

HELHEDSPLAN FOR AVERNAKØ, BJØRNØ & LYØ – TEMADAG 27.10.2018



OPSAMLING

INDHOLD

1	Overordnet	1
1.1	Program For Dagen	2
2	Inspirationssamtaler	3
2.1	Inspirationsoplæg Bosætning	3
2.2	Inspirationsoplæg Turisme	4
2.3	Inspirationsoplæg Fødevarer	5
3	Arbejdsgrupper	7
3.1	Bosætning	7
3.2	Transport	7
3.3	Kulturarv og egenart	8
3.4	Turisme- og erhvervsudvikling	8
3.5	Kommunikation og branding	9

1 Overordnet

- > Dagen havde følgende overordnede mål:
 - > At samle øerne og skabe rum for dialog, netværk og hygge mellem øboere og fritidshusejere på tværs af øerne
 - > At give inspiration og nye vinkler på bosætning, turisme, fødevarer og erhverv
 - > At give input til de kommende arbejdsgrupper i forhold til indsatser og fælles projekter på tværs af øerne.



1.1 Program For Dagen

PROGRAM

KL. 10.15 - 11.00 Velkomst og formiddagskaffe	Kaffe og brød	Dagens program	Tjek ind
KL. 11.00 - 12.00 Fælles inspirationssamtale	Rasmus Enemærke fra Båring Inspirerer om stærke sammenhold i lokalsamfundet og samarbejde med kommunen, og vi har en hemmelig makker til Rasmus.		
KL. 12.00-12.15	Bosætning		
KL. 12.15-13.15 Inspirationssamtale 2	Pause		
	Peter Thor fra Øhavsmuseet og Thorbjørn Tarp fra Naturturisme ser ud i fremtiden.	Bjarne Hansen fra Skovsgaard Gods og René Povlsen fra Molbordet ser på fødevarer og erhvervsudvikling	
	Turisme	Fødevarer	
KL. 13.15 - 14.00 Frokost	Frokost		
KL. 14 - 15 Markedsplads	Find en arbejdsgruppe		
KL. 15- 16.00 Opsamling og afslutning af program	Tjek ud/hvad har vi fundet ud af i dag		
	Kaffe og kage	Kend en anden ø	



2 Inspirationsamtaler

2.1 Inspirationsoplæg Bosætning

Oplæg om bosætning blev varetaget af Rasmus Enemærke (RE), Lokalrådsformand fra Båring Banke og Hanne Tanvig (HT), Københavns Universitet, facilitator Torsten Bo Jørgensen (FMK).

Nøgleord fra bosætning:

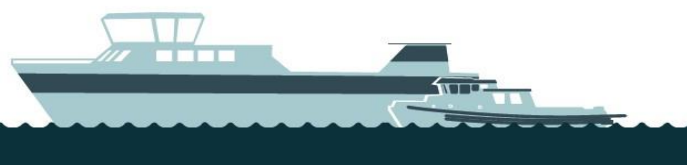
- > Fokus på målgrupper/strategi
- > Lokal organisering
- > Tilstedeværelse
- > Sikre det gode humør/sammenhold

2.1.1 Oplæg:

- > Sikre de gode historier og sørg for at få dem fortalt i et bredt forum /dagspresse, sociale medier og lignende (RE og HT).
- > Måltrettet bosætningsstrategi (Fur) der bygger på de lokale potentialer og ressourcer, målgrupper og simple men håndgribelige metoder (HT). Furs projekt havde tre udgangspunkter (strategi):
 - > Målgruppe – storbyboere med drømme
 - > Tidsperspektiver - kort: tilflytning; lang: beskæftigelse på øen
 - > Ressourcer – lokale ressourcer og engagement; stå sammen; lokal infrastruktur og gøre klar til handling.

