

Ansøgning

*”Kystoplevelsen på Djursland”*

”Ny Vækst i turismen i Region Midtjylland”

Forretningsområdet Stærke feriesteder ØST

December 2014

## Ansøges af:

Fonden Destination Djursland (herefter kaldt Destination Djursland)  
Ny Lufthavnsvej 21  
8560 Kolind

Juridisk status: Erhvervsdrivende Fond  
Projektperiode: 2015

### **Kort om turismesamarbejdet på Djursland**

På Djursland samarbejder Norddjurs Kommune, Syddjurs Kommune og ca. 150 større og mindre turistaktører om udvikling af turismen i regi af Destination Djursland.

Destination Djursland varetager den fælles synliggørelse og afsætning af turistprodukter i samarbejde med turisterhvervet. Desuden varetager Destination Djursland produktudvikling og turistservice i samarbejde med Norddjurs Kommune, Syddjurs Kommune og turisterhvervet.

På Djursland arbejdes der efter en model for integreret destinationsudvikling, hvor alle elementer i turismens værdikæde har betydning for turismens udvikling, vækst og beskæftigelse. De to kommuner har i fællesskab besluttet at arbejde sammen om turismen på Djursland - som ét samlet ferieområde.

## **Baggrund**

Gennem de seneste 5 år har der været arbejdet målrettet og strategisk på at udvikle turismen i hele Region Midtjylland med udgangspunkt i strategien *"Ny VÆKST i turismen – en strategi for en mere fokuseret og professionel turisme i Region Midtjylland frem mod 2020"*.

Af strategien *"Ny VÆKST i turismen"* fremgår det, at indsatserne skal koncentreres om at skabe vækst gennem 3 forretningsområder med afsæt i stærke værdikæder og geografiske alliancer.

Et af de forretningsområder, som skal bidrage til væksten er *"Stærke Feriesteder"*.

Forretningsområdet *"Stærke Feriesteder"* fokuserer på at udvikle få men stærke og konkurrencedygtige feriesteder i Midtjylland. Disse skal gennem øget professionalisering, udvikling og samarbejde skabe mere handlekraftige destinationer, der skal sikre forankring og koordination.

Det fremgår desuden af strategien, at såfremt Region Midtjylland fremadrettet skal fastholde og styrke sin position indenfor forretningsområdet, er der behov for at skabe et markant løft i turismen i regionens stærkeste feriesteder.

De Stærke Feriesteder har allerede igangsat en lang række indsatser, der skal stimulere til vækst og jobskabelse i turismen. Nye *"veje"*, samarbejdskonstruktioner og metoder er blevet introduceret på de stærke feriesteder.

Det har bl.a. betydet udfordrende men positive forandringer i DMO-arbejdet, øget tryk på markederne og styrket formidling af kystferieproduktet. Der er blevet skabt naturlige forventninger og gensidig forpligtelse om de stærke feriesteders evner til forsat at være first-movers på turismeudviklingen i Region Midtjylland frem mod 2020.

Dette fordrer en fortsat stærk vækstdagsorden på de Stærke Feriesteder med både nye tiltag samt fastholdelse af momentum, der tilsammen skal sikre en solid forankring og implementering blandt aktørerne på de stærke feriesteder. Der skal holdes fast i den fremdrift, det styrkede samarbejde og den gejst, der er blevet skabt de seneste år på de Stærke Feriesteder. Vi er opmærksomme på, at der med nedenstående aktiviteter ikke igangsættes tiltag, der ville kunne forventes løst af det nyoprettede Dansk Kyst- og Naturturisme.

## Stærke Feriesteder ØST

Destination Djursland er for perioden 2012-2015 udpeget som operatør på Stærke Feriesteder Øst, der gennemføres i et partnerskab mellem Destination Djursland, Norddjurs Kommune og Syddjurs Kommune. Udviklingen af Stærke Feriesteder Øst tager udgangspunkt i visionen om at udvikle Djursland som én sammenhængende feriedestination med fokus på:

- Vækst og jobskabelse i turisterhvervet på Djursland
- Fastholde turisme som en styrkeposition på Djursland
- Styrke den integrerede destinationstilgang

I den oprindelige handlingsplan for Stærke Feriesteder Øst fra 2011 blev der sat fokus på aktiviteter under de 3 indsatsområder i Region Midtjyllands handlingsplan under strategien "Ny Vækst i Turismen".

