



Ansøgningskema om tilskud til projekter vedrørende etablering af nye arbejdspladser og attraktive levevilkår i landdistrikterne

I henhold til bekendtgørelserne nr. 254 af 31. marts 2009 om tilskud til projekter vedrørende etablering af nye arbejdspladser i landdistrikterne og nr. 255 af 31. marts 2009 om tilskud til projekter vedrørende etablering af attraktive levevilkår i landdistrikterne.

Bagerst i ansøgningskemaet finder du en vejledning til udfyldelse af skemaet.

For flere detaljer se 'Vejledning om tilskud til etablering af nye arbejdspladser og attraktive levevilkår i landdistrikterne' på www.ferv.fvm.dk 10 juni 2010

A. Projekttitle

Projektets titel: Grøn vækst Limfjorden

B. CVR-nr.

Anfør CVR-nr.: 29189951

Foreninger SKAL have et CVR-nr.

P-nr.: 1016497408

Benyttes af kommuner og lignende

C. Ansøgers navn og adresse m.v.

Navn: Struer Kommune på vegne af Lemvig, Struer, Holstebro og Skive kommuner i Netværk Limfjorden

CPR-nr.: xxx

Udfyldes kun hvis ansøger er privatperson eller enkeltmandsvirksomhed

Gade/vej og nr.: Østergade 11-15

Postnr.: 7600

By: Struer

Telefon: 96 84 84 84

Mobil: xxx

E-mail: struer@struer.dk

Kommune: Lemvig, Struer, Holstebro og Skive

Tilskud udbetales til din NemKonto.

Læs mere om NemKonto, herunder P-nr., CVR-nr m.v. på www.ferv.fvm.dk/NemKonto.

Vær opmærksom på, at nogle af de afgivne oplysninger i ansøgningskemaet vil blive offentliggjort på internettet.

D. Kontaktperson

Navn: Alice Bank Danielsen

E-mail: abd@skiveet.dk

Telefon: 97 52 32 66	Mobil: xxx
----------------------	------------

E. Kort resumé af projektet

Limfjordsområdet har allerede en betydelig turisme, men der er et stort og uudnyttet potentiale, der især knytter sig til en forlængelse af sæsonen og til et højere døgnforbrug. Turismeprodukterne med tilknytning til Limfjordsområdet er både attraktive og prismæssigt konkurrencedygtige, men de er i alt for begrænset omfang tilgængelige på de internationale markeder, og de er stort set heller ikke bundet sammen på en sådan måde, at man kan tale om samlede oplevelsestilbud. En væsentlig indsats i nærværende projekt handler dermed om at modne produkterne til de internationale markeder, og om at gøre dem salgbare over for et internationalt publikum. Endelig drejer det sig om at synliggøre de salgbare produkter på de digitale platforme, som i stadig stigende grad anvendes af turisterne, når de søger information om destinationer og booker deres ophold. Projektet vil således skabe vækst og arbejdspladser i de fire kommuner ved at gennemføre en kombineret modnings-, markedsførings- og salgsindsats, rettet mod udvalgte, internationale markeder, hvor der primært satses på online markedsføring og salg.

F. Beskriv kort hvordan projektet bidrager til at opfylde den lokale aktionsgruppes udviklingsstrategi og den lokale aktionsgruppes konkrete mål

Lemvig: At fremme aktiviteter, som forbedrer mulighederne for turisme i området.
Holstebro: At øge antallet af arbejdspladser i landdistrikterne (især inden for turisme).
Skive: At udfolde potentialet og opdyrke de rige muligheder for turisme i Fjordlandskabet og Limfjorden.
Struer: At etablere initiativer, som kan bidrage til flere besøgende og styrke turismen, herunder også i de omkringliggende kommuner.
Småøernes Aktionsgruppe: At synliggøre muligheder og kvaliteter på småøerne samt tilbyde kvalitet og nye oplevelser til småøernes turister, som har afsæt i øernes traditioner, natur og kultur.

G. Projektperioden (max. 2 år)

Projektet påbegyndes dato: 1.7.2012

Projektet afsluttes dato: 30.6.2014

H. Ansøgers branche, virksomhedstype og størrelse

H1 Virksomhedstype	Sæt ét kryds
Mikrovirksomhed (under 10 ansatte)	<input type="checkbox"/>
Lille virksomhed (under 50 ansatte)	<input type="checkbox"/>
Mellemstor virksomhed (under 250 ansatte)	<input type="checkbox"/>
Stor virksomhed	<input type="checkbox"/>
Privatperson	<input type="checkbox"/>
Brancheorganisation	<input type="checkbox"/>
Offentlig institution	<input type="checkbox"/>
Forening Går foreningens overskud til almennyttige formål? (sæt kryds) ja <input type="checkbox"/> nej <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Selvejende institution	<input type="checkbox"/>

H2 Nøgletal for virksomheden ved seneste regnskabsafslutningUdfyldes *kun* hvis ansøger er en privat virksomhed

Antal medarbejdere	
Årets resultat før skat	Kr.
Samlet balance på regnskab	Kr.
Årsomsætning	Kr.
Ejer en større virksomhed mere end 25 procent af virksomheden (ja/nej)	

I. Er ansøger økologisk producent**Sæt kryds hvis det er relevant**Ja Nej **J. Projekttype og indhold**

Projektet vedrører hovedsaglig	Sæt ét kryds
Fødevarekvalitet	<input type="checkbox"/>
Non-food	<input type="checkbox"/>
Fødevarerikkerhed	<input type="checkbox"/>
Arbejds miljø	<input type="checkbox"/>
Dyrevelfærd	<input type="checkbox"/>
Natur- og ressourcegrundlag	<input type="checkbox"/>
Miljø- og ressourceudnyttelse	<input type="checkbox"/>
Forbedring af konkurrenceevne	<input type="checkbox"/>
Andet	<input checked="" type="checkbox"/>

K. Indsatsområde**Sæt kun ét kryds****Etablering af nye arbejdspladser i landdistrikterne****Mikrovirksomheder udenfor jordbrugs- og fødevarersektoren med op til 10 medarbejdere og en årlig omsætning under 2 mio. euro:**