Furs bosætningsindsats byggede derefter på tre handlinger:

- > Mobilisering af lokalbefolkning (lokalt beredskab).
 - > "Træf fur" to gange (for interesserede tilflyttere)
 - > Opfølgning og 1:1 rådgivning for potentielle tilflyttere (sikre tilgængelighed for spørgsmål og interessetilkendegivelser)
- > Projektarbejdet lokalt er afhængig af (RE)
 - > Minimum 1 ildsjæl (Der skal være en, der virkelig brænder for at projektet bliver gennemført)
 - > 3 – 4 personer, der vil støtte op om idéen, gerne med forskellige kompetencer (Så kommer der gang i processen)
 - > God kemi i gruppen (det skal være hyggeligt at være med)
 - > Gode kontakter til samarbejdspartnere (så kommer I hurtigt i gang)
 - > Projektets relevans (giver det mening – er der et behov)
 - > Markedsføring (flere skal synes det er en god idé)



2.1.2 Dialog:

- > Udbud af boliger kan løses eks. Ved privat udlejning
- > Lokale skal gå mod strømmen for at sikre finansiering
- > Tænk på boligcyklus
- > Samarbejde med kommunen om udstykningsmuligheder nødvendigt
- > Grib momentum når interessen er der, gå til handling, hav en klar struktur



2.2 Inspirationsoplæg Turisme

Oplæg om turisme blev varetaget af Peter Thor Andersen (PTA) direktør Øhavsmuseet og Torbjørn Tarp (TT) chef for Naturturisme og UNESCO geopark projektet. Facilitator Torsten Bo Jørgensen (FMK).

Nøgleord om turisme:

- > Samarbejder
- > Lokale kvaliteter
- > Kommunikation
- > Beboer-beredskab/professionalisering



2.2.1 Oplæg:

- > Museet og Naturturisme/Geopark øhavet ønsker samarbejde (PTA + TT).
- > 2019 – fokus på midlertidige projekter og placering på Faaborg Havn (PTA).
- > Stærk kulturhistorisk fortælling (PTA og TT)
- > Ikke mål om masseturisme (TT)
- > Muligheder for branding – Geo-food, lokal kultur.
- > Geopark er et bottom-up projekt

2.2.2 Dialog:

- > Gør en dyd ud af, hvad der trækker/er lokal kvalitet
- > Fokus på kommunikationskanaler – herunder udbrede kendskab til øerne gennem markedsføring på hele Fyn m.v.
- > Forventning om partnerskab Øhavsmuseet/Naturturisme/øboere - fokus på hvordan partnerskabet etableres og hvordan de tre parter kommer i tale
 - > Øhavsmuseet og naturturisme er inviteret på besøg på øerne





- > Projektforslag ang. Avernakø havn med plads til lokale produkter og en oplevelsesrig ankomst til øen
- > Turisme er ikke en indsats alene, da den skal tænkes sammen med erhvervsudvikling, lokal egenart og fødevarer
- > Fokus på lokalt værtskab – forslag om en håndbog til øboere eller lignende.
- > Ønske om samarbejde med Ø-havsmuseet ift. lokale udstillinger på øerne
 - > Plan for turisterne
 - > Fælles materiale/folder
 - > Økonomi

2.3 Inspirationsoplæg Fødevarer

inspirationsoplæg om turisme blev varetaget af Bjarne Hansen (BH) daglig leder af Skovsgaard Gods og René Povlsen (RP) Molbordet, butikschef Meny Rønde. Facilitator Andreas Cæsar Møller Jensen, Væksthus Syddanmark.

Der er fire nøgleord fra inspirationsoplæggene ang. Fødevarer:

- > Netværk,
- > Fællesskab
- > Andelstanke/sammenhold
- > Finansiering / den bæredygtige forretning



2.3.1 Oplæg:

- > Flere kommuner med gang i udviklingen – Rebild, Ringkøbing-Skjern, Himmerland (BH)
- > Økologi er det mest rentable for øerne i forhold til tilgængelighed og areal (BH)
- > Fokus på hele året – kan ikke leve af højsæson så udnyt potentiale i skuldresæson (BH)
- > Skab større marked og stærke samarbejder og samarbejdspartnere (BH og RP)
- > Netværk skal dyrkes – lav noget sammen, gå sammen (BH og RP)
- > Tålmodighed og likviditet (forretningsplan) eks. Skovkvæg tager et år for at blive til indtægt (BH og RP)
- > Branding med "den hele historie" gennem netværk og markedsføringsstrategi (andre har også verdens bedste...) (RP)



- > På øerne er det nødvendigt at tage en højere pris for varerne og skabe samarbejde
- > Geoparkprojektet er en god løftestang for samarbejde
- > Fokuser på troværdigheden – stå inde for fælles værdier og find fællesskab (RP)
- > Lokal forarbejdning (RP)
- > Unge og ældre stå sammen
- > Molbordet er en forening som samarbejder med Destination Djursland
- > Find nye salgssteder

