



VESTKYSTENS KULTUR- OG FØDEVAREOplevelser

INDHOLDSFORTEGNELSE

Baggrund.....	3
Formål.....	3
Mål.....	4
Effekter	4
Projektet som helhed	4
Aktivitetsbeskrivelse.....	5
Vidensindsamling	6
Hotspots	6
Fælles kultur- og fødevarefortælling.....	7
Synliggørelse.....	7
Værdikædesamarbejder.....	8
Forretningsudvikling.....	8
Aktører.....	9
Exit strategi	9
Tidsplan.....	9
Budget.....	11
Bilag 1 Effektkæde	13
Bilag 2 Aktivitetsflow	14

BAGGRUND

Danmark har traditionelt set været et af de førende lande i Nordeuropa til at tiltrække europæiske gæster. I 2014 havde Danmark i gennemsnit 3,7 europæiske overnatninger pr indbygger, hvilket er godt over det nordeuropæiske gennemsnit på 1,7 europæiske overnatninger pr indbygger¹. Dog har væksten i Danmark fra 2008-2014 kun været på 0,9%, hvilket er væsentligt under vores konkurrenter fra Tyskland og Holland med vækstrater på henholdsvis 4,5% og 5,2%. Danmark taber dermed markedsandele til vores nærmeste konkurrenter, derfor skal der sættes ind nu, hvis Danmark fortsat skal bevare sin stærke markedsposition. Med igangsætning af projektet er det desuden mulighed for at udnytte den opmærksomhed Danmark har fået fra især det tyske, hollandske og engelske marked i kraft af begrebet "hygge", samt de større vækstrater i 2015-16 inden for kystturismen på baggrund af blandt andet den stigende utryghed i Sydeuropa.

Den danske Vestkyst er det største og vigtigste aktiv i dansk kystturisme, men potentialet vurderes i den nationale strategi for dansk turisme at være langt større hvis produktet langs hele kysten sammentænkes. Jævnfør Vækstprogram for Vestkystturisme vil Partnerskab for Vestkystturisme udvikle Danmarks Vestkyst til en – med gæstens øjne - samlet destination, ved at skabe samarbejde om naturturisme, fødevarer- og kulturturisme som skal udvikle attraktive kommercielle tilbud til kendte og nye gæster. Projektet er et vigtigt skridt i retning af en samlet destination på Danmarks Vestkyst.

Vestkysten har en lang og stærk kultur omkring fødevarer. Havet, som nærmeste nabo, har i stor grad haft indflydelse på de mennesker og fødevarer på kanten af Danmark, og har udviklet nogle helt unikke fødevarer og kulturelle oplevelser, som vi kan være stolte af. I særlighed har fisk og skaldyr, og kulturen omkring fiskeri og havet præget Vestkystens fødevarertraditioner, men også andre fødevarer som eksempelvis kreaturer fra marsklandet udgør en væsentlig del af fødevarerkulturen langs Vestkysten. Dog har den danske vestkyst ufrivilligt i mange år båret på rygten "Pommes Frites Strasse" som har overskygget og hæmmet mulighederne for at vise og dermed sælge den stedbundne fødevarer- og kulturoplevelser på Vestkysten.

Projektet gør op med det rygte og fremhæve den unikke kultur og fødevarer, som kan danne afsæt for erhvervsaktører til at tilbyde flere stedbundne oplevelser, som kan tiltrække flere gæster, både nuværende målgrupper samt målgruppen 'foodies' (personer, der rejser efter gode, autentiske madoplevelser), og dermed øge forretningsgrundlaget.

Projektet ligger i slipstrømmen af den globale interesse for nordisk og dansk mad, og trækker fokus væk fra de større byer og ud i provinsen – en trend som også ses i Michelin- og White-guiden med flere optag fordelt på kysten. Desuden understøtter projektet de mange nye tiltag inden for kulturoplevelser på Vestkysten som eksempelvis Tirpitz-museet i Blåvand, Strandingsmuseet i Thorsminde og renoveringen af Rubjerg Knude Fyr og Det Grå Fyr i Skagen.