1. Nyetablering af mikrovirksomheder.	<input type="checkbox"/>
2. Udvikling af eksisterende mikrovirksomheder.	<input type="checkbox"/>
Turisme	
3. Udvikling af mindre turismeaktiviteter.	<input type="checkbox"/>
4. Rekreativ infrastruktur og overnatningsmuligheder i mindre målestok.	<input type="checkbox"/>
5. Markedsføring af turismeprodukter for området.	<input checked="" type="checkbox"/>
Diversificering på jordbrugsbedrifterne til ikke – jordbrugsaktiviteter (kun jordbrug med arbejdskrafts behov på mindst 415 timer om året):	
6. Nye aktiviteter på bedriften, der ikke er forbundet med egentlig jordbrugsvirksomhed.	<input type="checkbox"/>
Basale servicefaciliteter:	
7. Etablering af nye eller bevarelse af lukningstruede servicefaciliteter af betydning for livet i landdistrikterne, herunder for erhvervs-, fritids- og kulturlivet i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>
8. Etablering af adgang til ny informations- og kommunikationsteknologi for virksomheder i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>
Små og mellemstore fødevarer virksomheder med op til 250 ansatte og omsætning på op til 50 mio. euro:	
9. Investeringstilskud til udvikling af forarbejdningsvirksomheder med henblik på at etablere flere arbejdspladser.	<input type="checkbox"/>

Etablering af attraktive levevilkår i landdistrikterne	
Basale servicefaciliteter	
11. Etablering af nye eller bevarelse af lukningstruede servicefaciliteter af betydning for levevilkårene i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>
12. Etablering af adgang til ny informations- og kommunikationsteknologi.	<input type="checkbox"/>
13. Etablering af faciliteter og gennemførelse af aktiviteter af betydning for livet i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>
14. Etablering af netværk, der kan styrke samarbejde og sociale relationer i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>
Fornyelse i landsbyer – med højst 3000 indbyggere	
15. Renovering og sanering af bygningsmassen i landsbyerne, som indgår i en plan for det pågældende geografiske område.	<input type="checkbox"/>
16. Små miljøprojekter, herunder i parker og ved veje.	<input type="checkbox"/>
Natur- og kulturarv	
17. Bevarelse, genopretning og forbedring af natur- og kulturarven.	<input type="checkbox"/>
18. Formidling af natur- og kulturarven.	<input type="checkbox"/>
19. Rekreativ infrastruktur i forbindelse med naturarven.	<input type="checkbox"/>
Diversificering på bedrifterne til ikke-jordbrugsaktiviteter (kun jordbrug med arbejdskrafts behov på mindst 415 timer om året):	
20. Udbud af kulturaktiviteter på bedrifterne.	<input type="checkbox"/>
21. Udbud af fritidsaktiviteter på bedrifterne.	<input type="checkbox"/>
22. Udbud af basale servicefaciliteter på bedrifterne.	<input type="checkbox"/>
Mikrovirksomheder uden for jordbrugs- og fødevarer sektoren med op til 10 medarbejdere og en årlig omsætning under 2 mio. euro Nyetablering eller udvikling af eksisterende mikrovirksomheder der udbyder:	
23. Basale servicefaciliteter i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>
24. Kulturaktiviteter i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>
25. Fritidsaktiviteter i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>

Kompetenceudvikling og informationskampagne i forbindelse med gennemførelse af en lokal udviklingsstrategi (kan kun søges af den lokale aktionsgruppes bestyrelse)	
Etablering af nye arbejdspladser i landdistrikterne:	
10. Analyser og undersøgelser af lokalområdet med henblik på at skabe flere arbejdspladser	<input type="checkbox"/>
Etablering af attraktive levevilkår i landdistrikterne:	
26. Analyser og undersøgelser af lokalområdet med henblik på at sikre attraktive levevilkår i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>
27. Formidling af analyser og undersøgelser af lokalområdet med henblik på at sikre attraktive levevilkår	<input type="checkbox"/>

i landdistrikterne.	
28. Kompetenceudvikling af personer involveret i udviklingen af attraktive levevilkår i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>

L. Forventet effekt af projektet (udddybes evt. i projektbeskrivelsen)

Vær opmærksom på, at dit projekt sandsynligvis har en effekt såvel jobmæssigt, som under det indsatsområde der søges under.

Hvis projektet ingen effekt har, kan det **ikke** opnå tilskud under denne tilskudsordning.

	Forventet effekt ved projektets afslutning (antal)
Effekter som gælder for <u>alle projekter</u> under nye <u>arbejdspladser</u> og kan være relevant for projekter under attraktive levevilkår	
Antal kvinder under 25 år i nye jobs	10
Antal kvinder på eller over 25 år i nye jobs	25
Antal mænd under 25 år nye jobs	10
Antal mænd på eller over 25 år i nye jobs	25
Effekter som er relevante for projekter, som søges under specifikke indsats-områder under ordningen om <u>nye arbejdspladser</u> i landdistrikterne	
Mikrovirksomheder udenfor jordbrugs- og fødevarersektoren med op til 10 medarbejder og en årlig omsætning under 2. mio.euro:	
a) Antal jobs i nye mikrovirksomheder	
b) Antal jobs i eksisterende mikrovirksomheder	
c) Antal nye tilflyttere som følge af udvikling af mikrovirksomheder	
Turisme	
a) Antal nye jobs i forbindelse med udvikling af mindre turismeaktiviteter	
b) Antal nye jobs i forbindelse med rekreative anlæg og -overnatningsmuligheder	
c) Antal flere dagsturister	50.000
d) Antal flere overnattende turister	50.000
e) Antal nye jobs i forbindelse med markedsføring af turisme-produkter i området	70
f) Antal nye tilflyttere som følge af nye jobs indenfor turisme	
Diversificering på jordbrugbedrifterne til ikke-jordbrugsaktiviteter	
a) Antal nye jobs i forbindelse med nye aktiviteter på jordbrugsbedriften	
b) Antal nye tilflyttere som følge af nye aktiviteter på jordbrugsbedrifter	
c) Antal personer der drager fordel af nye eller forbedrede servicefaciliteter	
Basale servicefaciliteter	
a) Antal nye jobs i forbindelse med etablering af nye eller	

