

STRATEGI FOR BÆREDYGTIG TURISMEUDVIKLING PÅ LÆSØ

2026-2030

Læsø Kommune

Pr. 10. november 2025



*NB: Strategien
Layouts af LTE, når
indholdet er godkendt
af kommunal-
bestyrelsen*

Indhold

Indledning.....	4
Læsø kandiderer til UNESCO Verdensarv	5
Sådan sikres en bæredygtig turismeudvikling	7
Læsø – et bæredygtigt øsamfund	10
Strategien i en national og regional kontekst	10
Strategiprocessen	11
Læsø i tal	12
Turismen på Læsø.....	13
Turismedefinition.....	13
Turismen i dag.....	15
Hvor stor er UNESCO-effekten?	29
Fremtidens turisme på Læsø.....	31
Strategiske indsatser.....	32
Udviklingsprincipper.....	33
Mobilitet	34
Overnatning.....	38
Signaturprodukter	40
Gæsteservice	43
Gæstestyring.....	46
Identitetsstyrkelse.....	49

Arbejdskraft	52
Forsyning.....	54
Kommunikation.....	55
Implementering og monitorering.....	60
Implementering.....	60
Monitorering.....	60
Noter	63

KAPITEL 1:

Indledning

På Læsø arbejder vi målrettet for at få øens øko-historie (fortællingen om samspillet mellem menneske og natur) med underliggende synlige kulturarv udpeget som UNESCO Verdensarv. Vores drøm er ambitiøs men opnåelig. Vi er stolte af vores historie og kulturarv og ønsker at vise den frem for lokale og turister.

Med en optagelse på UNESCOs Verdensarvsliste følger også et stort ansvar for at beskytte og bevare vores fælles kulturelle arv og hele vores øsamfund.

Vi ønsker en ø, hvor mennesker og natur trives, og som vi med stolthed kan vise frem til besøgende og give videre til kommende generationer.

Læsøs øko-historie er fortællingen om opgangstider, økologisk og økonomisk kollaps og bestræbelserne på igennem århundreder at tilpasse sig ændrede sociale, miljømæssige og økonomiske forhold. Opnår vi udpegningen som UNESCO Verdensarv, får vi en unik mulighed for at transformere og fremtidssikre vores ø og et afsæt for at arbejde strategisk og målrettet med udviklingen af Læsø som destination.

Formålet med denne strategi er at sætte en klar retning for, hvordan vi håndterer de økonomiske, sociale og miljømæssige potentialer og risici ved øget turisme på Læsø som følge af en udpegning som UNESCO Verdensarv – så Læsø kan bestå og fortsat være et attraktivt sted at bo og besøge.

Strategien er forankret hos Læsø Kommune. Men den kan kun realiseres i et tæt samarbejde mellem kommune, private virksomheder, foreninger og lokale borgere. Fællesskaber, fælles initiativer og partnerskaber bliver drivkraften til at nå konkrete resultater og realisere vores ambitiøse drømme. Samtidig er innovation og mod til at gå nye veje nødvendige egenskaber, når vi skal omstille os til de forandringer, som en UNESCO verdensarvsudpegning fører med sig.

Læsø kandiderer til UNESCO Verdensarv

Læsø kandiderer til UNESCO Verdensarv med afsæt i øens unikke historie og kulturarv knyttet til den middelalderlige saltsydning, kummerlandskabet, haverne og havedigerne og tanghusene.

Hvad er UNESCO Verdensarv?

UNESCO udpeger steder og områder som Verdensarv med afsæt i det internationale verdensarvsprogram. Programmets mål er at optegne, benævne og beskytte steder, som har enestående universel værdi, og som derfor betragtes som menneskehedens fælles arvegods. Verdensarvssteder omfatter både natur- og kulturarv, blandet arv samt immateriel arv.

Læsøs enestående historie og kulturarv med universel værdi

Ruinerne efter saltsydningen, tanghusene og haverne og havedigerne (hvor haverne stadig definerer landbrugslandskabet på Læsø) har ingen direkte paralleller andre steder i verden. Med optagelsen af Læsø på UNESCOs tentativliste i 2023, blev der sendt et markant signal om, at Læsøs historie og kulturarv har enestående universel værdi.

Salt spillede en centrale rolle i middelalderens handel og konservering af fødevarer. Fra 1100- til 1500-tallet havde Læsø Nordeuropas nordligste havsaltproduktion. Omfanget illustreres af de 1700 sydetomter på Rønnerne, som rummer ruinerne efter middelalderens saltproduktion. Området fremstår som et uforstyrret vidnesbyrd på verdens nordligste industri af sin art. Det gør området enestående i international sammenhæng.

Saltproduktionen krævede imidlertid store mængder af brændsel og førte til en omfattende skovrydning på øen. Konsekvensen var et økologisk og økonomisk kollaps og dannelsen af det tilsandede kummerlandskab.

Lokalbefolkningen fandt imidlertid løsninger og udviklede nye landbrugs- og byggeskikke som resultat af krisen. Manglen på træ førte til, at der fra 1600-tallet til 1900-tallet blev opført 300 huse bygget af vraggods, sten og ler og med ålegræs som tagmateriale. Gårde, vi i dag betegner som tanghuse.

Kvinderne spillede en central rolle i indsamling af materiale og udvikling af byggeteknikken og blev således grundlæggere af denne unikke kulturarv.

Et karakteristisk træk er sammenhængen mellem tanghusenes placering i agerlandskabet og de fælles-drevne marker, kaldet 'haver', omgivet af 'havediger'.

De cirka 30 tilbageværende tanghuse på Læsø vedligeholdes i dag med oprindelige metoder. En del af dem er fredede eller udpeget som bevaringsværdige.

Ålegræs er et brandsikkert, naturligt isolerende og meget holdbart byggemateriale, og tangshusene peger således i dag fremad i en samtid, hvor der, som følge af klimakrisen, er et stort globalt behov for at gentænke nutidens byggematerialer.

Læsø kan – med afsæt i de bevarede sydehytter og tanghuse, og med ager- og kummerlandskaberne – fremvise en unik kulturarv og samtidig formidle en enestående natur- og kulturhistorisk fortælling om misbrug af ressourcer og menneskelig tilpasning, innovation og bæredygtighed.

Tidshorisont for UNESCO-udpegningen

I oktober 2023 blev Læsø optaget på UNESCOs tentativliste, og den første, foreløbige ansøgning om optagelse som UNESCO Verdensarv blev indsendt i oktober 2024.

Vi modtog i oktober 2025 svar fra ICOMOS, som er det ekspertorgan under UNESCO, der vurderer ansøgningen. Vurderingen lød, at Læsøs øko-historie og synlige kulturarv har stor mulighed for at opfylde kriterierne for Verdensarv.

Den endelige ansøgning fremsendes til UNESCO i starten af 2027, og en eventuel udpegning forventes at ske i midten af 2028.

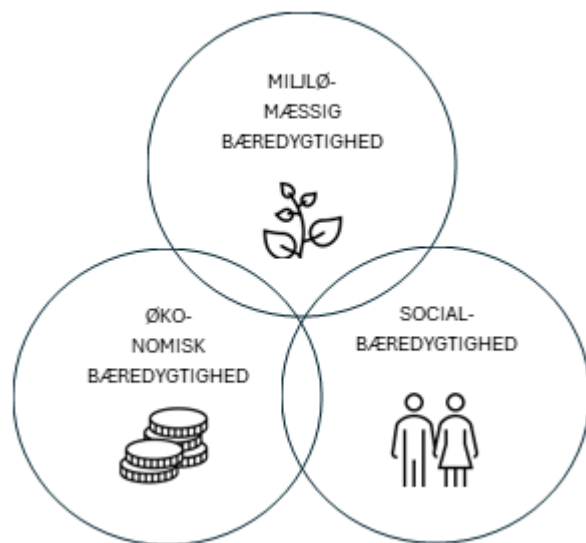
Sådan sikres en bæredygtig turismeudvikling

FNs internationale turismeorganisation (UN Tourism) definerer bæredygtig turisme som:

"Turisme, der til fulde tager hensyn til de nuværende og fremtidige økonomiske, sociale og miljømæssige konsekvenser ved at adressere behovene hos de besøgende, erhvervet, miljøet og værtssamfundet".

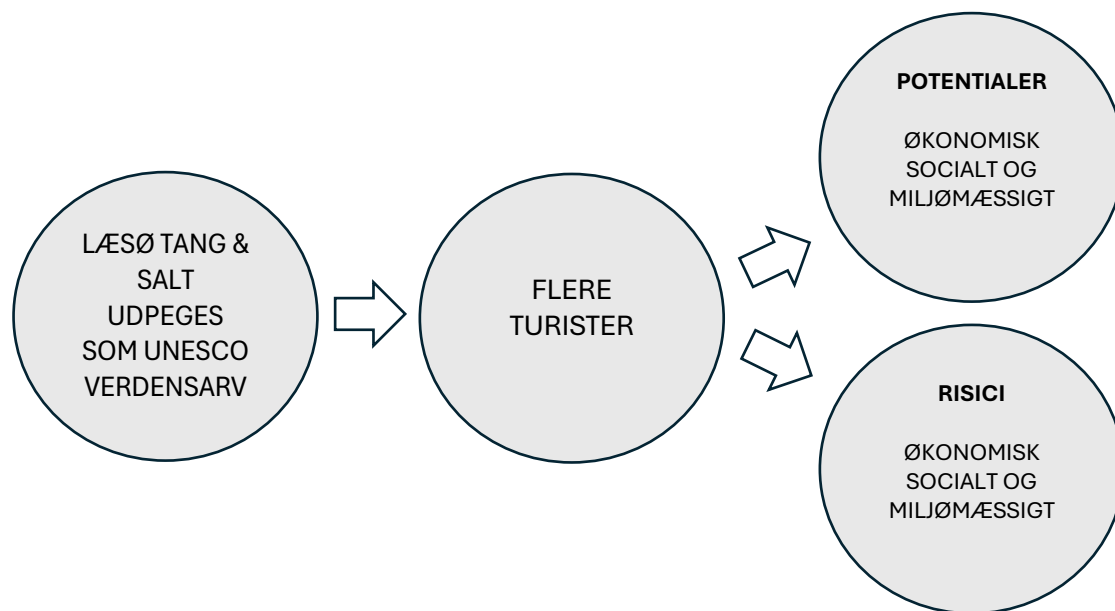
Strategien baseres på denne definition og fokuserer på såvel økonomiske som sociale og miljømæssige effekter ved øget turisme. Se figur 1.

Figur 1: Bæredygtig turismeudvikling har fokus på tre elementer



Hvis det lykkes at få TANG og SALT optaget som UNESCO Verdensarv, kan det skabe øget international opmærksomhed og øget turismetilstrømning. Flere turister på Læsø kan påvirke øsamfundet - både positivt og negativt. Figur 2 illustrerer disse sammenhænge.

Figur 2: Potentielle effekter ved en UNESCO-Verdensarvsudpegning



Turismens økonomiske aftryk og lokale værdiskabelse

Turismen på Læsø bidrager i dag til en betragtelig lokal værdiskabelse - både gennem turisternes direkte forbrug, erhvervslivets omsætning og de arbejdspladser, som turismen skaber. Hertil kommer de afledte skatteindtægter og afgifter, som genereres af turismeerhvervets aktiviteter og dem, der er beskæftiget i turismesektoren.

