

24-03-2014

24-03-2014

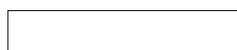
# Turismen i Legoland Billund Resort og Billund kommune

Status og potentialer for landdistrikterne i Billund kommune

Turismen i Legoland Billund Resort og Billund kommune

Turismen i Legoland Billund Resort og Billund kommune

**BAISGAARD**



Skrevet af: Tove Baisgaard

# Turismen i Legoland Billund Resort og Billund kommune

## Status og potentialer for landdistrikterne

### Indhold

1. INDLEDNING.....	2
2. LÆSEVEJLEDNING.....	2
BEGREBER:.....	2
3. KONKRETE BAGGRUNDSOPLYSNINGER OM TURISMEN I LEGOLAND BILLUND RESORT OG BILLUND KOMMUNE.....	3
LEGOLAND BILLUND RESORT.....	3
OVERNATNINGER I LLBR.....	3
HVORFOR KOMMER TURISTERNE TIL DANMARK.....	5
HVORDAN FINDER TURISTERNE FREM TIL DANMARK OG LLBR.....	5
HVAD VIL BØRNEFAMILIE TURISTERNE FORETAGE SIG PÅ DERES FERIE.....	6
ATTRAKTIONSLISTEN FRA VISITDENMARK 2012.....	6
DE DANSKE TURISTER.....	7
ØKONOMISK BETYDNING OG BESKÆFTIGELSESEFFEKT.....	7
4. PORTRÆT AF TURISMEN I LANDOMRÅDERNE I BILLUND KOMMUNE – ”DEN SKJULTE RESSOURCE”.....	8
5. METODEVÆRKTØJERNE 4-B MODELLEN OG DESTINATIONSUD-VIKLINGSMODELLEN.....	10
4-B MODELLEN.....	10
DESTINATIONSUDVIKLINGSMODELLEN.....	11
6. VURDERING AF POTENTIALET FOR AT ØGE TURISMEN I LANDOMRÅDERNE.....	12
HVORFOR OVERHOVEDET BESØGE LANDOMRÅDERNE OG LANDSBYERNE ?.....	12
AUTENTICITET.....	13
OVERNATNINGSSTEDERNE:.....	13
KVALITET.....	13
HELHEDSOPLEVELSE.....	14
SYNLIGHED.....	15
BYERNE, INDKØB OG BESPISNINGSMULIGHEDER.....	15
MAD.....	16
OPLEVELSER.....	16
NATUREN OG ANDRE OPLEVELSER.....	17
NATUREN.....	17
ANDRE OPLEVELSER.....	18
MULIGHED FOR AT BLIVE LÆNGERE.....	18
KOM IGEN.....	19
7. KONKLUSION.....	20
BILAG.....	22
INFORMATION OM ATTRAKTIONSELEMENTER PRIMÆRT I LANDOMRÅDERNE I BILLUND KOMMUNE.....	22

## 1. Indledning

Dette notat er udarbejdet, så det kan bruges som baggrund for diskussionerne i forbindelse med gennemførelse af projektet Turismeudvikling i landsbyer og landdistrikter i Billund kommune, som gennemføres i 2013 – 15.

Formålet med projektet er:

- At udvikle forudsætningerne for at øge børnefamilieturismen i landområderne med udgangspunkt i 4 lokalområder i Billund kommune
- At skabe netværk om turismeudviklingen mellem erhverv og lokalbefolkning i de 4 lokalområder og på tværs i kommunen.
- At øge turismeomsætningen og jobskabelsen i landområderne i Billund kommune.

## 2. Læsevejledning.

Notatet indeholder følgende hovedpunkter:

Konkrete baggrundsoplysninger med relevans for turismeudviklingen i Legoland Billund Resort.( LLBR) og Billund kommune. Der er tale om generelle oplysninger primært fra VisitDenmark.

Desuden et nærmere portræt af turismen i landområderne i Billund kommune

Oplysninger om metodeværktøjerne 4-B modellen og Destinationsudviklingsmodellen, som er værktøjer, der er velegnede til at styre rammerne, når man diskuterer turismeudvikling, og tager turisternes briller på i vurderingen af, hvad der skal til for at give gode oplevelser.

En vurdering af potentialet for at øge turismen i landområderne i Billund kommune, hvorunder der peges på forskellige attraktionsfaktorer, som sjældent kan stå alene, hvis de skal være interessante for turisten.

Konklusion med emner som diskussionerne kan tage afsæt i.

### Begreber:

**Turister** bruges om både indenlandske og udenlandske personer, som holder deres ferie eller på anden måde er væk fra deres vante bopæl. Herunder hører både ferie- og forretningsdrivende såvel som endagsturister.<sup>1</sup>

**Destination:** en destination er en fysisk lokalitet, som turister besøger på rejsen. Ofte defineres en destination efter de administrative grænser som eks. en kommune, men reelt er det markedet og turisternes adfærd, som afgør, hvad der er en destination. En destination er altså et sted, hvor der kommer mange turister, og hvor der er udviklet et udbud af oplevelser, en overnatningskapacitet, et turismeerhverv m.v. <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>World Turist Organisation 2001.

<sup>2</sup>Udvikling af fremtidens turisme, s. 3, VisitDenmark



**Værdikæde:** En værdikæde er en betegnelse for de gensidigt afhængige attraktionsfaktorer eller ressourcefaktorer, der er på et sted, og som skal spille sammen, for at løfte det samlede erhverv.

### **3. Konkrete baggrundoplysninger om turismen i Legoland Billund Resort og Billund kommune.**

Turismen fylder meget i Billund kommune. Omkring 5 % af den samlede beskæftigelse eller næsten 1000 årsværk i kommunen er relateret til turismen, og området oplever fortsat vækst, trods økonomisk nedgang i samfundet. Omsætningen har passeret 1 mia. kr. årligt, fordelt på attraktioner, detailhandel og øvrige erhverv som afledte effekter.

#### **Legoland Billund Resort.**

Billund kommunes vision for turismeudviklingen er, at gøre Billund til en verdenskendt destination for en bestemt målgruppe, nemlig for børn i alderen 0-13 år og deres familier.<sup>3</sup>

LEGOLAND og Lalandia er kommunens topattraktioner og turismeaktører, og sammen med Givskud Zoo har der siden 2009 været etableret en fælles udvikling af destinationen gennem brandet Legoland Billund Resort. Dette understøttes kraftigt i sin udvikling af Billund Airport, som med 2.8 mio. passagerer i 2013 er en vigtig indgang for gæster til resortets attraktioner.

Visionen for Legoland Billund Resort er, at blive Nordeuropas bedste feriedestination for familier med børn – en meget ambitiøs vision, der kræver stor målrettet indsats, mange investeringer og hårdt arbejde.

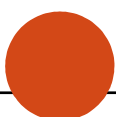
Fra 2013 er kommunerne Billund, Kolding, Vejen og Vejle gået med i Legoland Billund Resort som partnere i den del, der især handler om at tiltrække udenlandske gæster.

Kommunerne ser flere årsager til at gå ind i arbejdet med udvikling og markedsføring af Legoland Billund Resort:

- I fællesskab kan man tiltrække flere især udenlandske turister til LLBR ved at overbevise dem om, at her får de Nordeuropas bedste familieoplevelse. LLBR er virkelig værd at besøge, og det skaber vækst og arbejdspladser.
- I hele destinationens udstrækning og hos alle relevante aktører arbejdes der på at give børnefamilierne en unik oplevelse af, at de er til stede i LLBR, uanset hvor de bor. Gode oplevelser giver flere gode grunde til at blive længere og komme på genbesøg, eller fortælle videre til familie og venner om oplevelserne i destinationen.
- I fællesskabet bliver det muligt at koordinere og gennemføre andre og flere aktiviteter, som samlet set understøtter udviklingen af gæsternes oplevelse. Det kan være at sikre en god og ensartet service overalt i destinationen, dygtige og veluddannede medarbejdere overalt, eller at sikre gode trafikale forhold mellem attraktioner og generelt. Alt sammen forhold, der skal øge den gode oplevelse, som gæsterne får i hele LLBR.

---

<sup>3</sup>Billund kommunes Turismestrategi 2011.



Der planlægges at investere mindst 20 mio. kr. årligt i dette samarbejde til bare udenlandsk markedsføring. Hertil kommer store beløb der investeres i attraktionerne, overnatningsmuligheder, trafikale anlæg, infrastruktur osv. af de forskellige aktører.

### **Overnatninger i LLBR.**

Turismeudviklingen har gennem de senere år især betydet mange flere overnatninger i Billund kommune, men faktisk hele Sydjylland fra Østkyst til Vestkyst har glæde af den positive udvikling i LEGOLAND Billund Resort.

Ved siden af antal overnattende gæster forventes der at være omkring 1.5 – 2 mio. endagsbesøgende i Billund kommune. Det samlede tal dækker både ferieturister og erhvervsturister på møder/konferencer o.lign.