bevarelse af lukningstruede servicefaciliteter: - Indenfor erhvervslivet - Indenfor fritids- og kulturlivet	
b) Antal jobs i forbindelse med etablering af adgang til internet/bredbånd for virksomheder	
c) Antal personer der har fået adgang til internet /bredbånd	
d) Antal personer der drager fordel af nye eller forbedrede servicefaciliteter	
e) Antal nye tilflyttere som følge af nye eller bevarede servicefaciliteter	
Små og mellemstore fødevarer virksomheder	
a) Antal nye jobs i små eller mellemstore virksomheder	
b) Antal nye tilflyttere som følge af nye jobs i små eller mellemstore virksomheder	
Andet (antal personer / aktiviteter /produkter eller andet) Beskriv:	
<i>Effekter som er relevante for projekter, som søges under specifikke indsatsområder under ordningen om <u>attraktive levevilkår i landdistrikterne</u></i>	
Basale servicefaciliteter	
a) Antal nye eller bevarede servicefaciliteter	
b) Antal personer der drager fordel af nye eller forbedrede servicefaciliteter	
c) Antal personer der har fået adgang til internet /bredbånd	
d) Antal nye faciliteter til gennemførelse af aktiviteter: - Indenfor erhvervslivet - Indenfor fritids- og kulturlivet	
e) Antal nye tilflyttere som følge af nye basale servicefaciliteter	
Fornyelse i landsbyer	
a) Antal renoverede bygninger	
b) Antal små miljøprojekter	
c) Antal tilflyttere som følge af fornyelse i landsbyer	
d) Antal personer der drager fordel af nye eller forbedrede servicefaciliteter	
Natur- og kulturarv	
a) Antal aktiviteter, til bevarelse, genopretning eller forbedring af: - naturarven - kulturarven	
b) Antal formidlingsprojekter indenfor natur- og kulturarv	
c) Antal rekreative anlægsaktiviteter i forbindelse med natur- og kulturarv	
d) Antal personer der drager fordel af nye eller forbedrede servicefaciliteter	
e) Antal tilflyttere som følge af nye natur- og kulturarvs aktiviteter	

Diversificering af jordbrugsbedrifter til ikke-jordbrugsbedrifter	
a) Antal kulturaktiviteter på bedrifter	
b) Antal fritidsaktiviteter på bedrifter	
c) Antal basale servicefaciliteter på bedrifter	
d) Antal personer der drager fordel af nye eller forbedrede servicefaciliteter	
e) Antal nye tilflyttere som følge af nye aktiviteter på jordbrugsbedrifter	
Mikrovirksomheder uden for jordbrugs- og fødevarerektoren med op til 10 medarbejdere og en årlig omsætning på under 2 mio. euro	
a) Antal basale serviceaktiviteter som udbydes af mikrovirksomheder	
b) Antal personer der drager fordel af nye eller forbedrede servicefaciliteter	
c) Antal kulturaktiviteter som udbydes af mikrovirksomheder	
d) Antal fritidsaktiviteter som udbydes af mikrovirksomheder	
e) Antal nye tilflyttere som følge af aktiviteter på mikrovirksomheder	
Andet (antal personer /aktiviteter /produkter eller andet) (Beskriv)	
Effekter som er relevante for indsatsområderne 'Kompetenceudvikling og informationskampagne i forbindelse med gennemførelse af en lokal udviklingsstrategi' under ordningerne om nye arbejdspladser og attraktive levevilkår (disse indsatsområder kan kun søges af den lokale aktionsgruppes bestyrelse)	
a) Antal personer der har deltaget i kompetenceudvikling i forbindelse med den lokale udviklingsstrategi med henblik på at skabe nye arbejdspladser - Mænd på eller over 25 år - Kvinder på eller over 25 år - Mænd under 25 år - Kvinder under 25 år	
b) Antal informationskampagner i forbindelse med den lokale udviklingsstrategi	
c) Antal analyser og undersøgelse af lokalområdet med henblik på at skabe nye arbejdspladser	
d) Antal analyser og undersøgelse af lokalområdet med henblik på at skabe attraktive levevilkår	

M. Overordnet vurdering af projektet

Projektvurdering	Ja/ nej
Er projektets indhold og aktiviteter normalt en kommunal eller offentlig opgave?	nej
Begrund: Kommunerne beskæftiger sig ikke med modningen af produkter og markedsføringen af Limfjordsområdet som en helhed.	

Indeholder projektet udgifter til almindelig vedligeholdelse eller drift?	nej
Begrund: Kommunernes opgaver i relation til eksemplvis stianlæg og skiltning er ikke en del af projektet, og turistbureauernes opgaver i forhold til servicering af turister og aktører er heller ikke en del af projektet.	
Projektet skal opretholdes i 5 år – er det muligt?	ja
Forklar hvordan: Projektet er forankret i Netværk Limfjorden, der er det samlede turismeorgan for kommuner, turistorganisationer og kommercielle aktører.	
Er projektet et forprojekt eller en forundersøgelse?	nej
Forklar hvordan: Der er tidligere gennemført et forarbejde i regi af Netværk Limfjorden, som gør det muligt umiddelbart at gå i gang med projektets aktiviteter.	
Er det realistisk, at projektet gennemføres og målene realiseres?	ja
Begrund: Projektet er forankret i såvel Netværk Limfjorden som i de fire kommuner og i de fire kommuners turistorganisationer.	
Indgår projektet i en større sammenhæng?	ja
Hvis Ja, hvilken: Projektet indgår i Region Midtjyllands plan "Ny vækst i turismen - en strategi for en fokuseret og professionel turisme i Region Midtjylland" som et af tre udvalgte mersalgprojekter.	

N. Budget (angiv kun tilskudsberettigede udgifter, der skal indgå i tilsagnsgrundlaget)

Udgiftsarter	Udspecificerede priser	I alt
Konsulenter	timer à	Kr. 900.000,00
Projektansættelser	6.000,00 timer à 250,00	Kr. 1.500.000
Frivilligt arbejde	timer à 100 kr.	Kr.
Anlægsarbejder		Kr.
	Kr.	
	Kr.	
	Kr.	
Andre leverandørydelser		Kr.
	Kr.	
	Kr.	
	Kr.	
Materialer, inventar, udstyr og maskiner		Kr.
	Kr.	
	Kr.	
	Kr.	

