

NATURNÆTTER OG NATURNÆR OVERNATNING

**6. MAJ 2025
HENNE STRAND RESORT**



NATURNÆR OVERNATNING – HVORFOR?

- Udnytte kortferie-potentialet
- Tiltrække nye og højere forbrugende gæster → udenfor sæsonen
- Skabe unikke oplevelser i indlandet – evt. med høj tiltrækningskraft og brandværdi

campanyon

Aalborg

Ophold Køb et gavekort Bliv vært

Filter Datoer 2 voksne Overnatning

Glamping Hytte Minihytte Kuppel Trætophytte Shelter Yurt Telt

Luksus skurvognen 1.986 DKK per nat
Granly med...
Tjele, Danmark
★ 4.7 (95 anmeldelser)

Luksus skurvognen 1.986 DKK per nat
Sol-flora med...
Tjele, Danmark
★ 4.7 (102 anmeldelser)

Hærvæjshytten 1.110 DKK per nat
Nørre Snede, Danmark
★ 4.8 (32 anmeldelser)

Naturlen 1.753 DKK

Glamping i Føvad 1.516 DKK

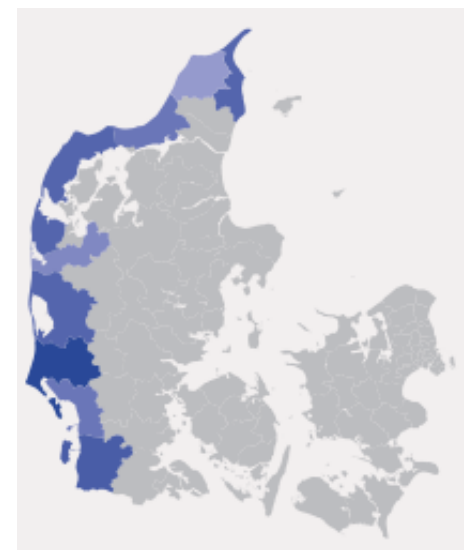
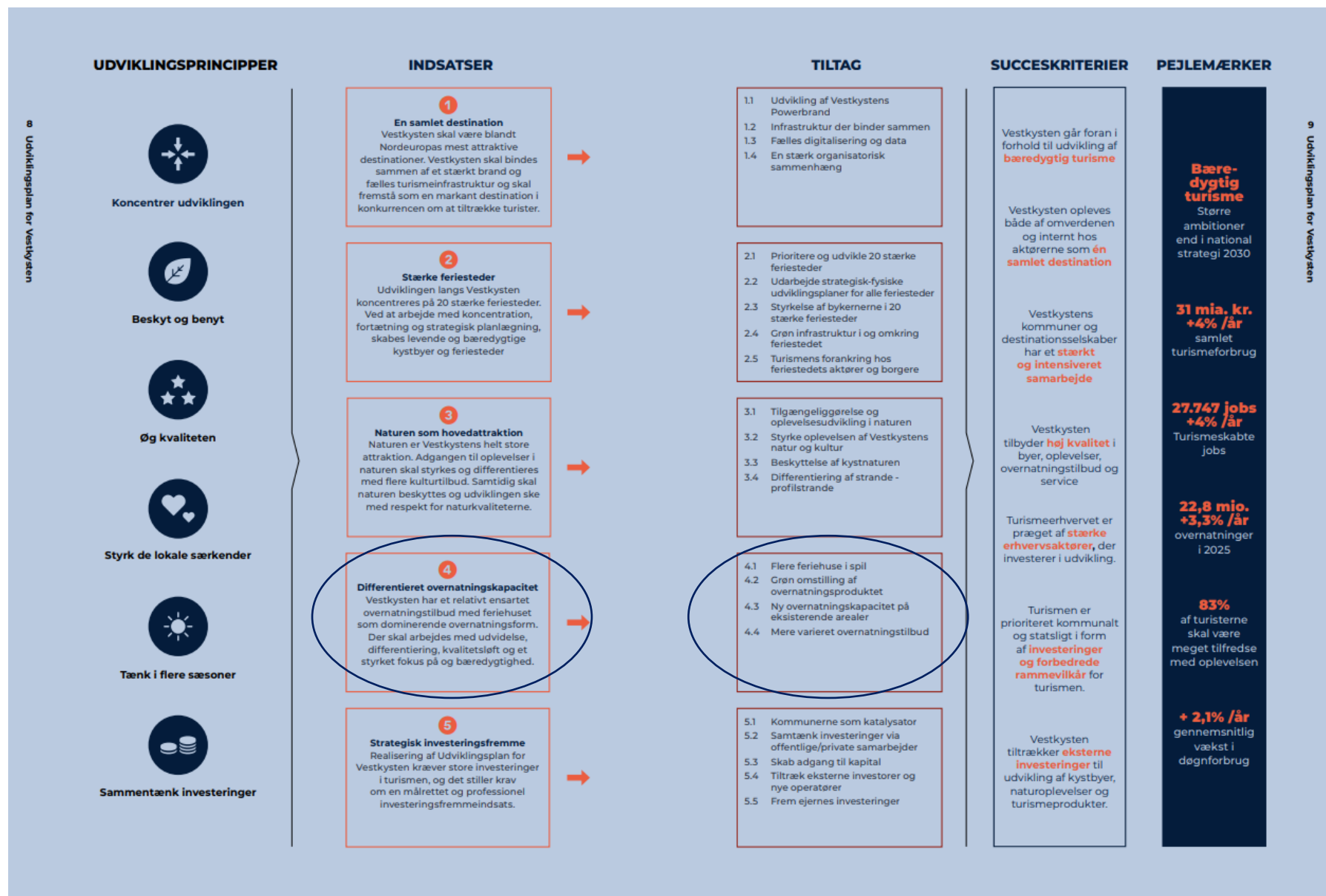
Lidslets Hytten 2.462 DKK