De seneste officielle overnatningstal fra 2013 for Billund kommune beretter om godt 1.2 mio. overnatninger i de sidste 12 mdr. En stigning på omkring 2 % i forhold til året før<sup>4</sup>.

Hertil kommer omkring 40-70.000 overnatninger, som stammer fra mindre overnatningssteder i kommunen (hoteller under 40 senge, campingpladser under 75 pladser og B&B), der ikke er med i den officielle statistik.

Overnatningstallet i hele Legoland Billund Resort er i samme periode opgjort til godt 2.2 mio.<sup>5</sup>

Tallet er steget kraftigt siden 2008, og viser fortsat stigende tendens i 2013, selv om de endelige tal ikke er verificeret.

Omkring 40 % af gæsterne i LLBR kommer fra udlandet, hvilket svarer til næsten 1.4 mio. gæster.

Andelen af udenlandske gæster i Billund kommune er helt oppe på 46 %. Det betyder, at næsten 550.000 overnattende gæster fra udlandet besøger Billund kommune hvert år. Og andelen steg i 2013 med over 7% i forhold til 2012.

I Danmark foretog over 19 mio. udenlandske ferieturister overnatninger i 2012. Heraf var mere end 65 % fra Tyskland, mens Holland er nr. 2 med 17 %, Norge nr 3 med 11 % og Sverige nr 4 med 7 %.<sup>6</sup>

Hele 74 % af alle overnatninger sker i lejet feriehus.

**Hitlisten** for de udenlandske overnattende gæster i Billund kommune så i 2013 således ud:

1. Norge (164.000)
2. Sverige (157.000)
3. Tyskland (33.500)
4. Holland (32.500)
5. Finland (21.000)
6. Spanien (16.000)
7. Storbritannien (13.500)
8. Malta (11.000)

<sup>4</sup>Danmarks Statistik, feb. 2013. Overnatning på hoteller, feriecentre, campingpladser, vandrehjem, lystbådshavne (ikke sommerhuse)

<sup>5</sup>Danmarks Statistiks tal for Billund, Vejle og Kolding kommuner.

<sup>6</sup>Turisterne i Danmark, VisitDenmark 2013.



9. Polen (10.000)
10. Tjekkiet (8.000)

Forventeligt er omkring 75 % tilhørende turismegruppen børnefamilieturister i Billund kommune. I Syddanmark, som er den region med flest børnefamilieturister er det ca. 50 % af alle turisterne, der er børnefamilier. Men også voksne turister uden børn og mødeturister tæller med i statistikkerne.

Hovedparten kommer i bil, men et stigende antal kommer også hertil med fly. Siden 2012 har der været direkte charterroute til Billund fra Finland, og fra 2014 forventes der at starte chartertur fra Rusland til Billund.

Hertil kommer lavprisflyruter med Ryanair og andre lavprisselskaber.

Gennemsnitsopholdet i Danmark for en udenlandsk turist er på knap 8 dage, men opholdets længde afhænger meget af, hvordan man bor. I Billund kommune opholder turisterne sig i gennemsnit omkring 4 dage.

Billund kommune og LLBR er et typisk sæsonområde, hvor flest turister kommer i de tre sommermåneder juni, juli og august. Men også forår og efterår, typisk i forbindelse med ferieperioder kommer der en del. Her er de danske gæster dog i markant overtal. I 2013 er der registreret næsten 250.000 udenlandske overnattende gæster i skuldermånederne april, maj, september oktober og november.

### Hvorfor kommer turisterne til Danmark.

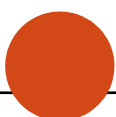
Turister i Danmark opdeles ofte i tre målgrupper:

- Familieferie (udgør 41 % af alle overnatninger i DK. Kører i bil og overnatter især i feriehus og på campingplads. Elsker spændende attraktioner og strand/vand)
- Parferie (udgør 47 % af alle overnatninger i DK. Kører i Bil, bor i feriehus og på campingplads. Elsker natur, kultur og god mad)
- Storbyferie (udgør 12 % af alle overnatninger i DK. Flyver, overnatter på hotel. Elsker storbyen/byer sightseeing og shopping)

Ud over den særlige årsag der hedder Legoland Billund Resort har undersøgelser vist, at børnefamilie turister, der kommer til Danmark, angiver følgende årsager til, hvorfor de valgte Danmark<sup>7</sup>:

1. Børnevenligt land.	82 %
2. Strand, kyst hav, vand	80 %
3. Naturoplevelser	74 %
4. Gode overnatningssteder	71 %
5. Trygt at opholde sig i Danmark	70 %
6. Rent land	63 %
7. Befolkningen generelt	53 %
8. Miljøvenligt rejseland	52 %

<sup>7</sup>På ferie i Danmark, VisitDenmark 2013 og Turismeprofil: Sjøv, leg og læring 2013.



9. Forlystelsesparker, Zoo, akvarier osv.	48 %
10. Interessante byer	43 %

### Hvordan finder turisterne frem til Danmark og LLBR

De udenlandske turister påvirkes af mange forskellige faktorer, når de vælger Danmark som feriedestination.

3 ud af 4 (75%) påvirkes af deres tidligere erfaringer med Danmark – dvs. de har været her før.

49 % blive påvirket af anbefalinger fra venner eller familie

Godt tre ud af 5 søger information om Danmark og stedet, inden de beslutter sig for at besøge Danmark.

Mange – ca halvdelen – søger information på nettet om destinationen, overnatningsmuligheder eller attraktionerne.

91 % har købt eller booket deres overnatning før afrejsen til Danmark, mens forplejning, billetter o.lign sjældent er købt hjemmefra.

Over 25 % foretager den første reservation/booking under en måned før selve afrejsen til Danmark. Og mere end halvdelen af samtlige besøgende booker indenfor de sidste 4 mdr. før afrejsen. Børnefamilier er tilbøjelige til at beslutte sig for og planlægge ferie før de øvrige turister, og har ofte ferien på plads 4 mdr. før afrejse.

### Hvad vil børnefamilie turisterne foretage sig på deres ferie.

Ved at spørge turisterne om deres vaner, viser følgende liste de foretrukne aktiviteter på ferien.

Korte gåture	90
Shopping	83
Besøge byer	80
Udflugter i naturen	75
Spise på restaurant, cafe el.lign.	56
Bade i badeland	51

De voksne turister tilføjer ønsker til listen som

- Udflugter i naturen
- Cykelture
- Besøge museer og udstillinger

### Attraktionslisten fra VisitDenmark 2012

På baggrund af en registrering af 30.5 mio. besøgende gæster i 2012 har VisitDenmark udarbejdet følgende hitliste for de største attraktioner i Danmark.



1. Tivoli ( 4 mio)
2. Dyrehavsbakken ( 2.5 mio.)
3. Legoland ( 1.7 mio)
4. Zoo, København ( 1.1 mio.)
5. Djurs Sommerland (623.000)
6. Aquadome – Lalandia Billund ( 620.000)
20. Givskud Zoo (325.000)

### **De danske turister.**

VisitDenmark har til formål især at koordinere den markedsføring, der finder sted i forhold til udenlandske turister.

Det er baggrunden for, at der findes flest profiloplysninger om udenlandske turister, der besøger Danmark, frem for de danskere der er turister i eget land.

Den generelle statistik siger dog følgende:

- Af 50 mio. årlige turister i Danmark kommer knap halvdelen fra Danmark
- Ca 30 mio. af alle turister i DK er endagsturister, 18.9 mio. er ferieturister, og resten er mødeturister.
- Turismeomsætningen i DK er opgjort til 82,4 mia. kr. Heraf udgør de danske turisternes andel næsten 70 %.

For Billund kommunes vedkommende ved vi, at danske turister

- I 2013 foretog 646.094 overnatninger, et fald på 3.3 % i forhold til året før.

Hvor stor en andel der udgøres af børnefamilieturister ved vi ikke, men andelen er mindre end for udenlandske turister.

Det skyldes både, at danske turister ofte vælger at overnatte i Billund i forbindelse med at de tager på ferierejse ud af Billund Lufthavn.

Men også, at der i Billund kommune findes gode og store faciliteter til afholdelse af kurser, konferencer og lign, som benyttes af mange danske virksomheder. ( Erhvervsturister)

### **Økonomisk betydning og beskæftigelseeffekt.**

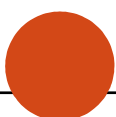
VisitDenmark udgiver jævnligt beregninger over turismens økonomiske betydning og beskæftigelseeffekten af den store turismen i Danmark.

Senest i 2013 er der udgivet en oversigt over Turismens økonomiske betydning i Syddanmark.<sup>8</sup>

Hovedkonklusionerne i denne undersøgelse viser, at

---

<sup>8</sup>Turismens økonomiske betydning i Region Syddanmark 2013.