Således er der gennem de sidste 3 år blevet gennemført aktiviteter under indsatsområdet "Afsætning af helstøbte ferieoplevelser" primært i projektet **Djursland – Vækst gennem oplevelser**, hvor der har været fokus på øget synlighed, styrkelse af Djurslands position og brand samt udvikling, salg og formidling de kystbaserede kerneprodukter.

I udviklingsprojektet **Oplevelsesudvikling langs kysterne på Djursland**, hvis aktiviteter relateres til indsatsområdet "Udvikling af kystferieprojekter" er formålet at udvikle de attraktive kyster på Djursland gennem produktudvikling på kysterne og synliggørelse af oplevelser langs kysterne på Djursland.

I demonstrationsprojektet **DMO Djursland – en professionel partner** under EU-socialfondsprojektet "Det Professionelle Turisterhverv", er der blevet gennemført aktiviteter i relation til indsatsområdet "Destinations- og organisationsudvikling". Her er der arbejdet med værdikædeudvikling gennem et nyt partnerprogram, der sætter fokus på nye kompetencer, netværk og øget samarbejdet på tværs af turismeaktørerne på Djursland.

Det øgede fokus på en strategisk udvikling af Djursland som stærkt feriested, har bidraget positivt til udviklingen af turismen på Djursland. Der er vækst i turismeforbruget på Djursland og positive vækstrater i overnatningstallene - efter flere års tilbagegang. Virksomhederne – herunder attraktionerne på Djursland oplever vækst, og der investeres markant i produktudvikling og områdeudvikling.

Flere af de fastlagte delmål og milepæle er blevet gennemført, og midtvejsevalueringen af Region Midtjylland handlingsplan for "Ny VÆKST i turismen", viser at de foreløbige aktiviteter på Stærke Feriesteder Øst bl.a. har betydet:

- Et øget videns- og kompetenceniveau blandt virksomhederne, der har deltaget i projekterne og blandt medarbejderne involveret i projekterne

- Indikationer på forbedrede samarbejdsrelationer og øget synlighed
- Potentiale for øget produktkvalitet og produktudbud
- Positive forventninger til øget professionalisering

Samtidig er nærværende ansøgnings aktiviteter i overensstemmelse med de fremadrettede anbefalinger i midtvejsevalueringen omkring blandt andet styrket inddragelse af virksomhederne i produktudviklingsaktiviteterne og imødekomme af mangler i de gratis faciliteter.

## Ansøgningen

Med henblik på at fastholde det gode momentum, der præger turismeudviklingen aktuelt på Djursland, samt ikke mindst styrke arbejdet med at udvikle Djursland som en international destination ønskes der med nærværende ansøgning allerede nu at sikre den fortsatte fremdrift i de to tidligere projekter i regi af Stærke Feriesteder Øst under Destination Djurslands operatørskab.

Ansøgningen "**Kystoplevelsen på Djursland**" skal understøtte de overordnede indsatser for udvikling af Djursland som "Stærk feriested ØST". Aktiviteterne i ansøgningen bidrager væsentlig til den videre udvikling af destinationen som et attraktivt og sammenhængende feriested.

Indsatserne i "**Kystoplevelsen på Djursland**" skal bidrage til at fastholde det markante fokus på kystturismen som vækstgenerator for området, der er med til at skabe jobs, investeringer og øget omsætning. Indsatserne betyder samtidig at igangværende tiltag og investeringer i turismen på Djursland bliver tydeligere i oplevelsesbilledet, og der skabes en øget sammenhæng i turismens værdikæde.

Indsatserne understøtter turismestrategien på Djursland "*Vækst gennem oplevelser 2012-2015*" og er derved med til at sikre de målsætninger, der er sat for turismen på Djursland frem mod 2015.

I løbet af 2015 vil man på Djursland evaluere på turismestrategien for området og samtidig påbegynde udviklingen af en ny strategiperiode fra mod 2020. Dette arbejde vil i høj grad følge op på igangværende indsatser og lægge op til fremtidige indsatser for Stærke Feriesteder ØST under Region Midtjyllands strategi "*Ny VÆKST i turismen*" frem mod 2020.

Samtidig skal der sikres sammenhæng mellem indsatserne omkring de "Stærke Feriesteder" til den nationale turismestrategi og til udviklingen af den kommende strategi for "**Dansk Kyst- og Naturturisme**".