Det øgede skatteprovenu som forventes fra en øget turismetilstrømning på øen vil bidrage til at styrke den økonomiske bæredygtighed i kommunen ligesom, at det giver mulighed for at finansiere bedre velfærd, naturpleje, infrastruktur og bevaring af kulturarven. Alle sammen elementer, der understøtter turismes fortsatte udvikling på en bæredygtig måde.

Med denne strategi adresserer vi de mulige **økonomiske, sociale og miljømæssige** konsekvenser ved øget turisme på Læsø og fastlægger konkrete indsatser, der kan minimere de potentielle risici og realisere de potentielle gevinster.

Hensigten er at være på forkant, så vores øsamfund er klar til at håndtere fremtidige forandringer i turismetilstrømningen. Derfor er strategien udviklet, så de første indsatser kan igangsættes allerede i dag - dvs. mere end to år før en forventet UNESCO Verdensarvsudpegning.

Læsø – et bæredygtigt øsamfund

Læsø Kommune har en overordnet ambition om at opretholde et bæredygtigt øsamfund (se boks).

Denne strategi for bæredygtig turismeudvikling på Læsø skal bidrage til at virkeliggøre kommunens overordnede ambition. Strategien skal samtidig understøtte, at turismens lokale omsætning, beskæftigelse og skatteprovenu bidrager til kommunens økonomiske bæredygtighed - og dermed til fortsat lokalt selvstyre og serviceudbud. Med sit fokus på følgerne af øget turisme supplerer strategien også kommunens øvrige politikker, planer og strategier.

Strategien i en national og regional kontekst

Strategien for bæredygtig turismeudvikling på Læsø understøtter ligeledes regeringens nationale turismestrategi, *Veje til bæredygtig turismevækst, 2024*, som har mål om at øge omsætningen, øge antallet af overnatninger og skabe en bedre sæsonudligning mellem højsæsonen (juli og august) og resten af året, frem mod 2030. Alt sammen på en måde, der er både socialt og miljømæssigt bæredygtig.

Omsætning, overnatninger og sæsonudligning er væsentlige for at fremme positive og bæredygtige effekter – også på Læsø – til fordel for lokale virksomheder, kultur- og naturattraktioner samt oplevelsesmuligheder, og som samtidig kan være med til at skabe og opretholde et godt sted at bo og besøge – året rundt.

Denne strategi er udarbejdet sideløbende med *Udviklingsplan Nord, 2025*ⁱ, som dækker 6 kommuner i Nordøstjylland. Strategien understøtter den vision og de mål, der er opstillet i udviklingsplanen. Strategien har imidlertid også et specifikt afsæt i den turismetilstrømning, der knytter sig til UNESCO-udpegningen og de potentialer og risici, der følger heraf.

LÆSØ KOMMUNES AMBITION

"Den langsigtede ambition for Læsø Kommune er at skabe et økonomisk og demografisk bæredygtigt øsamfund, der fortsat understøtter et lokalt kommunalt styre. Herunder er det visionen at udvikle rammerne for turisme og lokale erhvervsdrivende for at fremme beskæftigelse og på sigt en bæredygtig og stabil bosætning med en balanceret demografisk profil. Det er således ambitionen, at Læsø skal være et bæredygtigt øsamfund, hvor turisme, erhverv og bosætning er i udvikling og gensidigt understøtter hinanden, samt et sted hvor beboere og gæster lever "Det gode liv"."

*Læsø Udviklingsstrategi 2030 (Implement
rapporten, side 6)*

Strategiprocessen

Arbejdet med strategien har fundet sted i 2025.

Lokale borgere, erhvervsdrivende, foreninger og lodsejere er blevet involveret flere gange undervejs. Dels i forbindelse med identifikation af risici og potentialer, dels med udarbejdelse af ideer til mulige indsatser.

Inddragelsen er foregået gennem workshops, spørgeskemaer og interviews, som har været nøgleaktiviteter i processen. Formålet med inddragelsen var både at opnå indsigter og viden samt at skabe en forankring af strategien hos de parter, som en øget og ændre turisme vil berøre, samt andre parter, som skal medvirke til at gennemføre strategiens indsatser i de kommende år.

Læsø Verdensarv ApS har - på vegne af Læsø Kommune - haft ansvaret for projektet. Processen er blevet tilrettelagt, udarbejdet og gennemført af Destination NORD med bistand fra LINE WAGENER CONSULT. Læsø Turist- og Erhvervsforening har bl.a. bidraget med lokale turismedata og tal og har kvalitetssikret strategiens kapitel 2. Projektet er støttet af midler fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Læsø Kommunes kommunalbestyrelse er løbende blevet orienteret, og medlemmer af kommunalbestyrelsen har bidraget med input undervejs på linje med de øvrige interessenter.

Kommunalbestyrelsen har godkendt strategien den xx/xx. *[måned og årstal indsættes efter godkendelse]*

Læsø i tal

			
Indbyggere	Areal	Befolkningstæthed	Kystlinje
1.704	122 km ²	14 indbyggere/km ²	162 km

	
Beskyttet natur	Skov
45 % af øens areal	23 % af øens areal

	
Tanghuse	Ruiner efter saltsydehytter
30	1700

KAPITEL 2:

Turismen på Læsø

Dette kapitel definerer turisme og beskriver den nuværende turismesituation på Læsø og de ændringer, der forventes som følge af en UNESCO-udpegning.

Turismedefinition

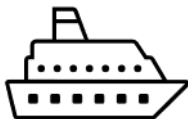
For at kunne håndtere de potentielle risici og gevinster ved øget turisme på Læsø er det relevant at tage højde for alle typer af turister, der besøger Læsø. Derfor bygger strategien på den officielle, internationale definition af turisme, som lyder:

”Turister er en delmængde af rejsende, for hvem rejsen foregår uden for personens sædvanlige miljø, i mindre end et år og med andet formål end at være ansat på den besøgte lokalitet.”

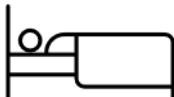
Denne brede definition omfatter turister, der overnatter på større og mindre overnatningssteder; turister, der bor gratis hos familie og venner eller overnatter i eget eller lånt feriehus; turister der overnatter primitivt i naturen samt endagsturister, der rejser ud og hjem samme dag.

Denne brede definition benyttes også af VisitDenmark, når turismens økonomiske betydning beregnesⁱⁱ.

ANKOMST TIL LÆSØ

		
1 færge 90 minutter	2 lystbådehavne	1 flyveplads

TURISTER - NØGLETAL

		
158.797 kommercielle overnatninger 2024	301 mio kr. i turismeforbrug 2022	103.078 turister ankom med færgen til Læsø i 2024 (tilrejsende)

Turismen i dag

Det er muligt at ankomme til Læsø på tre forskellige måder.

Langt størstedelen af Læsøs turister ankommer med færgen fra Frederikshavn til Vesterø. De to lystbådehavne i Østerby og Vesterø er den anden indgang til øen, mens den lokale flyveplads udgør det tredje ankomstpunkt.

I det følgende præsenteres foreliggende data, som tilsammen tegner et billede af det nuværende gæstetryk og sammensætningen af Læsøs turister.

Overnatningskapacitet

Læsøs primære overnatningskapacitet er feriehuse. Der er 1.016 feriehuse på øen og cirka en tredjedel af disse udlejes kommercielt via et bureau.

Øen har to campingpladser med i alt 230 standpladser og 33 hytter, to lystbådehavne med 380-430 bådpladser og to autocamperpladser.

Overnatningskapaciteten består herudover af en række mindre bed and breakfasts, guest houses og mindre hoteller, der tilsammen råder over cirka 400 sengepladser. I opgørelsen er udelukkende medtaget overnatningssteder, der pt er i drift.

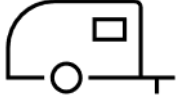
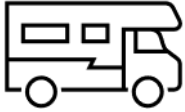
Herudover er der cirka 130 sengepladser på Læsø Efterskole. Denne kapacitet vil dog forsvinde, når efterskolen fra august 2026 forventeligt modtager elever.

Endelig findes 7 primitive naturovernatningspladser med shelters på øen.

Læsø har ingen permanente overnatningssteder med over 40 sengepladser, og ingen af øens overnatningssteder er bæredygtighedscertificerede.

OVERNATNINGSKAPACITET

			
1016 feriehuse	6 feriehusbureauer	Hoteller, bed and breakfast, ferielejligheder mv.	2 lystbådehavne
365 feriehuse udlejes gennem udlejningsbureau		380-420 sengepladser (ekskl. efterskolens ca. 130 sengepladser)	220-280 bådpladser i Østerby og 150 bådpladser i Vesterø

		
2 campingpladser	2 autocamperpladser	7 naturlejrpladser
230 standpladser 33 hytter		

Antal overnatninger på Læsø

Antallet af **kommercielle overnatninger** på Læsø er opgjort til **158.797** i 2024ⁱⁱⁱ.

Dette er det officielle tal, som er beregnet af Danmarks Statistik på baggrund af indberetninger fra Læsøs feriehusbureauer, lystbådehavne, campingpladser samt overnatningssteder med mere end 10 sengepladser. Overnatninger i de kommercielt udlejede feriehuse udgør 95.560 af disse.

Qua øens mange mindre overnatningssteder og de mange feriehuse, der anvendes af fritidslæsøboere og udlejes privat, er det væsentligt at være opmærksom på, at det faktiske, samlede overnatningstal for Læsø er betydeligt højere end antallet af 'kommercielle overnatninger'.

I det følgende præsenteres foreliggende turismetal, der kan supplere de officielle overnatningstal og give et mere nuanceret billede af turismesituationen på Læsø.

Turister, der ankommer med færgen - tilrejsende

Ialt ankom **133.257 personer** med færgen til Læsø i 2024. Tallet dækker antal *tilrejsende* til øen.^{iv}

Antallet af tilrejsende til Læsø var i 2024 betydeligt lavere end i årene 2020 og 2021. Det skyldes blandt andet, at det var gratis at rejse med færgen hen over sommeren i de to år som et led i regeringens sommerpakke, der skulle stimulere turismen i Danmark under COVID-19 pandemien. Antallet af tilrejsende i 2024 ligger dog også under niveauet for årene 2018 og 2019, dvs. inden COVID-19-pandemien. Se figur 3 herunder.

Figur 3: Antal tilrejsende personer med færgen til Læsø, 2018-2024

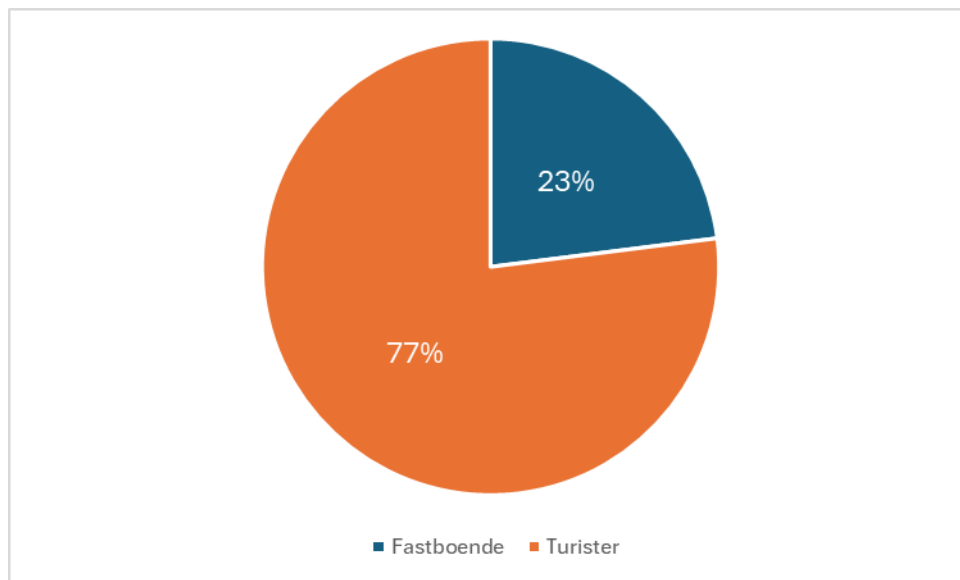


Kilde: Læsøfærgen

Ud af de 133.257 personer, der ankom med færgen til Læsø i 2024, var 30.179 personer fastboende på Læsø, svarende til 23 % af alle tilrejsende^v.