- Varde kommune er den vigtigste turismekommune i regionen talt efter turismeomsætning. Vejle er nummer 2. Billund kommer ind på en 7. plads.
- Danske gæster står for 62 % af turismeomsætningen i regionen, lidt højere end landsgennemsnittet.
- Samlet set kommer ca. 67 % af turismeomsætningen fra ferieturister, mens erhvervsturisters omsætning udgør de resterende 33 %.
- 23 % af den samlede omsætning kommer fra tyske gæster, der også udgør langt den vigtigste nation af udenlandske gæster. Næst i rækken kommer gæster fra Norge, Sverige og Holland.
- Destination Sydvestjylland med Fyn på 2. pladsen har fleste Tyske turister relativt set i regionen. LLBR har flest gæster fra Norge og Sverige.
- Over 25.600 helårsjobs er relateret til turismen i Syddanmark. Det vil sige at 4.4 % af værditilvæksten i Regionen kommer fra turismen.
- Børnefamilieturister bruger i gennemsnit 337 kr. pr. person om dagen, mens voksne par gennemsnitligt bruger 526 kr. pr. person om dagen. ( forbruget indeholder betaling for overnatning, bespisning, transport, attraktioner m.v.)

#### **4. Portræt af turismen i landområderne i Billund kommune – ”den skjulte ressource”.**

Alle områder i Billund kommune oplever turismens vigtighed som erhverv og mærker også de mange turister i området i sæsonen.

Især overnatningsstederne oplever stor interesse. Nærheden til LEGOLAND og Lalandia er et tydeligt ønske, men ophold benyttes også som udgangspunkt for en lidt længere ferie, hvor man så vælger at køre ud fra overnatningsstedet som fast base. I de senere år er opholdslængden i Billund kommune for ferieturisterne blevet forlænget og der er også en øget spredning over året, så sæsonen er blevet længere. En stor del af dette skyldes formentlig Lalandia som en stor helårs attraktion. Men også ændring i feriemønstret kan spille ind. Mange holder flere og kortere ferier, hvilket påvirker billedet positivt. Og lavprisruterne til Billund flyver primært i sæsonen april – oktober men også hele året.

I landområderne oplever man også, at turister søger overnatningsmuligheder. Det gælder både danske og udenlandske gæster, der bor på kroer, Camping, ferielejligheder og på B&B.<sup>9</sup>

Der foreligger ikke konkrete tal for, hvor mange gæster årligt, der aflægger besøg i landområderne, da overnatningsstederne er for små til at indgå i de officielle statistikker, der består af hoteller med over 40 senge og campingpladser med over 75 enheder. Ferielejligheder og B&B indgår slet ikke i statistikken.

Derfor kan man godt kalde den faktiske aktivitet for ”Den skjulte ressource”, fordi den officielle fokus primært er på det, der foregår omkring LEGOLAND og Lalandia, og fordi den store indsats, der faktisk sker for at betjene turister i landområderne, trænger til at komme mere frem i lyset.

<sup>9</sup>Oversigt over registrerede overnatningssteder ses i bilag 1



Kapaciteten i Billund kommune udenfor den officielle statistik kan opgøres til :

- Mindst 275 senge på private overnatningssteder i Billund kommune. Det drejer sig om ferielejligheder og B&B.
- Omkring 175 hotelsenge, som formentlig heller ikke indgår i statistikken.

Det medfører en samlet årlig kapacitet på ca. 135.000 senge ved 300 åbningsdage. Med tanke på at der primært er tale om sæsonbelægning i Billund kommune forventes den samlede årsbelægning at være på 90 dage i gennemsnit. Det medfører et forventet overnatningstal på ca. 55.000.

Hertil kommer

- Campingpladser med omkring 135 pladser og 30 hytter ( 120 senge)<sup>10</sup>.

Det forventede overnatningstal herfra vil være på ca. 20.000 overnatninger, beregnet ud fra en kapacitet på ca. 70.000 mulige.<sup>11</sup>

Det betyder, at der formentlig foretages op mod 75.000 årlige overnatninger i Billund kommune, som ikke indgår i de officielle statistikker. Langt hovedparten af disse foregår i landområderne udenfor Billund by.

Økonomisk og beskæftigelsesmæssigt set repræsenterer disse en meget stor værdi, ligesom de spiller en stor rolle for oplevelsen af, at LLBR er et destinationsområde med overnatningsmuligheder og oplevelser for alle typer ønsker og økonomi.

Disse ressourcer er med til at påvirke turisterne til at blive længere i området og derved få en mere positiv oplevelse, som de bringer videre til venner og familie.

Med de økonomiske nøgletal fra VisitDenmark for, hvor meget en turist bruger i gennemsnit på sit ophold, så vil det generere en turismeomsætning på 25 – 30 mio. kr. årligt og en beskæftigelse på omkring 45 årspersoner. Heraf vil hovedparten blive omsat i landområderne i Billund kommune.

I landområderne har man den klare opfattelse, at der er større potentiale i turismen end den, der i dag forekommer, selv om den er ret pæn.

Man tror på, at netop beliggenheden tæt på LEGOLAND, Lalandia, Givskud Zoo og Billund lufthavn, områdets smukke og særprægede natur og forskellige større og mindre attraktioner og begivenheder kan være afsæt for en øget tiltrækningsværdi for mange børnefamilieturister, som derfor i deres søgen efter et godt sted at bo, mens de også besøger Legoland Billund Resort, vil vælge landområderne tæt på Billund by, og forhåbentlig også vende tilbage, hvis opholdet viser sig at være spændende nok. Der kan måske også være mere basis for at tiltrække flere endagsbesøgende.

Netop dette spørgsmål er hovedemnet i det landdistriktsprojekt, som denne rapport indgår i.

Derfor vil de næste afsnit indeholde informationer og råd om

- Hvilken synsvinkel og model kan man benytte, når dette spørgsmål diskuteres

---

<sup>10</sup>Campingpladserne i Billund og Vorbasse er store nok til at indgå i de officielle statistikker.

<sup>11</sup>Vinterlukket spiller ind ligesom ferie i telt er lavere end tidligere. Til gengæld er ferie i campingvogn og hytter steget.



- Hvordan man kommer hele vejen rundt, så man får øje på alle de attraktionselementer, som indgår i en sådan vurdering af muligheder og barrierer



## 5. Metodeværktøjerne 4-B modellen og Destinationsudviklingsmodellen.

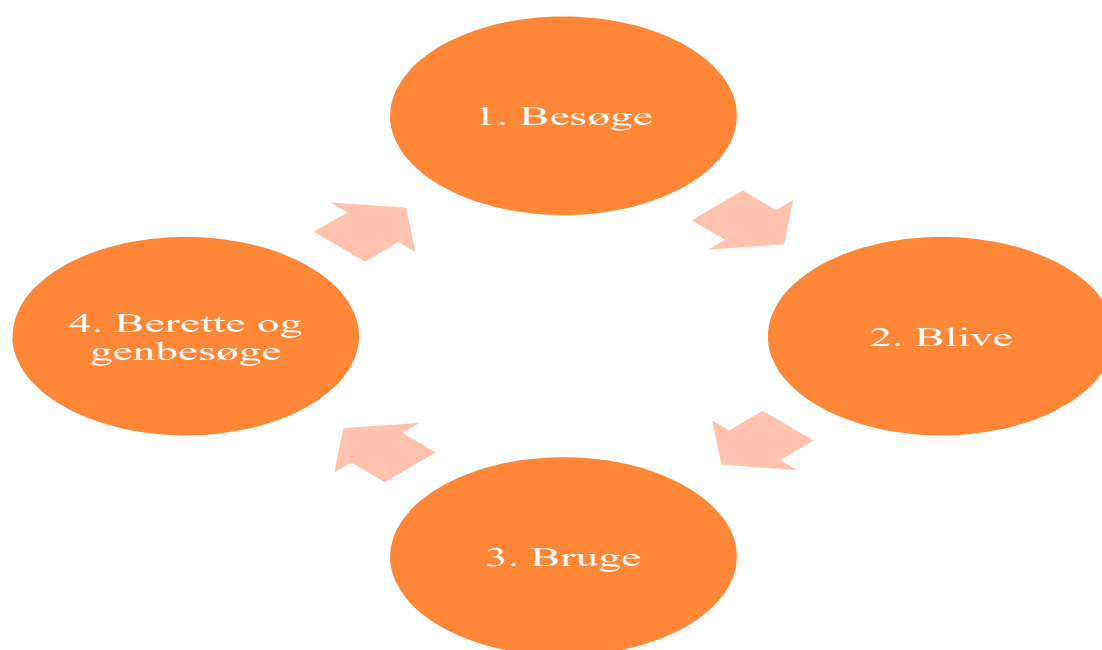
Spørgsmålet er, hvordan landområderne kan tiltrække flere turister med de faciliteter og attraktioner der tilbydes, så kapaciteten udnyttes bedre, og hvordan man får de besøgende til at blive længere og fortælle positivt videre om deres oplevelser, når de kommer hjem.