FORMÅL

Projektets formål er at opnå størst mulig omsætning og beskæftigelse af det potentiale, der ligger i den stigende efterspørgsel efter fødevarer- og kulturoplevelser, og koble det på det fælles arbejde, der allerede er i gang på Vestkysten, for at styrke Vestkysten som én fælles destination.

¹ Kilde: Det Nationale Turismedforums Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne, 2016

MÅL

For at få størst mulig effekt af potentialet og koble fødevarer og kultur på Vestkystens image som fælles destination, vil projektet udvikle en fælles fødevarer- og kulturfortælling med udgangspunkt i de lokale historier langs Vestkysten. Fortællingen skal synliggøres og bruges som afsæt for vækst hos erhvervsaktører.

EFFEKTER

De forventede langsigtede effekter er øget omsætning og vækst i turismeerhvervet på Vestkysten gennem et større fokus på Vestkysten som en fødevarer- og kulturdestination, og dermed en stærkere markedsposition inden for fødevarer og kultur langs hele Vestkysten, som vil tiltrække flere gæster og nye målgrupper.

For effektkæde se bilag 1

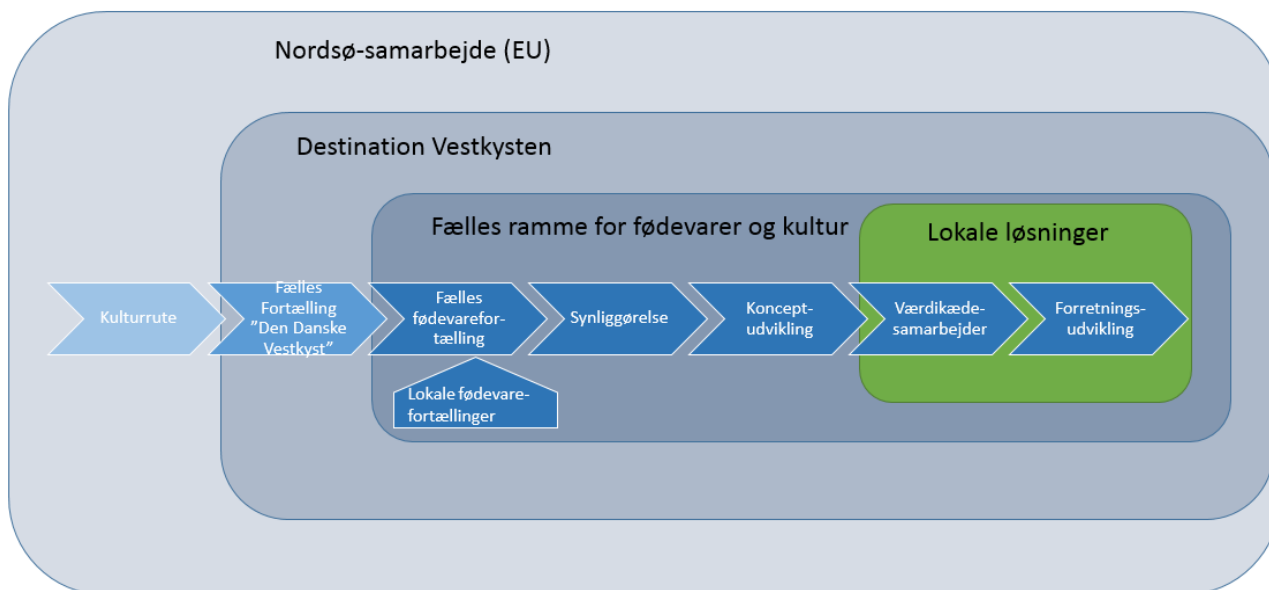
PROJEKTET SOM HELHED

Partnerskab for Vestkystturisme arbejder for at samle Vestkysten som en destination. Som det fremgår af Vækstprogrammet for Vestkystturisme, vil vi blandt andet arbejde med destinationsudvikling, herunder arbejde med Vestkystens fødevarerprodukter og -virksomheder samt kulturturisme, som skal bringes i spil i forhold til værdikædesamarbejder og som add-on til nye og eksisterende oplevelser. Projektet skal derfor ses som en del af en større sammenhæng om at samle Vestkysten, og som en del af den overordnede Vestkystfortælling som alle destinationer langs Vestkysten allerede arbejder med.