Turister udgør således de resterende 77 %, svarende til, at der i 2024 ankom i alt **103.078** turister til Læsø med færgen. Se figur 4.

Figur 4: Fordelingen af tilrejsende fastboende og turister med Læsøfærgen. 2024



Kilde: Læsøfærgen. N= 133.257

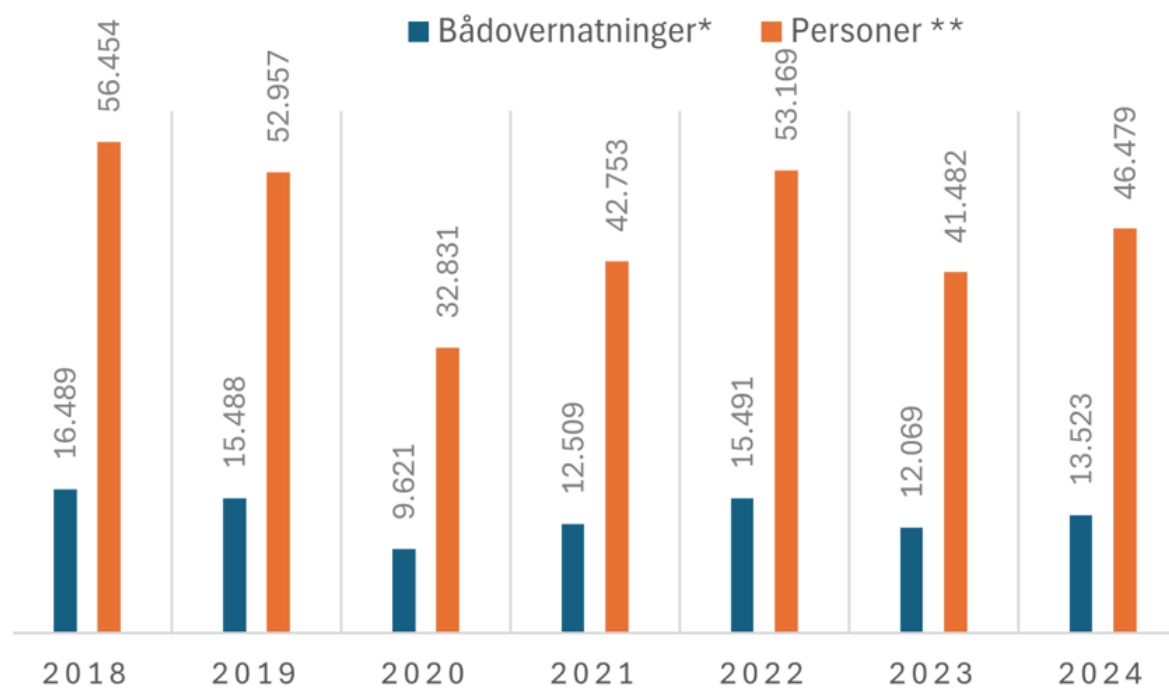
Færgedata viser ydermere, at 18.724 af de tilrejsende passagerer, der ankom i bil med Læsøfærgen var sommerhusejere. Sommerhusejerne - også kaldet fritidslæsøboere - udgjorde således knap en femtedel (18 %) af alle tilrejsende turister, der ankom med færgen i 2024.

Turister, der ankommer i egen lystbåd

De to lystbådehavne i hhv. Østerby og Vesterø besøges hvert år af mange lystsejlere.

Der blev registreret 13.523 bådovertatninger i øens lystbådehavne i 2024, hvilket svarer til 46.479 personovernatninger^{vi}. Som det fremgår af figur 5, var antallet af overnatninger i havnene i 2024 højere end i 2023 og de to COVID-19-år, men lavere end i 2022 og årene før COVID-19.

Figur 5: Antal bådovernatninger og personovernatninger i Læsøs to lystbådehavne, 2018-2024



Overnatningerne i de to lystbådehavne udgjorde knap en tredjedel (29 %) af Læsøs i alt 158.797 kommercielle overnatninger i 2024.

Turister, der ankommer med fly

Læsøs flyveplads har meget begrænset betydning som ankomstpunkt for turister. Kun cirka 450 personer ankom med fly til Læsø i 2024. Der foreligger ikke oplysninger om, hvor mange af disse var turister, eller om disse personer overnattede på øen.

Nationalitet: Læsøs turister kommer primært fra Danmark

Langt de fleste turister på Læsø er fra Danmark.

Der findes ikke et samlet overblik over turisternes nationalitet, men når oplysninger fra forskellige kilder sammenholdes, er tendensen tydelig: Danskerne er den største gruppe, herefter følger tyskerne.

Danskere udgjorde 92 % af de tilrejsende, der ankom med *færgen* i 2024. Tyskerne var den næststørste gruppe (3,5 %), mens svenskere og nordmænd tegnede sig for hhv. 2 og 1 %.

Danskere foretog 45 % af de i alt 158.797 *kommercielle overnatninger* på Læsø i 2024. Tyskerne er den næststørste gruppe med 31% af overnatningerne. Herefter følger svenskerne (16 %) og nordmænd (6 %), mens turister fra øvrige lande kun står for 2 % af de kommercielle overnatninger.

Data fra *Læsø Pakkerejser ApS* (en online bookingplatform til fælles markedsføring af overnatning og arrangementer på Læsø) viser samme tendens med en overvægt af danskere: I 2024 var 88 % af de bookede overnatninger gennem Læsø Pakkerejser foretaget af danskere. Tyskere stod for 8 % af overnatningerne og nordmænd knap 2 %. De resterende godt 2 % af overnatningerne blev booket af turister fra andre lande.

I de *kommercielt udlejede feriehuse* er danskerne også den største gruppe: 51 % af overnatningerne i 2024 blev foretaget af danskere, mens tyskerne havde booket 45 % af overnatningerne. Norske turister foretog 2 % af overnatningerne, mens øvrige nationaliteter tegner sig for de resterende 2 %.

I *lystbådehavnene* var knap hver tredje (29 %) overnattende gæst i 2024 en dansker. Svenskerne var den største gruppe, idet de tegnede sig for 45 % af overnatningerne i 2024. Tyskerne udgjorde 9 %, nordmænd 3 % og øvrige nationaliteter 3 %.

Læsøs højsæson er kort og spids

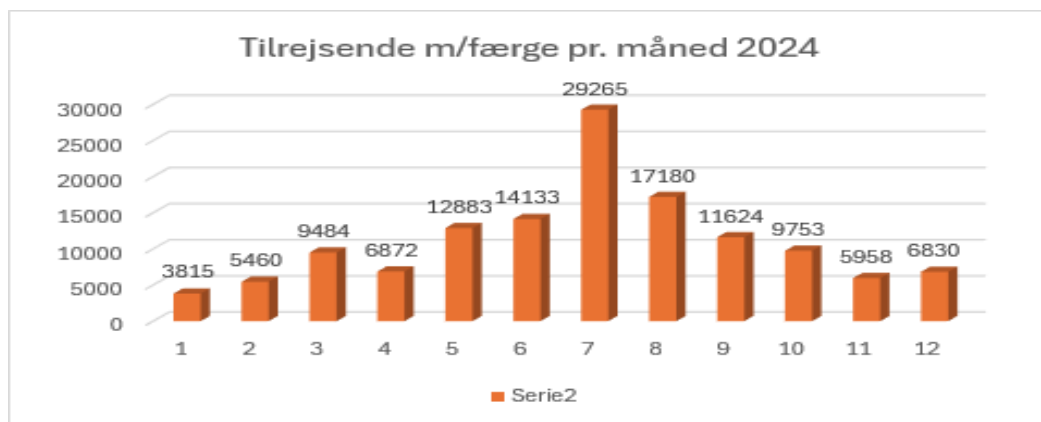
Turismen peaker i juli og august på Læsø, mens der er stille på øen i vinterhalvåret. Det viser både de kommercielle overnatningstal og færgeedata.

55 % af Læsøs kommercielle overnatninger blev i 2024 foretaget i juli og august, mens de resterende 45 % af overnatningerne er fordelt over årets øvrige 10 måneder.

Tilsvarende ankom 35 % af alle tilrejsende med færgen i juli og august måned, se figuren 6.

Sommerhalvåret (de seks måneder fra maj til oktober) tegner sig for 71 % af samtlige ankomster med færgen. Antallet af tilrejsende i vintermånederne (november, december, januar og februar) er lavt og udgør kun 7 % af årets samlede antal ankomster til øen.

Figur 6: Antal tilrejsende med færgen til Læsø fordelt på måneder, 2024



Kilde: Læsøfærgen

Flest overnattende turister – kun få endagsturister

Langt størstedelen af Læsøs turister overnatter på øen. Endagsturister udgør kun en lille andel af øens besøgende.

I 2024 solgte Læsøfærgen i alt 3.367 endagsbilletter i månederne juni, juli og august. Det svarer til knap 6 % af det samlede antal tilrejsende i de tre måneder tilsammen.

Den forholdsvis lange rejsetid til øen med færgen (90 minutter hver vej) samt den lange afstand til nærmeste lystbådehavn underbygger billedet, at de fleste turister først forlader øen efter mindst én overnatning. Havnefogederne i Østerby og Vesterø vurderer således også begge, at den overvejende del af lystbådene bliver i havnene i flere dage.

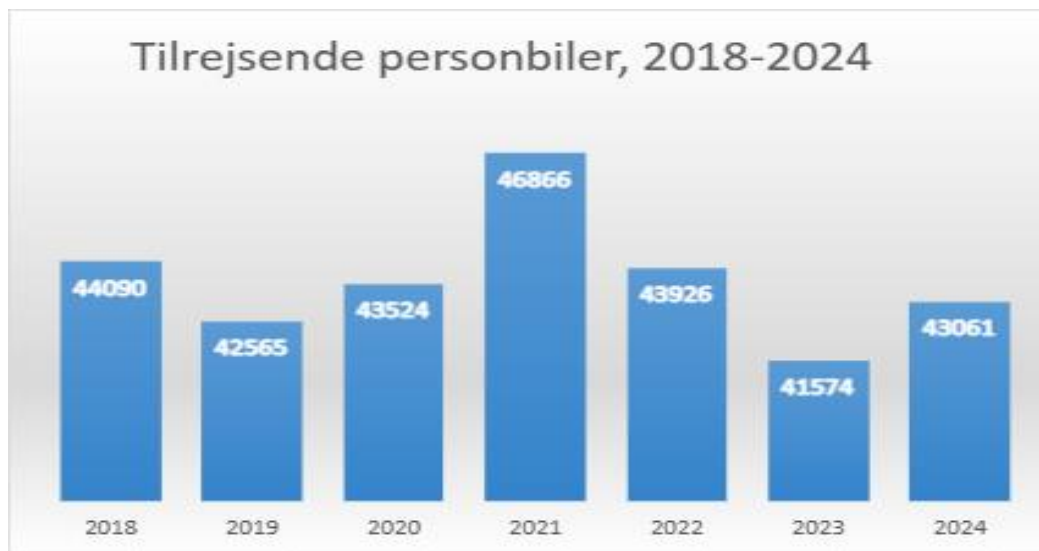
Køretøjer: Turistbusser, autocampere, campingvogne og personbiler

Det oplevede gæstetryk handler ikke udelukkende om antallet af turister, der besøger Læsø, men også om, hvorledes turisterne bevæger sig rundt på øen.