Svaret kan måske findes i at benytte en metode fra markedsføringsverdenen, hvor der tages udgangspunkt i gæsternes behovsopfyldelse i forhold til, hvad de ønsker og hvorfor.

Man sætter sig simpelthen i turisternes sted og ser på sig selv med deres kikkert for øjnene.

Modellen kan kaldes 4-B modellen.

### 4-B modellen.



4-B modellen afspejler ønsket om behovsmatchning som et udtryk for succes. Man skal opfylde gæsterens behov som det primære.

Børnefamilier og andre besøgendes motiver og valg (behov) skal matches med konkrete oplevelser på stedet, før, under og efter deres besøg (behovsopfyldelse). Høj matchning medfører høj tilfredshed og dermed succes.

Motiver og valg kan f.eks. kortlægges gennem følgende spørgsmål:

1. **Besøge**
  - Hvorfor skulle gæsterne besøge området.
  - Hvad tilbyder området, som kan få gæsterne til at vælge stedet.
2. **Blive**
  - Hvad kan der være af grunde til at blive mere end en enkelt nat.
  - Hvilke tilbud har vi for at give gode oplevelser.
3. **Bruge**
  - Kan gæsternes behov for forsyninger og indkøb opfyldes
  - Hvilke andre tilbud kan vi rette gæsternes øjne mod under opholdet.
4. **Berette og genbesøge**
  - Hvordan kan vore oplevelser indgå i en positiv fortælling til andre.
  - Hvordan kan vi få gæsterne eller andre til at genbesøge stedet.

Ved at benytte 4-B modellen som udviklingsmodel, vil man i landområderne have bedre mulighed for at vurdere, hvordan man bedst kan matche de behov, som den besøgende har som turist i Billunds omegn.

### **Destinationsudviklingsmodellen.**

"Destinationsudvikling er forretningsudvikling og skal derfor i sidste ende måles på kommercielle resultater. Derfor kræver al destinationsudvikling også et klart billede af de målgrupper, som destinationen betjener, viden om de behov og ønsker, som kendetegner målgrupperne, og en forståelse for, hvad der skal til for at opfylde gæsternes behov – helst lige så godt eller bedre end konkurrenterne.

Destinationsudvikling handler om at styrke og udvikle områdets "kernebeholdning" af ressourcer og attraktionsfaktorer, så området bliver endnu mere værdifuldt for eksisterende målgrupper og eller bliver attraktivt for nye målgrupper"<sup>12</sup>

Destinationsudviklingsmodellen kan benyttes som værktøj, til at sætte mere fokus på, hvilke potentialer og barrierer det enkelte lokalområde har for at udvikle sig til et populært turiststed. For at kunne forbedre mulighederne for at tiltrække flere turister, er det nødvendigt, at have et detaljeret billede af hvert enkelt led i værdikæden og dets potentialer. Derved sættes der samtidig fokus på, at alle kædens led er nødvendige og gensidigt afhængige for at skaffe den besøgende en samlet og god helhedsoplevelse.

Metoden har hentet inspiration fra VisitDenmarks destinations udviklingsmodel<sup>13</sup>, men er forenklet i forhold til, at Landområderne i Billund kommune repræsenterer mindre steder med et mindre selvstændigt turismeerhverv end som f.eks. i Billund by med LEGOLAND .

Værdikæden har følgende led, som er indbyrdes forbundet, og kan opfattes som hinandens forudsætninger:

1. Overnatning og bospisning
2. Detailhandel

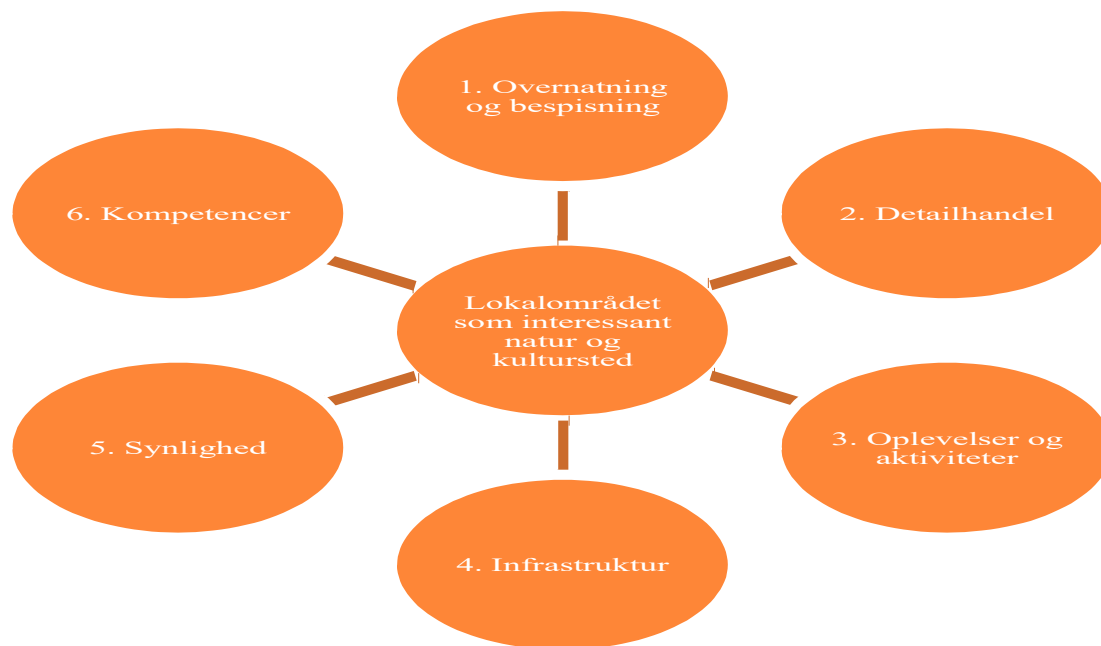
---

<sup>12</sup>VisitDenmark: Udvikling af fremtidens turisme s. 3

<sup>13</sup>Udvikling af fremtidens turisme – guide til destinationsudviklere. VisitDenmark 2008.



3. Oplevelser og aktiviteter
4. Infrastruktur og tilgængelighed
5. Synlighed og kommunikation
6. Komptence hos de, der møder den besøgende.



Baggrundsmateriale til brug for selve analysen kan ses i **Bilag 1**.

Modellen er et godt værktøj til de diskussioner, som de enkelte lokalområder skal have, når de samlet sætter fokus på, hvilke potentialer og barrierer de har, for samlet at udnytte deres muligheder for at skabe mere turisme i området.

Ministeriet for By, bolig og landdistrikter har for nylig udgivet en værktøjskasse, som også kan inspirere i diskussionerne og enkeltpersoner der ønsker at starte eller markedsføre mindre turismeattraktioner.<sup>14</sup>

## **6. Vurdering af potentialet for at øge turismen i landområderne.**

### **Hvorfor overhovedet besøge landområderne og landsbyerne ?**

<sup>14</sup>Attraktioner, Start og markedsføring af en mindre turistattraktion. Min. For B,B og L, 014

Det primære årsag til at besøge landområderne er, at der tilbydes forskellige former for overnatning, så som kro, hotel, campingplads, hytter, ferielejlighed og B&B i nær afstand til LEGOLAND, Lalandia og Givskud Zoo.

Når man ser på byområder som Filskov, Sdr. Omme og Vorbasse har disse dog en passende størrelse til, at der også er forskellige muligheder for at få noget at spise og forskellige detailhandels og oplevelsestilbud.

Især landsbysamfundene understøttes også af den smukke natur i området, f.eks. hvor man ligger tæt ved åen, og forskellige kulturmiljøer og aktiviteter i byen.

Man kan tænke sig at blive i området lidt mere end en enkelt overnatning måske. Det må i det mindste være målet.

Bor turisterne udenfor landsbyerne er det dog nødvendigt at bevæge sig væk, hvis man vil andet end have en seng for natten, bortset fra de mindre aktivitetsmuligheder, der kan være knyttet til overnatningsstedet eller nærheden til en større by.

Men potentialet er bestemt til stede for at tiltrække flere turister, og for at give dem en autentisk oplevelse af at være velkommen og værdsatte.

Samtidig er der mulighed for at sætte gæsternes oplevelser ind i en helhed, hvor de overalt i landområderne oplever, at de også befinder sig i en del af Legoland Billund Resort, især hvis de tilhører børnefamiliegruppen.

### **Autenticitet.**

Autenticitet betyder ægthed, og dækker over at man fastlægger noget originalt for området og bekræfter dette gennem selvsyn eller oplevelse.

