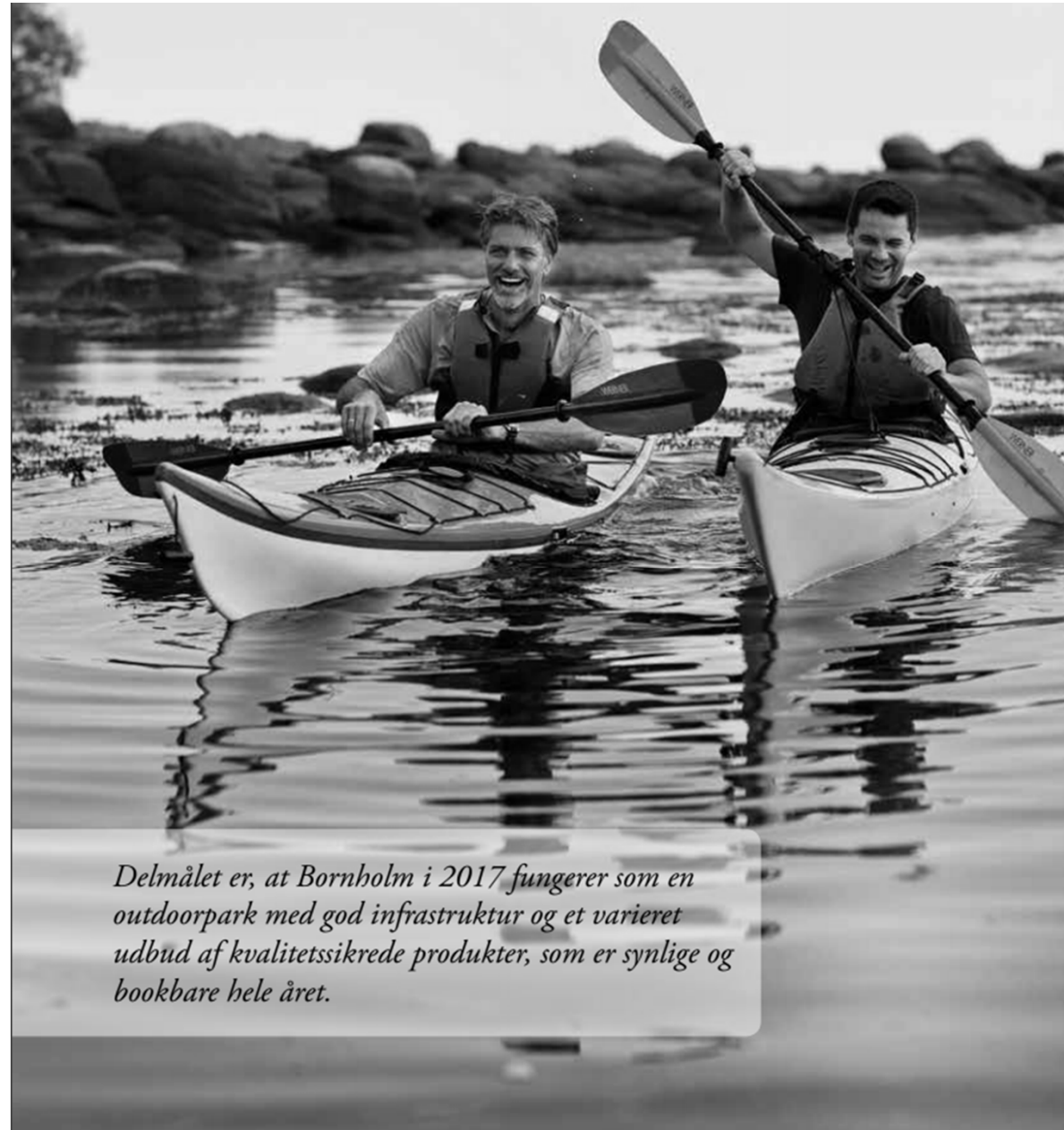


# Turisme er godt for mange

Turisme er Bornholms næststørste erhverv, turisme skaber mere end 2000 fuldtidsstillinger og målt i omsætning er turismen 1,83 mia. kroner værd.

## Erhvervsstrategi 2015 - 2020

- Outdoor som signaturoplevelse
- God infrastruktur
- Varieret udbud af kvalitetssikrede produkter
- Synlige og bookbare hele året.
- Flere outdoor-turister hos
  - Aktivitetsudbydere og overnatningssteder
- Afsmittende effekter af outdoorturisme
  - Tilflytning, uddannelse og idræt.



*Delmålet er, at Bornholm i 2017 fungerer som en outdoorpark med god infrastruktur og et varieret udbud af kvalitetssikrede produkter, som er synlige og bookbare hele året.*

# Outdoor og aktiv naturturisme

- Naturen er reason-to-go  
Top kriterie for at vælge Bornholm
- 70% forventer at være aktive i naturen
- Naturturister bruger flere penge  
8% af turisterne – 14% af omsætningen  
(Marcussen & Bach-Jensen 2013)
- Vækst: 50% flere rejsende
- Vækst: Op til 2000 flere jobs, mellem 1,5 og 3 mia i øget turismeomsætning (CRTs analyse)
- Naturturisme hele året
- Vækst i turismen kræver plads  
På kysten og i skoven



# Mountainbiketurisme

- Branding

Natur – Fællesskab -Tradition – Kvalitet

- Oplevelsesturisme - Værdikæde

- Transport – Fly, færge, bus

- Overnatning

- Guider og kurser

- Fødevarer – Detail og delikatesse

- Grej – Udlejning, reparation, detailhandel

- Faciliteter





# Mountainbiketurisme

- Branding

Natur – Fællesskab -Tradition – Kvalitet

- Oplevelsesturisme

- Transport

- Overnatning

- Guider

- Fødevarer

- Grej

- Faciliteter



# Mountainbiketurisme

- Branding

Natur – Fællesskab -Tradition – Kvalitet

- Oplevelsesturisme

- Transport

- Overnatning

- Guider

- Fødevarer

- Grej

- Faciliteter



# Mountainbiketurisme

- Branding

Natur – Fællesskab -Tradition – Kvalitet

- Oplevelsesturisme

- Transport
- Overnatning
- Guider
- Fødevarer
- Grej
- Faciliteter



# Mountainbiketurisme

- Branding

Natur – Fællesskab -Tradition – Kvalitet

- Oplevelsesturisme

- Transport

- Overnatning

- Guider

- Fødevarer

- Grej

- Faciliteter



ENESTÅENDE NATUR  
& HISTORIE

GÆSTER ER EN DEL  
AF FÆLLESSKABET

KVALITET MED  
TRADITION

EN Ø MED  
MULIGHEDER



# Signaturoplevelse Outdoor Bornholm

- Differentiere os fra andre destinationer på outdoor.
- Skærpe og udnytte stærke værdikæder – transport, bespisning, overnatning, oplevelser, detailhandel.
- Bygge på vores værdier natur og historie, gæsterne er en del af vores fællesskab, kvalitet med tradition, en ø med muligheder.
- Udvikling af en strategi og en fortælling om outdoor der er relevant for et stort marked.
- Styrke de 23 deltagende virksomheder i projektet i at kunne levere på det vi lover - vores Brand Promise – som virksomhed og som destination.

