



# Turisme på Anholt

EN UNDERSØGELSE BLANDT  
BESØGENDE, ERHVERV & TURISTAKTØRER

Marts | 2022



## Indledning

ErhvervAnholt fik i 2021 tildelt støtte af Norddjurs Kommune til et turismeprojekt, der havde til formål at undersøge mulighederne for en optimeret turistindsats, herunder behovet og mulige gevinster ved en mere lokal forankret og prioriteret digital turismeindsats, og helt konkret belyse, hvilke tiltag der i fremtiden kan optimere turismeindsatsen på Anholt.

Projektet mandede ud i en undersøgelse af turismeindsatsen med tre fokusområder:

1. En undersøgelse af, hvordan turismeindsatsen og formidlingen af turistinformation formelt er struktureret og forankret.
2. En spørgeskemaundersøgelse blandt Anholts gæster med fokus på, hvad de holder af ved/på Anholt, hvad de ser som værdier på Anholt, og hvad deres ønsker og forventninger er til deres besøg og turismeindsatsen på Anholt, samt hvor de får, og hvordan de vurderer turistinformationen.
3. En spørgeskemaundersøgelse blandt ErhvervAnholts medlemmer med fokus på, hvordan de formidler deres turistinformation, og hvilke ønsker og gode råd de har til det nye turistkontor og turistindsatsen generelt.

## Indhold

Del 1	s.2
Undersøgelse af turismeindsatsens organisering	
Del 2	s.3
Spørgeskemaundersøgelse blandt Anholts gæster	
Del 3	s.7
Spørgeskemaundersøgelse blandt ErhvervAnholts medlemmer	
Konklusion	s. 9
Bilag 1	s. 10

## Del 1

### UNDERSØGELSE AF TURISMEINDSATSENS ORGANISERING

ErhvervAnholt har som en del af undersøgelsen sendt en række spørgsmål til Norddjurs Kommune, Grenaa-Anholt Færgesamt VisitAarhus vedrørende strategien, organiseringen og samarbejdet omkring turistindsatsen på Anholt og ikke mindst vedrørende lokale aktørers involvering i indsatsen.

Norrdjurs Kommune betaler årligt for turistkontoret på Anholt, der er placeret sammen med færgekantoret, hvortil VisitAarhus også giver et mindre beløb. Norrdjurs Kommune, Grenaa-Anholt Færgesamt og VisitAarhus afholder et årligt møde omkring aftalens ramme og indhold. Den samlede økonomi er 150.000 kroner.

Der findes ikke en målrettet strategi for Anholt. Anholt er en del af den overordnede turismestrategi for Norrdjurs Kommune. Norrdjurs Kommune arbejder med, at turismeoplevelser på øen har udspring fra Anholt selv, og Norrdjurs understøtter dette bedst muligt, fx gennem projektstøtte. Der er ikke udarbejdet en konkret plan, strategi eller et organiseret samarbejde omkring denne indsats. Der er ikke nogen særlig inddragelse af lokale aktører eller foreninger på Anholt.

Turistkontoret varetager den personlige og fysiske turistinformation på Anholt og opdaterer de sociale medier. Turistkontorets inddragelse af lokale aktører sker, når kontoret ringer rundt og taler med erhverv og andre om, hvad der sker i diverse forretninger og hvornår (åbningstider).

VisitAarhus varetager markedsføringen af Norrdjurs Kommune, herunder Anholt. Helt konkret indgår Anholt i de digitale kampagner, profileres på en side i den trykte destinationsguide, og VisitAarhus hoster og faciliterer [www.visitanholt.dk](http://www.visitanholt.dk). VisitAarhus holdt i 2021 et dialogmøde med turismevirksomhederne på Anholt.

