



Turismestrategien – Tre parter

Udarbejdet af S sammenslutningen af sommerhusejerforeninger i Jammerbugt Kommune (SSJK) oktober 2025.

Sommerhusejerne og de fastboende er en del af turistproduktet og samtidig dem, der lever med konsekvenserne af turismen.

Hermed forslag til, hvordan et fælles ejerskab kan skrives ind eller afspejles i turismestrategien.

Problemstilling: Turismen som fælles system, ikke en ekstern branche

1. Sommerhusejerne ejer hovedparten af ”produktionsapparatet”

- I Jammerbugt Kommune udgør sommerhusene den absolut største del af overnatningskapaciteten.
- Det betyder, at turismeøkonomien hviler på private ejere, ikke på hoteller eller større erhvervsaktører.
- Kommunen kan derfor ikke udvikle turismen uden aktivt samspil med sommerhusejerne, der ejer, vedligeholder og finansierer den infrastruktur, som turismen bygger på.

2. Lokalsamfund og sommerhusejere er en del af samme oplevelse

- Det, der gør området attraktivt for turister natur, ro, rent miljø, gode stier, ordnede forhold, lokale tilbud, er præcis det samme, der betyder noget for dem, der bor og har sommerhus her.
- Turisme, naturforvaltning, infrastruktur og bosætning hænger derfor uløseligt sammen.
- Hvis turismen udvikles ensidigt, uden blik for lokal trivsel, svækkes områdets autenticitet og bæredygtighed, og dermed også det, turisterne kommer for.

3. Turismen opleves i hverdagen

- Turismen former hverdagslivet for både fastboende og sommerhusejere.
- Udbygning, trafik, naturbelastning, affald, tilgængelighed og service er fælles goder og fælles udfordringer.
- Derfor bør strategien bygge på en forståelse af, at turismen ikke kun skal skabe vækst, men også værdi for lokalsamfundet som helhed.

Hvordan dette kan afspejles i turismestrategien

1. Partnerskabsprincip

Strategien kan indeholde et princip om, at turismeudviklingen sker i partnerskab mellem kommune, erhverv, sommerhusejere og borgere.

“Turismen skal udvikles i samspil med dem, der bor, ejer og lever i området.”

Dette kan konkretiseres i et fast turismeråd eller følgegruppe, hvor sommerhusejerne er repræsenteret.



2. Fælles målsætninger for turisme og livskvalitet

Turismestrategien kan kobles til kommunens mål for natur, bosætning og trivsel, fx:

- Turister skal opleve den samme ro og kvalitet, som de lokale sætter pris på.
- Udvikling måles ikke kun i overnatninger, men også i lokal tilfredshed og miljøpåvirkning.
- Strategien bør bruge bæredygtighedsindikatorer, fx støjniveau, affaldshåndtering, trafiktryk og adgang til natur.

3. Kvalitetsturisme frem for kvantitetsturisme

Sommerhusejerne repræsenterer et produkt, hvor kvalitet, natur og ro er centrale værdier. Strategien bør derfor:

- Fremme længere ophold frem for flere korttidsophold.
- Tiltrække målgrupper, der værdsætter området for dets natur og autenticitet.
- Udvikle oplevelser året rundt, der ikke øger belastningen, men udnytter eksisterende kapacitet bedre.

4. Deling af data og viden

For at skabe fælles forståelse og tillid bør strategien indeholde et initiativ om fælles datagrundlag:

- Belægningsstal, gæsteprofiler, miljøbelastning og lokaløkonomiske effekter deles mellem kommune, udlejere og sommerhusejere.
- Det giver mulighed for datadrevet dialog.

5. Kommunikation og medfortælling

Turismestrategien kan betone, at sommerhusejerne er ambassadører for området. De formidler værdier, gæsterne tager med sig hjem – og skal derfor ses som en del af Jammerbugts brand.

Kommunen kan fx etablere:

- Et forum som fast dialogkanal med sommerhusejerne, eventuelt som et emne i nuværende dialogforum ("Januar"-mødet og "Formands"-mødet)
- Informationspakker til ejere og gæster.
- Samarbejde om kampagner for grøn og ansvarlig turisme.

Konklusion

Turismen i Jammerbugt er ikke en isoleret branche, den er et fælles system, båret af tusinder af private sommerhusejere og lokale borgere.

Det, der gør området attraktivt for turister, er det samme, der gør det værd at bo og eje sommerhus her.

En bæredygtig strategi skal derfor bygge på fælles ansvar, fælles værdier og fælles gevinster.