Data fra Læsøfærgen viser udviklingen i antallet af køretøjer, der ankommer til øen med færgen.

Antallet af personbiler, der ankommer til Læsø, har varieret mellem godt 41.000 til knap 47.000 i perioden 2018-2024. Se figur 7.

Figur 7: Antal tilrejsende personbiler med Læsøfærgen, 2018-2024

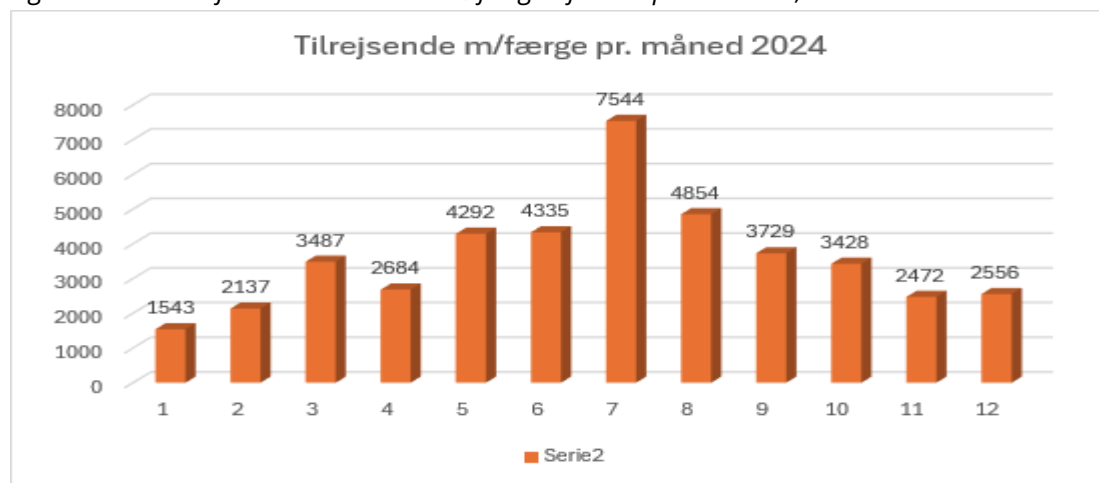


Kilde: Læsøfærgen

I 2024 ankom i alt 43.061 personbiler med færgen til Læsø. Heraf var 10.852 bilbilletter købt af lokale fastboende. Det svarer til, at turister samlet set medbragte **32.209** biler til Læsø i 2024.

Juli er den måned, hvor flest biler ankommer til Læsø. 18 % af samtlige biler, der kom med færgen i 2024, ankom i denne måned. Se figur 8.

Figur 8: Antal tilrejsende biler med Læsøfærgen fordelt på måneder, 2024

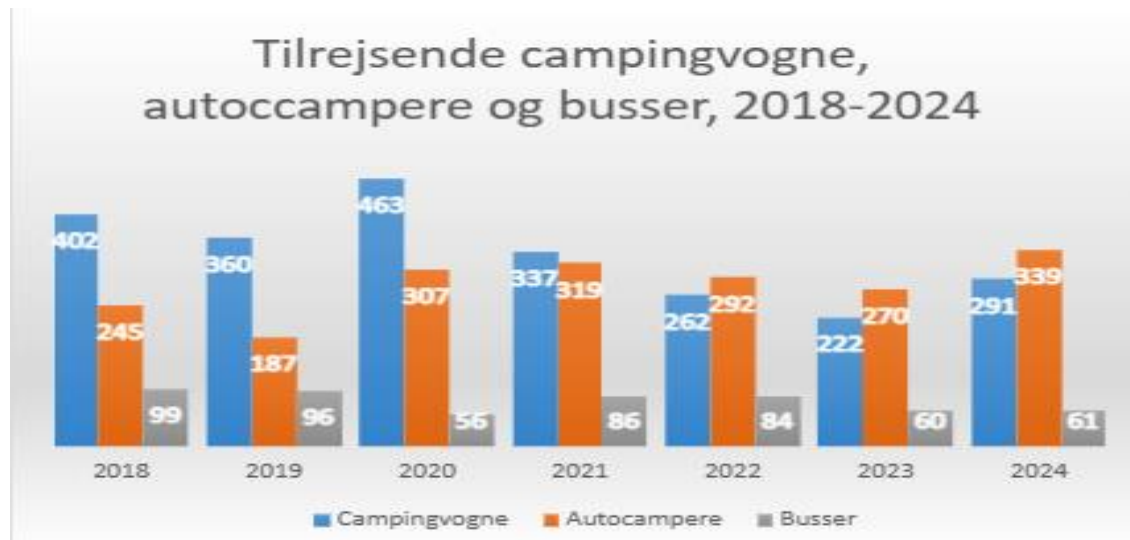


Kilde: Læsøfærgen

Mens cirka hver fjerde bil, der ankom til Læsø med færgen i 2024, tilhørte en fastboende, antages det, at langt størstedelen af de campingvogne og autocampere, der ankom til øen blev kørt af turister.

Figur 9 viser udviklingen i antallet af campingvogne, autocampere og turistbusser, der har besøgt Læsø i perioden 2018 til 2024.

Figur 9: Antal tilrejsende campingvogne, autocampere og busser med færgen, pr. år, 2018-2024



Kilde: Læsøfærgen

I 2024 ankom 61 turistbusser til Læsø. Antallet ligger på niveau med det foregående år men er knap 40 % lavere end i årene inden COVID-19 pandemien. I 2018 og 2019 ankom henholdsvis 99 og 96 turistbusser til øen. En tilsvarende nedadgående udvikling ses i antallet af campingvogne: I 2024 ankom 291 campingvogne til Læsø, hvilket er et fald på godt 27 % sammenlignet med 2018.

Antallet af autocampere er – i modsætning hertil - steget. I 2024 ankom 336 autocampere med færgen til Læsø. Det er 38 % flere end i 2018, og det højeste antal i hele perioden 2018-2024.

For både campingvogne og autocampere gælder det, at de fleste køretøjer ankommer i juli og august. 57 % af alle campingvogne ankom i juli og august i 2024. Tilsvarende ankom 54 % af alle autocamperne i de to højsæsonsmåneder.

Turibussernernes højsæson er en anelse forskudt, idet juni og august er de mest populære besøgs måneder - her ankom henholdsvis 30 % (juni) og 23 % (august) af busserne.

Hvor stor er UNESCO-effekten?

UNESCO Verdensarv er et stærkt internationalt brand, som tiltrækker mange kultur- og naturinteresserede turister til unikke sites verden over. TANG og SALT rummer fortællingen om århundredes kulturarv og har som UNESCO Verdensarv potentialet til at vække stor interesse hos nye turistgrupper på øen.

Kulturturister - et stort segment

Undersøgelser fra VisitDenmark viser, at 55 % af de udenlandske turister i Danmark kan karakteriseres som kulturturister. Kultur, historiske seværdigheder, design og arkitektur er væsentlige motiver for at vælge at holde ferie i Danmark. De udenlandske kulturturister rejser især som par eller venner, men også som familier med børn. Kulturoplevelser kombineres med andre aktiviteter på ferien herunder blandt andet oplevelser i naturen.

Også blandt danskerne fylder kulturturisterne meget: Hver tredje dansker har kulturoplevelser som en af flere grunde til at vælge at holde ferie herhjemme.

For 80 % af de udenlandske og 60 % af de danske kulturturister har et miljøvenligt rejsemål betydning for valg af rejsedestination^{vii}.

UNESCO Verdensarv er et stærkt brand

VisitDenmark vurderer – i forlængelse af kulturturismeundersøgelsen - at UNESCO Verdensarv er et anerkendt og indarbejdet brand og et vigtigt afsæt for at kunne tiltrække internationale turister. At blive optaget på UNESCOs Verdensarvsliste betyder, at man er blåstemplet som et troværdigt og autentisk rejsemål og rykker op i 'must see klassen'^{viii}.

UNESCOs Verdensarvsliste blev grundlagt i 1972. I 1978 blev de første steder optaget på listen. I dag omfatter Verdensarvslisten mere end 1200 steder, heraf 12 i Danmark. Listen er mangfoldig og omfatter både landskaber, byer, bygninger og monumenter.

Videnskabelige undersøgelser giver ikke et entydigt svar på, præcis hvilke effekter en UNESCO-Verdensarvstitel medfører. Men stigninger i antallet af turister er påvist mange steder, ligesom at en række undersøgelser har påvist positive socioøkonomiske gevinster^{ix}.

UNESCO konkluderer selv, at det sjældent er selve titlen alene, der skaber forandringer, men at det især er de lokale aktørers handlinger, tiltag og investeringer, før og efter udpegningen, der har betydning^x.

Danske erfaringer: Flere besøg og flere internationale turister

Stevns Klint blev udpeget til UNESCO Verdensarv i 2014. Året før, i 2013, var besøgstallet anslået til cirka 100.000. Besøgstallet er steget med 150 % på ti år, og lå i 2024 på 250.000 besøg^{xi}. Der blev ifm. udpegningen udarbejdet en ambitiøs udviklingsplan, og lokalt vurderes det, at den målrettede indsats for at udvikle tilbuddene til turister har haft en stor betydning for stigningen i besøgstallet^{xii}.

I september 2023 blev Harald Blåtands Ringborge - Aggersborg ved Limfjorden, Nonnebakken i Odense, Trelleborg ved Slagelse, Borgring i Køge og Fyrkat ved Hobro – udpeget som UNESCO Verdensarv.

Antallet af besøgende på Trelleborg er steget fra cirka 73.000 i 2023 til 108.328 i 2024, hvilket svarer til en stigning på 48 %^{xiii}. Gæstesammensætningen er samtidig ændret, idet langt flere internationale turister nu besøger Trelleborg. Halvdelen af alle besøgende i 2024 kom fra udlandet. Langt flere rundvisninger gennemføres nu på engelsk, og museet har udviklet formidlingsformaterne^{xiv}.

Ringborgene Fyrkat og Aggersborg har oplevet samme tendens: 30.000 besøgte Fyrkat i 2024, halvdelen fra udlandet – fordelt på 58 forskellige nationaliteter. Museumsdirektøren vurderer, at pladsen på Verdensarvslisten har haft stor betydning for, at turister fra Frankrig, Tyskland, Belgien og andre dele af verden nu lægger vejen forbi^{xv}.