Autentisitet er altså ikke et spørgsmål om alene at have gode 4 eller 5 stjernede hoteller og stjerneoplevelser på højde med dem, der tilbydes i LEGOLAND eller Lalandia.

Landområderne i Billund kommune har netop mulighed for, med ægthed og gennem gode oplevelser at dyrke autenticiteten på deres egne præmisser. Og det vil turisterne opleve positivt.

Det kan f.eks. være ved at gæsterne oplever, at være en del af den ægte danske hygge eller livet i landsbyerne eller landområderne tæt på LLBR, og at man bliver mødt med venlighed og forståelse, oplever kvalitet og kompetent service, så man får indfriet mere end man kunne forvente.

### **Overnatningsstederne:**

Nedenstående afsnit indeholder en kort vurdering af potentialet i nogle af attraktionsfaktorerne i landområderne i Billund kommune.

Beliggenheden er som sagt overnatningsstedernes største force, uanset art og størrelse, og uanset om de ligger i landsbyer eller i landområderne.

Men de møder stadig konkurrence fra tilsvarende typer overnatning indenfor en radius af 20 – 30 km. fra Billund. Gæsterne oplever ikke kommunegrænser.

Vinderen af konkurrencen bliver den, der samlet set kan tilbyde gæsterne den bedste helhedsoplevelse i forhold til deres forventninger om behovsopfyldelse.



## **Kvalitet**

Derfor er der god grund til at fokusere på udvikling af kvaliteten ud fra en helhedsbetragtning.

Som baggrund for dette arbejde er der behov for både at kende sine målgrupper i detaljer, deres ønsker og behov, så det kan indarbejdes i kvalitetsskalaen.

For den besøgende vil den oplevede kvalitet være afgørende for, om landsbyerne og landområderne i Billund bliver opfattet som et attraktivt sted at overnatte eller besøge.

Kvaliteten på overnatningsstederne i landområderne i Billund kommune kan i dag karakteriseres som noget varierende, men den har været stigende over de seneste år, i takt med, at nye investeringer til renoveringer og nybyggeri bliver større.

De større overnatningssteder som hoteller og campingpladser benytter i dag forskellige kvalitetsstandarder, som eks. Horestas eller campingorganisationernes stjernesystem i deres markedsføring. Der er dog ikke en klar overensstemmelse mellem de forskellige organisationers standarder.

De mindre som eks. ferieejligheder, bondegårdsferier eller B&B har ingen kvalitetsstandarder at leve op til, hvorfor det kan være noget af en tilfældighed, hvis gæsterne via nettet kan få et klart indtryk af kvalitetsforskellen på de enkelte tilbud.

Det skal bemærkes, at den besøgendes helhedsoplevelse vil være præget af det høje kvalitetsniveau, som opleves i Legoland Billund Resort. Derfor må det løbende vurderes, hvordan egen kvalitet passer ind i denne høje standard, fordi gæsterne ofte har den med sig, eller hvordan der kan kompenseres eks. gennem større oplevelse af autenticitet.

Kvalitet er også værtsskab.

At blive modtaget som en velkommen gæst kender alle den positive følelse af. Derfor må værter, servicepersonale ja alle i omgivelserne, der møder de besøgende, være indstillet på at yde et godt værtsskab. Her er det vigtigt at have for øje, at mange gæster er børn, og at det kræver en anden fremtræden end at være værter for voksne.

Det indebærer også, at man møder gæsterne hvor de er, lytter og kommunikerer på det nødvendige sprog.

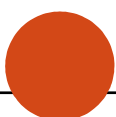
Der findes let adgang til kompetenceudvikling omkring værtsskab og kvalitetsudvikling, f.eks. gennem VisitBillund.

Det kan anbefales, at alle i værdikæden sammen aftaler, hvilke kvalitetsmål, der skal gælde på deres sted eller i Billund kommune, herunder hvordan værtsskabet kan takles bedst muligt, hvilket kan være med til at give gæsterne en klarere profil af stedet og den bedste helhedsoplevelse.

Det er samtidig nødvendigt at indhente gæsternes vurdering af kvalitet og helhedsoplevelse gennem løbende tilfredshedsundersøgelser, for at kende oplevelsen af egen service og potentialet for forbedring.

## **Helhedsoplevelse**

Alle led i værdikæden er attraktionsfaktorer, der med forskellig vægt indgår i den besøgendes helhedsoplevelse. Ud over overnatning handler det f.eks. om byernes øvrige





tilbud som handel, bispising, andre tilbud og oplevelser. Naturen, tilgængeligheden, imødekommenhed og kompetence hos de mennesker, den besøgende møder, indgår således også i helhedsoplevelsen.

Endelig ligger områderne indenfor Legoland Billund Resorts geografiske område, hvorfor oplevelsen i landområderne også indgår i den helhedsoplevelse, som gæsterne får ved at opholde sig i Legoland Billund Resort. En elendig oplevelse i forbindelse med en overnatning kan derfor give et negativt præg på gæsterne og trække helhedsoplevelsen ned forud for besøget i Legoland – og omvendt. Der vil således være en gensidig forpligtelse til, at overnatningsstederne gør sig umage for at understøtte en god helhedsoplevelse, for derved at bidrage til at gæsterne vender tilbage.

Sammen bør aktørerne derfor fastlægge, hvordan man bedst giver de enkelte målgrupper en god helhedsoplevelse under besøget. Også markedsføring, udvikling af andre tilbud eller stedets samlede forretningsgrundlag for mere turisme kan med fordel ske i fællesskab.

### **Synlighed.**

Synlighed og tilgængelighed er en forudsætning for at gæsterne finder frem til overnatningsstedet.

Som udgangspunkt ligger flere af overnatningsstederne eks. hoteller og campingpladser pænt placeret ved alfarvej. Men det kan konstateres, at synlighed og tilgængelighed flere steder kan forbedres væsentligt.

Tilgængelighed kan være et spørgsmål om skiltning, parkering, belysning osv.

Også digital synlighed er vigtig, når man taler turisme.

Både danske og udenlandske gæster forbereder sig hjemmefra via nettet og booker gerne overnatningen for at sikre plads.

Det kan konstateres, at alle overnatningssteder har egen hjemmeside, nogle også på flere sprog, der fortæller om stedet og dets faciliteter. Alle er også tilknyttet fælles bookingsystemer på nettet, f.eks. Legolands fælles booking, VisitBillund og måske nationale- og internationale bookingsider. Der er valgt flere forskellige bookingstrategier eller medie.

Det bør vurderes, om mere samarbejde mellem overnatningsstederne evt. kan forbedre mulighederne for online booking- og give mere ensartet informationer, og dermed øge synligheden af tilbudet i landområderne, måske også være ressourcemæssigt billigere.

### **Byerne, indkøb og bispisningsmuligheder.**

Undersøgelser viser, at oplevelsen i byerne er en vigtig attraktionsfaktor, som indgår i helhedsoplevelsen.

Landsbyerne Vorbasse, Sdr. Omme, Hejnsvig og Filskov er placeret således at hovedfærdselsåren også er hovedgaden.

Det betyder at indkøbsmulighederne primært er placeret her, hvilket gør dem lette at nå, hvis man har overnattet i byen eller kører gennem byen.

Og der er fortsat et pænt udbud af indkøbsmuligheder, både af dagligvarer og specialbutikker i disse byer.



Skal potentialet for mere handel med turisterne udnyttes bedre, skal der ske en samlet vurdering af, om handelsmiljøet herunder butikkernes vareudbud, åbningstid, service og hovedgadens udseende appellerer til den besøgendes forventninger og behov.

Feriegæsterne i Legoland Billund Resort har valgt at besøge en forholdsvis dyr turistattraktion, hvor der ikke er mange gratis tilbud.

Derfor vil en del gæster, der overnatter i landområderne stærkt overveje, hvilken anden økonomi, de er parate til at spendere på stedet. Det er en udfordring.

Omvendt skal landområderne overveje faren ved at vælge noget der ligner en discountprofil, idet denne nemt kan komme til at påvirke den gode helhedsoplevelse. Pris og kvalitet skal hænge sammen.

Ligeledes bør der ske en vurdering af, om der kan opnås meromsætning gennem en tættere dialog mellem overnatningssteder, spisemuligheder og handelsmuligheder.

Detailhandlen har i de senere år været vigende flere steder, hvorfor der også er opstået tomme lokaler på hovedgaderne, hvilket ikke fremmer gæsternes positive oplevelse af byens fremtræden.

Det er derfor vigtigt, at der hurtigt tages hånd om anvendelsen af sådanne tomme lokaler, ligesom bygningsfacaderne og deres omgivelser hele tiden skal fremstå indbydende.

De trafikale forhold på hovedgaderne kan være en udfordring på grund af den stærke trafikbelastning. Med børnefamilier som den vigtigste målgruppe bør der være stærk fokus på, hvordan hovedgaden kan passeres sikkert, ligesom parkeringsforholdene er væsentlige.

