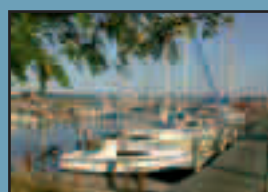


TURISTPOLITISK HANDLINGSPLAN 2005



Udgivelsesdato:
September 2006

Udgivere:
Augustenborg Kommune
Broager Kommune
Gråsten Kommune
Nordborg Kommune
Sundeved Kommune
Sydals Kommune
Sønderborg Kommune
i samarbejde med repræsentanter
fra fokusgrupperne

Fotos:
Søren Gülck og de 7 kommuner

Tryk:
Toptryk Grafisk

Indholdsfortegnelse

INDHOLD

1.0 Forord	side	2
2.0 Vision	side	3
3.0 Naturoplevelser	side	4
3.1 Vandresti	side	4
3.2 Cykelrutenet	side	5
3.3 Naturlegepladser	side	5
4.0 Maritime aktiviteter	side	6
4.1 Maritime aktiviteter	side	6
5.0 Det grænseoverskridende samarbejde	side	7
5.1 Flensborgfjordsamarbejdet	side	7
5.2 Arkitekturhistorie på tværs af grænsen	side	8
6.0 Oplevelsesaktiviteter	side	9
6.1 Iværksætter	side	9
7.0 Oversigt over initiativer i turistpolitisk handlingsplan	side	10

1.0 Forord

Turistpolitisk handlingsplan for Sønderborg-området er udarbejdet som resultat af den offentlige debat om Planstrategi for Sønderborg-området, der har fundet sted i perioden november 2003 - februar 2004.

Planstrategien har til formål at sikre den fremtidige vækst, velstand og velfærd i Sønderborg-området. Dette sker ved at medvirke til, at en dynamisk udvikling fortsat kan finde sted inden for både private og offentlige erhverv og i såvel videnbaserede som traditionelle virksomheder. For at skabe den ønskede vækst, er det vigtigt, at der fokuseres på en fælles intern og en ekstern branding/markedsføring af området. Den overordnede brandingstrategi bør være den samme, uanset om målgruppen er nye borgere, virksomheder eller turister. Turismen er en betydningsfuld medspiller i arbejdet for den fælles branding og derfor vigtig for at sikre den ønskede vækst.

Den fælles branding-strategi skabes ved et bredt samarbejde mellem kommuner, handel, erhverv og uddannelsessteder. Turismen er i sig selv en betydningsfuld branche, som man allerede fra politisk side har besluttet at prioritere i den fremtidige planstrategi for Sønderborg-området. Turisme fungerer godt i samspil med de videnbaserede erhverv, idet

turisme indeholder beskæftigelsesmuligheder for borgere med kortere og mellemlange uddannelser. Samtidig finder turisme sted "on the spot", uden fare for outsourcing.

Udviklingen og markedsføringen af turismeproduktet vil være med til at styrke den fælles branding og profilere Sønderborg-området overfor såvel turister som potentielle nye borgere og virksomheder. Der er allerede gjort tiltag mod en professionalisering af turismeudviklingsarbejdet i form af dannelsen af organisationen Ferieregion Sønderborg pr. 1.1. 2005.

Turisme i vækst kræver imidlertid synliggørelse og videreudvikling af eksisterende produkter, samt tilførsel af nye unikke produkter som sikrer at Sønderborg området, skiller sig ud fra andre områder. Grundpillerne i fremtidens produkt vil være Danfoss Universe, Historien, Naturen og Grænselandet. Udviklingen af turismeerhvervet er allerede i gang på flere fronter, bl.a. med investeringer indenfor overnattingssektoren i lokalområderne. For at udnytte det potentiale udvidelsen af overnatningsdimensionen giver, for flere turister og dermed større turismeomsætning, er det vigtigt, at der samtidig sker en styrkelse og udvidelse af oplevelsesproduktet, bl.a. ved hjælp af offentligt engage-

ment.

Konkurrencedygtig turisme kræver ligeledes kompetenceudvidelse og større fokus på service-niveauet i selve turisterhvervet såvel som detailhandelen, transportvirksomheder og andre erhverv med forbindelse til turisterne.