Denmark

mapbox



UDVIKLINGSPLAN FOR VESTKYSTEN (2021 – 2025)

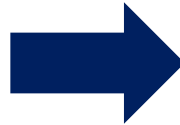


UDVIKLINGSPLAN FOR VESTKYSTEN (2021 – 2025)

INDSATS 4 – DIFFERENTIERET OVERNATNINGSKAPACITET

Vestkysten har et relativt ensartet overnatningstilbud med feriehuset som dominerende overnatningsform. Der skal arbejdes med:

- udvidelse,
- differentiering,
- kvalitetsløft og
- et styrket fokus på bæredygtighed



TILTAG

4.1 Flere feriehus i spil

4.2 Grøn omstilling af overnatningsproduktet

4.3 Ny overnatningskapacitet på eksisterende arealer

4.4 Mere varieret overnatningstilbud

HVORFOR?



NATURNÆTTER

PROJEKTPERIODE

1. april 2022 – 31. juli 2023

FORMÅLET

At styrke og nytænke de naturnære overnatningsmuligheder året rundt og ud fra kompromisløse bæredygtighedsprincipper.

TRENDS OG TENDENSER

- Et grønt skifte i forbrugernes holdninger og præferencer - der stilles højere krav omkring bæredygtighed.*
- En stigende efterspørgsel efter naturnære overnatningsformer i form af træhytter, glamping og tiny houses.*
- Kystkommunerne vil i højere grad dyrke lokale kvalitetskoncepter, som er integreret i nærmiljøer og lokale fællesskaber fremfor de traditionelle sommerhusudstyknings.*

FOKUSOMRÅDER

1. TRANSFORMATION: (EKSISTERENDE ENHEDER)

Transformationsforløb for fx campingpladser, lodsejere, B&B og motel med fokus på bæredygtighed. 1:1 forløb med 10 virksomheder. Output: Udviklingsplaner

2. NYE TYPOLOGIER (NYE OVERNATNINGSENHEDER)

Med afsæt i konkrete cases afsøgte man barrierer for overnatninger i fri natur, etablering af hytter på privat ejendom, overnatninger på vand og i naturparker mv.

3. ANALYSE OG PLATFORME

Markedsstudier, som kan belyse forbrugernes præferencer, værdiopfattelser og behov i forbindelse med oplevelser og overnatninger i naturen.

4. STÆRK OUTDOOR FORTÆLLING (INTERNATIONAL MARKEDSFØRING)

Eksperimenterende markedsføring i naturorienterede netværk og interessefællesskaber.

DEFINITION AF NATURNÆR OVERNATNING

- TELT
- CAMPERVAN
- GLAMPING
- SMÅ HYTTER
- TRÆTOPHYTTER
- YURT/JURT
- SURF SHACK
- GLASHYTTE
- BONDEGÅRD
- TINY HOTEL
- KUPPELHUS
- NATURHOTEL
- HEUHOTEL
- CAMPINGVOGN / CAMPLET

*"Naturnær
overnatning" =*

- En 'autentisk' forbindelse til naturen,
- en kontrast til hverdagen og
- en oplevelse af at være uforstyrret.