En fase to i projektet kan være at udvikle samarbejdet med de andre lande i Nordsøkommissionens kultur- og turismegruppe om en kulturrute, der strækker sig rundt om Nordsøen i stil med den internationale cykelrute "Nordsøruten". Dette projekt kan være med til at understøtte og udvikle punkter eller "hotspots" på kulturruten langs den danske Vestkyst.

Projektet vil sætte fokus på den fødevareroplevelser og -kultur, der er opstået på baggrund af havet som nærmeste nabo, og som er udviklet i den lokale, stedbundne kultur. Det er især fødevareroplevelser og kulturen omkring fisk og skaldyr, men også andre fødevarer som eksempelvis marsklandskvæg, som binder Vestkysten sammen og som gør de enkelte steders traditioner unikke. Der skal skabes fælles grundlag, med afsæt i den lokale fødevarerfortælling og kultur, som kan bruges til synliggørelse/markedsføring på Vestkystniveau og på lokalt niveau, og som kan danne afsæt for nye værdikædesamarbejder, både på tværs af kysten og lokalt.

Projektet vil skabe en fælles ramme for fødevarer og kultur langs Vestkysten, som de enkelte destinationer alene eller i samarbejde med andre, kan udfylde efter eget behov og mål, således de lokale løsninger tager højde for lokale egenskaber og interesse, og forankres lokalt.



AKTIVITETSBEKRIVELSE

Projektet består af en række aktiviteter, som er beskrevet i det følgende samt i bilag 2 (i form af et aktivitetsflow).

Det fælles arbejde vil blandt andet indeholde:

- Vidensafdækning som opnås gennem grundig desk research af lokale historier og fortællinger om fødevarer og kultur, samt om efterspørgslen heraf.
- Udvælgelse af hotspots på Vestkysten som har størst fokus på fødevarer og kultur
- Udvikling af fælles fødevarer- og kulturfortælling som omfavner hele kysten, og som understøtter det fælles arbejde der er på Danmarks Vestkyst
- Udvikling af indholdsbank med billed- og filmmateriale, der kan bruges på alle digitale medier, og som understøtter arbejdet med fødevarer og kultur, lokalt i hotspots og langs hele Vestkysten
- Udvikling af fælles koncept for arbejde med værdikædesamarbejde lokalt og på tværs

Lokalt kan projektet indeholde (forventes finansiering af kommuner/destinationer/FLAG/LAG):

- Forløb for virksomheder, hvor de får styrket deres netværks langs hele kysten og hvor nye værdikædesamarbejder opstår
- Eventuelt direkte sparring for virksomheder om, hvordan de kan udnytte potentialet i fødevarer- og kulturoplevelser

FÆLLES PROJEKT (FINANSIERES AF DKNT OG REGIONERNE)

VIDENSINDSAMLING

Mål med aktivitet: Skabe evidensbaseret vidensgrundlag for projektet.

Aktivetsbeskrivelse: Der er i de seneste år foretaget flere forskellige undersøgelser i turisternes efterspørgsel efter fødevarer på deres ferie; både af såkaldte "foodies" (turister, som rejser efter den gode, unikke madoplevelse) og "almindelige" kystturisteres efterspørgsel efter fødevarer på deres kystferie. Derudover har der tidligere været projekter med fokus på fødevarer, både lokalt, nationalt og internationalt. En grundig indsamling af viden og materiale giver et velsondret vidensgrundlag for projektet.

Derudover skal der indsamles lokale fortællinger med tilknytning til kultur og fødevarer langs den danske Vestkyst. Et arbejde, der er begyndt i kystkulturprojektet², og som der arbejdes videre på i dette projekt. I denne proces vil der også indsamles fortællinger fra rejseskribenter, bloggere, DMO'er, opsamling fra sociale medier osv. for at få et overblik over, hvad der bliver sagt om Vestkystens fødevarer og kultur.