*Den fulde besvarelse er vedhæftet som bilag 1.*

## Del 2

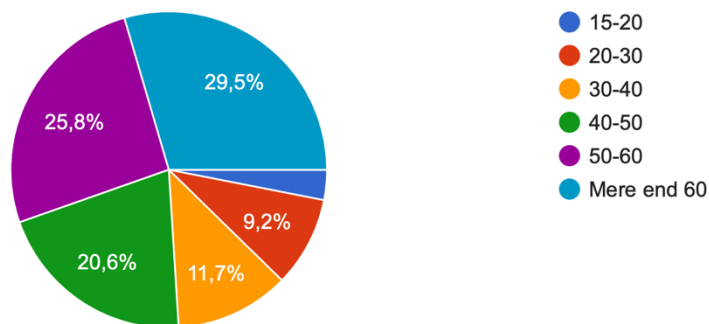
### SPØRGESKEMAUNDERSØGELSE BLANDT ANHOLTS GÆSTER

ErhvervAnholt gennemførte i starten af 2022 en spørgeskemaundersøgelse blandt Anholts gæster.

Der er tale om en mindre undersøgelse, 325 respondenter, hvoraf de fleste er kommet på Anholt igennem flere år og kender til Anholt, og hvor/hvordan de finder den nødvendige information. Undersøgelsens resultater skal læses med det forbehold. Det er fx på baggrund af undersøgelsen ikke muligt at drage konklusioner om turistinformationen i forhold til førstegangsbesøgende.

#### Undersøgelsens respondenter:

##### Aldersfordeling:



##### Boform:

56 % bor i sommerhus (enten eget eller leje) eller er privat indkvarteret på anden vis.

20 % er i båd.

18 % bor på campingpladsen.

6 % overnatter på vandrehjem eller bed and breakfast.

##### Besøgstid: (muligt at vælge mere end ét svar)

79,9 % af respondenterne besøger Anholt i højsæsonen.

47,4 % uden for højsæsonen.

19,1 % har svaret at de besøger Anholt andre tider på året.

## Spørgsmål og svar fra undersøgelsen:

*Spørgsmål:* Hvad kan du lide ved Anholt?

*Svar:* Svarene fordeler sig i fem prioriterede hovedkategorier:

1. Naturen
2. Roen
3. Samvær med familie og venner
4. Restaurationslivet
5. Nattelivet

*Spørgsmål:* Hvilke værdier gør, at du vælger Anholt?

*Svar (opsummerende):* Svarene kan grupperes i fire hovedkategorier:

**Naturen:** Her fremhæves den uberørte og unikke natur, havet og de fantastiske badestrande.

**Nærvær:** Herunder roen, stilheden, at tiden går langsomt, og at der ikke sker noget.

**Traditioner:** Herunder samvær, hygge og gensyn hvert år med familie og venner. Generationer mødes, øboer og turister mødes, livslange ferievenner mødes. Masser af minder, nostalgi, relationer og kendskab til øen.

**Ø-livet:** Herunder autenticiteten, enkeltheden, isolationen, det uformelle. Stemningen på Anholt, herunder imødekommenheden, sammenholdet, fællesskabet, forskelligheden og hjælpsomheden.

Derudover går det igen, at det værdsættes, at der ikke er så meget kommercielt "turistgøgl" på Anholt, ligesom havnemiljøet og havnefaciliteterne, trygheden for børn og unge, pionerånden samt restaurationslivet (om sommeren) på øen bliver fremhævet. En væsentlig pointe, der også går igen, er balancen mellem roen, naturen og nærværet, og samtidig muligheden for at være social, gå ud at spise m.v.

*Spørgsmål:* Er der noget du som turist savner på Anholt?

*Svar (opsummerende):* Svarene kan grupperes i 3 hovedkategorier:

**Restaurations:** Her fremhæves særligt, at man savner spisesteder uden for sæsonen og generelt flere spisesteder.

**Natteliv:** Her fremhæves det, at man savner et dansested, en mulighed for at gå i byen og særligt et sted for de unge at være. Flere nævner, at de kan være bekymrede for, om øen "mister" de unge og derved også på sigt de turister, som er kommet her, siden de var børn/unge og nu tager deres egne børn og unge med til Anholt.