I det følgende formuleres strategier for udvikling af områdets fyrtårne. Strategien konkretiseres med udgangspunkt i initiativer, der er udviklet af borgerne som led i den offentlige debat om planstrategien. Disse initiativer udgør første fase på vej til virkeliggørelse af visionen om fremtidig vækst, velstand og velfærd i Sønderborg-området, med turismeerhvervet som et fokus- og prioritetsområde.

Fyrtårnene er: Naturoplevelser (herunder cykel-/vandrestier og Gendarmstien inklusive Vemmingbund), Maritime aktiviteter og implementering af børnefamilie-konceptet.

Turistpolitisk handlingsplan forelægges til politisk prioritering og godkendelse i januar 2005. Det anbefales, at indholdet af handlingsplanen fremover revideres hvert år.

*September 2005
Byråd og kommunalbestyrelser
Sønderborg-området*

2.0 Vision

Sønderborg-området satser på en bæredygtig turisme, baseret på videreudvikling af eksisterende produkter og skabelse af nye produkter indenfor hovedtemaerne - naturen, historien, naturvidenskab og grænsen.

Turismen skal være med til at profilere og styrke den fælles branding af Sønderborg-området for at tiltrække såvel turister, som borgere og virksomheder.

Målsætningen er, at den fælles turistorganisations tiltag indenfor områderne markedsføring, produktudvikling og service, resulterer i en vækst i Sønderborg-området i 2010, svarende til 25 % flere overnatninger og en stigning i turismeomsætningen på 30 %.

FAKTA

Antal overnatninger pr. år i de 7 kommuner: ca. 1.2 mio. (*ekskl. endagsturisme)

Døgnforbrug (gennemsnitligt): ca. 300,- pr. pers.

Turismeomsætning i tal: ca. 360.000.000 Kr.

Beskæftigelse i de 7 kommuner: ca. 600 fuldtidsbeskæftigede

Turistvirksomheder i Sønderborg-området: ca. 93

- Antal hoteller: 17
- Antal Campingpladser: 21
- Antal vandrerhjem: 2
- Antal Feriehusudlejere: 16
- Antal Feriecentre: 1
- Antal bed & breakfast: 27
- Antal Lejrskoler: 2
- Antal Lystbådehavne: 7

Turister i Sønderborg-området

- Nationaliteter: primærsegment: danske – tyske - svenske – norske og hollandske, procentuel fordeling afhængig af overnatningsformen.
- Demografi: primært familier med børn og seniorer.

3.0 Naturoplevelser

BAGGRUND

Analysen foretaget på vore nærmest markeder, Danmark, Tyskland, Holland, Sverige og Norge, viser en markant stigning i turisternes efterspørgsel efter naturoplevelser og deres betydning for valget af destination. Børnefamilierne fokuserer på masser af plads at røre sig på og trygge rammer, hvilket naturen i Sønderborg-området netop byder på. Variationen af skove, strande, marker, enge, levende hegn, bugter og vige, skaber optimale rammer for udflugter til fods og på cykel. Området byder allerede i dag på gode cykel- og vandrestier, men for at tilfredsstille turisternes behov, skal stisystemerne synliggøres og kædes bedre sammen. Udviklingen gennemføres som et projekt med fire faser: : 1) konceptudvikling, 2) afmærkning og udlægning af stier, 3) markedsføring (informationstavler, pjecer etc.) og 4) formidling ved naturvejleder.

SUCCESKRITERIER

- Forbedre tilgængeligheden til eksisterende stier.
- Sammenkædning af allerede etablerede stier, ved hjælp af nye strækninger
- Forbedre kortlægning og skiltning af ruter.
- Kommunikationsmateriale om stierne og de oplevelsesmomenter, de indeholder.

3.1 Vandresti

FORMÅL

At skabe attraktive rammer for vandrende turister ved at skabe sammenhæng mellem de eksisterende stier i landskabet. Der etableres et sammenhængende stisystem fra Gendarmstien i Høruphav, langs Als' østkyst til Nordborg. Herfra til Hardehøj – Ballebro, rundt om Nybøl Nor og videre på Sundevedsiden til Sønderborg.

MÅLGRUPPE

Turister som ønsker at foretage en udflugt i naturen som en del af ferien samt turister, som ønsker at tilbringe hele ferien med at vandre.