Fremtidens turisme på Læsø

Hvor mange UNESCO-turister kan Læsø kan forvente efter en UNESCO-udpegning?

Ifølge UNESCO og erfaringer fra danske UNESCO-sites vil titlen give øget opmærksomhed. Men antallet af UNESCO-besøgende vurderes i høj grad at afhænge af, hvorvidt øen formår at omstille sig til at kunne realisere de potentialer, som titlen fører med sig.

Baseret på UNESCOs egne konklusioner, erfaringer fra andre danske UNESCO-sites samt VisitDenmarks turismeundersøgelser, er forventningerne dog følgende:

Efter en UNESCO-Verdensarvsudpegning kan Læsø forvente:

- Flere internationale turister
- Flere kulturturister
- Større efterspørgsel efter oplevelser og produkter relateret til TANG og SALT og øens andre stedbundne kvaliteter
- Større efterspørgsel efter bæredygtighed i hele værdikæden
- Større efterspørgsel efter kvalitet

Denne strategi skal sætte retning for den nødvendige transformation, som klargør Læsø til at håndtere flere turister, en ændret gæstesammensætning og ny efterspørgsel.

KAPITEL 3:

Strategiske indsatser

Strategien indeholder **ni indsatsområder**, der er udvalgt med afsæt i en omfattende kortlægning af risici og potentialer ved øget turisme på Læsø^{xvi}. Indsatsområderne er:

- Mobilitet
- Overnatning
- Signaturprodukter
- Gæsteservice
- Gæstestyring
- Identitetsstyrkelse
- Arbejdskraft
- Forsyning
- Kommunikation

Under hvert indsatsområde er der opstillet *konkrete, strategiske indsatser*, der skal igangsættes i de kommende år. Indsatserne fremmer bæredygtighed på det sociale, miljømæssige og økonomiske område med fokus på at realisere de identificerede potentialer og minimere de identificerede risici ved flere turister, som følge af en UNESCO Verdensarvstitel.

Læsø Kommune har ansvaret for, at de enkelte indsatser gennemføres. Men mange indsatser forudsætter et tæt samarbejde med eller opbakning fra andre aktører. I kolonnen '*centrale samarbejdspartnere*' er udvalgte samarbejdspartnere anført.

Udviklingsprincipper

Seks udviklingsprincipper skal være styrende for det fremtidige arbejde med de enkelte indsatser. De udspringer af de udviklingsprincipper, som fremgår i *Udviklingsplan Nord, 2025*, men de er tilpasset dels den lokale kontekst - Læsø er en lille, afgrænset og samlet destination – dels UNESCOs anbefalinger til Verdensarvssteder.

#1 – Beskyt, bevar og udnyt autenticitens

Beskyt og bevar øens værdier og skab autentiske oplevelser med afsæt i Læsø enestående kulturarv og øens unikke, stedbundne kvaliteter. Tang, salt og havet er Læsøs signaturattraktioner.

#2 - Øg kvaliteten

Hold fokus på at højne kvaliteten i hele værdikæden - fra overnatning og gæsteservice til markedsrelevante turismeprodukter og infrastruktur.

#3 – Involver bredt

Øg samarbejdet mellem kommercielle aktører i og uden for turistsektoren, civilsamfundets foreninger, ildsjæle og kommunens forvaltninger. Skab medejerskab for turismeudviklingen ved at udvikle øens frivillige fællesskaber og ved at involvere borgere i beslutninger og turismerettede aktiviteter.

#4 – Tænk i flere sæsoner

Sæsonudvidelse skal ske ved at udnytte den eksisterende overnatningskapacitet og udvikle nye markedsrelevante produkter til en ny gruppe af turister gennem markedsføring.

#5 – Sammentænk investeringer

Planlægning og investeringer skal imødekomme både lokale borgeres og turisternes behov. Investeringer i udvikling af bedre oplevelser, overnatningskapacitet, infrastruktur, wayfinding osv. skaber en mere attraktiv ø for lokalbefolkningen og større turismeomsætning.

#6 – Kommuniker tydeligt

Fokuser på tydelig og effektiv borgerkommunikation, gæsteformidling og turismemarkedsføring - blandt andet med afsæt i en stærk kernefortælling om Læsøs enestående, universelle kulturarv.

Mobilitet

Turisters transport til og færdsel rundt på en destination udgør - på nationalt plan - næsten trefjerdedele af turisters samlede klimaftryk^{xvii}. På Læsø tegner transport sig også for en stor andel af øens energiforbrug, primært grundet færgen og privatbilisme^{xviii}.

Når antallet af turister stiger, er der risiko for øget motoriseret trafik (biler, busser, autocampere etc.) på øen, hvilket medfører øget støj, mere trængsel på veje og parkeringspladser, forringet trafiksikkerhed for gående og cyklister samt øget klimabelastning og andre miljømæssige skadevirkninger.

Derfor er det afgørende at tilbyde rammer, der gør det muligt og attraktivt for turister at ankomme *til* øen og transportere sig *rundt på* øen på en måde, der minimerer disse risici.

Mobilitetssystemet skal tilrettelægges, så generne for lokalbefolkningen og de miljømæssige skadevirkninger reduceres. Fokus skal samtidig være på at sikre god tilgængelighed til øens attraktioner, oplevelser, overnatningssteder etc. for alle typer turister, hele året rundt.

Flere af indsætserne er forbundne og understøtter hinanden. Under afsnittet *Kommunikation* findes yderligere indsætser, der omhandler formidlingen af mobilitetsmulighederne på Læsø.

INDSATS	I GANG	IGANG-SÆTTES	CENTRALE SAMARBEJDSPARTNERE
EU-projekt ST3ER Udvikling af analysemodel for færgedata med det formål at skabe et bedre datagrundlag, der kan understøtte tiltag ift. kollektiv trafik,	x		Læsø Turist- og Erhvervsforening Ærø Turistforening

planlægning af parkering, udvikling og effektiv brug af overnatningskapacitet mv.			
Etablering af et monitoreringsapparat baseret på turismedata Gøre færgedata, havnedata mv. om turisters ankomst til og færdsel på Læsø tilgængelige i en standardiseret og brugervenlig form med mulighed for opsætning af individuelle dashboards mv.		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening
Reducere turisters klimaaftryk ifm. ankomsten til Læsø Ny eldrevet færge indsættes til erstatning for den dieseldrevne færge.		2028	
Reducere turisters klimaaftryk ifm. ankomsten til Læsø Fremme brugen af grønne drivmidler i fly, der ankommer til flyvepladsen.		2028	
Styrke turisters incitamenter til og muligheder for ikke at medbringe egen bil til Læsø <i>Eksempelvis</i> via prisdifferentiering på færgebilletpriser, kapacitetsbegrænsning ift. biler på udvalgte afgang, etablering af attraktive parkeringsforhold i Frederikshavn, udvikling af pakkerejser, der inkluderer mere bæredygtige mobilitetsløsninger etc.		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening Frederikshavn Kommune Kommende færgeoperatør Private turoperatører

Fremme turisters brug af kollektiv trafik på Læsø <i>Eksempelvis</i> gennem styrket formidling og markedsføring, hensigtsmæssig placering af stoppesteder ift. attraktioner og overnatningssteder, hyppig kørselsfrekvens, mulighed for cykelmedtagning, forsøg med eldrevet shuttlebus til flere attraktioner i sommerhalvåret etc.		2026	
Fremme turisters brug af cykel på Læsø <i>Eksempelvis</i> gennem intensiveret fokus på udlejning af cykler og elcykler, herunder styrket markedsføring, etablering af el-ladeinfrastruktur til cykler ved attraktioner etc., etablering af trygge cykelparkeringsforhold ved attraktioner, tydelig og ensartet vejvisning for cyklister overalt på øen, rabatordninger på attraktioner/oplevelser til cyklister.		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening
Fremme turisters brug af eldrevne køretøjer frem for fossildrevne køretøjer <i>Eksempelvis</i> gennem udbygning af og opgradering af ladeinfrastruktur til elbiler og – busser og bedre parkeringsforhold til eldrevne turistbusser ved UNESCO-sites og andre attraktioner.		2027	
Udvikling af flere oplevelsespakker og ture, hvor bæredygtig mobilitet naturligt indgår <i>Eksempelvis</i> guidede ture i eldrevne		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening

shuttlebusser og selvguidedede ture i de offentlige busser med tilkøb af lydfortælling etc.			
Begrænsning af turisters kørsel i autocampere rundt på øen <i>Eksempelvis</i> gennem udarbejdelse af et 'code of conduct' for autocampere i regi af Udviklingsplan for Jyllands Østkyst.		2028	

Overnatning

Overnatningskapacitet er grundlæggende turismeinfrastruktur.

Overnatningsmulighederne på Læsø består i dag primært af traditionelle feriehuse, campingpladser og lystbådehavne samt mindre overnatningssteder. Ingen overnatningssteder på Læsø er i dag bæredygtighedscertificerede.

Hvis Læsø skal kunne tiltrække og tilfredsstille flere turister og realisere de økonomiske potentialer ved en UNESCO-udpegning - herunder øgede, lokale skatteindtægter - er det afgørende, at øen kan tilbyde rigelig overnatningskapacitet, helårsåbning samt overnatningssteder, der lever op til den kvalitet og de standarder, som efterspørges af fremtidens turister.

Overnatning udgør ca. 5 % af turisternes samlede klimaaftrek^{xix}. Med udsigt til flere overnatninger på øen, herunder flere turister, der i højere grad lægger vægt på bæredygtighed i valg af destination og overnatningssted, er det afgørende, at øens eksisterende overnatningssteder alle arbejder med tiltag, der kan fremme social, miljømæssig og økonomisk bæredygtighed. Hensynet til bæredygtighed i forbindelse med etablering af ny overnatningskapacitet bør tilsvarende vægtes højt.

INDSATS	I GANG	IGANG-SÆTTES	CENTRALE SAMARBEJDSPARTNERE
Bæredygtighedscertificering af større overnatningssteder <i>Eksempelvis GreenKey.</i>		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening
Certificering af feriehuse <i>Eksempelvis Koglemærket.</i>		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening Feriehusbureauer

Implementering af bæredygtighedstiltag (sociale, miljømæssige og økonomiske) hos alle ikke-certificerede overnatningssteder <i>Eksempelvis</i> via kompetenceudvikling, kurser, virksomhedsnetværk mv. udvikles konkrete tiltag f.eks. reduktion af affald, madspild, strøm- og vandforbrug. Derudover tiltag ift. til forbedring af tilgængeligheden for turister med funktionsnedsættelser, brug af lokale råvarer og øget samarbejde med lokale producenter. Etablering af samarbejder med kursusudbydere mv. for at sikre belægning henover hele året.		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening
Etablering af ny helårseget overnatningskapacitet: Inden for Kommuneplanens rammer etableres nye <i>unikke og autentiske</i> overnatningsmuligheder (f.eks. glamping, tinyhouses, trætopsovernatning). Tilsvarende etableres ny overnatningskapacitet af <i>høj standard</i> (hotellignende og eksklusiv standard). Fokus på etablering af ny kapacitet i tilknytning til allerede eksisterende kapacitet samt brug af funktionstømte bygninger og krav til bæredygtige byggematerialer.		2026	Private investorer Læsø Turist- og Erhvervsforening Eksisterende overnatningssteder Ejere af funktionstømte bygninger

Signaturprodukter

Signaturprodukter dækker alle de unikke og stedsspecifikke **oplevelser** samt fysiske **produkter**, som Læsø tilbyder.

