og ud-faciliteter.



Figur 6.7 Billede af timesharelejlighederne i Rågeleje Klit. Kilde: Rågeleje Klit

I Gammel Skagen har der længe været timeshareferielejligheder på Jeckels Hotel, der er et gammelt badehotel med 42 timesharelejligheder. Derudover er der Traneklit, der ligeledes er et gammelt badehotel med 22 timesharelejligheder.

## 7. INVESTERINGSFREMME I REGI AF DANSK KYST & NATUR TURISME

Dansk Kyst & Natur Turisme (DKNT - som er en erhvervsdrivende fond, som medvirker til at udvikle og skabe vækst i kyst- og naturturismen i Danmark) ønsker at øge investeringerne i ny overnatningskapacitet i Danmark. Overnatningskapacitet forstået som f.eks. flere sommerhuse, ny overnatningskapacitet i eksisterende feriebyer/feriecentre, udvidelse af værelseskapaciteten på eksisterende hoteller eller opførelse af nye hoteller, nye eller udvidelse af eksisterende campingpladser, udvidelse af lystbådehavne med flere bådepladser og husbåde m.v. Dette stemmer godt overens med ønskerne i Nordsjælland og harmonerer godt med de muligheder for øget kommerciel overnatningskapacitet der er identificeret i form af f.eks. nye forretningskoncepter i tilknytning til campingpladser, øget antal husbåde i lystbådehavnen samt nye hoteller/badehoteller.

Formålet med at øge overnatningskapaciteten er at sikre, at turisterne finder overnatningsproduktet i Danmark attraktivt og konkurrencedygtigt og dermed vælger Danmark som feriedestination.

DKNT arbejder med en række "kritiske succesfaktorer", der er med til at afgøre dansk turismes konkurrenceevne:

- **Placering** (den attraktive og rigtige beliggenhed)
- **Produkt/service** (godt produkt der kan generere efterspørgsel)
- **Rentabel forretningsmodel** (bl.a. helårsdrift og høje belægningstal)
- **Attraktivt turistområde** (synergi til området med bl.a. åbne restauranter og detailhandel m.v.)
- **Operatører** (stærke operatører med brand og international power)
- **Investor** (den rigtige operatør afgør muligheden for at finde investorer)
- **Finansiering** (investoren hænger sammen med muligheden for finansiering)
- **"Varme senge"** (kommercielle senge til udlejning modsat kolde senge i traditionelle sommerhusområder)

Geografisk fokuserer DKNT lige nu på tre vækstprojektområder med fokus på udvikling af ny overnatningskapacitet:

- Vækstprojekt Varde / Ringkøbing-Skjern
- Vækstprojekt Blokhus / Løkken
- Vækstprojekt Djursland / Aarhus

Fokus i arbejdet er:

1. Udvikling, test og idriftssættelse af formidlingswebsite (prospektkatalog) målrettet internationale overnatningsoperatører, udviklere og potentielle investorer.

Udarbejdelse af content til formidlingswebsite med områdebeskrivelser samt beskrivelse af udviklingspotentiale i nye overnatningsmuligheder i relevante case-beskrivelser (prospekter) i form af tekst, visuals og relevante data/analyser.

2. Identifikation af nye relevante prospekter inden for de givne områder, hvor det ud fra et investorperspektiv vil være attraktivt at investere i kommerciel overnatningskapacitet.
3. Udvikling af besøgskoncept for investorer, operatører samt developere. Besøgskonceptet tilpasses det lokale politiske set-up m.m. for hvert af vækstområderne.

## 7.1. Samarbejde med DKNT

DKNT kan tilbyde kommunerne samarbejde om:

- Promovering af projekter / områder
- "Match-making"
- Dialog / tiltrækning af relevante interessenter (operatører, investorer developere, eller andre, der kan bidrage positivt)
- Udvikling af kommercielle projektmuligheder
- Ressort-udvikling
- "Hvad er det kommercielle behov?"

## 7.2. Invest in Coastal Tourism in Denmark

Som en del af en større indsats for at fremme investeringer i kyst- og naturturismen i Danmark har DKNT i 2018 lanceret en ny portal med større investeringsprojekter indenfor overnatningskapacitet i Danmark. Portalen skal danne grundlag for dialog og medvirke til at trække potentielle investorer, operatører og developere til udvalgte investeringsprojekter i kyst- og naturturisme i Danmark

En af de helt store udfordringer i kyst- og naturturismen er manglen på investeringer i overnatningskapacitet og faciliteter. Derfor har DKNT igangsat indsatsen 'Invest in Coastal Tourism in Denmark' for at fremme investeringer i Danmark. Målet med portalen er at promovere investeringsmuligheder - og give sammenhængende områder, kommuner og erhvervsaktører en professional platform til at vise deres områder og investeringsmuligheder frem for potentielle danske og internationale aktører.

Portalen er en oplagt mulighed til at synliggøre investeringsmuligheder i kyst- og naturturismen i Nordsjælland.

## 7.3. Dansk Turismekapital

DKNT arbejder med et nyt finansierings-instrument: Dansk Turismekapital. Det er forventningen at der kan tilvejebringes en arbejdskapital på i alt 4 mia. kr. der kan føre til:

- En øget turismeomsætning på 7 mia. kr. årligt
- 7.000 fuldtidsjob
- 10.000 - 20.000 årsværk som midlertidig beskæftigelse i byggeperioden

Fonden Dansk Turismekapital skal investere i økonomisk bæredygtige ejendomme og driftsselskaber med vækstpotentiale inden for dansk kyst- og naturturisme.

Det er forventningen at, at fonden vil kunne foretage investeringer i 20-25 større projekter i løbet af de første fem år af fondens levetid. Investeringer kan ske som kapitalindskud, lån og garantier. Investeringsfokus er især på overnatningskapacitet.

## 8. YDERLIGERE INFORMATIONER

- Invest in Coastal Tourism in Denmark: <https://investin.kystognaturturisme.dk/>
- Partnerskab om Vestkystturisme: <https://realdania.dk/projekter/partnerskab-for-vestkystturisme>
- Udviklingsplan for Vestkysten: <https://realdania.dk/publikationer/faglige-publikationer/udviklingsplanvestkysten>
- Hotelmarkedet i Danmark -Trends og nøgletal: <https://www.horesta.dk/events/2019/februar/hotel-kick-off-2019-trends-noegletal/>
- Hotelmarkedet i Danmark - statistisk analyse: <https://realise-aps.dk/wp-content/uploads/2019/02/Hotels-in-Denmark-Realise.pdf>
- Operatører og investorer: <https://www.europeanhotelgroup.com/>
- Pensionskasser: Pensiondanmark: <https://www.pensiondanmark.com/ejendomme-hovedside/>; PFA: <https://pfaejendomme.dk/privat/investeringsstrategi/>; ATP: <https://www.atp-ejendomme.dk/>
- Realdania: <https://realdania.dk/tema/kystturisme>
- Nordeafonden: <https://nordeafonden.dk/>