**Overnatningsmuligheder:** Her fremhæves det, at der mangler flere overnatningsmuligheder på Anholt i højsæsonen.

**Spørgsmål:** Hvor finder du din turistinformation om Anholt?

**Svar:**

**Sociale medier (75 %):** Facebook (64,5 %) Instagram (11,1 %)

**Plankeværkerne o.l. (48,5 %)**

**Oversigtskilte på øen (18,5 %)**

**Visitanholt.dk (17 %)**

**Færgkontoret/turistkontoret (13,9 %)**

**Turistfolder (7,7 %)**

**Spørgsmål:** Hvor tilfreds er du med turistinformationen om Anholt?

**Svar:**

**Meget tilfreds: 18,5 %**

**Tilfreds: 38,3 %**

**Hverken/eller: 31,8 %**

**Utilfreds: 2,2 %**

**Meget utilfreds: 0,3 %**

**Andet:** 8,9 % - i denne kategori går det igen, at respondenterne ikke har behov for turistinformation, da de er kommet på øen gennem mange år.

**Spørgsmål:** Er der information du savner som turist?

**Svar (opsummerende):** De fleste af undersøgelsens respondenter er kommet på Anholt igennem flere år og kender til Anholt, og hvor de finder den nødvendige information. I svarene går det dog igen, at man savner:

- Mere præcise åbningstider for restauranter, butikker, fiskere og dagligvarer særligt uden for sæsonen.
- Mere samlet information, fx en fælles hjemmeside og/eller en oversigtskalender.
- Mere information om naturen, herunder rutebeskrivelser, oversigt over ruter og beskrivelser af naturen – fx også gode råd for at passe på naturen og både de skrevne og uskrevne regler.

## Del 3

### SPØRGESKEMAUNDERSØGELSE BLANDT ERHVERVANHOLTS MEDLEMMER

15 virksomheder har svaret på spørgeskemaet fordelt på både helårs og sæsonvirksomheder og forskellige brancher. Procentfordelingen skal læses med det forbehold, at den er baseret på et mindre antal respondenter.

#### Spørgsmål og svar fra undersøgelsen:

*Spørgsmål:* Hvilken platform bruger du, når du skal give information til turister?

*Svar:*

**Sociale medier** 52,3 %: Facebook (40 %), Instagram (13,3 %)

**Plankeværkerne** 33,3 %

**VisitAnholt.dk** 20 %

*Spørgsmål:* Hvordan vurderer du turistinformationen om Anholt?

*Svar:*

**Meget tilfredsstillende:** 6,7 %

**Tilfredsstillende:** 26,7 %

**Hverken/eller:** 20 %

**Utilfredsstillende:** 13,3 %

**Meget utilfredsstillende:** 0 %

**Andet:** 43,3% - i denne kategori går det igen, at man finder informationen ensidig og mangelfuld.

*Spørgsmål:* Har du nogle ønsker/gode råd til det nye fysiske turistkontor (færgekantoret) på øen?

*Svar (opsummerende):* Det går igen, at man opfordrer til at sørge for, at der er et stort lokalkendskab, så det er muligt at guide og hjælpe turisterne så meget som muligt og videreformidle det særegne ved Anholt. Derudover bliver det fremhævet, at det kunne



hjælpe med tydeligere og mere turistvenlig skiltning – særligt målrettet førstegangsturister.

*Spørgsmål:* Har du ønsker/gode råd til den generelle turistindsats?

*Svar (opsummerende):*

- At den er mere synlig og opdateret, samt en genoplivning af [www.anholt.dk](http://www.anholt.dk) som et samarbejde mellem de forskellige foreninger.
- En turistindsats, der er målrettet de turister, man ønsker at tiltrække.
- En større lokalforankring og styring, så den fremtidige turismeudvikling er til gavn for øen på lang sigt, så vi bevarer øens sjæl og undgår masseturisme og for meget kommerciel turisme. Kvalitetsturisme frem for kvantitet.
- Det er vigtigt, at man bevarer det unikke og helt særlige ved Anholt.