Oplevelser og aktivitetsmuligheder har – ud over overnatningskapacitet – stor betydning for, hvorvidt turister besøger en destination, hvor længe de bliver, om de er tilbøjelige til at vende tilbage, og om de vil anbefale destinationen til andre.

For at kunne realisere de økonomiske potentialer ved øget turisme skal Læsø udvide udbuddet af signaturprodukter og signaturoplevelser. Med afsæt i en UNESCO Verdensarvsudpegning er det essentielt at kunne tilbyde en mangfoldig palet af produkter og oplevelser, der knytter sig til salt, ålegræs, tang, havet, øens kulturmiljøer og natur.

Turister ønsker i stigende grad at tilegne sig ny viden, tage aktiv del i aktiviteter og ikke kun være passive beskuere. Efterspørgslen efter kvalitet, autenticitet og bæredygtighed stiger tilsvarende.

Derfor skal der i de kommende års produktudvikling fokuseres særligt på kvalitet, kommerialisering og på at kunne tilbyde flere oplevelser uden for højsæsonen. Det skaber grundlag for, at turister tager længere ophold på øen og tilvælger besøg uden for højsæsonen, hvilket øger det økonomiske grundlag til gavn for de virksomheder, der sælger øens signaturprodukter og -oplevelser og i resten af værdikæden.

INDSATS	I GANG	IGANG- SÆTTES	CENTRALE SAMARBEJDSPARTNERE
Styrkelse af udbuddet og tilgængeligheden af lokale råvarer og lokalt producerede varer <i>Eksempelvis</i> via udvikling af nye typer produkter, flere fælles udsalgssteder, øget samarbejde mellem		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening Lokale producenter

øens producenter og spisesteder, etablering af fødevarenetværk og fælles events.			
Øget brug af mærkningsordninger <i>Eksempelvis</i> undersøge om flere lokale fødevarer kan opnå godkendelse til at anvende officielle fødevaremærkningsordninger som <i>NaturSkånsom</i>, <i>Ø-mærket</i> m.fl.		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening Lokale producenter
Øge udbuddet af autentiske oplevelser herunder kommercielle kvalitetsoplevelser, der tager afsæt i Læsøs kulturarv, natur, havet omkring øen og andre stedbundne kvaliteter. <i>Eksempelvis:</i> Workshops (lav mad med tang, lav kunst med tang, lær at salte som i middelalderen). Guidede tanghusture. Historisk tidsrejse, overnat i Hedvigs Hus. UNESCO-højskole: Ugekurser målrettet hhv. familier, danske og internationale turister med fokus på UNESCO Verdensarv. Udplantning af ålegræs. Guidede snorkel- og dykkerture til vrug og ålegræsfarme.		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening Læsø Museum m.fl.
Pakketering af oplevelser <i>Eksempelvis</i> udvikling af fleredagespakketure med fokus på oplevelse af øens unikke stedbundne kvaliteter, herunder UNESCO verdenarv.		2028	Læsø Turist- og Erhvervsforening
Tilgængelighed for alle <i>Eksempelvis</i> øge udbuddet af oplevelser og aktiviteter på engelsk og andre relevante fremmedsprog. Skriftlig formidling og markedsføring på engelsk og andre relevante		2028	Læsø Turist- og Erhvervsforening

fremmedsprog på hjemmesider, i foldere, infoskilte mv. Gøre flere oplevelser og aktiviteter tilgængelige for turister med fysiske eller psykiske funktionsnedsættelser eller andre særlige behov.			
---	--	--	--

Gæsteservice

Gæsteservice vedrører alt det, der bidrager til, at Læsøs turister får en positiv og problemfri oplevelse på øen.

Turister har mange kontaktpunkter før og under deres besøg: De researcher på og booker oplevelser og overnatning, besøger butikker, leder efter information online, går ud at spise, læser foldere og informationstavler, køber souvenirs og lokale produkter, tjekker ind på deres overnatningssted, benytter kollektiv trafik, lejer en cykel etc. Indsatsområdet *Gæsteservice* er derfor relevant for alle øens turismevirksomheder, detailhandlen, offentlige serviceudbydere mv.

God gæsteservice forudsætter *viden og indsigt* og udmønter sig i konkret *adfærd og praksis* hos alle de aktører i værdikæden, som turister er i berøring med samt i al den information, turister tilgår - analogt og digitalt. Den samlede gæsteservice handler ikke kun om information og praktiske forhold men også om værtskab – om at møde turisterne med åbenhed og nærvær og om at kunne formidle, hvordan besøget kan ske på en måde, der respekterer naturen, kulturen og lokalsamfundet.

Øens samlede gæsteservice har stor betydning for turisternes helhedsoplevelse af Læsø som destination, og deres tendens til at foretage genbesøg. Gæsteservice har indflydelse på, om turisterne bliver 'ambassadører' for Læsø, og hvad de fortæller om øen til venner og bekendte herunder på de sociale medier. Samtidig er god gæsteservice en af nøglerne til at skabe øget salg og mersalg ikke kun i den enkelte virksomhed men i hele værdikæden, hvilket er essentielt for at øge den økonomiske bæredygtighed

Turisternes forbrug af mad, drikke, oplevelser og forbrugsvarer udgør 21^{xx}% af deres samlede klimaaftryk^[08]. Med flere turister og øget omsætning følger derfor også et behov for, at hele værdikæden arbejder systematisk med at implementere bæredygtighedsiltag.

INDSATS	I GANG	IGANG-SÆTTES	CENTRALE SAMARBEJDSPARTNERE
Vidensløft ift. UNESCO-Verdensarv i hele værdikæden <i>Eksempelvis</i> via kurser, uddannelse etc. Særligt relevant i forhold til frontmedarbejdere mhp. at sikre, at alle kan formidle grundlæggende og korrekt information om Læsøs UNESCO Verdensarv, herunder henvise til tilgængelige sites, oplevelser og aktiviteter mv.		2026	Læsø Verdensarv ApS Læsø Turist- og Erhvervsforening
Udvikling af et kodeks for god gæsteservice En fælles forståelse for og enighed om det serviceniveau, Læsø vil levere, skal sikre god gæsteservice. Dette kan også fungere et konkret brandingværktøj. <i>Eksempelvis</i> sætte fokus på, hvordan virksomheder, frivillige foreninger, kommunale serviceudbydere mv. henviser til hinanden. Der tages udgangspunkt i en fælles UNESCO-kernefortælling. Fokus på ensartet gæstemodtagelse, sprogbrug mv.		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening Læsø Verdensarv ApS
Bæredygtighedscertificering af Læsø Turist- og Erhvervsforening <i>Eksempelvis</i> Green Tourism Organisation-certificeringen.		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening Erhvervshus Nordjylland
Implementering af bæredygtighedstiltag (sociale, miljømæssige og økonomiske) hos aktører i hele værdikæden (spisesteder,		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening

producenter, attraktioner, detailhandel mv.) <i>Eksempelvis</i> via kompetenceudvikling, kurser, virksomhedsnetværk mv. Konkrete tiltag kan omfatte reduktion af affald, madspild og strøm- og vandforbrug. Iværksættelse af tiltag ift. at forbedre adgangsforhold/tilgængelighed for turister med funktionsnedsættelser. Øget brug af lokale råvarer og øget samarbejde med lokale producenter.			
---	--	--	--

Gæstestyring

Gæstestyring har til formål at regulere tilstrømningen af turister, sprede besøgene over tid og rum, og at sikre balance mellem på den ene side turisternes ønsker til oplevelser og på den anden side hensynet til lokalbefolkning, natur, miljø, kulturarv og lokalsamfund.

Gæstestyring hænger tæt sammen med begrebet *carrying capacity* - der på dansk bedst oversættes til *bæreevne*. Miljømæssig og social *carrying capacity* er mål for den maksimale belastning (f.eks. i antal turister, aktiviteter eller påvirkninger) et område kan klare, uden at det skader miljøet og/eller de lokales opbakning eller trivsel^{xxi}. En aktiv gæstestyring således afgørende for, at Verdensarvsteder kan bevare deres 'enestående universelle værdi'.

Størstedelen af de nominerede UNECO-sites på Læsø ligger på privatejet jord. Turisters interesse for at komme tæt øens tanghuse og ruinerne efter saltsydehytterne på Rønnerne skal derfor ske under hensyntagen til de private lodsejere og privatlivets fred. Det er essentielt for at sikre opbakning fra lokalbefolkningen til UNESCO-udpegningen – og den sociale bæreevne fremadrettet.

Samtidig skal gæstestyring sikre, at der ikke sker skader på Læsøs kulturarv, kulturmiljøer eller natur som følge af turisters uhensigtsmæssige færdsel og adfærd på øen. Også dette har betydning for lokalbefolkningens trivsel og de lokales positive holdning til besøgende generelt.

Endelig er en spredning af turismen over hele året et væsentligt fokuspunkt i gæstestyringen. Læsø har i dag en kort og spids højsæson. Derfor skal der især arbejdes med at øge besøgstallet i lav- og skuldursæsonerne.

Gæstestyringsindsatserne skal samlet set sikre, at de potentielle sociale og miljømæssige risici ved flere turister minimeres, og at de økonomiske potentialer ved flere gæster kan realiseres.

Indsatser under *Overnatning, Gæsteservice, Mobilitet og Kommunikation* understøtter også en aktiv gæstestyring.

INDSATS	I GANG	IGANG- SÆTTES	CENTRALE SAMARBEJDSPARTNERE
Udarbejdelse af et adfærdskodeks for Læsøs turister, som i et præcist og positivt sprog beskriver respektfuld og hensynsfuld opførsel på øen <i>Eksempelvis</i> kan dette formidles af guider, på overnatningssteder, attraktioner, UNESCO-sites mv. i trykte foldere og brochurer samt i digitale medier via QR-koder. Et adfærdskodeks kan udvikles med afsæt i teorier om adfærdsdesign og nudging.		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening Læsø Verdensarv ApS
Regulering af turisters færdsel på de privatejede arealer på Rønnerne <i>Eksempelvis</i> ved at udvælge en eller to sydehytter, der er beliggende på et offentligt areal og lettilgængelige og udvikle og formidle disse som primære besøgsmaal. Indgå aftaler med lodsejere om rammer for færdsel ift. besøgsantal, omfang, tidspunkter mv. Indgå aftaler med interne og eksterne turudbydere, guider om faste rammer for besøgene.		2027	Læsø Verdensarv ApS Den kommende UNESCO-organisation på Læsø Naturstyrelse Private lodsejere
Regulering af turisters færdsel og adfærd ved de privatejede tanghuse <i>Eksempelvis</i> gennem tydelig formidling og markedsføring af de primære besøgsmaal (Museumsgården og Hedvigs Hus). Ved tydelig formidling af adgangsforbud til de privatejede tanghuse på kort, skiltning, digitalt mv. Løbende		2027	Læsø Verdensarv ApS / Den kommende UNESCO-organisation på Læsø Private lodsejere

dialog med private tanghusejere om behov for yderligere tiltag.			
---	--	--	--

Identitetsstyrkelse

At få udpeget en del af Læsøs kulturarv som UNESCO Verdensarv er ikke kun et middel til at tiltrække flere turister. Det kan også få positiv betydning for de lokales selvopfattelse, identitet og stolthed over at bo på netop Læsø.