Aktørinvolvering: Der skal samles viden fra relevante fødevarerorganisationer, lokale og regionale fødenetværk og kulturinstitutioner, herunder bl.a. museer fra kystkultur-projektet.

Resultatmål: Et velsonderet vidensgrundlag for projektet, som skal sikre at projektet får faglig tyngde. De lokale fortællinger med tilknytning til fødevarer og kultur samles som en base for den senere udvikling af den fælles fortælling.

Organisering: Varetagelsen af denne aktivitet foretages af projektlederen og eventuelt i samarbejde med studerende fra et universitet.

KONCEPTUDVIKLING

Mål med aktivitet: Et koncept til, hvordan man fastlægger hotspots, udvikler en fælles kultur- og fødevarerfortælling, samt arbejder med værdikædesamarbejder lokalt og på tværs.

Aktivetsbeskrivelse: Konceptet skal sætte rammerne for, hvordan man vil udvælge hotspots, udvikle en fælles fortælling, samt arbejde med værdikædesamarbejder på tværs af kysten. Konceptet skal ikke blot være rammesættende for dette projekt, men også for fremtidige projekter på tværs af regioner langs den danske Vestkyst.

Resultatmål: Et fælles koncept til udvælgelse og udvikling af værdikædesamarbejde i og på tværs af hotspots

Organisering: Projektlederen er ansvarlig for denne aktivitet i samarbejde med konsulent

HOTSPOTS

Mål med aktivitet: Fastlæggelse af 10-12 hotspots

Aktivetsbeskrivelse: På baggrund af konceptudviklingen og kortlægning af styrkepositioner på den danske Vestkyst inden for kultur og fødevarer (med særligt fokus på fisk og skaldyr) udvælges 10-12 hotspots, som gennem projektet vil få en styrket profil, og hvor der arbejdes med værdikædesamarbejder.

I et eventuelt samarbejde med Nordsøkommissionens Kultur- og Turismegruppe om en kulturrute rundt om Nordsøen, kan hotspotsene fungere som punkter på en rute.

Resultatmål: 10-12 Hotspots udvalgt

² Kystkulturprojektet er et delprojekt i Slots- og kulturstyrelsens projekt "CulturePlus". Kystkulturprojektet er et samarbejde mellem flere museer langs Vestkysten, som arbejder med at tiltrække kulturturister til Vestkysten.

Aktørinvolvering: De deltagende destinationer/kommuner og bidrager til kortlægning af styrkepositioner, og i samarbejde med projektlederen udvælges hotspots i egen respektive destination.

Organisering: Projektlederen er ansvarlig for denne aktivitet i tæt samarbejde med destinationer/kommuner.

FÆLLES KULTUR- OG FØDEVAREFORTÆLLING

Mål med aktivitet: Der skal udvikles en fælles kultur- og fødevarefortælling, som kan være medvirkende til øget tiltrækning af flere gæster og øget forbrug fra eksisterende målgrupper, samt tiltrækning af nye målgrupper som eksempelvis målgruppen 'foodies'. Der kan hentes stor inspiration fra Irland, hvor man har udarbejdet en fælles fødevarefortælling³

Aktivetsbeskrivelse: En fælles fortælling kan være medvirkende til, at destinationer langs Vestkysten "taler med én tunge" og derfor fremstår mere samlet – både for gæsten og for erhvervsaktørerne der hører under. Partnerskabets partnere har sammen udarbejdet en fælles Vestkystfortælling, som partnerne bruger i deres overordnede image-markedsføring. I dette projekt skal der skrives et nyt "kapitel" til fortællingen baseret på den fælles fødevare- og kulturhistorie, så fødevarer og fødevarekulturen bliver en del af den overordnede fortælling. Fortællingen skal udarbejdes, så den både kan bruges som en del af den overordnede fortælling, men også kan stå alene som en selvstændig fortælling.