Og husk, at forbedringer i bymiljøet i forhold til besøgende også vil være forbedringer i forhold til de fastboende eller tilflyttere.

### **Mad.**

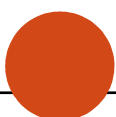
Det kan være en udfordring for gæsterne, hvis man ønsker at finde spisemuligheder andre steder, end hvor man overnatter. Og overnatningsstederne tilbyder langt fra alle mad til gæsterne.

Det bør vurderes, om der ved større samarbejde på tværs kan skabes grundlag for evt. nye tilbud til gæsterne, så flere kan få dækket deres behov, uanset om de selv vil lave maden, eller køber det helt eller delvist på stedet.

I vurderingen bør indgå muligheden for at øge autenticiteten ved f.eks. at tilbyde indkøb af eller præfabrikation af mad produceret i lokalområdet, herunder om der kan tilbydes menuer på kroer, hoteller og andre spisesteder, baseret på lokalt dyrkede og producerede kvalitetsråvarer.

I Billund kommune findes både kvalitetsproducenter af kartofler og grøntsager lokalt, også økologisk, ligesom Sdr. Omme Statsfængsel er kendt for sit fine limousine kvæg. Ålbæk pølser producerer sine internationalt kendte produkter i Billund, ligesom der er lokalt bryggeri.

Andre produkter kan evt. komme til, således at gæsterne måske også har mulighed for at købe lokale produkter med hjem som gode erindringer om et godt ophold.



## Oplevelser

Til en god helhedsoplevelse hører også aktiviteter og oplevelser, der bevidner gæsterne om, at landsbyerne er levende, med et positivt lokalt engagement. Det understøtter autenticiteten.

Og med børnefamilierne som hovedmålgruppe indebærer det også, at der kan findes gode oplevelser for børn. I bymiljøet kan det f.eks. dreje sig om gode legemuligheder, bålpladser eller adgang til vand i forskellige former.

Det kan også være i form af adgang til idrætshallernes eller ride klubbernes faciliteter, eller til de tre svømmehaller som Billund kommune er udstyret med.

I Vorbasse er der f.eks. aftalt rabatmulighed ved adgang til svømmehallen, hvis man har overnattet i byen. Modellen kan måske inspirere til flere muligheder.

Også landsbyernes større tilbagevendende begivenheder vil kunne appellere til gæsterne.

Her tænkes f.eks. på Vorbasse Marked, som årligt tiltrækker 250.000 gæster i sig selv.

Også Jydefesten i Sdr. Omme og Viaduktfesten i Filskov er traditionsrige begivenheder, som karakteriserer lokalsamfundene i forhold til mange andre samfund. Begivenhederne er henvendt til lokalbefolkningen primært, men potentialet kunne let indgå i overvejelserne om, hvordan gæsterne også kan inviteres med ind i oplevelserne.

Det sker allerede på forskellig vis, også gennem samarbejde mellem overnatningssted og arrangørerne af de pågældende begivenheder, hvilket formentlig kan inspirere også til tværgående samarbejde.

## Naturen og andre oplevelser.

### Naturen

En af de ting, som efter undersøgelserne appellerer til alle turister er kortere ture i lokalområdet og adgang til naturen.

Overalt i Billund kommune er der mulighed for at få gode naturoplevelser – også unikke, som er karakteristiske for området og ikke findes tilsvarende.

Det gælder f.eks. Gyttegård plantage og Grene Sande ved Hejnsvig, Randbøl Hede og Frederikshåb plantage eller St. Råbjerg, områdets højeste punkt med 69 m over havet. Hærvejen løber ligeledes tæt forbi, ligesom der er let adgang til Vejle Ådal og Randbøldal. Endelig må nævnes de mange plantager i områderne.

Og så gennemløbes Billund kommune af 3 store og meget attraktive åer, Omme Å mod nord, der er en del af Skjern Å forløbet, Grindsted Å i midten og Holme Å i syd, der begge er en del af Varde Å forløbet. Alle har gode fiskemuligheder.

Ud over de nævnte naturområder, ofte med afmærkede vandre og cykelstier, findes der en del lokale tilbud om vandre og cykelmuligheder.

Der er ingen samlet oversigt på kommunale plan over disse tilbud. VisitBillund giver adgang til de fleste kendte stitilbud og giver adgang til, at gæsterne kan udskrive kort over stien.



Lokalt er der ofte registrerede sundhedsstier, men sjældent forslag til kortere og længere ruter til fods eller på cykel i nærområdet, beregnet for besøgende.

Filskov har f.eks. lavet en lokal pjece med disse tilbud til gæsterne, som måske kan inspirere andre til at gøre noget tilsvarende.

Det anbefales, at lokalområderne får prioriteret deres muligheder for at tilbyde naturoplevelser til gæsterne. Og på tværs i kommunen, evt. med VisitBillund som vidensbank, kunne disse lokale tilbud indgå som fælles viden, hvorved der både skabes et samlet overblik og gæsterne eller overnatningsstederne kan udskrive og udlevere tilbuddene, og anbefale dem som aktiviteter.

Det øger gæsternes oplevelse, af at være velkomne, og giver dem en bedre helhedsoplevelse af stedet.

For de specielle naturområders vedkommende har disse allerede udgivet særlig pjece eller kortmateriale. Men de er ofte ikke kendte af de lokale overnatningssteder eller butikker.

Åerne og flere andre naturområder er ofte usynlige ressourcer for gæsterne. Både fordi der mange steder trænger til konkret naturpleje for at få adgang, men ofte også fordi de lokale ikke tænker i at gæsterne kunne have gode oplevelser her. Lokalområderne bør forholde sig til tilgængeligheden til og synligheden af de attraktive naturområder.

Både i Omme å og Grindsted å er der mulighed for kanosejlads, men ikke oplagte muligheder for at leje kano. Ligeledes er der i alle åerne adgang til at fiske i sæsonen. Der kan også fiskes i fiskesø.

Der bør være flere afmærkede og sammenhængende stier til gående og cyklende.

Der er allerede flere attraktive stiforløb afmærket i kommunen, som f.eks. det gamle Troldhede baneforløb og flere sundhedsstier. Men de skal tænkes ind i en sammenhæng med f.eks. cykelstier langs vejene eller på afmærkning og kort, der viser stiforløb, adgang til færdig planlagte gå- eller cykelture på eks. 5-10-40 km. Sammenhængende stiforløb til Legoland Billund Resort eller til andre landsbysamfund i kommunen skal også indgå i overvejelserne.

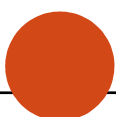
Her er en skjult ressource – en attraktion - som ved en bevidst indsats let kan synliggøres og markedsføres bedre. Opgaven kalder dog på et samarbejde mellem alle parter i værdikæden for at ende som et tilbud til de besøgende børnefamilier.

### **Andre oplevelser.**

Til øvrige oplevelser hører mindre og større aktiviteter i landområderne, som også kan have appel til turisterne.

De kan f.eks. være besøg på Karensminde museumsgård vest for Grindsted. Det er et aktivt arbejdende kulturhistorisk museum som måske godt kunne appellere til turisterne, selv om det primært er tænkt i forhold til lokale borgere.

Tilsvarende findes en stor national kendt golfbane i Gyttegård og Fun and Action Fodboldgolf i Hejnsvig. Rigtig gode aktivitetsmuligheder, når man er i området.



Det bør koordineres, hvordan sådanne tilbud kan fremstå synlige for gæster, der vælger at overnatte i landområderne.

### **Mulighed for at blive længere.**

Som udgangspunkt vil en del overnattende gæster vurdere, at der kun er behov for en enkelt overnatning for at nå at besøge LEGOLAND og evt. Givskud Zoo.

Kan det lykkes at forlænge opholdet med en eller flere dage, vil det skabe større omsætning lokalt og øge stedets attraktionsværdi for andre besøgende.

Det vurderes, at der er et godt potentiale for, at få flere børnefamilier overbevist om at overnatte flere dage i omegnen af Billund.

Det skyldes en kombination af en god beliggenhed i forhold til andre oplevelser indenfor en rimelig køreradius, plus en mulighed for at give den besøgende en kvalitetsoplevelse på stedet.

Det kræver dog en fokuseret indsats fra alle aktører, ligesom det kræver en indsats på at gøre det til et lettere valg for den besøgende, at blive lidt længere.

Gennem de senere år er opholdslængden i Billund kommune øget fra ca. 2 dage til 3-4 dage efter at Lalandia er kommet til.

For at opretholde og udbygge interessen for at besøge de tre kerneattraktioner, vil de tre virksomheder hvert år investere mange millioner kr. for at fastholde og udvikle deres attraktionsværdi.

Som end del af den overordnede udvikling af Legoland Billund Resort forventes der indenfor de kommende 3-4 år desuden at blive åbnet yderligere attraktioner i området.