1. TRANSFORMATION

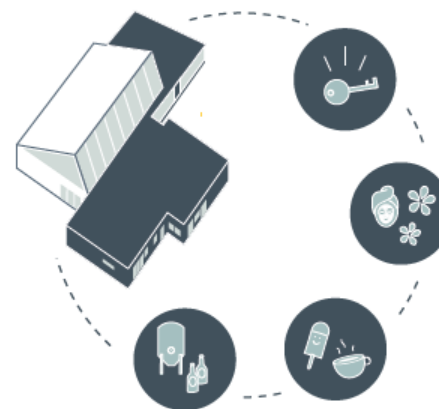
1. TRANSFORMATION: (EKSISTERENDE ENHEDER)

Transformationsforløb for fx campingpladser, lodsejere, B&B og motel med fokus på bæredygtighed. 1:1 forløb med 10 virksomheder. Output: Udviklingsplaner

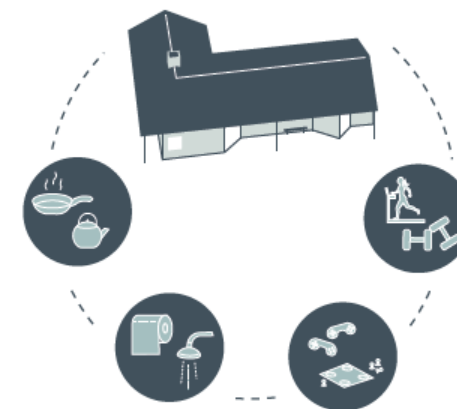
Case: Henne Strand Resort



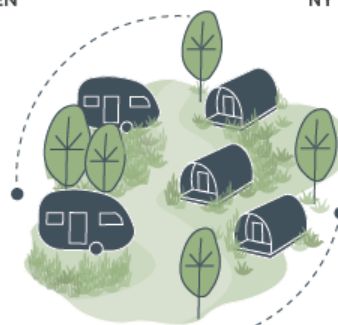
OPTIMERING AF PLADSEN



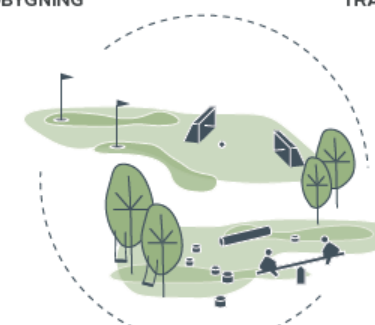
NY PLANLØSNING I HOVEDBYGNING



TRANSFORMATION AF SERVICEHUS



FREMHÆV LANDSKABET PÅ PLADSEN



SAMLE & KONCENTRER LEGEFACILITETERNE

2. NYE TYPOLOGIER

Med afsæt i konkrete cases afsøgte man barrierer for overnatninger i fri natur, etablering af hytter på privat ejendom, overnatninger på vand og i naturparker mv.

Cases i Destination Vesterhavet:

- *Boutique Hotel Fjordladen*
- *Nordsø Camping*
- *Udviklingsplaner*

Inden for 300 meter kyststrækning



Deltagere i projektet

Et stort tak til følgende aktører for at deltage i projektet NATURNÆTTER

Boutique Hotel Fjordladen

Grønhøj Skovtelte

Holmely

Polkrog og Living på Alrø

Naturperlen

Nordsø Camping

GrønThy

Loasen Vesterhede

Horsbjerg Natur

Gastronomien

Lynæs Surfcenter

Nysted Strand Camping

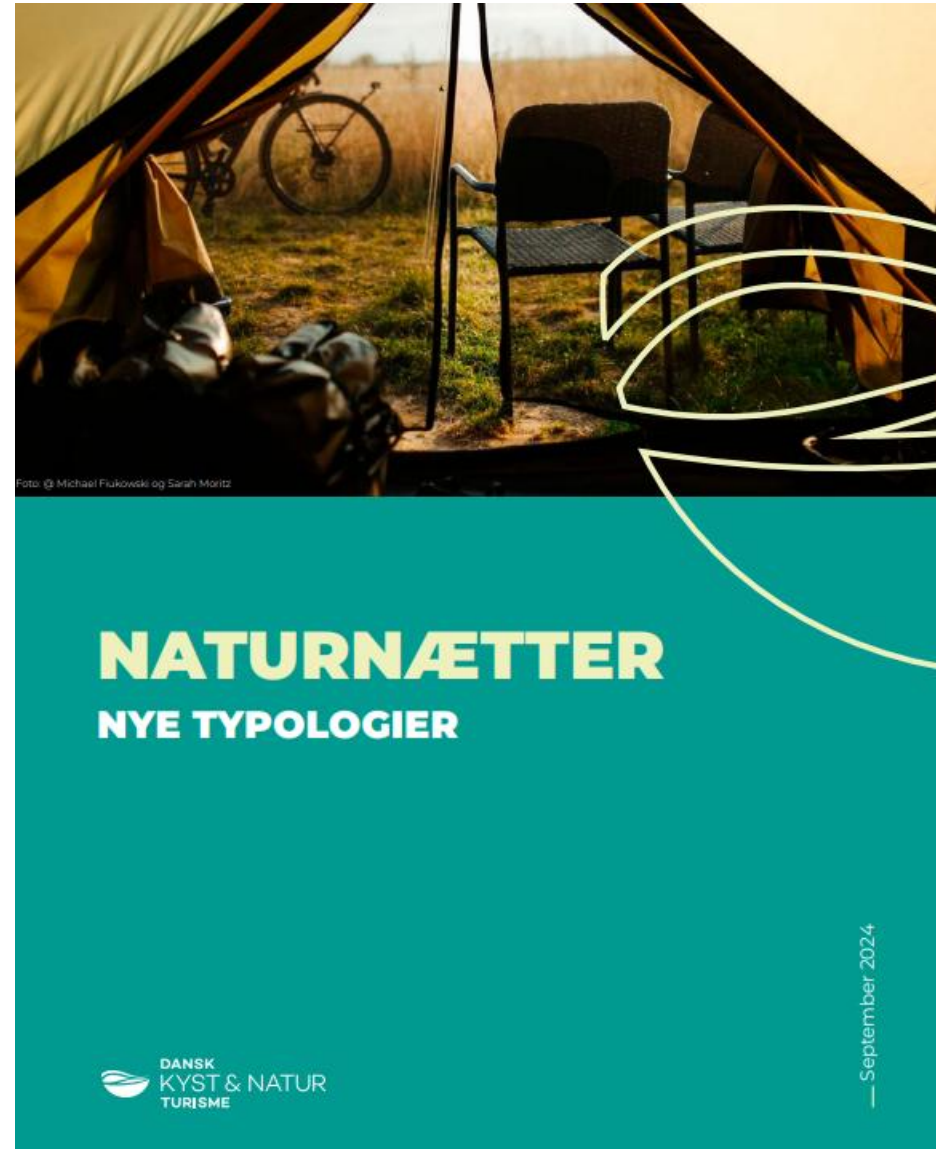
Lykkebjerg Ferie

Sjælegård

Fredensborg Naturglamping

Venø Seafood

2. NYE TYPOLOGIER

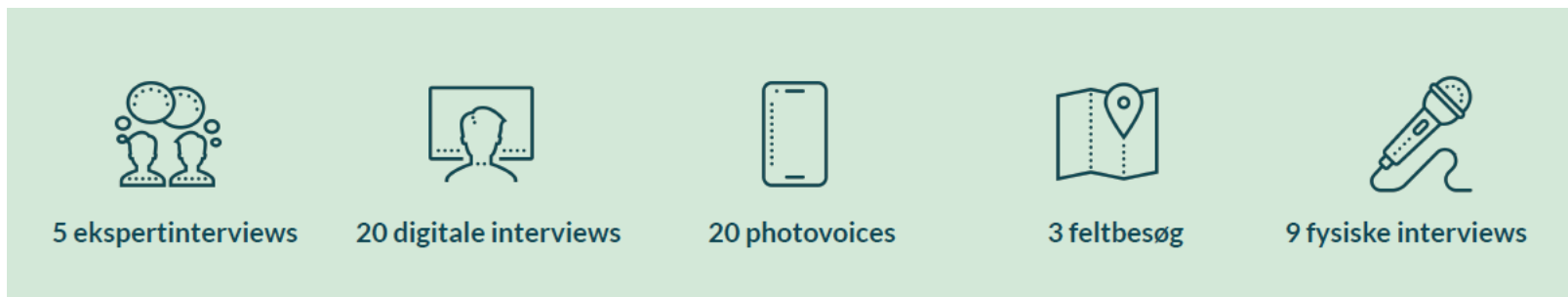


3. ANALYSE OG PLATFORME

Markedsstudier, som kan belyse forbrugernes præferencer, værdiopfattelser og behov i forbindelse med oplevelser og overnatninger i naturen



*"Naturnær overnatning" =
En 'autentisk' forbindelse til naturen, en kontrast til hverdagen og en oplevelse af at være uforstyrret.*



3. ANALYSE OG PLATFORME



KLASSISKE OUTDOORTURISTER

De klassiske outdoorturister, der søger den primitive oplevelse med så tæt kontakt til naturen og så få faciliteter som muligt.