Med udgangspunkt i de lokale, stedbundne historier som blev opsamlet i fasen 'vidensindsamling', afholdes workshops med relevante fagpersoner, turismemedarbejdere, osv. og der udarbejdes en fælles kultur- og fødevarefortælling.

Aktørinvolvering: Turismemedarbejdere, fødevarenetværk, fagfolk og relevante personer og eventuelt et eksternt konsulentbureau deltager i udviklingen af den fælles kultur- og fødevarefortælling.

Resultatmål: En formuleret fælles kultur- og fødevarefortælling for hele Vestkysten. Fortællingen skal kunne udtrykkes både i 1 sætning, 1 afsnit og 1 side i forskellige sprog, afhængig af hvilken sammenhæng og hvilket medie det skal kunne bruges i. Fortællingen kan hentes på hjemmesiden for Partnerskab for Vestkystturisme, så det er offentligt tilgængeligt og kan downloades og bruges af destinationer, erhvervsaktører og andre interessenter.

Organisering: Aktiviteten styres af projektlederen.

SYNLIGGØRELSE

Mål med aktivitet: Der udarbejdes fælles materiale til fælles synliggørelse. Disse skal desuden være medvirkende til at udvikle begrebet 'lokalt' så det kan bruges til både at dække hotspottet, men også hele Vestkysten.

Aktivetsbeskrivelse: Der udarbejdes film- og billedmateriale, som både tager afsæt i de lokale fødevarer og kultur og kan bruges i de enkelte hotspots, men også som tager hånd om hele Vestkysten og binder kysten sammen, og dermed udvider begrebet 'lokalt' til at omfatte hele Vestkysten. Materialet skal kunne bruges i sammenhæng med det fælles navnetræk for Destination Vestkysten, som kan være en fælles overlægger for fødevare- og kulturhistorien. Der arrangeres presseture, som kan støtte op om billeder og filmen.

Aktørinvolvering: Lokale turismeaktører og eksisterende fødevarenetværk er med i processen om at udvælge hvilke elementer fra deres områder, der skal inddrages. Et eksternt bureau udvikler film- og billedmateriale.

Resultatmål: En indholdsbank med film, billeder og navnetræk, der er klar til brug for aktører. Indholdet vil være generisk og vil være med til at vise helheden for Vestkystens kultur og fødevarer, på baggrund af lokale historier.

³ <http://www.failteireland.ie/Supports/Food-Tourism-in-Ireland/Telling-Ireland-s-food-story/The-food-story.aspx>

Filmene og billederne kan hentes på hjemmesiden for Partnerskab for Vestkystturisme, så de er tilgængelige for alle. Der skal afholdes presseture, der kan understøtte de lokale historier.

Organisering: Aktiviteten styres af projektlederen.

LOKALE LØSNINGER (FINANSIERES AF KOMMUNER/FLAG/LAG)

VÆRDIKÆDESAMARBEJDER

Mål med aktivitet: Der udvikles nye "lokale" værdikædesamarbejder; både på hotspot- og på Vestkystniveau.

Aktivetsbeskrivelse: Samarbejdet om fælles kultur- og fødevarefortælling og elementer til synliggørelse, samt udvidelsen af begrebet 'lokalt' kan danne afsæt for nye værdikædesamarbejder; både lokalt på hotspotniveau og på tværs af Vestkysten. Der tages udgangspunkt i det udviklede koncept i det fælles projekt, som kan danne baggrund for værdikædesamarbejder lokalt og på tværs af Vestkysten inden for fødevarer og kultur, og via workshops lokalt og på Vestkystniveau, skal der igangsættes forløb, hvor virksomheder hjælpes til at udvikle værdikædesamarbejder eksempelvis inden for krydssalg på tværs af kysten, tværgående netværk i og udenfor hotspots, osv.

Aktørinvolvering: Erhvervsaktører er primæraktørerne, mens fødevarer-netværk er sekundære, idet de understøtter værdikædesamarbejder.