I 2016 åbnes et nyt oplevelsescenter i Billund midtby. Det drejer sig om et LEGO Brandhouse, som bl.a. bygger på formidling af LEGOs historie og værdier, ligesom der forventes en række "hands on" oplevelser for børn. Oplevelsescentret forventes at kunne tiltrække 250.000 gæster årligt.

Et Design Outletcenter, som er et særligt indkøbscenter for mærkevarer, forventes også at åbne i 2016 og blive placeret meget tæt på både LEGOLAND og Lalandia. Her forventes gæsterne at opholder sig minimum 4-6 timer. Målgruppen er primært voksne, herunder mange internationale gæster, og gæsterne vil komme både fra hele det jysk-fynske område og fra turisterne i LEGOLAND Billund Resort området.

Endelig vil der blive flere og flere synlige resultater af det igangværende udviklingsarbejde med at gøre Billund By til Børnenes Hovedstand, hvilket vil tiltrække flere og flere besøgende på kortere og længere ophold.

Disse attraktioner forventes at medføre en stor vækst over de kommende 4-6 år i interessen for at besøge LEGOLAND Billund Resort i længere tid end i dag, ikke mindst fra internationale gæster.

Selv om beliggenheden i forhold til Legoland Billund Resort er hovedårsagen til de fleste turistbesøg i landområderne i Billund kommune er områdets beliggenhed også velegnet i forhold til gode dagsture i hele det midt- og sydjyske område.



Som eksempler på dagsture kunne nævnes:

- Ture til vestkysten med bademuligheder og store naturoplevelser
- Børneattraktioner som Ribes Vikinger eller Søfartsmuseet med sælarium i Esbjerg.
- Ture til østkysten med flotte bymiljøer, historiske attraktioner og naturoplevelser
- Kortere eller længere ture i nærområdet på cykel eller i bil vil ligeledes kunne gøres fristende

Med disse forventede vækstmuligheder vil der i de kommende år være rigtig gode grunde til, at man i landområderne i Billund kommune får diskuteret, hvordan man kan få en god andel i denne vækst og bliver parate til at takle udfordringerne bedre. Flere børnefamilier bør kunne overtales til at forlænge opholdet til flere dage, hvis forudsætningerne er til stede.

## **Kom igen.**

Legoland Billund Resort er kendetegnet ved, at have mange genbesøgende gæster, især danskere, som jo er vokset op med LEGOLAND. Næsten 75 % af de besøgende er genbesøg.

Opskriften på at få gæster til at vende tilbage til et bestemt sted, eller måske at venner følger efter, er ikke enkel.

Oplevelser er jo personlige. Så den gode fortælling om et sted kan være ganske forskellig afhængig af, hvilke forventninger, gæsterne har, når de kommer, og hvordan forventningerne så indfries.

Men den gode fortælling om ens oplevelser er omdrejningspunktet, når der skal berettes videre om stedet og dets attraktionsværdi.

Derfor skal landsbyer og landområder have fokus på, hvordan fortællingen kan dyrkes positivt overfor gæsterne, der kommer til stedet.

Hvilken oplevelse skal gæsterne drage videre med?

Den fortælling kan både være tilknyttet oplevelsen i en enkelt landsby eller en enkelt begivenhed. Men den vil måske bedre være knyttet til det faktum, at når gæsterne vælger at overnatte i landsbyer eller landområder i Billund kommune, så får de tydeligvis sådan en god og autentisk oplevelse af både at besøge LLBR og opleve landområdernes autenticitet, at de vil anbefale naboer og venner at prøve det samme, når de kommer hjem.

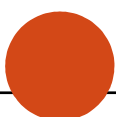
Den fortælling bør lokalområderne dyrke i fællesskab.

## **7. Konklusion**

Fremtiden peger på fortsatte vækstmuligheder for at øge turismen i Billund kommune, herunder også i landsbyer og landområderne.

Men intet kommer af sig selv.

Derfor skal der arbejdes fokuseret på, hvordan gæsterne bliver ledt frem til de bedste overnatninger og oplevelser på landet, så de ønsker at opholde sig lidt længere her.



4 B metoden kan være et værktøj ligesom værdikædetankegangen til at sætte dagsorden i den diskussion der er nødvendig blandt alle aktører, der er involveret i denne turismeudvikling.

Landsbyer og lokalområder skal selv finde den bedste vej til, hvordan de bliver mere synlige for gæsterne, hvordan deres tilbud fremstår som attraktive for især børnefamilier og hvordan den faktiske oplevelse hos gæsterne kan bekræfte, at opholdet på landet i kanten af LLBR til fulde opfylder de forventninger de kom med, også så meget, så de gerne anbefales videre til venner og naboer.

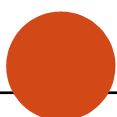
Den bedste vej findes gennem fælles videns- og kvalitetsudvikling i landområderne med turisterens briller på. Og potentialet skal dyrkes målrettet.

Følgende råd vil kunne indgå i diskussionen, sammen med en række andre:

- Man skal kende mere til potentialet ved at kende mere til sig selv og de potentielle gæster.
- Man skal se på forholdene på stedet med destinationsbriller – dvs. tage værdikædebegrebet i anvendelse og gæsternes briller på.
- Værdikæden har en række elementer som: Overnatning – bespisning – oplevelser – infrastruktur – synlighed – kompetencer/kvalitet. Alle skal med i debatten om potentialet, for overnatningsstederne kan ikke gøre det selv.
- Man skal dyrke det tætte sammenhold, der kendes fra landområderne, også når der tales turismepotentiale, og stå sammen om at få forbedret turismemulighederne – ligesom man står sammen om at forbedre mulighederne for livsvilkårene i byen generelt. Turisme er et lag i lokalområdernes helhedsplaner.
- Man skal se på tværs i kommunen og finde frem til, hvad der med fordel kan gøres i fællesskab, frem for at det enkelte lokalområde gør det. Det kan f.eks. være:
  - Hvordan synliggør vi bedre de overnatningsmuligheder, vi har i landområderne. Sprogbarriererne osv.
  - Hvilke autentiske oplevelser får turisterne ved at bevæge sig ud på landet eks. lokale events og oplevelser, landsbypiece, lokal mad, fælles souvenirs eller ?
  - Muligheder for adgang til naturoplevelser - naturruter, herunder på cykel, gåben eller hest i hele kommunen og nabolaget
  - Hvordan overbeviser vi gæsterne om, at de let kan tage dagsture ud fra deres overnatningssted på landet i Billund kommune
  - Hente mere præcis viden om de turister, der bevæger sig ud på landet, og synliggøre de gode historier i fællesskab.
  - Hvordan oplever turisterne at landområderne hænger sammen med oplevelserne i LLBR ( billetkøb, børnepræg, konkurrencer el.?)



**Rigtig god fornøjelse !!**





## Bilag

### Information om attraktionselementer primært i landområderne i Billund kommune

1. Overnatning
2. Bepising
3. Detailhandel
4. Oplevelser - naturen
5. Oplevelser – Kultur, museer og events
6. Infrastruktur
7. Tilgængelighed, synlighed og kommunikation
8. Kompetencer

1. Overnatningstilbud	Adresse	Kapacitet Værelser	Senge max.	Bemærk ninger
<b>Kro og hotel</b>				
1. Skjoldbjerg Garnihotel	1. Skjoldbjergvej 45, 6623 Vorbasse	6	18	
2. Filskov Kro	2. Amtsvejen 34, 7200 Grindsted	23	78	
3. Sdr. Omme Kro og Hotel	3. Hovedgaden 1, 7260 Sdr. Omme	35	80	
<b>Ferielejligheder</b>				
1. Ankelbo Ferielejligheder	1. Ankelbovej 2, 7190 Billund	2	6	
2. Bolding Apartments	2. Boldingvej 11, 7250 Hejnsvig	2	8	
3. Brunbjerg B&B	3. Almstokvej 20, 7190 Billund	2	12	
4. Fitting Landsbyferie	4. Frederikshåbvej 2, 6623 Vorbasse	10	60	
5. Haugstrupgaard (hus)	5. Søvangsvej 28, 7200 Grindsted	1	23	
6. Karolinelund Apartments	6. Grenevej 11, 7190 Billund	2	10	
7. Lillevang Apartments	7. Lillevang 67, 7190 Billund	2	12	
8. Mikkel Lykke	8. Nygårdsvej 5, 7200 Grindsted	1	6	
9. Vorbasse Ferielejligheder	9. Bakkevej 2, 6623 Vorbasse	7	30	
10. Vorbasse feriehus (hus)	10. Østergade 15, 6623 Vorbasse	1	14	
<b>Bondegårdsferie</b>				
1. Jerriggaard Bondegårdsferie	1. Grindsted Landevej 49, 7200 Grindsted	1 vær.	4	
2. Hestehuset Skærsig		2 lejl.	8	
3. Urup Bondegårdsferie	2. Skærsigvej 12, 7260 Sdr. Omme	4 lejl.	16	
	3. Påbølvej 29, 7200 Grindsted	4 vær.	8	
<b>B&amp;B</b>				
1. B&B Billund	1.	2	8	
2. BB Østerbrogade Grindsted	2. Østerbrogade 15, 7200 Grindsted	1	4	
3. Huset BB Grindsted	3. Østergade 22, 7200 Grindsted	9	25	
4. Gregersminde	4. Stilbjergvej 4B, 7190 Billund	4 vær.	8	
		1 lejl.	6	
5. Havrevang	5. Højvej 6, 7190 Billund	2	6	

