

# *”Stærke turismekompetencer – kvalitetsløft gennem online tilstedeværelse”*

## Ansøgning til Region Midtjylland

### 1. 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.

Af strategien fremgår det, at strategien bl.a. skal være rammen for:

- *Tænke ud over de traditionelle rammer, for at turismens fulde potentiale kan blive indfriet. Der er behov for at se bort fra barrierer i administrative og geografiske skel og i stedet søge inspiration og ressourcer, der hvor mulighederne er...*
- *Internationalisering er således en væsentlig faktor...*
- *En professionalisering som dels har fokus på at øge bundniveauet gennem kvalitets- og Kapacitetsudvikling....*

Således er der gennem de sidste 5 år blevet satset markant på at udvikle styrkepositionen med to stærke, men differentierede kystprodukter i øst og vest. Begge områder har igangsat en lang række indsatser, der skal stimulere til vækst og jobskabelse i turismen. Forudsætningerne har været forskellige for tiltagene, men grundlæggende har de stærke feriesteder fokuseret på aktiviteter, der styrker de stærke feriesteders position på markedet og som lokomotiver for kystturismen i Region Midtjylland.

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 vækst dagsorden 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.

## 2. Stærke Feriesteder Vest

De seneste to år har der i Stærke Feriesteder Vest gennem projektindsatser blandt andet været arbejdet med destinations udvikling, digital opkvalificering og mikrodestinationer gennem henholdsvis socialfondsprojektet "Den digitale destination" og Grøn vækst projekterne "Oplevelsesudvikling ved Ringkøbing Fjord" og "Skjern Å Naturturisme". Sideløbende har der også været arbejdet med regionalfondsprojektet "Erhvervsmæssig vækst i tilknytning til by og havnemiljøer" hvor der har været fokus på netværk og potentialet i den fysiske byplanlægning i Hvide Sande og Søndervig.

Dette arbejde har i vid udstrækning været medvirkende til at destinationen har løftet sig markant på det digitale område både i destinations regi men også ude hos erhvervet er den digitale tilstedeværelse øget. Der er blevet implementeret nye produkter, koncepter og fysiske tiltag på destination og derudover er der overordnet skabt et stærkere sammenhold mellem områdets aktører og mellem aktører, turistforening og kommune. Dette har samlet set har styrket destinationen betydeligt og resulteret i en mere professionel organisation af turismen i Ringkøbing-Skjern Kommune.

## 3. Stærke Feriesteder Øst

Der har været i gang sat en lang række projekter på Stærke Feriesteder Øst, som understøtter de strategiske indsatsområder i Region Midtjyllands strategi "Ny Vækst i Turismen". Under projektet "Djursland – Vækst gennem oplevelser" har der 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" er formålet at skabe flere og bedre attraktive kyster på Djursland gennem produktudvikling på kysterne og synliggørelse af oplevelser langs kysterne på Djursland. Demonstrationsprojektet "DMO Djursland" har haft til formål at udvikle og styrke destinationsudviklingen gennem et styrket DMO-samarbejde.

Arbejdet med de konkrete indsatser har grundlæggende betydet en styrket position på flere af de prioriterede markeder, innovative formidlingstiltag, der styrker værdikædesamarbejder i kystproduktet, professionalisering i DMO-samarbejdet omkring værdikædeudvikling og professionalisering i turisterhvervet samt kvalificeret grundlag for fortsat øgede investeringer i turismen på Djursland.

## 4. Ansøgning

For at skabe yderligere effekt af indsatserne på de stærke feriesteder og cementere de nye veje, metoder og samarbejdskonstellationer på tværs af de stærke feriesteder, er denne ansøgning et udtryk for samarbejde om både specifikke og konkrete indsatser. Dette skal løfte de stærke feriesteder yderligere, skabe synergieffekter, vidensdeling på tværs og medvirke - lokalt i Vest og Øst – til at skabe vækst og meromsætning.

Denne projektansøgning danner derfor baggrund for en samlet ansøgning fra de Stærke Feriesteder til Region Midtjylland omkring projektet "*Stærke turismekompetencer - kvalitet i online tilstedeværelse*".