Resultatmål: 20 Nye værdikædesamarbejder, 30 nye produkter hos erhvervsaktører, forretningsudvikling hos 50 erhvervsaktører, forbedret krydssalg langs Vestkysten.

Organisering: Aktiviteten delvist af projektlederen, der har ansvaret for konceptet og "den røde tråd" så værdikædesamarbejderne kan udvikles på tværs af kysten, mens destinationerne står for facilitering og afholdelse af workshops for virksomheder.

FORRETNINGSUDVIKLING

Mål med aktivitet: Den enkelte virksomhed hjælpes til at øge sit forretningsgrundlag

Aktivetsbeskrivelse: Direkte sparring med konsulent, der kan hjælpe/rådgive den enkelte virksomhed med at produktudvikle på baggrund af den fælles fødevarefortælling, synliggørelse på baggrund af de nye markedsføringstiltag, og/eller forretningsudvikle på baggrund af de nye samarbejder lokalt på hotspot-niveau og på Vestkystniveau.

Finansieringen vil ske fra FLAG/LAG samt de kommuner der deltager. Finansieringen vil kun omfatte forretningsudviklingsaktiviteter, der foregår i eget område. Det vil sige, at det er kun aktører der geografisk ligger inden for egen FLAG/LAG område og/eller kommunegrænse, der vil få gavn af medfinansieringen til forretningsudviklingen.

Aktørinvolvering: Turistvirksomheder

Resultatmål: Produktudvikling, markedsudvikling og forretningsudvikling hos erhvervsaktører.

Organisering: Destinationsmedarbejderne varetager denne opgave (eksempelvis gennem ekstern konsulent).

AKTØRER

Partnerskab for Vestkystturisme/Projektleder: Partnerskab for Vestkystturisme varetager projektlederopgaven, der omfatter ledelsen af projektet i alt fra indsamling af data, konceptudvikling, udvælgelsen af hotspots, udviklingen af fælles kultur- og fødevarerfortælling, koordineringen af processen om synliggørelsen og værdikædesamarbejde, styre budget og lignende.

Destinationer/Kommuner: Destinationer/kommuner bidrager med viden, kompetencer og arbejdstimer til vidensindsamlingen og fastlæggelse af hotspots. Derudover skal de varetage udviklingen af værdikædesamarbejde og forretningsudvikling lokalt i samarbejde med projektlederen.

Fødevarer-netværk: Fødevarer-netværkene bidrager med viden og kompetencer inden for deres område. De varetager ligeledes kontakten til fødevarerproducenter i eget geografiske område.

Kulturinstitutioner: Kulturinstitutioner langs Vestkysten kan deltage med viden og kompetencer lokale fortællinger med tilknytning til fødevarer og kultur. Eksempelvis kan det være museer i Kystkultur-projektet, men andre museer uden for kystkulturprojektet har også mulighed for at deltage.

EXIT STRATEGI

Projektet afsluttes med en evaluering og måling af de kortsigtede effekter. Projektlederen vil foretage en mindre analyse blandt de deltagende erhvervsaktører om udviklingen af nye værdikædesamarbejder, samt effekterne af arbejdet, således det kan afmåles hvor mange nye værdikædesamarbejder og produkter, der er skabt, samt forretningsudviklingen hos aktørerne.

Projektet vil leve videre efter afslutningen. Lokalt vil der være igangsat nye samarbejder, som vil køre videre efter projektet. Derudover vil den etablerede content pool være tilgængelig for alle, både lokalt og på tværs af kysten. Aktører og destinationer kan vedligeholde denne content pool med upload af nye billeder og film efter projektets afslutning.

Endeligt kan projektet være med til at udvikle samarbejdet med de andre lande i Nordsøkommissionens kultur- og turismegruppe om en kulturrute, der strækker sig rundt om Nordsøen i stil med den internationale cykelrute "Nordsøruten".