6. Sandgården	6. Puggårdsvej 3, 7190 Billund	2	8
Campingpladser		1.160	1. 60
1. Billund Camping (Legoland)	1.	pladser	hytter
2. DCU Camping Vorbasse	2. Drivvejen 28, 6623 Vorbasse	2. 220	2. 6
3. Grindsted Aktiv Camping	3. Søndre Boulevard 15, 7200 Grindsted	pladser	hytter
4. Omme Å Camping	4. Sønderbro 2, 7260 Sdr. Omme	3. 80	3. 20
		pladser	hytter
		4. 55	4. 10
		pladser	hytter

<b>2. Bospisning.</b>	<p>Overnatningsgæster vil oftest blive præsenteret for bospisningsmuligheder, der hvor de overnatter. Men ikke alle steder er der mulighed for at spise f.eks. morgenmad. Det betyder, at gæsten enten selv skal medbringe maden, eller finde frem til et andet spisested. Det samme gælder, hvis gæsten ankommer hen på dagen, og skal finde en mulighed for at spise.</p> <p>Spisemuligheder er typisk samlet i landsbyerne, med mindre man ønsker at køre til de større byer Billund eller Grindsted.</p> <p>I Filskov, Vorbasse og Sdr. Omme er der mulighed for at finde spisemuligheder på kroerne.</p> <p>Desuden er der i Sdr. Omme, Hejnsvig og Vorbasse også mulighed for at finde pizzeria og/eller bageri, ligesom der kan købes mad i eks. Vorbasse fritidscenter.</p>
<b>3. Detailhandel</b>	<p>Hovedparten af den detailhandel, der findes i landområderne består af dagligvarehandel:</p> <p><b>Vorbasse:</b>  Superbrugsen  Elitekøbmanden på Vorbasse Camping  Vorbasse Bageri</p> <p><b>Sdr. Omme</b>  Superbrugsen  Eurospar  Sdr.Omme Bageri</p> <p><b>Hejnsvig</b>  Dagli'Brugsen  Superbrugsen</p> <p><b>Filskov</b>  Sparkøbmanden</p> <p><b>Udvalgsvarer.</b>  Udvalgsvarer findes i Sdr. Omme, Hejnsvig og Vorbasse  Det drejer sig primært om butikker indenfor tøj, sport, cykler, el/byggematerialer og møbler.  Desuden tilbydes der frisør, benzintank, genbrugsbutik og pengeinstitut i flere af de mindre byer.</p>



<p><b>4. Oplevelser – naturen</b></p>	<p><b>Naturområder – Cykel og vandrestier</b>  Billund kommune ligger i den vestjyske natur og har derfor særpræget natur med flere fantastiske besøgssteder i omegnen af de større og mindre byer.</p> <p><b>Gyttegård plantage og Grene Sande</b> – Gyttegård plantage er en københavnerplantage tilplantet i 1800 tallet. Der er rige muligheder for vandrestier, ridestier og mountainbikeruter + golfklubben. Grene Sande er et stort indlandsklitområde(parabelklit) området er fredet. Naturstyrelsen har udgivet selvstændig pjece om området.- med på visitbillund.</p> <p><b>St. Råbjerg</b> 69 m høj med flot udsigt – hede</p> <p><b>Randbøl Hede og Frederikshåb Plantage</b> – Plantagens plantet i 1802 af staten. stor indlandshede fredet i 1932. heden har sit eget oplevelsescenter Kirstinelyst, hvor hele familien kan opleve hedens historie. Der er både udstilling, mødelokale, udekøkken, shelters og rytterfaciliteter. Har det særlige naturfænomen der hedder syvårssøerne. Af og til er der en stor sø, til andre tider er søen borte. Selvstændig pjece med mange afmærkede stier</p> <p><b>Kyst til kyst stien</b>  Er en national vandrerute på tværs af Jylland fra Vejle til Blåvand, 120 km i alt. Går også gennem Billund kommune.  Byder på overnatning på primitive lejrpladser.  Har egen hjemmeside <a href="http://www.kyst-kyststien.dk">www.kyst-kyststien.dk</a> med folder og vejvisere</p> <p><b>Hærvejen</b>  Hærvejen løber tæt forbi kommunen mod øst og er tilgængelig både til fods, cykel, hest eller bil – og som pilgrim. Hærvejen har egen hjemmeside <a href="http://www.haervej.dk">www.haervej.dk</a> med fyldig beskrivelse af mulighederne i hele vejen længde incl. oplevelser og overnatningsmuligheder</p> <p><b>Cykel og vandrestier.</b>  Ud over de nævnte naturområder ofte med afmærkede vandre og cykelstier findes der en del lokale tilbud om vandre og cykelmuligheder. Typisk er der dog ingen samlet oversigt på kommunalt plan. Billund kommune har en cykelstiplan med principper for stierne og deres formål, men den er ikke fuldt gennemført.  På <a href="http://www.VisitBillund.dk">www.VisitBillund.dk</a> findes de kendte stitilbud, typisk med udgangspunkt i Billund by med mulighed for udskrive kort og vejledninger på flere sprog. Følgende stier er registreret her: Den skæve bane, Skov og slot ( Engelsholm), Tour de dal – Vandel og Randbøldal, Naturruten til Lufthavnen og Rækkebjerge, Grindsteds perler ( Grindsted by og Engsøen), Grene Sande, Luft under vingerne ( Lufthavn, Vandel og Lalandia) og Regional cykelrute 8 til Vestkysten.  Hjertestier: Der findes hjertestier i Vorbasse, Hejnsvig, Sdr. Omme og Filskov.  I Filskov har man udgivet en lokal folder med muligheder for kortere ture på gåben eller cykel. Den udleveres f.eks. på kroen og Sparkøbmanden.</p>



	<p><b>Åerne.</b>  Tre store åer (de blå bånd) løber mod vest gennem Billund kommune. Det er Omme Å mod nord der er en del af Skjern å forløbet, Grindsted Å midt i og Holme Å mod syd i kommunen, der er en del af Varde Å forløbet. Alle 3 åer er attraktive fiskeområder med muligheder for godt fiskeri og rigtig gode naturoplevelser.  Omme Å går desuden lige gennem Sdr. Omme og Filskov, hvilket gør det muligt at trække på den attraktion i selve bymidten der hedder direkte adgang til åen. I Sdr. Omme kan man sejle på åen i kanoer.  Grindsted år har ligeledes et godt fiskevand og går direkte gennem Grindsted by og som bæk også gennem Billund by.  Holme å ligger mindre tilgængelig fra Vorbasse, idet man skal ca. 2 km syd for byen for at finde åen.  Fiskeriet er fortsat hæmmet af Karlgårde sø, der dæmmer op for de største fisk der gyder. Et større genopretningsprojekt er på vej med udsigt til bedre fiskemuligheder senest i 2015. De bedste muligheder findes fra Hovborg og mod vest, ligesom der her også er anlagt feriehytteby og campingplads tæt ved åen.</p> <p><b>Andre fiskemuligheder.</b>  Filskov Lystfiskersø.  Stilbjerg Lystfiskersø</p>
<p><b>5. Oplevelser – kultur, museer og events</b></p>	<p><b>Byfester:</b>  Vorbasse marked - juli  Jydefesten Sdr. Omme - maj  Viaduktfesten Filskov – juni  Hejnsvig ?  Musik i Gryden Grindsted aug.</p> <p><b>Attraktioner:</b>  Vorbasse Fritidscenter – m. svømmehal, fitnesscenter og bibliotek  Sdr. Omme idrætscenter med fitnesscenter og bibliotek  Filskov hallen med fitnesscenter  Kommende hal i Hejnsvig  Svømmehal i Grindsted og Billund  Ridecenter i Vorbasse og Billund</p> <p><b>Museer</b>  Karensminde med mange aktiviteter</p> <p><b>Sport mv</b>  Fun and Action – fodboldgolf i Hejnsvig  Go carts i Grindsted – ikke alm. Åbent men efter aftale for events  Gyttegård Golfklub, Hejnsvig  Grindsted Speedway Club - speedwayløb  Billund Travbane - travløb</p>