Naturen som **udfordring**



NATURHYGGERE

Turister, der tager afsted for at hygge sig og opfylde deres sociale behov i rare omgivelser i naturen – væk fra hverdagen, men med hjemlige faciliteter.

Naturen som **hjemligt og socialt rum**



OUTDOORTURISTER MED KOMFORTBEHOV

Outdoorturister, som sætter pris på fleksibilitet og natur, men også har brug for at få opfyldt deres behov for bad, toilet, mad og en god seng at sove i.

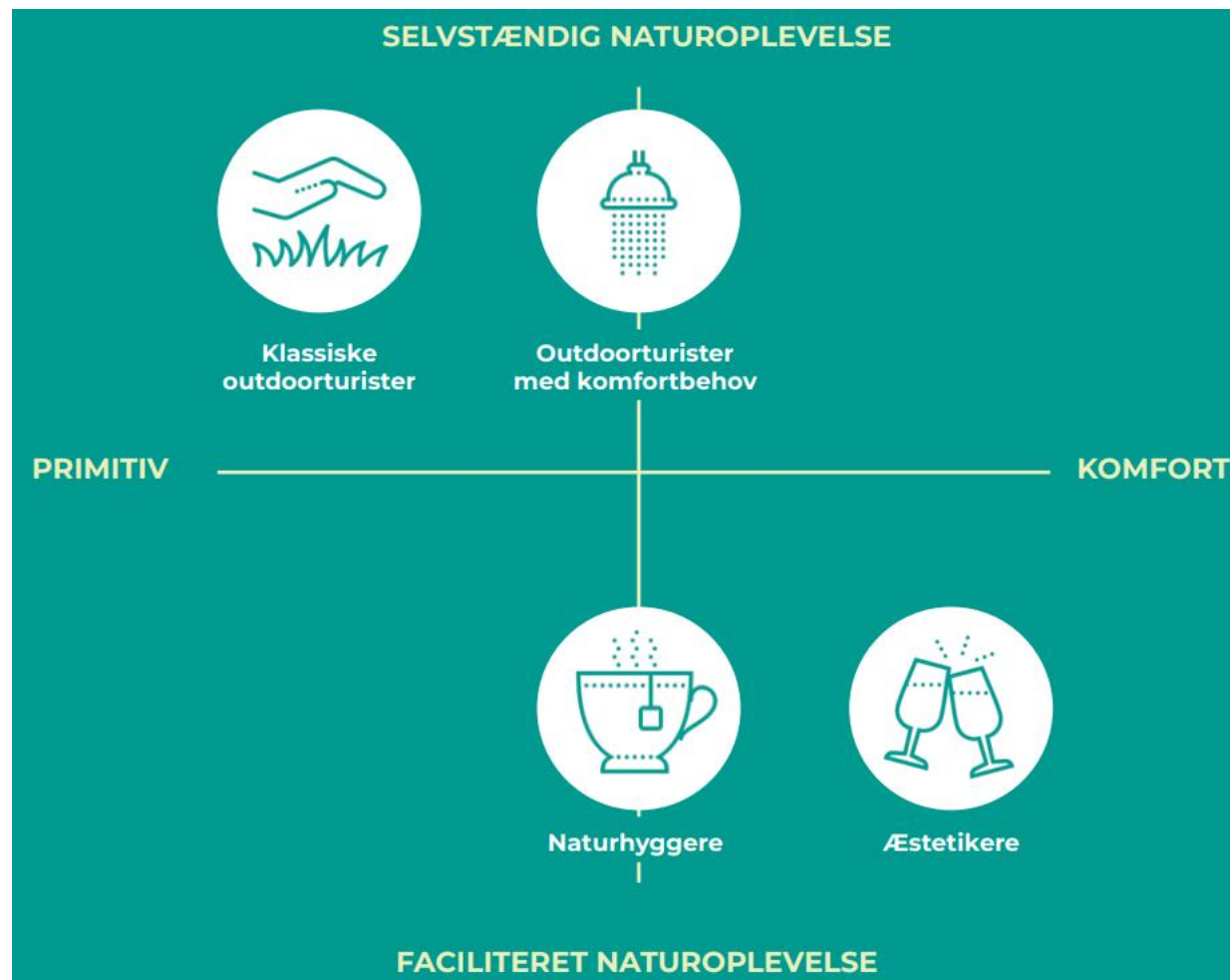
Naturen som **aktivitetsrum**



ÆSTETIKERE

Turister der efterspørger naturens skønhed og ro iscenesat i ekstraordinære rammer med et vist niveau af den komfort de kender fra hjemmet eller hotellet.