## Målgrupper og relevans:

Projektets målgrupper er:

- Virksomheder og andre aktører i turismen på Djursland som Stærkt feriested.  
*Aktiviteterne i projektet vil understøtte et øget erhvervssamarbejde om turismeudviklingen på Djursland. Dette skal resultere i nye forretningsmuligheder og etablering af nye arbejdspladser.*
- Slutbrugere – her defineret som de nationale og internationale gæster.  
*Aktiviteterne i projektet vil betyde en øget kommunikation og formidling til områdets kommende og nuværende internationale turister om områdets særlige karakteristika, lokale oplevelser, produkter og identitet. Dette skal resultere i øget omsætning og øget antal overnatning.*

Aktiviteterne skal på kort sigt bidrage til at skabe forankring og implementering af igangværende aktiviteter og udbrede/involvere aktørerne i og omkring destinationssamarbejdet på Djursland.

## **Projektaktiviteter:**

### **Aktivitet 1 - Videreudvikling af kystlinier på Djursland**

Et forsat fokus på udvikling af attraktiviteten på og omkring kysterne på Djursland er nødvendigt for at skabe sammenhæng, forbedret formidling og et velfunderet grundlag for oplevelser og aktiviteter langs kysterne.

Af handlingsplanen fra 2011 fremgår det, at Djursland har en lang og varieret kystlinie, der i høj grad er med til at udgøre destinationens attraktionskraft. Kyst, havet og kystnære byområder tiltrækker gæster – på alle tidspunkter af året. Djurslands kyster er attraktive for den primære målgruppe i højsæsonen, hvor de skaber grundlag for afslapning, natur- og aktive oplevelser. Uden for højsæsonen har Djurslands kyster også en attraktionskraft i forhold til nye købestærke målgrupper.

Dette er også blevet bekræftet i arbejdet fra Videntcenter for Kystturisme, som har gennemført diverse kundeanalyser, ekspertpanel og fokusgrupper i arbejdet med de "20 særlige feriesteder" samt øvrige analyser og undersøgelser af det kystrelaterede oplevelsesaspekt.

I 2011 blev vækstpotentialet på Djursland vurderet til at blive udmøntet ved følgende:

- *Udviklingen af superkystlinjer, der knytter havet, kysten og bymiljøerne sammen.*
- *Kvalitets- og produktudviklingen af det eksisterende produkt med en ny dimension af besøgs- og oplevelsesmuligheder vil skabe en helhedsoplevelse (by – kyst – strand – vand.)*
- *"Udnyttelsen" af vandet både ift. vandsport og muligheden for at opleve kysten fra vandsiden via sejlads og øvrig vandsport.*

Stærke Feriesteder Øst ønsker at udbrede og implementere koncepter og produkter, der understøtter de overordnede punkter. Gennem de følgende projektaktiviteter er det formålet, at kystoplevelsen på Djursland bliver tydeligere i oplevelsesbilledet. Det sker gennem stedbundne udviklingstiltag, der sammen med organiserede aktiviteter og oplevelser giver differentierede kystoplevelser for gæsterne og turisterhvervet. Det skal tilsammen skabe sammenhængskraft på tværs af Djurslands kyster.

### **Stedbunden oplevelsesudvikling – kystnære nedslagspunkter**

Jf. den Turistpolitiske Handlingsplan for Djursland 2012-2015, arbejdes der målrettet med udvikling af oplevelsespladser langs kysten på Djursland. Der har som nævnt tidligere i ansøgningen været igangsat betydelige indsatser til udvikling af oplevelser langs kysterne og synliggørelse/formidling af kystens potentialer og attraktivitet.

Med henblik på at fastholde det gode momentum, der allerede har vist sig i forbindelse med de allerede gennemførte projekter, ønskes det med indeværende projekt, at der arbejdes videre med stedbunden oplevelsesudvikling på udvalgte oplevelsespladser. I nedenstående oversigt beskrives, hvorledes der ønskes

igangsat en række udviklingstiltag med fokus på de ovenstående punkter for udmøntningen af vækstpotentialer.

Aktiviteterne i dette projekt bygger bl.a. videre på erfaringerne og de grundlæggende koncepter udviklet i forbindelse med "Oplevelsesudvikling langs Djurslands kyster" og "Djursland – Vækst gennem oplevelser."