Rejser/Transport		Kr. 200.000,00
	Kr.	
	Kr.	
	Kr.	
Formidling og information		Kr. 3.570.000,00
	Kr.	
	Kr.	
	Kr.	
Revision		Kr. 80000
Andet (skal være udspecificeret)		Kr. 350.000,00
Møder	Kr. 170.000,00	
Evaluering	Kr. 180.000,00	
	Kr.	
I alt		Kr. 6.600.000,00

MOMS	Ja	Nej
Er udgifterne med moms?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Skal du/I selv betale momsen?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

O. Finansiering af projektet

Projektets samlede omkostninger	Kr. 6.600.000
	Finansiering af samlede projektomkostninger
Tilskud der søges fra den lokale aktionsgruppe	Kr. 3.000.000
Tilskud fra Indenrigs- og Sundhedsministeriet eller Socialministeriet	Kr.
Tilskud fra andre offentlige myndigheder*	Kr. 3.000.000
Privat finansiering fra ansøger	Kr.
Anden privat finansiering	Kr. 600.000
Frivilligt arbejde	Kr.

*Navn på andre offentlige myndigheder	Bevilget beløb
Region Midtjylland	Kr. 1.500.000
Kommuner	1.500.000

Dokumentation for de bevilgede offentlige tilskud skal vedlægges.

P. De minimis støtte

Har ansøger modtaget <i>de minimis</i> støtte for mere end 200.000 euro inden for en periode på tre år? (sæt kryds)	ja <input type="checkbox"/>	nej <input checked="" type="checkbox"/>
Hvis ja, angiv beløb og dato for udbetaling	Beløb	Dato

Projektbeskrivelse

Struer, den 25.10.11

1. Projekttitle: Grøn vækst Limfjorden 1.7.2012-30.6.2014

2. Oplysninger om ansøger

Struer Kommune på vegne af Lemvig, Struer, Holstebro og Skive Kommuner i Netværk Limfjorden

e-mail: struer@struer.dk

Hjemmeside: www.visitlimfjorden.com

Netværk Limfjorden er en forening, der er stiftet i 1995. Som medlemmer optages selskaber, destinationer, institutioner, virksomheder, foreninger med tilknytning til Limfjorden og som har et turistmæssigt sigte. Endvidere kan regioner og kommuner med tilknytning til Limfjorden optages. I dag er Region Midtjylland, Region Nordjylland og otte kommuner medlemmer.

3. Formålet med projektet

a. Beskrivelse af projektets formål

Projektets formål er at skabe vækst og arbejdspladser i Limfjordsområdet gennem en fokusering på mersalg i et internationalt perspektiv. Udgangspunktet er den "fællesmængde", som Limfjorden udgør – både til vands, men også til lands, og med fokus på naturens mangfoldighed og den fælles kulturhistorie og maritime historie.

b. Beskrivelse af projektets erhvervspotentiale – herunder begrundelse for projektets overensstemmelse med Landdistriktsprogrammet og begrundelse for projektets overensstemmelse med Vækstforums "Ny VÆKST i turismen - en strategi for en fokuseret og professionel turisme i Region Midtjylland".

Projektets erhvervspotentiale knytter sig først og fremmest til øget omsætning og beskæftigelse i de fire kommuner. Effekten vil være mest mærkbar i hotel- og campingsektoren og i den øvrige overnatningssektor som følge af det øgede antal overnatninger, primært fra udlandet, men det øgede antal gæster (herunder også en forlængelse af eksisterende gæsters ophold og det øgede døgnforbrug) vil også have positiv effekt på restauranter og attraktioner, der vil kunne øge besøgstallet. Hertil kommer de afledte effekter for eksempelvis detailhandel, tankstationer og håndværksvirksomheder, som udfører arbejde for de deciderede turistvirksomheder. Heraf følger, at projektet vil kunne medvirke til at udvikle og sikre overlevelse for små og mellemstore virksomheder i de fire kommuner, og at projektet vil kunne medvirke til at skabe nye jobs i f.eks. gårdbutikker, kunstnerværksteder, gallerier o.lign. samt mindre bespisningsvirksomheder og cafeer. Dermed vil projektet skabe synergieffekter i forhold til og yde et markant bidrag til jobskabelse og erhvervsudvikling i øvrigt i landdistrikterne.

Projektets jobskabelseeffekt er således i overensstemmelse med Landdistriktprogrammet, og den fokuserede indsats for at skabe mersalg i et

internationalt perspektiv gennem øget professionalisering og afsætning af temabaserede produkter er i overensstemmelse med Vækstforums turismestrategi.

For så vidt angår de lokale LAG-strategier bemærkes, at projektet bl.a. tager sigte på

- at fremme aktiviteter, som forbedrer mulighederne for turisme i området (LAG Lemvig)
- at øge antallet af arbejdspladser i landdistrikterne (især inden for turisme) (LAG Holstebro),
- at udfolde potentialet og opdyrke de rige muligheder for turisme i Fjordlandskabet og Limfjorden (LAG Skive),
- at etablere initiativer, som kan bidrage til flere besøgende og styrke turismen, herunder også i de omkringliggende kommuner (LAG Struer), og
- at synliggøre muligheder og kvaliteter på smøerne samt tilbyde kvalitet og nye oplevelser til småøernes turister, som har afsæt i øernes traditioner, natur og kultur (Småøernes Aktionsgruppe).

c. Beskrivelse af projektets mål – herunder begrundelse for projektets overensstemmelse med Vækstforums "Handlingsplan 2015 – Ny VÆKST i turismen i Region Midtjylland"

I fuld overensstemmelse med handlingsplanen er målet at skabe vækst og meromsætning i turismevirksomhederne i området gennem en fokuseret indsats omkring mersalg i relation til højtforbrugende målgrupper og værdikæder gennem en produktmæssig styrkelse i en større og stærkere geografisk sammenhæng. Konkret er projektets mål gennem modning og afsætning, primært på udenlandske markeder, af specialiserede produkter, der er bundet sammen af temaer og logiske produktsammenhænge, at tilvejebringe omkring en tiendedel af den øgede omsætning, som regionen har som mål i planen, nemlig en øget omsætning på 150 mio., der beskæftigelsesmæssigt udløser mindst 110 helårsarbejdspladser med relation til – eller afledt af – turismen i de fire kommuner.