Projektansøgningen falder ind under Handlingsplan 2015 "ny VÆKST i turismen i Region Midtjylland", hvor igennem der er udpeget to stærke feriesteder i Midtjylland. Destination Ringkøbing Fjord, bestående af samarbejdet mellem Ringkøbing-Skjern Kommune og Ringkøbing Fjord Turisme, er operatør på Stærke Feriesteder Vest. Destination Djursland, består af et tæt samarbejde mellem Norddjurs og Syddjurs Kommune og de er operatører på Stærke Feriesteder Øst.

Handlingsplan 2015 "ny VÆKST i turismen i Region Midtjylland" fastlægger; "Vækstforum vil videreudvikle få, men stærke og konkurrencedygtige feriesteder i international målestok, koncentreret omkring de i forvejen stærke kystdestinationer i øst og vest".

Region Midtjylland har tidligere afsat 4 mio. kr. i 2015 til de to stærke feriesteder øst og vest til turismeudviklingsaktiviteter under satsningen stærke feriesteder, såfremt der allokeres medfinansiering fra destinationerne.

Denne ansøgning skal ses som en individuel ansøgning som sammen med ansøgningerne "Værtsskab i Verdensklasse" fra Stærke Feriesteder Vest og ansøgningen "Kystoplevelsen på Djursland" fra Stærke Feriesteder Øst udgør den samlede indsats fra de stærke feriesteder i Region Midtjylland.

Tidsplanen for projektindsatsen er april 2015 til april 2016.

### Organisering

Denne ansøgning ansøges af Stærke Feriesteder ØST på vegne af et partnerskab mellem de to stærke feriesteder i både ØST og VEST.

Operationaliseringen af ansøgningen vil ske på baggrund af en underliggende partnerskabsaftale mellem de to destinationer og Midtjysk Turisme, hvori der sikres en ligelig fordeling samt ansvaret for aktiviteter og indsatser i de to områder.

Der oprettes en styregruppe bestående af turistdirektører fra de to destinationer samt en repræsentant fra Midtjysk Turisme. Styregruppen vil have det overordnede ansvar for koordinering af samarbejdet mellem de to destinationer. Derudover oprettes arbejdsgrupper bestående af relevante projektledere og medarbejdere fra de to destinationer samt når relevant medarbejdere fra Midtjysk Turisme tilpasset de aktiviteter og arbejdsopgaver som er beskrevet herunder.

I projektperioden vil der både være individuelle aktiviteter målrettet hver destination, men også aktiviteter på tværs hvor det giver mening. Der vil også i projektperioden blive lagt stor vægt på vidensdeling og udveksling af erfaringer på tværs af destinationerne.

### 5. Beskrivelse af indsatser

Nedenfor gennemgås ansøgningen forskellige elementer. Til gennemgang benyttes en effektkæde til at synliggøre forventelige aktiviteter, resultater herunder forventelig output og mål for indsatsen.

#### Indledning

Kvaliteten og mangfoldigheden i kystferieproduktet, kan bl.a. styrkes gennem et fokus på destinationernes og aktørernes digitale tilstedeværelse. Projektet "den digitale destination" i Stærke Feriesteder Vest har betydet opkvalificering af turistforeningen og turistaktørerne på det digitale område. I Stærke Feriesteder Øst har der været fokus på optimering af afsætningen via digitale platforme og temaportaler. Det har bl.a. betydet praksisnære tiltag i samarbejde med turisterhvervet i form af IT-værksteder og brug af IT-generede data til udvikling og markedsføring. Men den digitale udvikling står aldrig stille og fremadrettet er det vigtigt fortsat at være med helt fremme, når det gælder udvikling inden for online værktøjer og muligheder for fortsat at sikre vækst i turisterhvervet.

#### A) Kvalitetsløft hos aktørerne

I dag foregår informationssøgningen online - både før, under og efter ferien. Både de internationale og nationale gæster bruger internettet til at søge efter information om både destinationen generelt, her-og-nu information samt produktinformation om bl.a. overnatning, oplevelser og attraktioner.

Fra de senere års indsatser under Stærke Feriesteder, har de praksisnære aktiviteter og dialogen med erhvervet afdækket et betydeligt potentiale for at løfte kvaliteten og mangfoldigheden i destinationen samlede online produktudbud.