INDHOLD

Med dette projekt skabes sammenhæng mellem eksisterende stisystemer, således at det bliver muligt at starte på Gendarmstien som løber fra Flensborg til Høruphav, og derpå fortsætte op langs Als' østkyst og videre via Hardeshøj – Ballebro, rundt om Nybøl Nor og ned langs kysten på Sundevedsiden. Stien bliver dermed en af Danmarks længste og flotteste vandrestier, der vil tiltrække både endagsturister og folk, der ønsker at vandre flere dage. Stien skal være attraktiv for begyndergrupper og være udstyret med såvel faciliteter til ophold og primitiv overnatning med in-

formationstavler, afmærkning og skiltning. Desuden er det vigtigt at sikre kendskabsgraden til stierne ved hjælp af intensiv markedsføring, herunder produktion og distribution af en turfolder.

Efter etableringen skal der tilføjes unikke oplevelser langs stien. Dette kan ske gennem naturvejledning og etablering af oplevelsespunkter og primitive overnatningspladser.

ANSVARLIG

Ferieregion Sønderborg

SAMARBEJDSPARTNERE

Kommunernes tekniske forvaltninger (etablering af 12 km sti), Gråsten Statskovdistrikt (oplevelsespunkter).

BUDGET

Fase 1: Konceptudvikling: 0,2 mio. kr.

Fase 2 (estimat): etablering af sti: 2,5 mio. kr. + etablering af oplevelsespunkter/overnatningspladser: 0,5 mio. kr.

Fase 3(estimat): Naturvejledning 0,4 mio. kr. årligt i 3 år
I alt: 4,4 mio. kr. fordelt på 4 år.
Opgradering af Vemmingbund (strandpromenade, parkeringsanlæg, vejstrækning m.m. er en vigtig komponent i en helheds - Gendarmstioplevelse, Dette er ikke inkluderet i ovennævnte,

idet ansvaret for et sådant projekt bør ligge i kommunalt regi.

PROJEKTPERIODE/TIDSPLAN

Projektet kan påbegyndes 2005 for en 4-årig periode.

3.2 Cykelrutenet

FORMÅL

At skabe attraktive rammer for cykelturister i alle aldre.

MÅLGRUPPE

Turister som foretrækker at tilbringe ferien på cykel.

INDHOLD

Iværksættelse af projekt til kortlægning af ruter, udarbejdelse af markedsføringsplan, konceptudvikling af pakker og etablering. Målet er afmærkede cykelruter, der kan sammenkobles med et overnatningskoncept, som kan tiltrække cykelturister. Ruterne bliver etableret, så de understøtter overnatningstilbud, så som campingpladser, bed & breakfast o.l.

Cykelruterne markedsføres ved udarbejdelse af pakker som indeholder cykelrutekort, beskrivelser af faciliteter og oplevelser langs med ruterne, overnatningsfaciliteter m.v. Målet er etablering af ca. 100 km cykelrute.

ANSVARLIG

Ferieregion Sønderborg

SAMARBEJDSPARTNERE

Kommunernes tekniske forvaltninger (opsætning af ruteafmærkning) Gråsten Statsskovsdistrikt.

BUDGET

Fase 1: Konceptudvikling, kortlægning

Fase 2: Etablering

Fase 3: Markedsføring

I alt ca. 750.000 Kr.

PROJEKTPERIODE/TIDSPLAN

Projektet kan påbegyndes 2005 for en 4-årig periode.

3.3 Naturlegepladser

FORMÅL

At skabe gode rammer for ophold og fysisk aktivitet i skoven.

MÅLGRUPPE

Børnefamilier som besøger området, samt lokale børnefamilier og institutioner.

INDHOLD

Etablering af naturlegeplads i Sønderskoven, som en del af oplevelsesproduktet i forbindelse med cykel- og vandrestier i skoven. Herved fremmes den fysiske udfoldelse og interessen for at opholde sig i naturen.

Materialer leveres af Skov og naturstyrelsen. Kommunernes grønne beskæftigelsesprojekt bør inddrages i den fysiske udførelse og vedligehold.

I projektet indgår konceptudvikling og markedsføring.

ANSVARLIG

Sønderborg-områdets tekniske forvaltninger.

SAMARBEJDSPARTNERE

Kommunerne og Skov- og Naturstyrelsen.

BUDGET

300.000 Kr. til konceptudvikling, markedsføring og etablering (forudsætter at etableringen varetages af kommunernes grønne beskæftigelsesprojekt svarende til 1/3 af budgettet).