Disse immaterielle gevinster kommer ikke nødvendigvis af sig selv. En proaktiv indsats for og med alle lokale borgere og alle øens fællesskaber er vitalt for at opnå disse mulige gevinster.

For det første skal øens lokale borgere have viden om, hvad der gør Læsøs tanghuse, kulturlandskaber og saltsydningshytter 'enestående' i en international sammenhæng, og om hvorfor netop Læsøs kulturarv har 'universel værdi' og kandiderer til at blive UNESCO Verdensarv.

For det andet skal lokalbefolkningen inddrages aktivt i beskyttelse, udvikling og formidling af øens kulturarv. *Community engagement* kaldes dette på engelsk. Det handler om at give de lokale og frivillige foreninger mulighed for at bidrage med viden, idéer og perspektiver og være aktive medskabere. Det kunne være som guide eller oplægsholder, som deltager i udviklingen af digitale fortællinger og andet formidlingsmateriale eller medvirke i bevaringsarbejde ved tanghuse, saltsydehytter eller havmiljø. Samarbejde på tværs af eksisterende fællesskaber skal samtidig styrkes, og der skal arbejdes med at integrere og involvere borgere, som i dag står udenfor eller på kanten af øens foreningsliv og frivillige fællesskaber.

Når de lokale engageres, og når formidlingen af øens kulturarv afspejler lokalsamfundets værdier og perspektiver, styrkes de lokales stolthed samt ejerskabet og forståelsen for de bevaringsaktiviteter og bæredygtighedstiltag, der skal gennemføres.

Community engagement styrker dermed den sociale sammenhængskraft på øen og kan få positiv betydning for de lokales livskvalitet og på sigt også bosætningen. Aktive og involverede borgere giver samtidig turister adgang til helt unikke oplevelser i mødet med de lokale og de lokales egne fortællinger.

Under *Kommunikation* findes yderligere indsatser, der styrker community engagement.

INDSATS	I GANG	IGANG-SÆTTES	CENTRALE SAMARBEJDSPARTNERE
Øg de lokales viden og bevidsthed om øens enestående kulturarv og UNESCO Verdensarv generelt <i>Eksempelvis</i> via lokale arrangementer, hvor de lokale selv bidrager med fortællinger, og hvor fakta om UNESCO-processen og projektet formidles; fælles ture for lokale til andre danske UNESCO-sites; brug af eksisterende undervisningsmateriale om Verdensarv udviklet af UNESCO.	x	2026	Læsø Verdensarv ApS Læsø Museum
Skab regenerative tiltag knyttet til Læsøs kulturarv, natur og havmiljø via involvering af lokale borgere, deltidslokale (f.eks. fritidslæsøboere og kommende efterskoleelever), offentlige institutioner (daginstitutioner, skoler, plejehjem etc.) og lokale virksomheder. <i>Eksempelvis</i> marin genopretning (etablering af stenrev i havet omkring Læsø, test-udplantning af ålegræs, storskalaudplantning af ålegræs); havmiljødage; citizen science projekter med fokus på at overvåge udviklingen i havmiljøet; restaurering af tangtage og tanghuse etc. Brug af eksisterende UNESCO-Verdensarvsmateriale.		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening Læsø Havcenter Læsø Verdensarv ApS

Opbyg et korps af UNESCO-frivillige, der kan fungere som UNESCO-ambassadører og -guider <i>Eksempelvis</i> ved at lade de medvirkende definere rammer og retning, hvilket kan skabe øget fællesskabsfølelse, samhørighed og engagement. Samarbejd med eksisterende frivillige fællesskaber og foreninger. Hyld og anerkend den frivillige indsats.		2027	Læsø Museum Læsø Verdensarv ApS Den kommende UNESCO-organisation på Læsø Eksisterende foreninger og frivillige fællesskaber
---	--	------	--

Arbejdskraft

For at kunne servicere flere turister, herunder flere internationale turister, er det essentielt, at der er tilstrækkeligt med kvalificeret arbejdskraft i alle led i værdikæden - både i højsæsonen, hvor besøgstykket er størst, men også uden for højsæsonen, så en spredning af turismen hen over året er en reel mulighed.

Udfordringen med at sikre tilstrækkelig og kvalificeret arbejdskraft eksisterer allerede i dag og knytter sig til et faldende indbyggertal, en høj gennemsnitsalder og et relativt lavt uddannelsesniveau hos øens befolkning samt lang rejsetid for pendlere bosat på fastlandet qua Læsøs beliggenhed midt i Kattegat.

Tiltrækning af arbejdskraft er tæt forbundet med Læsø Kommunes indsatser for at styrke bosætningen.

Derudover bør der fokuseres på at skabe attraktive rammer for turismeerhvervene, så de fastboende og tilflyttere kan se en fremtid på Læsø. Ligesom der skal sikres økonomisk tilgængelige boliger og attraktive aktiviteter, der øger interessen for at tage midlertidigt arbejde på øen i højsæsonen.

Endeligt bør der fokuseres på kompetenceløft, så arbejdsstyrken kan understøtte Læsøs ambitioner om at være et bæredygtigt og attraktivt rejsemål, hvor turisterne får høj service og autentiske oplevelser. Yderligere indsatser knyttet hertil er beskrevet under *Gæsteservice* og *Kommunikation*.

INDSATS	I GANG	IGANG-SÆTTES	CENTRALE SAMARBEJDSPARTNERE
Diverse bosætningsindsatser	X		
Kompetenceløft til frontmedarbejdere i alle virksomheder, der servicerer turister – ift. viden om UNESCO Verdensarv, sprog mv. Herunder også sæsonforlængende kompetencer og partnerskaber.		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening

Rekruttering af flere sæsonarbejdere til højsæsonen: Prøvehandlinger med nye rekrutteringsmetoder <i>Eksempelvis</i> a la 'surf and work'-projektet i Thyborøn/Destination Nordvestkysten; nytænkende boligmuligheder, partnerskaber med uddannelsesinstitutioner, transportløsninger (fx samkørsel).		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening
Anvendelse af UNESCO Verdensarv som en ny motiverende bosætningsfaktor .		2028	

Forsyning

Der findes kun ét område til indvinding af drikkevand på Læsø. Det gør øen sårbar ift. det pres, der er på drikkevandsressourcen i perioder med mange turister og efter længere tørkeperioder. Drikkevandet hentes i et område, der er under omlægning til naturnationalpark.

Tilsvarende er der i perioder med store nedbørsmængder og mange turister på øen et øget pres på rensningsanlæggene.

For at imødekomme presset på drikke- og spildevand som følge af flere turister, er indsætserne rettet mod at minimere forbruget af drikkevand og sikre en bæredygtig, fremtidig spildevandshåndtering for at undgå, at urensset spildevand løber ud i havet.

INDSATS	I GANG	IGANG-SÆTTES	CENTRALE SAMARBEJDSPARTNERE
Spildevandsplanen revideres.	X		
Implementering af vandbesparende tiltag hos turismevirksomheder , herunder også feriehuse - bl.a. ifm. certificeringer via kurser, oplysning og bæredygtighedsprojekter.		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening
Afdækning af muligheder for at implementere vandbesparende tiltag ved lystbådehavnene .		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening

Kommunikation

Strategisk kommunikation er afgørende for, at en UNESCO-Verdensarvsudpegning af TANG og SALT kan skabe varig værdi for Læsø. Kommunikation spiller en central rolle i at minimere risici og realisere potentialer - miljømæssigt, socialt og økonomisk - og er et tværgående tema, der er tæt forbundet med de øvrige strategiske indsatsområder.

Den strategiske kommunikation skal bidrage til at:

- sikre, at både lokalsamfund og turister forstår og værdsætter øens kulturarv, natur og bevaringsindsats
- styrke lokalt engagement
- at tiltrække gæster til øen
- understøtte direkte, nem og ansvarlig adgang til øens kulturarv og natur
- fremme hensynsfuld adfærd blandt Læsøs turister
- fremme bæredygtig mobilitet
- fremme salget af øens lokale varer og oplevelser

Ordet *kommunikation* dækker her over tre dimensioner:

1. Borgerkommunikation
2. Gæsteformidling
3. Turismemarkedsføring.

UNESCOs kriterier og retningslinjer for optagelse på Verdensarvslisten angiver, at ansvarlig kommunikation skal sikre varig værdi for naturen, kulturarven, besøgende og lokalsamfundet. Markedsføringen skal samtidig tilrettelægges sådan, at ubalance og unødigt pres på læsøboerne og øens ressourcer undgås.

At kommunikationen skal gennemføres ansvarligt, indebærer også, at både *greenwashing* og *greenhushing* skal undgås. Kommunikation om bæredygtighed skal baseres på dokumenterbare

resultater og konkrete indsatser, som skaber værdi for gæster, borgere, virksomheder og/eller samfundet som helhed.

Som et led i UNESCO-ansøgningsprocessen skal der udarbejdes en UNESCO-formidlingsstrategi for Læsø. Denne strategi skal konkretisere målgrupper, budskaber, kanaler og værktøjer og sikre, at indsatsen er langsigtet, koordineret og dynamisk. Strategien skal udvikles i et samarbejde mellem lokalsamfundet og kommunen (samt gerne også turister) og kan løbende tilpasses nye behov og muligheder. UNESCO stiller krav om, at optagelsen skal sikre varig værdi for kulturarv og lokalsamfundet. Med formidlingsstrategien viser Læsø sin plan for bevaringsarbejdet og udvikling af formidlingen over tid.

INDSATS	I GANG	IGANG-SÆTTES	CENTRALE SAMARBEJDSPARTNERE
<i>Borgerkommunikation, gæsteformidling og turismemarkedsføring: Kernefortællingen om Læsøs UNESCO-Verdensarv</i> Udarbejdelse af en kernefortælling, der kort og præcist indkapsler Læsøs Verdensarvsfortælling, og som kan bruges ifm. borgerkommunikation i ansøgningsprocessen og bredt af alle øens aktører (f.eks. af lokale virksomheder til gæsteservice; af frivillige og kommercielle guider samt i markedsføringsmateriale)		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening Læsø Verdensarv ApS
<i>Borgerkommunikation: Aktiv inddragelse af de lokale gennem hele ansøgningsprocessen frem mod en udpegning i 2028</i> <i>Eksempelvis via udarbejdelse af en konkret</i>		2026	Læsø Turist- og Erhvervsforening Læsø Verdensarv ApS

kommunikationsplan ift. Borgerne. Konkrete tiltag kunne omfatte opbygning af en nyhedsbrevsliste og løbende udsendelse af UNESCO-nyhedsbrev. Løbende kommunikation via sociale medier og nyheder på hjemmesiden. Afvikling af events og aktiviteter for og med lokale borgere. Direkte og løbende kommunikation med ejere af UNESCO-sites. Involvering af lokale borgere ifm. udarbejdelsen af formidlingsstrategien til UNESCO-ansøgningen.			
<i>Gæsteformidling: Aktiv inddragelse af de lokale efter</i> en eventuel udpegning i 2028 <i>Eksempelvis</i> ved brug af "lokale stemmer" i formidlingsmaterialet - videoer, podcasts, foredrag og foldere. Inddragelse af borgere som lokale værter og guider (Se mere under <i>Identitetsstyrkelse</i>).		2028	Den kommende UNESCO Verdensarvsorganisation på Læsø Læsø Turist- og Erhvervsforening
<i>Gæsteformidling: Fælles formidlingsramme</i> <i>Eksempelvis</i> udarbejdelse af en fælles visuel identitet og et wayfinding-koncept til brug på hele øen. Udvikling et 'Made on Læsø' mærke til lokale varer og produkter eller et 'Læsø Verdensarvs mærke'. Udbredelse af gæstekodeks digitalt og analogt (se indsats under <i>Gæstestyring</i>). Udvikling af kortmateriale, foldere mv. om UNESCO-sites.		2027	Læsø Verdensarv ApS Læsø Turist- og Erhvervsforening