Der findes et bredt udbud af turismeprodukter – fordelt over hele værdikæden - hvor den online tilstedeværelse ikke lever op til dagens krav til informationsniveau og design. Det vurderes, at der er tydelige mangler i forhold til mere tekniske krav omkring funktionalitet i forhold til smartphones/tablets. Desuden vurderes det væsentlig at intensivere arbejdet med produktejernes evne til at forholde sig til eget produkt i anvendelse af online værktøjer i forhold til produktdifferentieringen i information, salg og markedsføring. Den manglede tilfredshed blandt gæsterne med kvaliteten i kystferieproduktet, kan også imødekommes gennem ærlig, relevant og konkret produktinformation.

En indsats her vil være målrettet mod de enkelte aktørers niveau og de udfordringer de hver især individuelt sidder med. Det vil være alt fra mindre aktører der ikke har forståelse for vigtigheden af en funktionel hjemmeside til de større aktørers udfordring med konkrete problemstillinger. Gennem denne indsats vil destinationerne digitale tilstedeværelse som helhed blive styrket.

I forbindelse med afholdelse af workshops omkring kvalitetsløft hos aktørerne inviteres bredt ud til andre kommuner end Ringkøbing-Skjern, Syddjurs og Norddjurs. Udbredelsen sker i samarbejde og koordination med Midtjysk Turisme.

Målgruppen for denne indsats er små- og mellemstore virksomheder.

#### Aktiviteter – tværgående:

Praksisnær og målrettet kompetence- og produktudvikling indenfor bl.a.

- Afholdelse af lokale workshops på de to destinationer målrettet erhvervsaktører omkring nye muligheder inden for online platforme og sociale medier. Der påtænkes at afholde 4-6 workshops pr. destination med estimeret 8-10 deltagere pr. gang.
- Afholdelse af temadag omkring content marketing og indholdsudvikling for områdets erhvervsaktører. Der afholdes én temadag pr. destination med estimeret 25-30 deltagere.
- Afholdelse af lokale workshops på de to destinationer målrettet erhvervsaktører omkring E-mail marketing og visuelle virkemåder. Der påtænkes at afholde 2-4 workshops pr. destination med estimeret 8-10 deltagere pr. gang.

#### B) Stærke feriesteder – stærke medarbejdere

Stærke destinationer har behov for stærke medarbejdere. Derfor ønsker begge destinationer fortsat at sikre relevante og aktuelle kompetencer gennem opkvalificerende forløb for udvalgte medarbejdere. Det skal understøtte den overordnede indsats, der sikre at destinationsorganisationerne er professionelle samarbejdspartnere for turismeaktørerne. At de er i stand til at koble komplekse systemer og den skærpede konkurrencesituation, gennem teori til de praksisnære indsatser, der løfter og samler turismeerhvervets digitale tilstedeværelse, og som der igennem sikrer kvalitet i den overordnede kommunikation af kystferieproduktet Midtjysk Turisme ville i denne indsats have en naturlig rolle som sparringspartner og deltager i aktiviteterne herunder.

#### Aktiviteter – tværgående:

- Afholdelse af kompetenceforløb på tværs af destinationerne. Der påtænkes afholdelse af 2-3 kursusdage for medarbejdere ved de to destinationer, erhvervscentre og kommuner inden for

relevante temaer. Deltagelse af i alt 10-15 medarbejdere. Kursusdagene afholdes samlet enten i Øst eller Vest. Herigennem opnås øget erfaringsudveksling og kendskab de to destinationer imellem.

- Udvikling af vejledningsmateriale i håndbogsform. Der udvikles samlet én håndbog der kan benyttes på tværs af destinationerne.
- Fælles erfarings- og inspirationstur for 8-10 deltagere med et internationalt perspektiv med henblik på at indsamle viden.

### C) Online kundeforståelse

For at kunne være en god vært, der er til stede online og har mulighed for at tilbyde en gæst eller besøgende det der efterspørges, er det - helt enkelt - meget vigtigt at have kendskab til hvad gæsten siger om både hver enkelt aktør eller virksomhed, men også om en destination som helhed. Det kan betyde en forskel på succes eller fiasko.

Både en destination og den enkle turistaktører, kan lære meget af hvad kunderne siger om dem på nettet. Både for egen virksomheds bedste, men også i forhold til at tiltrække endnu flere gæster. Kundeanmeldelser både før, under og efter ferien kan have afgørende betydning for både en gæsts gentagne besøg, men også i forhold til tiltrækning af nye gæster, da online anmeldelser og anbefalinger fra venner og familie via sociale medier ofte har afgørende betydning for en rejsebeslutning.