Aktiviteterne i dette projekt, er en videreførelse og –udvikling af de udviklingsaktiviteter, som blev startet i begyndelsen af 2014. Disse aktiviteter har bl.a. medført anskaffelse af en formidlingsvogn ved Femmøller Strand, hvorfra områdets formidlere har mulighed for at fortælle og inddrage områdets gæster, i dette tilfælde specielt om de naturhistorier, som knytter sig til livet ved og under havoverfladen.

Formidlingsvognen stod klar primo juli 2014, og på ca. 6 uger, havde naturformidlerne kontakt med over 5000 gæster, både i form af deltagelse i kommercielle aktiviteter og gratis naturvejledning. Dette antal gæster mener vi er meget tilfredsstillende, når det tages i betragtning at det ikke var muligt på forhånd at markedsføre tiltaget. Samtidig har tilbagemeldingen fra gæsterne i området været meget positive og flere har gjort opmærksom på, at sådanne tiltag kan få dem til at blive nogle flere dage.

Ebeltoft vig	Fjellerup
<p>Ebeltoft Vig er en magnet for mange gæster under der ophold på Djursland. Langs vigen er der et stort antal attraktive strande og kystområder. De to byområder i Vigen – Ebeltoft og Femmøller har et stort potentiale for at generere yderligere vækst på baggrund af de kystnære placeringer.</p> <p>Der igangsættes i 2014/2015 omfattende udviklingsplaner for området i form af to Realdania-støttede projekter – hhv. "Revitalisering af Egil Fischers Ferieby" og "Udviklingsplan for Ebeltoft by og havn". Nedenstående aktiviteter supplerer og støtter op om og skal sikre områdernes sammenhængskraft og udvikling.</p> <p>Dette projekts aktiviteter vil bidrage betydeligt til at sikre sammenhæng og fremhæve kystoplevelsen på Djursland.</p> <p>Projektaktiviteterne vil være:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etablering af mobil markedsplads i parken i Egil Fischers Ferieby. Denne markedsplads udarbejdes i overensstemmelse med MAP Architects konceptkatalog, som ved brug af genkendelighed i materiale- og farvevalg samt raffinerede funktionelle løsninger angiver udformningen markedsvognene (se bilag). Markedspladsen skal danne ramme om aktiviteter i og omkring feriebyen. Disse aktiviteter vil omfatte blandt andet</li> </ul>	<p>Fjellerup er et nedslagspunkt og et vigtigt område for turismeudviklingen på Nordkysten. Der er en stor overnatningskapacitet med feriehusområder, campingpladser m.m. i området.</p> <p>I Fjellerup pågår der en lang række udviklingstiltag til at sikre sammenhæng og attraktivitet for områdets gæster. Blandt de lokale aktører er der en stor vilje til udvikling af turismen og områdets attraktivitet.</p> <p>Projektaktiviteterne i denne del af indsatsen skal skabe øget fokus og mulighed for aktiviteter for områdets feriegæster, der ønsker at udnytte vandets muligheder til rekreation og oplevelse. Det skal være med til at differentiere kystoplevelsen i Fjellerup yderligere og skabe grundlag for udvikling af turismen i området.</p> <p>Projektaktiviteterne vil være:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Etablering af en oplevelsesplads i Fjellerup - et fleksibelt aktivitetshotel for vandbaserede aktiviteter.</b> Der ønskes etableret en oplevelsesplads i Fjellerup, (ved Thomasminde huset) der indbyder til leg, ophold og erhvervsrettede aktiviteter med fokus på at indtage vandet. Formålet med oplevelsespladsen er at udvikle kystferieproduktet og at tilføje et ekstra lag</li> </ul>