TIDSPLAN

	3. kvartal 2017	4. kvartal 2017	1. kvartal 2018	2. kvartal 2018	3. kvartal 2018	4. kvartal 2018	1. kvartal 2019
Vidensindsamling							
Konceptudvikling							
Hotspot							
Fælles fødevarer- og kulturfortælling							
Synliggørelse							
Værdikædesamarbejde							

(Forretningsudvikling)							
------------------------	--	--	--	--	--	--	--

BUDGET

Budget og finansiering for fælles projekt				
	2017	2018	2019	I alt
<i>Budget</i>				
Projektadministrative omkostninger (møder, revision, evaluering, mm.)	50.000	100.000	50.000	200.000
Projektudviklingsaktiviteter	150.000	350.000	100.000	600.000
Konsulentydelse ifb K&F fortælling		50.000		50.000
Konsulentydelse ifb konceptudvikling	350.000			350.000
Konsulentydelse ifb synliggørelse		400.000		400.000
Budget i alt	550.000	900.000	150.000	1.600.000
<i>Finansiering</i>				
Dansk Kyst- og Naturturisme	400.000			400.000
Region Midtjylland	50.000	300.000	50.000	400.000
Region Nordjylland	50.000	300.000	50.000	400.000
Region Syddanmark	50.000	300.000	50.000	400.000
Finansiering i alt				1.600.000
Total	550.000	900.000	150.000	1.600.000

Aktivitetsbudget - fælles projekt				
	Kroner			
	2017	2018	2019	i alt
Fællesudgifter				
Projektadministrative omkostninger				
herunder møder, revision, evaluering, mm.	50.000	100.000	50.000	200.000
Projektudviklingsaktiviteter				600.000
udviklingsaktiviteter, koordinering, mm.	150.000	350.000	100.000	
Aktiviteter				
Vidensindsamling				
Indsamling af lokale fødevare- og kulturfortællinger				
Hotspots				
Kortlægning af lokale styrkepositioner og udvælgelse af hotspot				
Fælles fødevare- og kulturfortælling				
Workshop og formulering af fælles K&F fortælling		50.000		50.000
Synliggørelse				
Udvikling af film- og billedmateriale		400.000		400.000
Konceptudvikling				
Udvikling af koncept og workshops til værdikædesamarbejder	350.000			350.000
I alt	550000	900000	150000	1.600.000

Aktivitetsbudget - Fælles projekt INKL. lokale løsninger

	Kroner			
	2017	2018	2019	i alt
Fællesudgifter				
Projektadministrative omkostninger herunder møder, revision, evaluering, mm.	50.000	100.000	50.000	200.000
Projektudviklingsaktiviteter udviklingsaktiviteter, koordinering, mm.	150.000	350.000	100.000	600.000
Aktiviteter				
Vidensindsamling				
Indsamling af lokale fødevarer- og kulturfortællinger*	24.000			24.000
Hotspots				
Kortlægning af lokale styrkepositioner og udvælgelse af hotspot**	66.000			66.000
Fælles fødevarer- og kulturfortælling				
Workshop og formulering af fælles K&F fortælling		50.000		50.000
Forberedelse og deltagelse i workshops**		66.000		66.000
Synliggørelse				
Udvikling af film- og billedmateriale		400.000		400.000
Konceptudvikling				
Udvikling af koncept og workshops til værdikædesamarbejder	350.000			350.000
Værdikædesamarbejder				
Facilitering, afholdelse af workshops i hotspots***		165.000		165.000
Forretningsudvikling				
Direkte 1:1 sparring hos konsulent		500.000	500.000	1.000.000
I alt	640.000	966.000	150.000	2.921.000

Beløb markeret med gul = arbejdstimer i kroner fra kommuner/destinationer. Timesats = 300 kr

Kontantfinansiering af kommuner/FLAG/LAG (beløb afhænger af antal deltagende kommuner/FLAG/LAG der ønsker deltage)

*Det beregnede beløb er baseret på at de 8 kulturinstitutioner deltager med 10 timer pr. organisation. Beløbet vil reduceres eller øges hvis færre eller flere organisationer deltager, og det samlede projektbudget vil ligeledes reduceres/øges.