2.3.2 Dialog

- > Sammentænk husdyrhold og landskab/naturpleje
- > Produktionerne behøver ikke være store, bare I går sammen (Andelstanke)
- > Grøntsager giver større afkast end korn (4 Ha grønt = 100 Ha korn)
- > Ømærket (SaDS) kan måske bruges til noget
- > Tænk nye produkter – eksempelvis tang
- > Fællesskabet er fødevareglæde som giver merværdi for den enkelte virksomhed (forskelligt deltagelsesniveau, samme brand)
- > Alle skal ikke have en gårdbutik – saml varerne. Brug fællesskabet til fælles salg gennem udvalgte salgssteder.
- > Øerne har en god størrelse for Crowd-funding som kan skabe likviditet (men forretningen skal være på plads)
- > Tænk i små, holdbare produktioner også i forhold til forarbejdning og forædling



3 Arbejdsgrupper



Efter frokostpausen blev arbejdet under forskellige tematiserede arbejdsgrupper ud fra spørgsmålet "Hvad er det vigtigste vi kan gøre i forhold til... (arbejdsgruppens navn". Hertil blev der foreslået handlemuligheder, der kan understøtte de overordnede mål for emnet.

Helt overordnet er der en stor vilje til:

- > Samarbejde og dialog med forskellige repræsentanter i Faaborg-Midtfyn kommune
- > Arbejde med overordnede strategier for forskellige indsatser (Projektgruppen? Forslag fra COWI)
- > Handle hurtigt (Projektet skal målrette umiddelbare indsatser)
- > Samarbejde med overordnede netværk/organisationer
- > Danne fælles front på øerne

3.1 Bosætning

Det vigtigste vi kan gøre i forhold til bosætning:



Oplæg til handlemuligheder:

1. Kommuneplanen: Det skal fremgå tydeligt, at øerne har et udviklingspotentiale, og at kommunen satser på dem
2. Landsbyafgrænsningen på Avernakø skal udvides, og der skal laves nye udstykninger (på alle tre øer?)
3. Fokus på helårsanvendelse af boliger (dvs. ikke flex) – dette er vigtigt også ift. turisternes oplevelse af øen
4. Byfornyelsesmidler bruges på øerne
5. Ombygning af stor, tom svinestald (Bjørnø) til boliger
6. Erhvervelse og ombygning af Mejeriet (Avernakø, 600k vm) til div. aktiviteter, herunder prøvebolig.
7. Almene boliger etableres fra 2022. Skrinlagte projekter genbesøges (Lyø: 3x2 almene boliger; Avernakø: 14 boliger)
8. Prøveboliger etableres – behov for praktisk hjælp fra kommunen, da ildsjælene er ved at segne
9. Etablering af udflytterbørnehave
10. Muligheder for privat/lokal finansiering af boligbyggeri undersøges

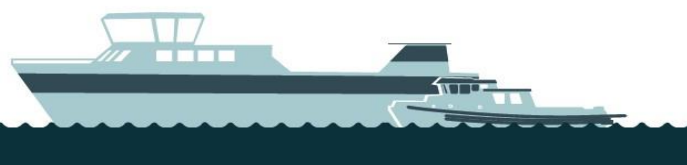
3.2 Transport

Det vigtigste vi kan gøre i forhold til transport/Mobilitet:
Sikre fleksibilitet og tilgængelighed til lands og til vands.



Oplæg til handlemuligheder:

1. Møde med kommune for forståelse ang. Færgelogistik – herunder, hvad der er praktisk muligt med de ressourcer, der er i forvejen og sikring af færgetilskud kommer alle færger til gode.
2. Mobilitetsplan for vand og landtransport med analyse af målgrupper (stigende alder for sejlene og fastboende på øerne) og behov.
3. Fokus på bæredygtighed/grønt øhav => grønne transportmuligheder
4. Vej- og stistandarder på øerne skal passe til hvem øerne er, og den drift, der efterfølgende skal holde standarden



5. Udvikling af transportmuligheder/on-demand båd til/fra Fyn, herunder interesse for go-more i båd udgave
6. Flere færgeafgange (Lyø og Avernakø) i skuldærsæsonen for at sikre adgang i den reelle turistsæson og 18-færgen tilbage, herunder mere fokus på afgangstider end sejltiden i sig selv.
7. Øhavsprojekt med erstatningsfærge/ekstrafærge når Øfærgerne skal i dok for derved at nedbringe udgift til leje af både og hurtige løsninger.