<p>fødevarermarkeder og kunsthåndværksmarkeder fra de mange lokale producenter. Markedspladsen etableres i samarbejde med disse lokale aktører, der ligeledes vil drive projektet. Dermed skabes i relation til fase 2-projektets vandnære aktiviteter på denne måde aktiviteter knyttet til det bagvedliggende ferieområde.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planlægning og koordinering af eksisterende oplevelsesbaserede tilbud, således at et mangfoldigt udbud af aktiviteter kan sikres.</li> <li>- Aktiviteterne skal kunne ses i sammenhæng med de øvrige turismerelaterede tilbud i Femmøller, hvorfor der er behov for fysiske installationer for skiltning for at kunne formidler rækken af tilbud som oplevelsespladsen giver adgang til.</li> </ul>	<p>af høj og attraktiv kvalitet, ved brug af genkendelighed i materiale- og farvevalg samt funktionelle løsninger, som giver et fleksibelt og alsidigt bud på konkrete aktiviteter. Oplevelsespladsen i Fjellerup etableres som et "Aktivitets-Hotel" - et fleksibelt skur - hvor der kan opbevares fx kajak og kitsurfer udstyr, med henblik på udlejning af materiel samt udbud og køb af oplevelsesture mellem Fjellerup og fx den igangværende etablering af en oplevelsesplads i Bønnerup. Hotellet skal indrettes med et solcellebaseret udendørs bruseranlæg samt aflåste opbevaringsmuligheder for gæster på pladsen. Derudover skal der etableres et out-door aktivitetsanlæg med bænke således pladsen kan give ophold for de turismebaseret aktiviteter pladsen vil genererer. Disse udarbejdes i overensstemmelse med MAP Architects konceptkatalog, som ved brug af genkendelighed i materiale- og farvevalg samt raffinerede funktionelle løsninger angiver udformningen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Oplevelsespladsen skal kunne ses i sammenhæng med de øvrige turismerelaterede tilbud langs Nordkysten hvorfor der er behov for fysiske installationer for skiltning for at kunne formidler rækken af tilbud som oplevelsespladsen giver adgang til.</li> </ul>
---	---

Tidsplan:

	2. kvartal 2015	3. kvartal 2015	4. kvartal 2015	1. kvartal 2016
Projektorganisering				
Afdækning og proces				
Udvikling, planlægning og tilpasning af koncept				
Etablering				
Implementering				
Synliggørelse og formidling				
Evaluering og justering af aktiviteter				

## Forventede effekter af projektaktiviteter

<b>Organisatoriske forudsætninger</b>	Eksisterende destinationssamarbejde mellem Norddjurs Kommune, Syddjurs Kommune og Destination Djursland	
<b>Aktiviteter</b>	Etablering af mobil markedsplads	Etablering af "aktivitetshotel"
	Gennemførelse af lokale fødevaremarkeder mv. med lokale producenter	Udbud af vandaktiviteter af lokale udbydere og formidlere.
<b>Resultater</b>	Øget fokus og kendskab til lokale producenter og udbydere, samt øget mulighed for special interest turisme.	
	Øget omsætning som følge af mersalg, øget kvalitet i gæstens ferieoplevelse	<i>Kort sigt</i>
<b>Effekter</b>	Øget mersalg, flere overnatninger	<i>Mellemlang sigt</i>
	Flere overnatninger, flere arbejdspladser og mere vækst	<i>Lang sigt</i>

### Projektaktivitet:

#### **Aktivitet 2 - Kommunikation og samarbejde (kystoplevelsen)**

Der er gennem hele handlingsplanperioden blevet sat fokus på synliggørelse og formidling af Djursland som kystferieområde – både i form af indsatser i markedsføring og PR/presse og generel formidling af oplevelser og aktiviteter, når gæsterne er kommet til Djursland. Dette arbejde er fortsat i fokus, da aktiviteterne er med til at sikre området position som kystferiedestination på de internationale markeder. Samtidig bygger det den naturlige bro mellem udviklingsaktiviteterne, gæsterne og turisterhvervet på Djursland.

I handlingsplanen for Stærke Feriesteder Øst fremgår det, at der skal sikres sammenhæng i den totale ferieoplevelse på Djursland. Det betyder, at Djursland som resort kontinuerligt skal udvikles og sælges via en palette af attraktive oplevelsesmuligheder med tilhørende udbud af bl.a. overnatningsfaciliteter, bospisning og detailhandel. Djurslands turisme skal desuden udvikles og afsættes med fokus på kvalitet i ferien. Det betyder høj tilfredshed og opfyldte ferieforventninger.



Kommunikationsindsatsen skal sikre en mangfoldighed i hele synliggørelsen af Djursland som kystferieområde. Det understøtter erhvervets samarbejde omkring markedsføringselementerne og det binder udviklingen af nedslagspunkter på Djursland sammen. Det er med til at differentiere kystproduktet i medierne og styrker områdets samlede brand.