4. Baggrunden for projektet, projektets relevans og målgruppe

Limfjordsområdet har allerede en betydelig turisme, men der er et stort og uudnyttet vækstpotentiale, der især knytter sig til en forlængelse af sæsonen og til et højere døgnforbrug. Begge dele opnås via mersalg til de eksisterende gæster og via gensalg gennem eksempelvis en attraktiv loyalitetsordning. Der er med den nuværende kapacitetsudnyttelse uden vanskeligheder plads til en øget belægning.

Turismeprodukterne med tilknytning til Limfjordsområdet er både attraktive og prismæssigt konkurrencedygtige, men de er i alt for begrænset omfang tilgængelige på de internationale markeder, og de er stort set heller ikke bundet sammen på en sådan måde, at man kan tale om samlede oplevelsestilbud. En væsentlig indsats i nærværende projekt handler dermed om at modne produkterne til de internationale markeder, og om at gøre dem salgbare over for et internationalt publikum. Endelig

drejer det sig om at synliggøre de salgbare produkter på de digitale platforme, som i stadig stigende grad anvendes af turisterne, når de søger informationer om destinationer og booker deres ophold. Der skal altså gennemføres en kombineret modnings-, markedsførings- og salgsindsats, rettet mod udvalgte, internationale markeder, hvor der primært sættes på online markedsføring og salg. Alle aktiviteter gennemføres på en sådan måde, at alle relevante aktører i de fire kommuner tilbydes deltagelse og får mulighed for at blive involveret. Derved sikres, at ingen del af projektet skaber konkurrenceforvridning.

Projektet er kort sagt relevant, fordi det

- a) skaber nye salgbare kombinationsprodukter med Limfjorden som omdrejningspunkt,
- b) tiltrækker nye og bedre betalende gæster og øger de nuværende turisternes ophold og døgnforbrug gennem henholdsvis nye "luksusprodukter" og pakker med et stort udbud af aktiviteter og events, og dermed
- c) øger beskæftigelse og omsætning i og i relation til turismen i de fire Limfjordskommuner.

De væsentligste (udenlandske) målgrupper for Limfjordslandets turismeprodukter er "Familier på eventyr" og "Guldhornene" på det hollandske, tyske, svenske og norske marked (her er anvendt Envisions målgruppeanalyse for online markedsføring; i forhold til VisitDenmarks målgruppedefinitioner svarer de to målgrupper stort set til "Sjov, leg og læring" og "Det gode liv").

5. Detaljeret beskrivelse af projektets aktiviteter

a. *Beskrivelse af projektets væsentligste aktiviteter*

Projektet tager sigte på at tilbyde produkter og pakker, der omfatter overnatning og andre tilbud, på udvikling og synliggørelse af tværgående ruter for sejlene, vandrere, cyklister og bilister med udgangspunkt i centrale temaer (f.eks. "købstadsruten", "børneruten" og "kunstruten"), på udvikling af et loyalitetsprogram, der øger genbesøgsraten, på udvikling af events og temauger, primært med udgangspunkt i maritime oplevelser samt smagsoplevelser og lokale råvarer, på etablering af afsætningskanaler og agentnet samt på at implementere en elektronisk salgs- og bookingfacilitet. Endelig er en central aktivitet branding og markedsføring med fokus på online markedsføring. Projektet er inddelt i to hovedaktiviteter/indsatsfelter:

1. Produktmodning, herunder pakketering og klargøring til salg

- Brainstorming i tæt samarbejde med kommercielle aktører
- Udfærdigelse af pakker, der omfatter overnatning samt eksisterende tilbud i Limfjordsområdet samt evt. yderligere ydelser, f.eks. bespisning og entreer. Der tænkes her eksempelvis på pakker i relation til cykelruten Limfjordsruten, lystfiskeri, Limfjordsfortællinger og Snapseruten, hvor det er oplagt også at inddrage lokale/regionale råvarer
- Udvikling og tilgængeliggørelse af temabaserede ruteforløb gennem Limfjordsområdet, der henvender sig til både sejlene og kørende turister

- Udvikling og tilgængeliggørelse af loyalitetsprogram med "special guest"-kort, der giver en række fordele ved genbesøg i Limfjordsområdet, herunder eksklusive tilbud, der ikke gives til andre gæster
- Fremme af "Limfjordsevents" med udgangspunkt i bl.a. lystfiskeri, maritime aktiviteter, smagsoplevelser og lokale/regionale råvarer
- Udvikling og tilgængeliggørelse af aktiviteter, der øger turisternes mobilitet fra kysten til byerne og fra kysterne og byerne til baglandet (tilbud, digitale medier, men ikke infrastruktur)
- Udvikling af et "kvalitetsstempel" for alle Limfjordsprodukter i form af en partnerskabsaftale med både turist- og non-tourist virksomheder, herunder fastlæggelse af værtskabsnorm
- Indhentning af indhold og fremstilling af en årskalender med events og temauger med relation til Limfjordsområdet – og som kan indgå i pakker
- Plan for pilotprojekt vedr. etablering af relevante støttepunkter langs Limfjorden for både sejlene og kørende turister, herunder udvikling og test af aktiviteter, der bidrager til at gøre Limfjordshavnene til et centralt omdrejningspunkt for formidling af Limfjordsområdets historie og kulturhistorie