Der skal ligeledes arbejdes med at opnå bedre kundeforståelse både af danske og udenlandske gæster, særlig interesse skal lægges på tyskere, hollændere, nordmænd og svenskere da de udgør hovedparten af destinationernes gæster. Denne kundeforståelse skal muliggøre det at opdele gæsterne i segmenter og grupperinger, således der kan gives bedre og mere målrettet turistservice online.

I forbindelse med afholdelse af seminar omkring online kundeforståelse hos aktørerne inviteres bredt ud til andre kommuner end Ringkøbing-Skjern, Syddjurs og Norddjurs. Udbredelsen sker i samarbejde og koordination med Midtjysk Turisme.

Målgruppen er små- og mellemstore virksomheder.

#### Aktiviteter – tværgående:

- Samlet analyse af de to destinationernes online tilstedeværelse med anbefalinger og værktøjer til anvendelse af denne viden inden for kundesegmentering- og kundeforståelse.
- Afholdelse af seminar med fokus på udbredelse og anvendelse af kundesegmenteringen for de to destinationers og omkringliggende erhvervsaktører. Der afholdes ét seminar pr. destination. Forventet 30-50 deltagere pr. destination.

### D) Big-Data: Overblik over turistens færd

Ud over de mange online muligheder vil det også være interessant at skabe et overblik over turistens færd inden for begge destinationer, og få en vurdering af volumen af turister med interesse præferencer.

Formålet med denne indsats er at skabe en visualisering af hvilke områder turisterne besøger som kan danne datagrundlag for fremtidig udvikling af services, facilitetstiltag og muligvis afsløre gemte iværksættelsesmuligheder i destinationen. Indsatsen har fokus på at afprøve enkelte tiltag inden for de anbefalinger, der udvikles.

Det afdækkes indledningsvist hvilke muligheder, der findes i det nuværende system af information, som partnerne på de stærke feriesteder dækker. Sideløbende afdækkes og undersøges hvilke relevante redskaber og metoder, der findes på markedet.

Sammen med indsatserne under online kundeforståelse, giver det mulighed for at afdække gæsternes færden, adfærd og feedback på de stærke feriesteders performance.

Målgruppen er de centrale virksomheder i de to destinationer.

#### Aktiviteter – tværgående:

- Analyse med afdækning af og research omkring mulighederne for brug af big data på de to destinationer. Der udarbejdes en samlet analyse.
- Der udføres 1-2 praktiske testforsøg og konkret afprøvning på hver destination ud fra anbefalinger i den udarbejdede analyse.
- Der udarbejdes anbefalinger til videre brug af big data på destinationerne og erfaringsudveksles de to destinationer imellem.
- Der udarbejdes anbefalinger til brug af big data inden for dansk kyst- og naturturisme.

## 6. Tidsplan

Forventet tidsplan for projektperioden.

Aktivitet	2. kvartal 2015	3. kvartal 2015	4. kvartal 2015	1. kvartal 2016
Kvalitetsløft hos aktører				
Stærke feriesteder – stærke medarbejdere				
Online kundeforståelse				
Big data – overblik over turistens færden				
Udbredelsesaktiviteter i samarbejde med MT				

## 7. Udbredelse og forankring

Der er i strategien "Ny VÆKST i Turismen" lagt særligt fokus på kvalitetsudvikling som forudsætning for vækst. For at understøtte udmøntningen af indsatser under de tre forretningsområder i strategien, blev der fastlagt en række udviklingsmotorer, som skulle sikre professionelle tiltag og bidrage til nye veje for opnåelse af vækstmålene.

Midtjysk Turisme har været operatør på udviklingsmotorerne, som bl.a. projektet "Det Professionelle Turisterhverv" var med til at løfte. Da de beskrevne indsatser i denne ansøgning er udtryk for et fortsat fokus på professionaliseringen af turisterhvervet i de to stærke feriesteder, er det hensigten at sikre sammenhæng og udbredelse af de opnåede resultater og bygge videre på den erfaring opsamlet deri.

Der vil derfor blive lagt op til en klar rolle fordeling og et tæt samarbejde med Midtjysk Turisme omkring det fortsatte arbejde med professionaliseringen af turisterhvervet i Region Midtjylland i 2015, jf. den kommende partnerskabsaftale.