**Det beregnede beløb er baseret på at de 11 kommuner i Vestkystpartnerskabet deltager med 20 timer pr. kommune. Beløbet vil reduceres hvis færre kommuner deltager, og det samlede projektbudget vil ligeledes reduceres.

***Det beregnede beløb er baseret på at de 11 kommuner i Vestkystpartnerskabet deltager med 50 timer pr. kommune. Beløbet vil reduceres hvis færre kommuner deltager, og det samlede projektbudget vil ligeledes reduceres.

BILAG 1 EFFEKTKÆDE

Aktiviteter	Output (resultater)	Effekter
Vidensindsamling -Ind/Opsamling af stedbundne fortællinger -Opsamling af viden om madturister og "alm" turister efterspørgsel på mad -International viden inddrages	-Evidensbaseret grundlag for projektet -Opsamling af stedbundne fortællinger -Afdækning af målgrupper -Kriterier for hotspots -International sondering	Mellemlang sigtede effekter <ul style="list-style-type: none"> • En stærkere kultur- og fødevarerfortælling ved den danske Vestkyst, med udgangspunkt i det stedbundne potentiale som afsæt for nye forretninger og nye produkter • Tiltrækning af nye målgrupper som ex. foodies • En stærkere national og international markedsposition for fødevarer på den danske Vestkyst • Nye forretningsmuligheder skabt i værdikæden mellem fødevarer, kultur og turisme • Flere og merkøb af produkter/oplevelser i forbindelse med fødevarer • Nationalt afsæt for internationalt samarbejde rundt om Nordsøen med fokus på fødevarer – og samarbejdet mellem fødevarer, kultur og turisme Forventede langsigtede effekter* <ul style="list-style-type: none"> • flere overnatninger på den danske Vestkyst flere arbejdspladser • afledte arbejdspladser som følge af projektet • Øget omtale og synlighed på Vestkysten øget tilfredshed blandt gæsterne
Konceptudvikling -Udvikling af koncept for arbejde med hotspots og værdikædesamarbejder ang. kultur og fødevarer	-Udviklet koncept, der kan bruges lokalt af destinationer	
Hotspot -Destinationerne kortlægger eget område og udvælger hotspots i samarbejde med projektleder	-Ca. 10 Hotspots udvalgt på baggrund af vidensindsamling	
Fødevarer- og kulturfortælling -Arbejde med de lokale fortællinger i hotspotsene -Samle de lokale fortællinger til én fælles -Evt. indgå internationalt samarbejde om kulturrute om Nordsøen	- Fælles kultur- og fødevarerfortælling for Vestkysten i 1 afsnit, 1 side på flere sprog -Styrket kultur- og fødevareridentitet i hotspots -Udviklet samarbejde om kulturrute om Nordsøen	
Synliggørelse -Udarbejde materiale til synliggørelse lokalt på flere niveauer; destination og Vestkysten -Presseture -Arbejde med at udvikle begrebet "lokalt" til at dække hele Vestkysten (-Evt. virksomhedssynliggørelse)	-En indholdsbank af film og billedmateriale, der kan bruges både lokalt i hotspots og lokalt på Vestkysten -Presseomtale	
Værdikædesamarbejder -Arbejde med værdikædesamarbejder på tværs af kysten, samt i hotspots inden for ex krydssalg	-20 nye værdikædesamarbejder -30 nye produkter -50 virksomheder har deltaget i forretningsudvikling -Krydssalg	
Forretningsudvikling - Forretningsudvikling for virksomheder om, hvordan de kan anvende projektet til at udvide deres forretning -Evt. direkte sparring for virksomheder om øget forretningsgrundlag på baggrund af projektet	-produktudvikling -forretningsudvikling	

Aktiviteter markeret med grønt angiver aktiviteter i lokale projekter, og medfinansieres af kommuner/FLAG/LAG. *Da det ikke er muligt at foretage målinger, der angiver de præcise langsigtede effekter *alene* på baggrund af dette projekt, er de forventede langsigtede effekter ikke angivet med præcise procentsats og antal.

BILAG 2 AKTIVITETSFLOW