2. Branding/markedsføring/presser/PR/afsætning/salg

- Gennemførelse af brandingproces, der skal fremtidssikre Limfjordsbrandet i relation til turisme og turismerelaterede aktiviteter
- Udarbejdelse af markedsføringsplan
- Implementering af salgs- og bookingfacilitet med inkøbskurv-funktion, der er anvendelig for alle Limfjordsprodukter/pakkeprodukter/ydelser
- Etablering af agentnet, der dækker de vigtigste udenlandske markeder, herunder samarbejde med agent, der arbejder inden for busmarkedet
- Fra offline til online: forberedelse og implementering af nye markedsføringsmetoder/digital kommunikationsplatform, herunder målgruppespecifik onlinekampagne i samarbejde med VisitDenmark på udvalgte markeder og for lystfiskeri, Limfjordsfortællinger, Snapseruten m.m., Google Adverts, salgsoptimering af hjemmeside, søgemaskineoptimering, apps, elektroniske nyhedsmails til interessemålgrupper
- Udvikling og implementering af "ambassadørordning", som øger mund-til-øre-reklamen for området og dermed skaber genbesøg fra venner, bekendte og familie
- Etablering af kundedatabase og efterfølgende CRM-markedsføring
- Presse og PR i samarbejde med eksternt pressebureau, Midtjysk Turisme og VisitDenmark

b. Tidsplan og milepæle for projektets hovedaktiviteter (skal ses sammen med resultatkrav)

2. halvår 2012	Etablering af arbejdsgrupper og projektledelse Brainstorming med kommercielle aktører Etablering af agentnet Tilrettelæggelse/gennemførelse af markedsføring 2013
----------------	--

	Første salgbare produkter
	Færdiggørelse af temabaserede ruteforløb
	Årskalender, første version
1. halvår 2013	Færdiggørelse af brandingproces
	Første onlineaktiviteter
	Flere salgbare produkter
	Plan for støttepunkter
2. halvår 2013	Loyalitetsprogram
	Salgs- og bookingfacilitet
	Partnerskabsaftaler/kvalitetsmærke
	"Ambassadørordning"
	Tilrettelæggelse/gennemførelse af markedsføring 2014
	Årskalender, anden version
1. halvår 2014	Flere salgbare produkter
	Limfjordsevents
	Slutevaluering

6. Hvordan forventes det at projektet formidles

a. Informations- og pr-foranstaltninger

I projektperioden vil der løbende blive fokuseret på "intern markedsføring" over for kommuner og kommercielle aktører i form af infofolder, elektroniske nyhedsbreve og lokale pressemeddelelser. På de udvalgte internationale markeder vil der som anført blive gennemført en række markedsførings-, PR- og presseforanstaltninger i samarbejde med Midtjysk Turisme og VisitDenmark.

b. Evaluering

Projektet selvevalueres midtvejs i forløbet og afsluttes med en slutevaluering ved en ekstern evaluator.

c. Udbredelse af erfaringer opsamlet i projektet

Erfaringerne fra projektet vil løbende blive kommunikeret i form af elektroniske nyhedsbreve.

7. Forventet effekt af projektet

a. Beskrivelse af projektets effekter

Projektet vil skabe turismerelateret mersalg og dermed øget omsætning, beskæftigelse og kapacitetsudnyttelse i de fire kommuner. Ifølge den seneste opgørtelse udgjorde turismeomsætningen i de fire kommuner i 2008 1.620 mio. kr., og effekten forventes at være en omsætningsstigning på godt 9 % efter en fire-årige indsats, svarende til 150 mio. kr. Omsætningsstigningen fordeler sig på 81 mio. kr. i form af øget døgnforbrug hos eksisterende gæster og 69 mio. kr. i form af nye overnatninger og flere éndagsturister. Forventningen er endvidere, at omsætningsstigningen vil medføre, at der skabes mindst 110 nye helårsarbejdspladser med relation til – eller afledt af – turismen i de syv kommuner. Der henvises til vedlagte notat om nøgletal.

b. Redegørelse for effektmål, som ansøger måles på i resultatkontrakten med Region Midtjylland

2. halvår 2012	<p>Etablering af styregruppe, arbejdsgrupper og projektledelse</p> <p>Gennemførelse af brainstorming med mindst 15 kommercielle aktører</p> <p>Forhandling med mindst 5 agenter (1 i Norge, 1 i Sverige, 1 i Holland, 1 i Tyskland, 1 busmarkedet internationalt)</p> <p>Udvikling af min. 3 salgbare produkter</p> <p>Etablering af agentnet med 1 agent i hhv. Norge, Sverige, Holland og Tyskland samt agent på busmarkedet</p> <p>Udgivelse af årskalender, første version</p>
1. halvår 2013	<p>Færdiggørelse af min. 3 tematiserede ruteforløb</p> <p>Færdiggørelse af brandinganalyse, der involverer samtlige kommuner og mindst 20 kommercielle aktører</p> <p>Gennemførelse af min. 8 markedsførings-, presse- og PR-aktiviteter, heraf 5 online aktiviteter</p> <p>Udvikling af yderligere min. 3 salgbare produkter</p>
2. halvår 2013	<p>Færdiggørelse af plan for støttepunkter</p> <p>Færdiggørelse af loyalitetsprogram og kontakt til mindst 25 kommercielle aktører herom</p> <p>Implementering af salgs- og bookingfacilitet tilendebragt</p> <p>Færdiggørelse af partnerskabsaftaler/ kvalitetsmærke</p> <p>Implementering af "ambassadørordning"</p>
1. halvår 2014	<p>Udgivelse af årskalender, anden version</p> <p>Udvikling af yderligere min. 2 salgbare produkter</p> <p>Gennemførelse af min. 2 "Limfjordsevents"</p> <p>Gennemførelse af min. 8 markedsførings-, presse- og PR-aktiviteter, heraf 5 online aktiviteter</p>

8. Yderligere oplysninger

a. Projektets organisering

Der nedsættes en styregruppe, bestående af repræsentanter fra de fire kommuner og fra kommunernes turistorganisationer samt fra Midtjysk Turisme. Der nedsættes arbejdsgrupper, hvori indgår alle relevante aktører, i forbindelse med gennemførelsen af indsatsfelterne. Der ansættes en projektleder til styring af projektet under ansvar over for styregruppen. Det konkrete arbejde med gennemførelsen af projektet placeres hos de deltagende turistbureauer (hvert turistbureau påtager sig konkrete opgaver, der indgår i de to indsatsfelter).