Dette skal være med til at sikre udbredelse og forankring af resultaterne og den videre implementering med fokus på kvalitet, professionalisme og kommercialisering i turismen. Destinationerne vil være i dialog med bl.a. Dansk Kyst- og Naturturisme omkring videre forankring efter 2015.

Samarbejdet mellem de stærke feriesteder og Midtjysk Turisme i udmøntningen af projektet "*Stærke turismekompetencer – kvalitetsløft gennem online tilstedeværelse*" forventes at blive koordineret som følgende:

- Midtjysk Turisme bidrager med viden, erfaringer og kompetencer med fokus på de temaer som ligger i ansøgningen delelementer. Midtjysk Turismes rolle ses som ekspert-rolle, der skal sikre høj kvalitet i projektets indsatser. Koordinering og udbredelse aftales nærmere og der fastlægges en handlings- og tidsplan for at sikre optimal udnyttelse af ressourcer.
- De to stærke feriesteder forestår projektledelsen og gennemførelse af indsatser og påtager sig samtidig den "oversætterrolle", som er nødvendigt at sikre i forhold til kompetenceudviklingen for nogle mindre og mellemstore aktører.

Sammenspillet mellem handlingsplanen for Midtjysk Turisme 2015 samt projektet "*Stærke turismekompetencer – kvalitetsløft gennem online tilstedeværelse*" udmøntes ligeledes gennem koordineret kommunikation, differentierede kompetenceudvikling, målrettet tiltag/indsatser, involvering af øvrige destination i Region Midtjylland m.m.

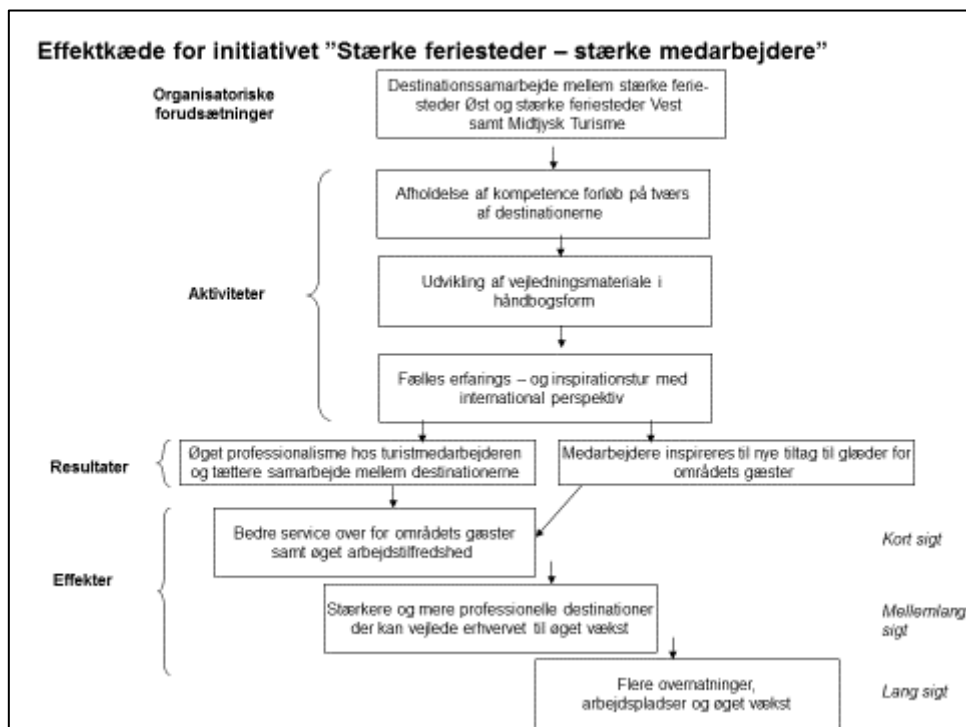
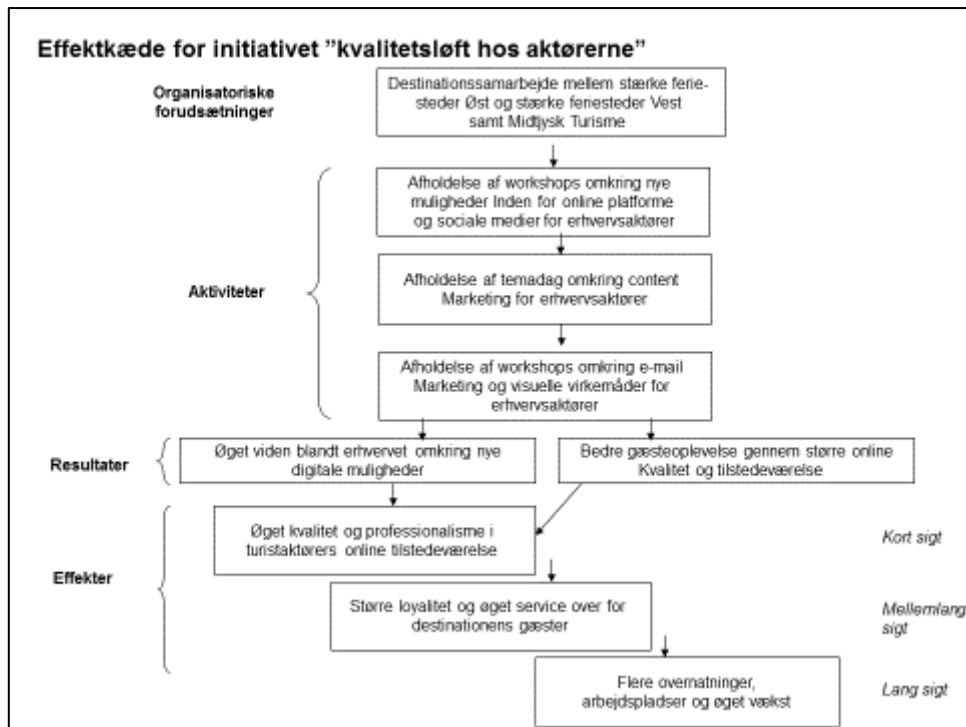
Det vil bl.a. betyde at de stærke feriesteder frem mod 2020 er klædt godt på til fortsat at få høj kvalitet og kontinuerlig øget professionalisme i turisterhvervet. De stærke feriesteder kan derved fortsat være frontløber i Region Midtjylland i udvikling og vækst i turismen.