Vækstpotentialet blev i handlingsplanen af 2011, bl.a. vurderet til at blive udmøntet ved

- *At Djursland med en palette af oplevelser og aktiviteter synliggøres og gøres yderligere attraktiv i forhold til at holde ferien hele året på Djursland*
- *At Djurslands brand skærpes og benyttes bredt set*
- *At Djursland bliver synlig på flere afsætningsplatforme og i salgsfremmende samarbejder*

### **Aktivitet 2.1 - International PR/Kommunikation**

Presseture

*Der vil blive gennemført 4-5 presseture for grupper/individuelle fra de prioriterede markeder, som er Norge, Sverige, Tyskland og Holland. Presseturerne vil blive gennemført i samarbejde med områdets aktører og vil overordnet fokusere på Djursland som kystferieområde med fokus på målgrupperne Sjøv, Leg og Læring og Det Gode Liv.*

*Pressearbejde/bearbejdning i form af f.eks. pressemeddelelser vil understøtte synliggørelsen af Djursland på de prioriterede markeder og sikre et fortsat medietryk med fokus på at sikre øget kendskab til Djursland som kystferieområde. Disse aktiviteter skal sikre en sammenhæng i kommunikationen af Djursland som kystferieområde på de internationale markeder. Der vil blive udsendt ca. 2 pressemeddelelser og/eller artikler om måneden.*

### **Aktivitet 2.2 - Måltrettet kommunikation og branding af kystoplevelsen**

**Kommunikation omkring udviklingstiltag**

- *Der skal sikres en høj grad af synlighed omkring de nye udviklingstiltag og investeringer i turismen på Djursland. Dette er med til at skabe øget kendskab og bidrage til den samlede branding af kystferieproduktet på Djursland.*

**Målgruppe/tematiseret kommunikation**

- *Aktiviteterne skal bidrage til udvikling af kommunikationen på flere platforme - af kystferieproduktet på Djursland. Det skal understøtte synliggørelsen af hele værdikæden for kystferie på Djursland. Der arbejdes med udvalgte temaer – med udvalgte samarbejdspartnere.*

**Partnerprofilering og kommunikation af turisme som erhverv og oplevelsesprodukter– forankring og forståelse lokalt/regionalt.**

- *Der vil blive igangsat mindre tiltag omkring profileringen af kystturismen på Djursland – herunder profilering af de aktører og samarbejder, der er i turismen. Det skal sikre en høj grad af forankring, forståelse, muligheder for nye samarbejdsrelationer, jobskabelse samt stolthed omkring turismens*

som erhverv på Djursland. Det gøres via 4-6 portrætter af værter på overnatningssteder o.lign., primært de mindre steder, for at opsøge mulige historier til det videre PR-arbejde.

Ovenstående aktiviteter under pkt. 2.2 søges opnået via lokal pressebearbejdning, tilstedeværelse på sociale medier, aktiv opsøgning af de gode historier blandt turistaktører i området, samt deltagelse og dannelse af netværksaktiviteter.

Tidsplan:

	2. kvartal 2015	3. kvartal 2015	4. kvartal 2015	1. kvartal 2016
Projektorganisering og planlægning				
Gennemførelse af aktiviteter				
Evaluering og opsamling				

## Forventede effekter af projektaktiviteter

### Organisatoriske forudsætninger

Eksisterende destinationssamarbejde mellem Norddjurs Kommune, Syddjurs Kommune og Destination Djursland

### Aktiviteter

Gennemførelse af 4-5 presseture for presse fra de prioriterede markeder.

Udarbejdelse af 4-6 partnerportrætter til brug for kommunikation i netværket og pressen.

Udsendelse af ca. 2 pressemeddelelser/artikler pr. måned.

### Resultater

Øget synlighed af Djursland på de prioriterede, udenlandske markeder

Øget fokus på turismen som væksterhverv lokalt og øget synlighed nationalt.

### Effekter

Mere kendskab til Djursland som ferieområde. Flere overnatninger

*Kort sigt*

Flere overnatninger og øget vækst.

*Mellemlang sigt*

Flere overnatninger, flere arbejdspladser og øget vækst

*Lang sigt*

## Budget

### Kystoplevelsen på Djursland

	Udvikling af kystlinier		Kommunikation og samarbejde		
	2015	2016	2015	2016	Total
<b>Udgiftsbudget</b>					
Konsulenter	-		-		-
Projektansættelser	125.000	25.000	275.000	75.000	<b>500.000</b>
Andre leverandørydelser	-		-		-
Materiale, inventar, udstyr, maskine, etc.	1.275.000	75.000	-		<b>1.350.000</b>
Rejser, transport	-		-		-
Møder	-		-		-
Formidling og information	-		125.000	25.000	<b>150.000</b>
Revision	-		-		-
Andet (Evaluering af projekt)	-		-		-
<b>Total</b>	<b>1.400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>2.000.000</b>