b. Samspil med evt. samarbejdspartnere

Kommunerne og de kommercielle samarbejdspartnere inddrages i videst muligt omfang i gennemførelsen af projektets forskellige indsatsfelter. Det tilstræbes at opnå størst mulig synergieffekt i forhold til de øvrige projekter, som gennemføres i regi af den regionale satsning "Ny VÆKST i turismen". Projektet understøttes af Midtjysk Turisme i form af leverance af videns- og kompetencydelser undervejs i projektet.

c. *Projektets additionalitet og nyhedsværdi*

Det er første gang, turistorganisationerne i de fire Limfjordskommuner indgår i et egentligt, forpligtende udviklings-, salgs- og markedsføringssamarbejde, og det er derfor også første gang der gennemføres en fælles proces, der tager udgangspunkt i den "fællesejede" Limfjord. Uden et projekt af denne karakter vil det ikke være økonomisk og praktisk muligt at gennemføre disse aktiviteter på et tilfredsstillende niveau og dermed heller ikke muligt at gennemføre en målrettet satsning på mersalg på internationale markeder, der kan øge turisme-omsætningen og skabe flere jobs i de fire kommuner.

d. *Udgiftsbudget (se skema nedenfor)*

e. *Finansieringsbudget (se skema nedenfor)*

Udgiftsbudget (angiv kun tilskudsberettigede udgifter, der skal indgå i tilsagnsgrundlaget)

Udgiftskategorier	2012 (6 mdr)	2013	2014 (6 mdr)	I alt
Projektansat personale	170.000	350.000	180.000	700.000
Øvrigt personale	200.000	400.000	200.000	800.000
Eksterne konsulenter	300.000	400.000	200.000	900.000
Transport/rejser	50.000	100.000	50.000	200.000
Møder	50.000	70.000	50.000	170.000
Information/tryksager	700.000	1.500.000	1.370.000	3.570.000
Evaluering	60.000	60.000	60.000	180.000
Revision	20.000	20.000	40.000	80.000
I alt	1.550.000	2.900.000	2.150.000	6.600.000

Finansieringsbudget

Finansieringskilder	1.7.-31.12.2012	2013	1.1.-30.6.2014	I alt
Region Midtjylland	337.500	675.000	487.500	1.500.000
EU-regionalfond				
EU-socialfond				
Andre EU-midler	675.000	1.350.000	975.000	3.000.000
Kommuner	337.500	675.000	487.500	1.500.000
Stat				
Privat	200.000	200.000	200.000	600.000
Anden finansiering				
I alt	1.550.000	2.900.000	2.150.000	6.600.000

Aktivitetsbudget

Se bilag.

Q Projektbeskrivelse (2-5 sider)

Projektbeskrivelsen skal indeholde følgende punkter:

1. **Projekttitle**
2. **Oplysninger om ansøger**
3. **Formålet med projektet**
4. **Baggrunden for projektet, projektets relevans og målgruppe**
5. **Detaljeret beskrivelse af projektets aktiviteter**
6. **Hvordan forventes det at projektet formidles**
7. **Forventet effekt af projektet**
8. **Eventuelle yderligere oplysninger**

R Ansøgers underskrift

Med min underskrift bekræfter jeg:

- At jeg er bekendt med reglerne for ordningen 'Nye arbejdspladser og attraktive levevilkår i landdistrikterne'.
- At de afgivne oplysninger ovenfor er korrekte.
- At jeg ikke har modtaget andet EU-tilskud til projektet.
- At jeg ikke har fortiet oplysninger af betydning for ansøgningens afgørelse.
- At jeg er indforstået med, at kontrolmyndighederne kan foretage den fysiske kontrol og den efterfølgende regnskabskontrol. At jeg er indforstået med, at den lokale aktionsgruppe fører tilsyn med projektets gennemførelse og i den forbindelse kan foretage afsyn af projektet.

Dato: <i>25/10-2011</i>	Navn (blokbogstaver): Claus Damgaard Kommunaldirektør
	Underskrift: <i>Claus Damgaard</i>

Du skal udfylde ansøgningen og sende **den til den lokale aktionsgruppe i dit lokalområde.**

Oplysninger om de lokale aktionsgrupper kan findes på: www.landdistriktsprogram.dk

Netværk Limfjorden/midtjyske kommuner

Ansøgning Grøn Vækst Region Midtjylland

Bilag

Aktivitetsplan/budget (hele projektperioden; exclusive privat medfinansiering)

Indsatsfelt	Beskrivelse	Ansvarlig	Budget projektleder	Budget medarbejder på tb'er	Budget eksterne omk.
1	Produktmodning: <ul style="list-style-type: none"> • Brainstorming/kick-off • Færdiggørelse af pakker • Færdiggørelse af temabaserede ruteforløb • Udvikling og implementering af loyalitetsprogram • Opgradering/videreudvikling af Limfjordsevents • Udvikling og implementering af mobilitetsfremmende aktiviteter • Udvikling af partnerskabsaftale/"kvalitetsmærke" • Udvikling af årskalender • Plan for etablering af støttepunkter, gennemførelse af pilotprojekt 	Projektleder	150.000		
		Projektleder	50.000		50.000
		Ekstern		200.000	50.000
		Projektleder	25.000	100.000	100.000
		Projektleder	50.000		400.000
		Ekstern		50.000	200.000
		Projektleder	25.000		100.000
		Projektleder	50.000		50.000
		Ekstern		50.000	200.000
		Projektleder	50.000		200.000
2	Branding/markedsføring/presses/PR/afsætning/salg: <ul style="list-style-type: none"> • Gennemførelse af brandingproces • Implementering af salgs- og bookingfacilitet • Etablering af agentnet • Fra offline til online • Ambassadørordning • Etablering af kundedatabase og CRM • Presse og PR 	Projektleder	150.000		
		Projektleder	25.000		100.000
		Ekstern		200.000	150.000
		Projektleder	25.000		200.000
		Projektleder	100.000		2.500.000 ¹
		Ekstern		25.000	50.000
		Ekstern		175.000	50.000
		Projektleder			100.000
I alt			700.000	800.000	4.500.000

¹ Se særskilt budget nedenfor

Bemærk: I budgettet i ansøgningen specificeres evaluering, revision og kørsel særskilt, mens disse poster er inkluderet i ovennævnte budget.