PROJEKTPERIODE/TIDSPLAN

Projektet kan påbegyndes i 2005 og udføres i 2006.

4.0 Maritime aktiviteter

BAGGRUND

Sønderborg-området beliggenhed ved vandet med over 200 km kystlinje og tilgang til Flensborg Fjord, gør det maritime område til et oplagt turismefyrtårn. De tilstedeværende aktiver så som moderne lystbådehavne, små hyggelige naturhavne, bugter og vige er oplagt til aktiviteter på vandet. De som ikke kommer sejlen til i egen båd, har dog i dag meget begrænsede muligheder for at få oplevelser på vandet. Det maritime tilbud bør derfor udbygges, således at Sønderborg-området får et maritimt image på niveau med det sydfynske øhav.

SUCCESKRITERIER

- At Sønderborg-området får image af maritimt område med levende havnemiljøer og aktiviteter på og ved vandet for såvel sejlen som ikke sejlen turister.

4.1

Maritime aktiviteter

FORMÅL

At styrke opbygningen af Sønderborg-områdets maritime image ved at fastholde og tiltrække turister til havnene, såvel de sejlen, som de ikke sejlen, ved at give dem mulig-

hed for at få maritime oplevelser til vands og lands. Samtidig er havnedimensionen af stor betydning for tiltrækningen af nye borgere til området.

MÅLGRUPPE

Turister og borgere i Sønderborg-området.

INDHOLD

For at opnå et maritimt image og få succes med de forslag borgergrupperne har udarbejdet, er der behov for at få struktureret eksisterende maritime tilbud, få afdækket mulighederne for nye aktiviteter og få hævet serviceniveauet overfor områdets mange gæstesejlere. Der ønskes derfor gennemført en samlet analyse af de maritime muligheder med udarbejdelse af en fælles strategi- og handlingsplan. I analysen indgår ligeledes en undersøgelse af lystsejlerens krav og forventninger samt forslag til forbedring af lystbådehavnenes kvalitet.

En borgergruppe har udarbejdet forslag til, hvorledes de maritime aktiviteter i Sønderborg-området kunne udvikles, herunder også den grænseoverskridende sejlads. Arbejdsgruppens forslag bør danne grundlag for en nærmere analyse og udarbejdelse af konkrete handlingsfor-

slag. I analysen indgår en vurdering af mulighederne for at etablere et maritimt Center i området.

Et andet projekt ønsker at etablere et samarbejde omkring udvikling af en række maritime aktiviteter rundt om Lillebælt. Dette kræver et forarbejde til undersøgelse af finansierings- og projektmulighederne. Initiativet omkring etablering af en cykelfærge mellem Brunsø/DK – Holnæs/D, kræver som udgangspunkt, en afdækning de økonomiske støttemuligheder, herunder kommunal- og privat investeringslyst, samt muligheden for at opnå Interreg III-a støtte, før projektet igangsættes.

ANSVARLIG

Ferieregion Sønderborg

SAMARBEJDSPARTNERE

Kommunerne, initiativtagere, Maritime organisationer

BUDGET

Forprojekt: 400.000 Kr.

PROJEKTPERIODE/TIDSPÅN

Projektet igangsættes 2005 og løber over en 4 årig periode.

5.0 Det grænseoverskridende samarbejde

BAGGRUND

Kommunerne i Sønderborg-området og Bov Kommune har tradition for at samarbejde med de tyske kommuner på en lang række områder indenfor kultur, erhverv, skole m.m. Derfor har det været et naturligt ønske at udbygge dette samarbejde til også at omfatte turistområdet, der på begge sider af grænsen har stor betydning for områdernes vækst inden for servicesektoren. Samarbejdet har mulighed for at opnå støtte fra Interreg IIIa over en 3-årig periode.

MÅLSÆTNING

At udbygge samarbejdet på turismeområdet mellem kommunerne nord og syd for Flensborg Fjord, således at der opnås synergieffekt indenfor produktudvikling, PR og markedsføring.

SUCCESKRITERIER

- Dannelse af et grænseoverskridende turistforum der kan varetage turismens interesser
- Fælles markedsføringsinitiativer fra 2006
- Fælles produktudviklingsinitiativer fra 2006
- Fælles PR- og presserejser fra 2006.