Finansieringsbudget			
	2015	2016	I alt
Region Midtjylland	900.000	100.000	1.000.000
Norddjurs og Syddjurs Kommuner	900.000	100.000	1.000.000
<b>Total</b>	<b>1.800.000</b>	<b>200.000</b>	<b>2.000.000</b>

## Overordnede effekter

I forbindelse med prækvalifikation af Djursland som operatør på Region Midtjyllands indsats "stærke ferieområder ØST" blev der beregnet og fastlagt en række økonomiske mål som sigte for hele handlingsplanen til indsatsen "Stærke feriesteder ØST".

Projektet "Kystoplevelsen på Djursland" understøtter opnåelsen af de overordnede økonomiske mål for Djursland som kystferieområde. Projektet anses som et projekt, der videreudvikler og løfter konkrete tiltag i handlingsplanen for "Stærke feriesteder ØST".

### Mål:

Defineret nærmere i "Notat vedr. fastlæggelse af målsætninger" indsendt som bilag til ansøgning om operatør på Stærke Feriesteder Øst.

### Økonomiske - og beskæftigelsesmæssige mål\*:

- 6% på turismeforbrug pr. år – svarende til 2,5 mia. kr. i 2015
- 2,5% på overnatningstal pr. år – 1,9 mio. kr. overnatninger i 2015
- 5% på gns. døgnforbrug pr. år – svarende til 541 kr. i 2015
- 2% på beskæftigelse pr. år – svarende til 2800 årsværk i 2015

De enkelte vækstrater er fastlagt med udgangspunkt i en vurdering af Djurslands potentiale som stærkt feriested – herunder Djursland styrker og muligheder bl.a. defineret i LAG-Djurslands strategi samt følgende:

- Djurslands grundlæggende forudsætninger som stærkt feriested - eks. geografiske nærhed til Aarhus og det Østjyske bybånd, udviklingen i infrastruktur.
- Udvikling i nøgletal over de seneste år
- Endagsturismens store økonomiske betydning

#### Udbredelse af projektet:

I forbindelse med gennemførelse af projektet og i den efterfølgende udbredelse, vil projektholder søge at styrke samarbejdet med såvel geografisk nære ferieområder og konkrete aktører såvel som med destinationer/aktører med fokus på udvikling og synliggørelse af kystferie. Opgaven varetages konkret ved orientere relevante destinationer og aktører i Midtjylland om de konkrete initiativer.

I nogle af projektets centrale aktiviteter vil udbredelsen foregå som erfaringsudveksling via præsentationer, udarbejdelse af formidlingsmateriale m.m.

Det er afgørende for indgåelse af samarbejder, at der er en fælles vilje og et fælles mål om at skabe vækst i turismen med udgangspunkt i bæredygtige og vækstfremmende initiativer. På operationelt plan finder projektholder det afgørende, at der mellem projektholder og samarbejdspartnerne, er en konsensus og forståelse af ansvar, rollefordeling og bidrag til processerne.

## **Evaluering**

Evalueringen gennemføres via opfølgning på mål i resultatkontrakt mellem Region Midtjylland og Destination Djursland.

### **Yderligere oplysninger**

#### Projektets organisering

Projektets aktiviteter varetages af en allerede etableret styregruppe for "Stærke Feriesteder ØST" bestående af repræsentanter for Midtjysk Turisme, Destination Djursland, Norddjurs Kommune og Syddjurs Kommune.

Projektholder varetager projektledelse ved tilknytning af projektledere.

#### Møde- og netværksaktivitet

Der vil blive afviklet relevant mødeaktivitet med turisterhverv, leverandører og samarbejdspartnere.

#### Samarbejdspartnere

Projektet gennemføres i tæt offentlig/privat samarbejde, og det skal sikre en forankring af initiativerne og en opfyldelse af projektet mål:

- Norddjurs Kommune
- Syddjurs Kommune
- Destination Djursland
- LAG Djursland
- Nationalpark Mols Bjerger
- Midtjysk Turisme
- Dansk Kyst- og Naturturisme

- Foreninger, sammenslutninger og distriktsråd i nedslagsområderne
- Turisterhverv
- Visitdenmark – erhvervspartnerkaberne "Sjov, leg og læring" og "Det gode liv"
- Diverse natur og kulturorganisationer