## Konklusion

Besvarelsene i begge spørgeskemaundersøgelser understreger, hvor vigtigt det er at fastholde det unikke ved Anholt, at bevare værdierne på Anholt, og undgå at øen bliver for kommerciel og ramt af "masseturisme". Turisterhvervet skal understøttes og udvikles, samtidig med at der bliver passet på Anholts ressourcer, natur og sjæl.

Besvarelsene fra Norddjurs Kommune, VisitAarhus og Grenaa-Anholt Færgesfart viser, at der ikke er noget organiseret samarbejde mellem Anholt og Norddjurs Kommune, VisitAarhus samt Grenaa-Anholt Færgesfart. Der er et stort ønske og behov for større lokal inddragelse og forankring af turismeindsatsen og et ønske om tættere samarbejde mellem de relevante instanser og Anholt.

På baggrund af undersøgelsen konkluderes det, at følgende tiltag vil kunne optimere turismeindsatsen i fremtiden:

- At den digitale turismeindsats, særligt anvendelsen af sociale medier, forankres lokalt på Anholt med involvering af relevante lokale aktører. I slutningen af 2021 blev varetagelsen af de sociale medier flyttet til det nye turistkontor på Anholt, hvilket er i god overensstemmelse med medlemmernes ønske om en mere lokalt forankret digital indsats og giver mulighed for at være opdateret og kunne agere hurtigt og fleksibelt. Der er blandt flere af foreningens medlemmer positive forventninger til dette.
- At samle turistinformation på en fælles hjemmeside, som fx [www.anholt.dk](http://www.anholt.dk). Det vil give mulighed for at udvide informationen med fokus på at tage førstegangsbesøgende mere i hånden, at sikre opdateret information om fx åbningstider og muligheder, også uden for sæsonen, og fokus på Anholts værdier. Det er væsentligt at nævne, at [www.anholt.dk](http://www.anholt.dk) engang har eksisteret, men i øjeblikket ikke er en selvstændig side, som i stedet linker til [www.visitanholt.dk](http://www.visitanholt.dk).
- Udarbejdelsen af en målrettet turismestrategi for Anholt med en fælles vision for udviklingen af Anholt, herunder turismen. En turismestrategi, der kan sætte retningen og understøtte et mere organiseret samarbejde omkring turismeindsatsen på Anholt. En turismestrategi, der sikrer, at indsatsen på Anholt ikke "drukner" i den overordnede strategi for Norddjurs Kommune og/eller VisitAarhus.
- Et formelt samarbejdsforum om turisme på Anholt mellem Norddjurs Kommune, VisitAarhus, Grenaa-Anholt Færgesfart og relevante lokale aktører på Anholt.
- En mere målrettet markedsføring på baggrund af en turismestrategi, så man tiltrækker den/de rette målgruppe(r) på de rette tidspunkter.

*ErhvervAnholt marts, 2022*

## Bilag 1

### SPØRGSMÅL FRA ERHVERVANHOLT OG SAMLET BESVARELSE FRA NORDDJURS KOMMUNE, GRENAA-ANHOLT FÆRGEFART OG VISITAARHUS.

#### 1. KONSTRUKTIONEN

- *Hvordan er turismeindsatsen vedr. Anholt skruet sammen?*

Norrdjurs Kommune betaler årligt for et turistkontor på Anholt. Turistkontoret er placeret sammen med Anholt Færgeskontor, hvor besøgende der står af færgen kan få turistinformation. VisitAarhus giver også et mindre beløb

- *Hvordan samarbejder de implicerede parter?*

Grenaa-Anholt Færgesfart, VisitAarhus og Norrdjurs Kommune har årligt et møde omkring aftalens ramme og indhold

- *Hvad er økonomien i indsatsen, og hvordan den bestemt og fordelt?*

Den samlede økonomi er 150.000 kr., hvoraf Norrdjurs Kommune står for de 130.000 kr., og VisitAarhus for 20.000 kr.