5.1 Flensborgfjord-samarbejdet

FORMÅL

Oprette et formelt turistforum der kan udnytte det turistpotentiale som findes på begge sider af grænsen indenfor markedsføring, produktudvikling, PR- & presse.

MÅLGRUPPE

Turistorganisationerne og kommunerne nord og syd for Grænsen.

INDHOLD

Der udarbejdes en samarbejds-erklæring, der vedrører turismesamarbejde langs Flensborg Fjord. Erklæringen skal underskrives af alle kommuner/amter på begge sider af fjorden. Derefter udarbejdes en InterReg III a ansøgning, med projektparterne Ferieregion Sønderborg på den danske side og Flensburg By på den tyske side.

Marketing

- Produktion & distribution af turistbrochurer, der indeholder informationer om ferieregionen og oplevelsesmulighederne.
- Annoncer i regionale aviser, brochurer, TASH, RST, o.l.

- Messedeltagelse – alene, såvel som med samarbejdspartnere
- Hjemmeside: Oversigt over overnatningsmuligheder, Direct Booking, aktivitetskalender, events, Træfpunkt-program, links, o.l.
- IT-portal

Produktudvikling

- Udvikling af et CD-design
- Internetportal: Oversigt over overnatningsmuligheder, booking-muligheder, grænseoverskridende aktivitetskalender m. m.
- Udvikling af grænseoverskridende "udflugtsforslag"
- Endagsturisme – udvikling af produktpakker
- Udvikling af Træfpunktprogram
- Udvikling af kulturpakker – målrettet mod seniorer
- Udvikling af temahæfter – cykelferie, maritime oplevelser, golf, kultur, m.m.

PR & Presse

- Journalistrejser - på enkeltmandsniveau
- Journalistrejser – på gruppeniveau
- Billedarkiv med egne optagelser
- Præsentere forskellige arran-

- gementer og aktiviteter
- Pressekurser for folk ansat i turisterhvervet

Forskelligt

- Grænseoverskridende inspirations-/idéudvekslingsmøder for turisterhvervet
- Regionalt tysk-dansk call-center
- Turismedag for "alle og enhver"

ANSVARLIG

Ferieregion Sønderborg, RST

SAMARBEJDSPARTNERE

Kommunerne i Sønderborg-området.

BUDGET

600.000 kr. pr. år i 3-årig periode, heraf finansierer Ferieregion Sønderborg kr. 150.000 pr. år.

PROJEKTPERIODE/TIDSPLAN

Projektet kan igangsættes september 2005- til september 2008 med årlig evaluering.

5.2 Arkitekturhistorie på tværs af grænsen

FORMÅL

At forøge oplevelsesdimensionen på kultursiden ved at udnytte den synergieffekt der er

i samarbejdet nord og syd for grænsen. Et middel til dette er at vække interessen for den arkitektoniske kulturarv i vores byer, ikke mindst den endnu ret ukendte arkitektur fra perioden 1850-1920, som ikke findes i tilsvarende målestok andre steder i Danmark.

MÅLGRUPPE

Turister som interesserer sig for kultur og arkitektur (især seniorer), som enten holder ferie i vores område, besøger området i grupper eller er endagsturister sydfra.

INDHOLD

Projektet består af 3 faser:

Fase 1: Udarbejdelse af guider om arkitekturen på tværs af grænsen i den givne periode og fælles markedsføring.

Fase 2 : Planlægning, markedsføring og afholdelse af arkitekturdage/historiedage på begge sider af grænsen med byvandring og foredrag.

Fase 3: En udstillingstrilogi over emnet arkitekturhistorie på museerne på dansk og tysk side.

ANSVARLIG

Museet på Sønderborg Slot

SAMARBEJDSPARTNERE

Denkmalamt Flensburg, Museumsberg Flensburg, Ferieregion Sønderborg, Flensburg Turistbureau.

BUDGET

Årlig pulje til planlægning og markedsføring i fase 1 og 2 på kr. 100.000 Kr.

PROJEKTPERIODE/TIDSPLAN

Projektet kan påbegyndes med fase 1 i S2005, fase 1 i 2006 og fase 3 i 2007 og evalueres årligt.