Naturen som **afslapning**



3. ANALYSE OG PLATFORME

Typiske markedsføringskanaler:

- Facebook, Google Ads og overnatningsstedernes hjemmesider

Mere nicheprægede markedsførings- og bookingkanaler:

- Secret Getaways
- Unknown Stay
- Truестory
- Campanyon (tidligere Owayy)
- Pinterest (specielt i Tyskland)
- Hinterland camp (specielt i Tyskland og Holland)
- Landreise (mindre udbydere)

Gæsternes søgen efter ferier og oplevelser, hvor de kommer helt tæt på naturen, har ført til nye start-ups som spændende afsætningskanaler for overnatningsprodukter i naturen.

4. STÆRK OUTDOOR FORTÆLLING

VISUELT INDHOLD VIGTIGT – HUSK

- "BONFIRE", stemningen, naturen → SoMe værdigt
- Billeder af høj kvalitet, der viser stedet
- Omgivelserne
- Faciliteterne

HUSK OGSÅ

- Brugervenligheden og design af website spiller en væsentlig rolle
- Formidlingen skal harmonere med opholdets kvalitet
- Bæredygtigheden: "Show and act it"



4. STÆRK OUTDOOR FORTÆLLING

Eksperimenterende markedsføring i naturorienterede netværk og interessefælleskaber.

Kampagner, reklamer i magasiner, Meta m.m. + samarbejde med Hinterland Camp

HINTERLAND CAMP

- www.hinterland.camp
- Hinterland App, Blog, Nyhedsbrev, Instagram
- Alder på kernemålgruppen: 25-50 år
- Bopæl: hele Tyskland med et lille fokus på byerne Hamborg, Berlin og München

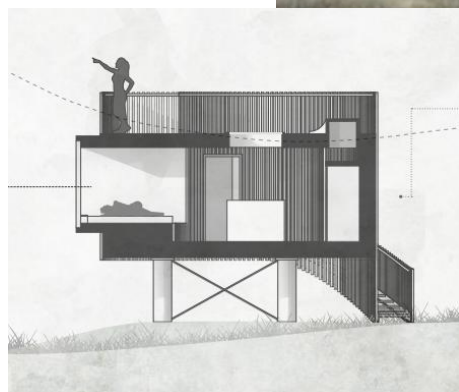
Hvorfor Hinterland?

- Tysklands førende platform for unikke ophold i naturen
- Tæt på den målgruppe, vi vil nå ud til
- 55.000+ users og app-downloads
- 27.000+ nyhedsbrevmodtagere
- 200.000 unikke besøgende per måned
- Reach på IG: 1,2 mio. mennesker

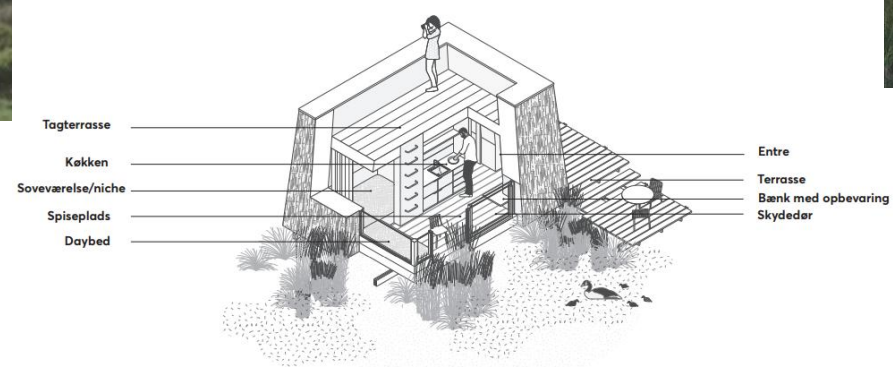


3 ARKITEKTONISKE SKITSEPROJEKTER

NORRØN



STUDIO HEIMA



STEDSE



TAK!

Lisbeth Jensen

Projektleder - Kultur & natur

+45 40 10 87 46

lisbeth@visitvesterhavet.dk