3.3 Natur- og kulturarv samt egenart

Det vigtigste vi kan gøre i forhold til Natur- og kulturarv samt egenart:

- > Opvækst og læring
- > Tilgængelighed
- > Samarbejder
- > Formidling

Oplæg til handlemuligheder:

1. Udflytterbørnehave
2. Natur/tekniktimer på øerne som pendant til "skolen i skoven"
3. Kultur- og historietimer om øerne
4. Rutekort over vandre- og cykelstier, herunder trampestier (samarb. Med Naturturisme)
5. Etablering af nye stier og sikre tilgængelighed til kulturarven
6. Rengøring/oprødning af kyster, stier, fugletårn m.v. gerne i samarb. med FMK
7. Flydende museum/containerudstilling museumsindsats med en professionel
8. Samarbejde mellem Øhavsmuseet og de lokale foreninger
9. Genoprettelse af kirkesti på Avernakø
10. Formidling af økulturer
11. Håndværk med eksempelvis levende workshops



3.4 Erhvervs- og turismeudvikling

Det vigtigste vi kan gøre i forhold til Erhvervs- og turismeudvikling:

- > andelstanke og fællesskab
- > finansiering
- > udvikling af bæredygtigt landbrug
- > netværk – samarbejde og fællesskab både på øerne og i fællesskab
- > fælles brand/branding
- > logistik

Oplæg til handlemuligheder:

1. Lav en plan for landbruget på tværs af øerne (der er mange muligheder)
2. Etablere Andelsfællesskab(er) /andelstanke
3. Etablere netværk til afsætning
4. Butik i Faaborg til salg af produkter fra øerne/fælles salgssted
5. Se på finansieringsmuligheder/ansættelse af fundraiser
6. Bevare dyr på øerne – landskabskarakter
7. bevare og udvikle landbruget alsidigt så vi bevarer biodiversitet – bæredygtighed
8. Hjemmearbejdspladser i fællesskab



9. Synliggøre øernes potentialer
10. Forretningsudvikling
11. Samarbejdsforum for fødevarer, turisme, andre erhverv – hjælp til etablering og drift – evt. med uddannelse
12. Fælles brand
13. Branding evt, med hjemmeside & Facebook, fælles turistfolder
14. Bedre transportmuligheder
15. Nemmere kommunikation ml. erhverv, øbo, storby og turist
16. Lavere fragtpriser
17. Højhastigheds internet
18. Erhvervs- og boligområder
19. Positiv kontakt øbo og kommune
20. Spisesteder åbent hele sæsonen
21. Standere med øernes historie
22. Sikre plads i kommuneplan og udviklingsstrategien
23. Turismemæssigt sammenhæng mellem Faaborg/Fyn og de tre øer.
24. Udstillinger på øerne i samarbejde med Øhavsmuseet



3.5 Kommunikation og branding

Det vigtigste vi kan gøre i forhold til Kommunikation og Branding:

- > I fællesskab finde et brand
- > Få opkvalificeret sociale medier
- > Få lavet retningslinjer for kommunikationen
- > Finde en platform hvor øerne hjælper med at brande hinanden
- >

Oplæg til handlemuligheder:



1. Oprette fælles hjemmeside
2. Lave et fælles årshjul for alle øerne
3. Digital Infoskærm på færgen
4. Sms-liste/App til hurtig fælles sms til øboerne
5. Tryk på begge sider af plakater til ruder
6. Afholde kursus i sociale medier for interesserede
7. Søge støtte til lønnet kommunikationsperson for øerne
8. Brand som kunstnerisk ø med AvernoX, muligvis udvide med et kunstnerrefugium
9. Aktivt invitere medier til at bruge øerne. F.eks Toppen af Poppen
10. At lade opgaven med kommunikation og branding overgå til styregruppen, eller projektgruppen, da der var for få til at danne en arbejdsgruppe, og emnet også bliver påvirket af alle de andre emner.