Sprogversionering af alt materiale vedrørende UNESCO-sites og oplevelser (som minimum på dansk, engelsk og tysk).			
<i>Gæsteformidling: Feedback og evaluering</i> For løbende at kunne forbedre Læsøs gæsteservices, produkter, oplevelser og markedsføring etableres et systematisk system til indsamling af gæstefeedback og måling af tilfredshed.		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening Læsø Verdensarv Aps
<i>Turismemarkedsføring: Læsø i et nyt lys</i> <i>Eksempelvis</i> styrket markedsføring af Læsø med afsæt i ny UNESCO-kernefortælling og på øens konkrete bæredygtighedstiltag. Udvikling af et projekt for en rekrutteringskampagne af frivillige "udefra" med fokus på Læsøs 'klargøring' frem mod UNESCO-udpegning (se f.eks. Færøernes 'Closed for Maintenance').		2027	Læsø Turist- og Erhvervsforening
<i>Turismemarkedsføring: Sæsonudlignende kampagner</i> <i>Eksempelvis</i> temabaseret markedsføring af oplevelser uden for højsæsonen. Målgruppesegmentering - målgrupper fra nærområder, som rejser uden for højsæson og		2028	Læsø Turist- og Erhvervsforening

ønsker højkvalitetsoplevelser. Fokus på længerevarende ophold.			
<i>Turismemarkedsføring: Certificering og bæredygtighedstiltag</i> <i>Eksempelvis</i> udarbejdelse af en guide til øens virksomheder ift. bæredygtighedskommunikation mhp. at undgå greenwashing og greenhushing. Markedsføringsmæssigt fokus på opnåede bæredygtighedscertificeringer, øens grønnere mobilitetsmuligheder, fremhævelse af konkrete bæredygtighedsindsatser hos øens virksomheder etc.		2028	Læsø Turist- og Erhvervsforening Erhvervshus Nordjylland
<i>Turismemarkedsføring: Loyalitetsprogrammer</i> <i>Eksempelvis</i> udvikling af loyalitetsprogrammer i samarbejde med øens virksomheder og attraktioner med fokus på at få flere turister til at vende tilbage og vælge længere ophold på øen.		2029	Læsø Turist- og Erhvervsforening

Implementering og monitorering

Implementering

Ansvaret for at implementere strategien ligger hos Økonomiudvalget i samarbejde med Kommunalbestyrelsen.

Mange indsatser forudsættes gennemført i tæt samarbejde med bl.a. Læsø Turist- og Erhvervsforening, Læsø Verdensarv ApS, øens virksomheder, foreninger, lokale borgere samt aktører udenfor Læsø Kommune.

Monitorering

For at sikre, at strategiens indsatser giver de ønskede effekter, skal der løbende ske en monitorering og opfølgning på udviklingen. Monitoreringen bør fokusere på de tre bæredygtighedsområder, som strategien bygger på: økonomisk, social og miljømæssig bæredygtighed.

De tre dimensioner udgør tilsammen grundlaget for, at Læsø Kommune og samarbejdspartnere kan følge og vurdere om turismen udvikler sig på en måde, der understøtter målet om et bæredygtigt øsamfund - og evt. ubalancer kan opdages i tide, og indsatserne kan justeres.

Målingerne baseres hovedsageligt på tilgængelige data fra f.eks. Læsø Turist- og Erhvervsforening, Læsøfærgen, Danmarks Statistik, VisitDenmark og evt. lokale observationer/spørgeskemaundersøgelser og tilpasses efterhånden, som nye data bliver tilgængelige. Der kan med fordel hentes inspiration til indikatorer og målemetoder i Bæredygtigt Turismeregnskab (Center for Regional- og Turismeforskning, 2021)^{xxii}

Opfølgningen på denne strategi bør gennemføres en gang årligt i samarbejde med de relevante dataejere og aktører. Resultaterne kan indgå i den løbende dialog med kommunalbestyrelsen og Læsø Verdensarv Aps m.fl.

Økonomisk bæredygtighed

Monitoreringen af den økonomiske bæredygtighed skal belyse i hvilken grad, turismen bidrager til lokal værdiskabelse, beskæftigelsen og Læsøs økonomiske robusthed.

Eksempelvis indsamles data om udviklingen i kommercielle overnatninger, turismeforbruget, antal ankomster, antal arbejdspladser i turismeerhvervet, udviklingen i sæsonbeskæftigelse, udbuddet af service og overnatning og det turismerelaterede skatteprovenu. Udviklingen sammenholdes med målet om sæsonudligning og helårsturisme.

Social bæredygtighed

Monitorering af social bæredygtighed fokuserer på, hvordan turismen påvirker lokalsamfundets trivsel, sammenhængskraft og livskvalitet.

Eksempelvis måles der på turisternes tilfredshed (gennem feedback og evalueringer), de lokales tilfredshed med turismes samlede betydning for øen og stolthed ift. øens kulturarv, turismeintensiteten i forhold til Læsøs befolkningstal og andelen af uddannet arbejdskraft i turismesektoren.

Miljømæssig bæredygtighed

Den miljømæssige bæredygtighed måles med fokus på, hvordan turismen påvirker naturen, ressourcerne og miljøet generelt, samt bevaringen af de kultur- og naturområder, der indgår i UNESCO-udpegningen.

Eksempelvis måles på affaldsmængder og andel til genanvendelse, udviklingen i vandforbrug og spildevandsmængder, antallet af bæredygtigheds certificerede overnatningssteder, turisternes anvendelse af de grønne mobilitetsløsninger (fx antal cyklister og brugere af offentlig transport). Derudover registreres slid og påvirkning i de mest besøgte naturområder samt adfærd og færdsel ved

UNESCO-sites.

Noter

ⁱ Udviklingsplan Nord, 2025 kan læses i sin helhed på www.enjoynordjylland.dk/jøp

ⁱⁱ VisitDenmark (2025): Turismens økonomiske betydning i Destination Nord 2023

ⁱⁱⁱ Kilde: VisitDenmark Vidensbank

^{iv} Kilde: Læsøfærgeren. I denne strategi anvendes færgedata for 'tilrejsende'. Disse tal dækker udelukkende personer der ankomster til Læsø. Antallet af tilrejsende er således cirka halvt så stort som "trafiktallet", der omfatter passagerer, der rejser med færgeren både til og fra Læsø.

^v I alt 30.179 tilrejsende i 2024 anses at være lokale fastboende. Tallet er beregnet således:

10.881 gående tilrejsende (heraf 6.347 voksne og 1.101 personer under 18 år rejste på rødt ø-kort samt 3.433 gående, der rejste på billet til ø-pris) samt 19.298 tilrejsende personer i biler på ø-kort.

Personer, der har adresse på Læsø og har rejst på rødt ø-kort betragtes som fastboende.

Personer der har rejst på billet til "ø-pris" beregnes tilsvarende som fastboende (En billet til ø-pris kan købes af personer med rødt *eller* blå ø-kort. Blå ø-kort tildeles personer, der har feriehus på øen. For at undgå at overestimere antallet af turister, er der foretaget en konservativ antagelse således, at samtlige billetter købt til ø-pris er foretaget af fastboende).

^{vi} Lystbådehavnene indberetter bådovernatninger til Danmarks Statistik, som herefter beregner antallet af personovernatninger. For at beregne personovernatninger anvender Danmarks Statistik tal for gennemsnitlig besætningsstørrelse. Disse er baseret på en survey fra VisitDenmark. De gennemsnitlige besætningsstørrelser, der anvendes, er følgende: Danmark = 3,4; Tyskland = 3,4; Sverige = 3,4; Andre lande = 4,5.

Personovernatninger beregnes som *besætningens størrelse* på lystbådene kombineret med *længden på opholdet*. Eks.: 2 tyske lystbåde med en gennemsnitlig besætningsstørrelse på 3,4, der ligger i en lystbådehavn i 3 dage, giver afrundet 20 tyske personovernatninger.

^{vii} Kilde: VisitDenmark (2023): Kulturturister på ferie i Danmark i 2022.

viii Kilde: VisitDenmark: <https://www.visitdenmark.dk/corporate/om-os/nyheder/unesco-vikingeborge-vil-tiltraekke-kulturturister>

ix Kilde: <https://whc.unesco.org/en/socio-economic-impacts> Indeholder en lang liste over videnskabelige undersøgelser mv. der har fokus på UNESCO-effekterne.

x Kilde: [World Heritage Centre - Socio-economic impacts of World Heritage Listing](#)

xi Kilde: TV2 Kosmopol: <https://www.tv2kosmopol.dk/stevns/stevns-klint-har-oeget-besoegstallet-med-150-procent-paa-ti-aar>

xii Kilde: TV2 Kosmopol: <https://www.tv2kosmopol.dk/stevns/stevns-klint-har-oeget-besoegstallet-med-150-procent-paa-ti-aar> og Ritzau: <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/14545789/Verdensarv-som-loftestang?publisherId=13560790>

xiii Kilde:Trelleborg (pressemeddelelse via Ritzau) <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/14545789/Verdensarv-som-loftestang?publisherId=13560790&lang=da>

xiv Kilde: DR Nyheder: <https://www.dr.dk/nyheder/indland/ringborges-placering-paa-prestigefyldt-liste-er-blevet-hoert-ude-i-verden-over>

xv Kilde: DR Nyheder <https://www.dr.dk/nyheder/indland/ringborges-placering-paa-prestigefyldt-liste-er-blevet-hoert-ude-i-verden-over>

xvi Kortlægningen af risici og potentialer er dokumenteret i rapporten 'Væsentlighedsvurdering. Strategi for bæredygtig turisme på Læsø. August 2025.

xvii Kilde: By-, Land- og Kirkeministeriet (2024): *Veje til bæredygtig turismevækst – National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*. Beregningen af turisters klimaaftryk dækker på alle turister i Danmark og er ikke specifik for Læsø. Udenlandske turisters rejser til og fra Danmark er beregnet til at udgøre 37 % af turisters samlede klimaaftryk, mens transport inden for Danmarks grænser udgør 36 %. Samlet set tegner transport sig for 73 %.

xviii Kilde: Læsø Kommune (2023): DK2020-Klimaplan

^{xix} Kilde: By-, Land- og Kirkeministeriet (2024): *Veje til bæredygtig turismevækst – National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*.

^{xx} Kilde: Regeringen (2024): *Veje til bæredygtig turismevækst*, figur 4, side 11. Beregningen af turisters klimaaftryk er foretaget pbag. alle turister i Danmark (ikke kun Læsøs turister).

^{xxi} Kilde: ICOMOS International Charter for Cultural Heritage Tourism

^{xxii} [BÆREDYGTIGT TURISMEREGNSKAB](#)