6.0 Oplevelsesaktiviteter

BAGGRUND

I forbindelse med åbningen af Danfoss Universe, er der potentiale for at udvikle en række komplementære aktiviteter, der kan understøtte turisternes oplevelsesbehov og dermed sikre, at disse turister forbliver længe i området. Det gælder såvel produktudvikling og synliggørelse af eksisterende tilbud, som tilførsel af nye unikke og egnspecifikke produkter. Ligeledes har infrastrukturen stor betydning for oplevelsesdimensionen, eksempelvis er der behov for et transportnet der giver ikke mobile turister muligheden for at komme fra overnatningssted til oplevelsessted og et net som forbinder oplevelsesstederne med hinanden. Aktiviteter og produkter vil have et udpræget behov for "iværksætterrådgivning", der ud over de elementære rådgivningsfunktioner, også kan rådgive omkring turistspecifikke problemstillinger.

SUCCESKRITERIER

- At tiltrække iværksættere indenfor oplevelsesdimensionen ved at skabe grobund, i form af rådgivning og vejledning, for etablering af nye bæredygtige produkter/tiltag.

6.1 Iværksætteri

FORMÅL

At fremme iværksætteri af nye aktiviteter på oplevelsesområdet, der matcher målgruppen "Børnefamilier" og "seniorturisterne", med formålet at understøtte oplevelsesdimensionen i Ferieregion Sønderborg.

MÅLGRUPPE

Idégrupper, iværksættere i lokalområdet + eksterne iværksættere

INDHOLD

Der igangsættes en markedsføring af Sønderborg-områdets muligheder for opstart af nye virksomheder, her med vægt på oplevelsesproduktet inden for turisme. I samarbejde med Cfe gennemføres kursustilbud for iværksættere med udarbejdelse af businessplaner som mål. Endvidere etableres der en rådgivningsgruppe, der kan yde individuel rådgivning og støtte i implementeringsfasen til iværksættere og produktudviklere. Rådgivningsgruppen kan ligeledes koordinere produktudviklingstiltagene, så udvikling af ens produkter undgås. Samtidig sættes ressourcer af til udarbejdelse af en analyse på trans-

portområdet, som specificerer behovet for forbindelser mellem overnatningssted og oplevelsessted og imellem oplevelsesstederne.

ANSVARLIG

Cfe, Ferieregion Sønderborg

SAMARBEJDSPARTNERE

Kommunerne, turist erhvervet, m.fl.

BUDGET

350.000 kr. årligt.

PROJEKTPERIODE/TIDSPLAN

Igangsættes ultimo 2005, kører over en 2 årig periode.

7.0 Oversigt over initiativer i turistpolitisk handlingsplan Se side 11

Indsatsområder	Initiativer	Ansvarlig	Samarbejds partnere	Budget	Projektperiode
Naturoplevelser	3.1 Vandrestier langs Als, Nybøl Nor og Alsund på Sundevad	Ferieregion Sønderborg	Kommunernes tekniske forvaltnin-ger, Gråsten Skovdistrikt	4,4 mio. kr.	4 år: 2005-2008
	3.2 Cykelrutenet på Als og Sunde-ved, forbundet med Gendarmsti og Grænserruten	Ferieregion Sønderborg	Kommunernes tekniske forvaltnin-ger, Gråsten Skovdistrikt	750.000 kr.	4 år: 2005-2008
Maritime Aktiviteter	3.3 Naturlegepladser	Tekniske For-valtninger	Kommunerne, Gråsten Skov-di-strikt og Ferieregion Sønder-borg	300.000 kr.	2 år: 2005-2006
	4.1 Maritime Aktiviteter	Ferieregion Sønderborg	Kommunerne, initiativtagere, mari-time organisationer	400.000,00 kr.	4 år: 2005-2008
Det grænse-overskridende samarbejde	5.1 Flensborgfjord-samarbejdet	Ferieregion Sønderborg og RST *	Kommunerne	150.000,00 kr. pr. år	3 år: 2005-2007
	5.2 Arkitekturhistorie på tværs af grænsen	Museet på Sønderborg Slot	Denkmalamt Flensburg, Museumsberg Flensburg, Ferie-re-gion Sønderborg, Flensborg Turist-bureau	100.000,00 kr. pr. år	3 år: 2005-2007
Oplevelses-aktiviteter	6.1 Iværksætter	Cfe, Feriere-gion Søn-der-borg	Kommunerne og turisterhver-vet	350.000 kr. pr. år	2 år: 2005-2006

* RST =Region Sydøst og Sønderjyllands Turismeudviklingselskab