Derudover har Norrdjurs Kommune puljemidler til eksempelvis foldere og markedsføring. Her kan der søges midler til eksempelvis foldere omkring turistoplevelser på Anholt.

#### 2. STRATEGIEN

- *Hvad er den konkrete strategi for turismeindsatsen på Anholt, og hvordan bliver den udmøntet?*

Strategien for turismeindsatsen er en del af Norrdjurs Kommunes overordnede turismestrategi. Med den unikke placering Anholt besidder, og turismen på øen i høj grad båret af de naturoplevelser og unikke tilbud som øens borgere tilbyder. Derfor arbejder Norrdjurs Kommune også med at turismeoplevelser på øen har udspring fra Anholt selv, og Norrdjurs Kommune derefter skal understøtte dette bedst muligt. Et eksempel på dette er "Bærdygtig Landsby Anholt" projektet, hvor Norrdjurs Kommune på baggrund af henvendelse fra Anholt Borgerforening har hentet 100.000 kr. fra Region Midtjylland, samt selv medfinansieret 100.000 kr. til en udviklingsplan for Anholt, med udgangspunkt i behov fra øens borgere. Et andet eksempel er Norrdjurs Kommune engagerer sig med medarbejderressourcer i Anholt Dark Sky projektet.

- *Er der særlige strategier i forbindelse med bestemte situationer og/eller begivenheder? Vi tænker eksempelvis på dronningebesøget, og om der er*

*planer om en særlig indsats vedr. yderligere eksponering i forlængelse af besøget?*

Der er ansat en fuldtids projektleder i Norddjurs Kommune der skal stå for dronningebesøget. Projektlederen kan kontaktes på [rikt@norddjurs.dk](mailto:rikt@norddjurs.dk) omkring de konkrete indsatser og eventuel yderligere eksponering

- *Hvor ofte og hvordan revideres og evalueres indsatsen?*

Turismestrategien bliver revideret løbende, ligesom de tilhørende handleplaner løber for en 2-årig periode. Vi er i gang med at planlægge en konference, hvor der skal arbejdes med hvilke emner vil være de centrale at arbejde med indenfor bl.a. turisme. Datoen for denne er dog ikke fastlagt endnu.

- *Bliver lokale aktører inddraget i arbejdet, og i så fald hvem og hvordan?*

Der har været høring af politikken og tilhørende strategier tilbage i 2021 hvor disse blev udarbejdet sidst. Derudover kan man altid kontakte kommunen, såfremt man har nogle ønsker, emner eller input til turismearbejdet i kommunen.

### 3. DET FYSISKE KONTOR PÅ FÆRGEKONTORET PÅ ANHOLT

- *Hvad er kontorets ansvar og opgaver?*

Den personlige og fysiske turistinformation på Anholt. Besvare spørgsmål fra turister, der kommer ind på kontoret. Indhente oplysninger fra erhvervet om åbningstider og lign. og dele denne viden videre til VisitAarhus og Novasol. Opdatere Facebook og Instagram og her videndele øens begivenheder. Udarbejde opslag, der hænges ombord på færgen med info om, hvad der har åben/sker på øen (mest i ydersæsonen).

- *Hvordan skaber kontoret opmærksomhed og synlighed om sig selv?*

Ved opslag på færgen. 2 skilte på færgerkontorets ejendom. Derudover ved opslag på Facebook og Instagram. Vi overvejer også til sæsonen at lave opslag på diverse fysiske opslagstavler på øen.

- *Bliver lokale aktører inddraget i arbejdet, og i så fald hvem og hvordan?*

Turistkontoret ringer og taler med erhverv og andre aktører om, hvad der sker i div. forretninger.