## 8. Effekter af indsatsen

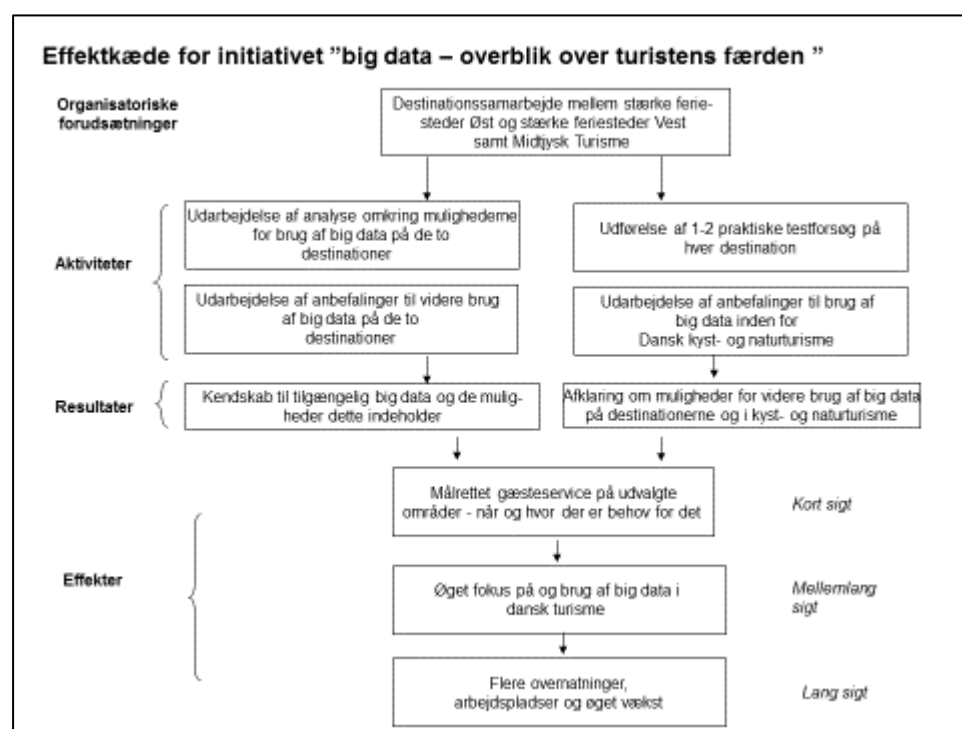
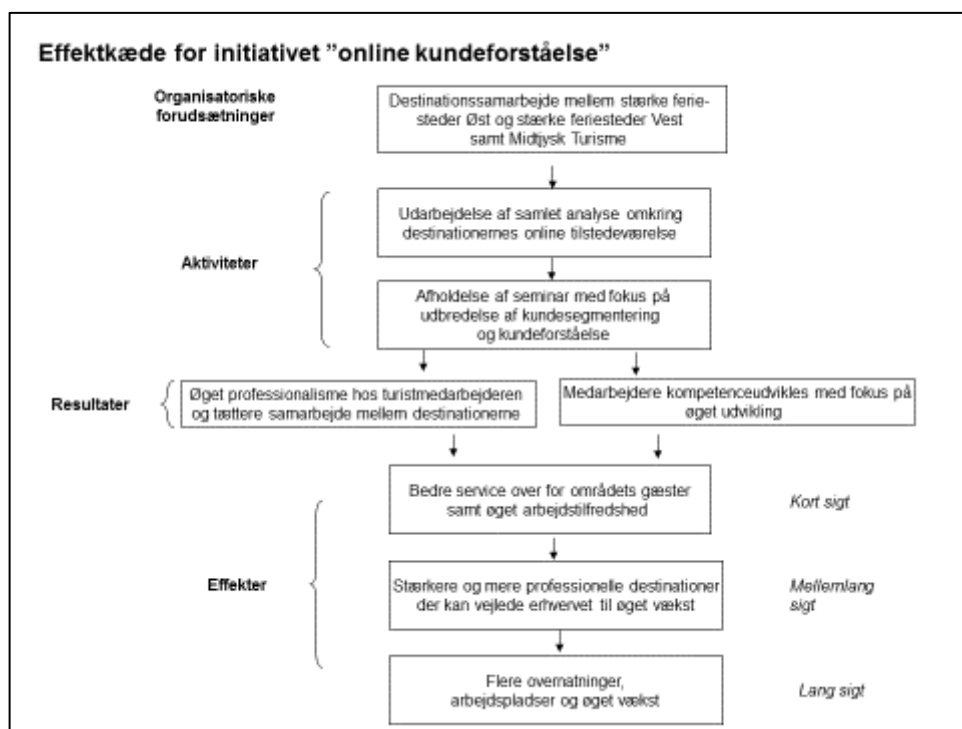
I forbindelse med prækvalifikation af såvel Ringkøbing Fjord samarbejdet og Djursland som operatører på Region Midtjyllands indsats "*stærke ferieområder*" blev der beregnet og fastlagt en række økonomiske mål som sigte for handlingsplaner for begge områder.

Projektet "*Stærke turismekompetencer – kvalitetsløft gennem online tilstedeværelse*" understøtter opnåelsen af de overordnede økonomiske mål for både Stærke Feriesteder ØST og Vest som kystferieområde. Herunder beskrives effektkæder for de individuelle indsatser i projektperioden.

Effektkæder for de individuelle indsatser







## 9. Evaluering

Evaluering af projektet vil foregå i forhold til resultatkontrakten og de overordnede mål for operatørerne for Stærke Feriesteder ØST og VEST.

Der vil blive gennemført mindre evaluering på enkelte indsatser løbende. Dette vil ske som tilfredshedsmålinger på gennemførte tiltag, kvalitet vurdering af forløb.

## 10. Budget

### Kvalitet i online tilstedeværelse

<b>Udgiftsbudget</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>I alt</b>
Konsulenter	675.000	125.000	800.000
Projektansættelser	250.000	50.000	300.000
Andre leverandørydelser			-
Materiale, inventar, udstyr, maskine, etc.			
Rejser, transport	70.000		70.000
Møder	40.000	10.000	50.000
Formidling og information	65.000	15.000	80.000
Revision			
Andet			
<b>Total</b>	<b>1.100.000</b>	<b>200.000</b>	<b>1.300.000</b>

<b>Finansieringsbudget</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>I alt</b>
Region Midtjylland	700.000	100.000	800.000
Destination Ringkøbing Fjord	200.000	50.000	250.000
Destination Djursland	200.000	50.000	250.000
<b>Total</b>	<b>1.100.000</b>	<b>200.000</b>	<b>1.300.000</b>