### 4. VISITAARHUS

- *Hvad er VisitAarhus' ansvar og opgaver?*
- *Hvordan holder VisitAarhus sig ajour med aktuel udvikling og tendenser på Anholt og med turismesammensætningen på øen?*
- *Hvordan er processen omkring kampagner vedr. Anholt?*

- Hvordan bliver de til, og hvordan udvælges målgrupperne?
- Hvordan differentieres kampagnerne?
- Hvordan evalueres der på dem?
- Hvordan holdes [www.visitanholt.dk](http://www.visitanholt.dk) opdateret, og hvor ofte?
  - Hvor mange unikke besøgende er der årligt på landingssiden?
  - Hvor mange lander på siden via [www.anholt.dk](http://www.anholt.dk)?
- Bliver lokale aktører inddraget i arbejdet, og i så fald hvem og hvordan?

Hermed samlet svar fra VisitAarhus, der dog ikke ønsker at oplyse tal fra hjemmesiden:

Med udgangspunkt i resultatkontrakten mellem Norddjurs Kommune og VisitAarhus varetager VisitAarhus turismeindsatsen for kommunen, herunder også markedsføring.

Anholt indgår i vores kampagner med fokus på kyst- og naturturisme. Kampagnerne er digitale. Kampagnerne er digitale. Performance og evaluering følges løbende og optimeres på baggrund af det KPI-framework, som vi har lavet i samarbejde med VisitDenmark. Der optimeres fx på engagement.

Performance og evaluering Der arbejdes ud fra de målgrupper som er identificeret og beskrevet i potentiale analyse fra 2021. Analysen er baseret på data og interviews med potentielle gæster fra vores nærmarkeder: Tyskland, Holland, Norge, Sverige og England samt det danske marked.

De målgrupper vi går efter i forhold til Anholt er: Naturopladerne, De friluft aktive og i mindre grad Livsnyderne.

Se hele analysen her - målgrupperne er præsenteret på side 39:

<https://www.visitaarhusregionen.dk/sites/visitaarhusregionen.com/files/2021-12/visitaarhusregionen-kendskabs-og-potentialeanalyse-rapport.pdf>

I 2021 har vi haft et par sejlere fra @sailingmissarthur og en influent og fotograf fra @sarahinthegreen på besøg på Anholt over sommeren og efteråret. De formidlede den fantastiske natur til havs og på land og delte det med deres følgere, samtidig med at de leverede smukke fotos til inspiration og deling på @visitaarhusregion.

Anholt bliver profileret med en side i vores trykte destinationsguide, som distribueres i vores eget område (de 8 østjyske kommuner i samarbejdet).

VisitAarhus hoster og faciliterer [www.visitanholt.dk](http://www.visitanholt.dk).

VisitAarhus varetager gæsteservice for Anholt pr. telefon og mail året rundt og har indgået en samarbejdsaftale med Norddjurs Kommune og Grenaa Anholt Færgeservice om gæsteservice på Anholt.

VisitAarhus har sammen med Novasol og Grenaa Anholt Færgeservice inviteret til dialogmøde med turismevirksomhederne på Anholt i juni 2021. Det forventer vi at gøre igen.

## 5. SOCIALE MEDIER

- *Hvem står for sociale medier, Facebook og Instagram, og hvad er strategien?*
- *Bliver lokale aktører inddraget i arbejdet, og i så fald hvem og hvordan?*

Norrdjurs Kommunes kommunikationsafdeling står for kommunens overordnede sociale medier, med input fra kommunens afdelinger og medarbejdere, herunder turisme. Der er ikke for nuværende en præcis defineret strategi for sociale medier, men der arbejdes med at store begivenheder som fx Dronningebesøget kommer på kommunens officielle Facebook-side, mens eksempelvis "Hummerdage på Anholt" vil komme ind på oplevnorrdjurs Facebook-siden, der er mere turist- og eventbaseret side.