Detailbudget Fra offline til online	Ansvarlig	Budget projektleder	Budget medarbejder på tb'er	Budget eksterne omk.
• Kampagner via VisitDenmark D, NL, N, S (primært online)	Projektleder	10.000		800.000
• Google Adverts og anden annoncering på digitale platforme	Projektleder	10.000		600.000
• Søgemaskineoptimering af hjemmeside	Projektleder	10.000		150.000
• Limfjorden apps	Projektleder	20.000		100.000
• Nyhedsmails, målrettet interesser og målgrupper	Projektleder	30.000		50.000
• Målgruppespecifik markedsføring print og online	Projektleder	20.000		800.000
		100.000	0	2.500.000



10.8.11/JH

Nøgletal

Turismen i Limfjordsområdet

NB: Nøgletalsnotatet har som forudsætning et 3-årigt projekt.

Turismeomsætning (2008)

VisitDenmark foretager beregninger af turismeomsætningen i kommunerne med udgangspunkt i overnatningstallene fra Danmarks Statistik og i interviewundersøgelser, hvor de overnattende gæster oplyser deres døgnforbrug. I beregningen indgår desuden skøn vedr. ikke-kommerciel overnatning (venner og familie, privat indkvartering m.v.) samt dansk og udenlandsk éndagsturisme. Nyeste beregning er fra 2011, men baserer sig på tal fra 2008.

Kommune	Omsætning fra kommercielle overnatningsformer mio. kr.	Ikke-kommerciel overnatning og éndagsturisme mio. kr.	Samlet turismeomsætning mio. kr.	Total antal overnatninger og éndagsturister	Gennemsnitligt døgnforbrug kr.
Lemvig	273	120	393	1.078.000	364
Struer	157	137	294	779.000	377
Holstebro	272	226	497	1.194.000	417
Skive	169	266	436	1.085.000	401
Viborg	203	213	416	821.000	506
I alt (i Region Midtjylland)	1.074	962	2.036	4.957.000	
Thisted	415	227	642	1.634.000	393
Morsø	116	55	171	528.000	324
Jammerbugt	722	536	1.258	3.308.000	380
Vesthimmerland	182	356	538	1.544.000	349
Aalborg	914	1.491	2.405	4.051.000	594
I alt (i Region Nordjylland)	2.349	2.665	5.014	11.065.000	
Netværk Limfjorden	2.306	1.923	4.229	11.150.000	
Do., Reg.Midtjyll.	871	749	1.620	4.136.000	
Do., Reg.Nordjyll.	1.435	1.174	2.609	7.014.000	

(Kilde: Turismens økonomiske betydning i Danmark 2008, VisitDenmark 2011)

Registrerede overnatninger (2010/11)

Danmarks Statistik registrerer overnatninger i udlejede feriehuse, hoteller, kroer, feriecentre og lystbådehavne samt på campingpladser. For hoteller og kroer dog kun virksomheder med mere end 40 senge og for campingpladser kun pladser med mindst 75 enheder.

Kommune	Camping, hotel, feriecentre, lystbådehavne, vandrerhjem Danske overnatninger (maj 2010-2011)	Camping, hotel, feriecentre, lystbådehavne, vandrerhjem udenlandske overnatninger (maj 2010-2011)	Feriehuse, Alle overnatninger (2010)	Total
Lemvig	74.454	29.937	582.100	686.491
Struer ¹	84.846	11.326	33.500	129.672
Holstebro	143.502	31.152	387.200	561.854
Skive	154.989	17.206	76.800	248.995
Viborg	159.275	34.878	14.900	209.053
I alt (i Region Midtjylland)	617.066	124.499	1.094.500	1.836.065
Netværk Limfjorden i Region Midtjyll.	457.791	89.621	1.079.600	1.627.012

(Kilde: Midtjysk Turisme)

Målsætning

Målsætningen er i de fire Limfjordskommuner i Region Midtjylland at opnå en stigning på 150 mio. kr. i turismeomsætningen ved projektets slutning, svarende til en stigning på 9,2 %. Denne vækst skal primært nås gennem en satsning på mersalg til internationale gæster.

Væksten nås dels gennem at øge gæsternes døgnforbrug med 5 %, dels gennem tiltrækning af ny forretning (øget gensalg, forlængede ophold og tiltrækning af nye højtforbrugende gæster).

Nedenstående beregning illustrerer, hvordan målsætningen kan nås (kun de 4 Limfjordskommuner i Region Midtjylland):

¹ Tallene vedr. Struer er fra 2009; feriehustallene dog fra 2010

Marked/overnatningstype	Vækst i overnatninger	Vækst i omsætning, mio.
Eksisterende gæster, øget døgnforbrug		81,0
Norge, hotelovernatninger/ferie	3.000	3,9
Norge, campingovernatninger	2.000	1,1
Norge, feriehusovernatninger	2.000	1,0
Sverige, hotelovernatninger/ferie	2.000	2,4
Sverige, campingovernatninger	1.000	0,5
Sverige, feriehusovernatninger	2.000	0,8
Tyskland, hotelovernatninger/ferie	2.500	2,3
Tyskland, campingovernatninger	2.000	0,4
Tyskland, feriehusovernatninger	10.000	3,5
Storbritannien, hotelovernatninger	1.000	1,3
Holland, hotelovernatninger	2.000	2,6
Holland, campingovernatninger	3.000	0,8
Holland, feriehusovernatninger	4.000	1,5
Andre lande, hotelovernatninger	4.000	4,2
Danmark, hotelovernatninger	5.000	5,3
Danmark, feriehusovernatninger	10.000	2,6
Danmark, campingovernatninger	5.000	1,3
Ekstra overn., vandrerrhj. og lystbådehavne	2.000	1,6
Overnatninger B&B	5.000	1,5
Besøg hos venner og familie	20.000	7,6
Danske endagsturister	50.000	13,5
Udenlandske endagsturister	25.000	9,5
I alt		150,1

(Døgnforbrugstal fra VisitDenmarks analyse)

Beskæftigelse

VisitDenmark har som "tommelfingerregel", at der skabes en ny helårsarbejdsplads, hver gang turismeomsætningen stiger med 750.000 kr. En øget turismeomsætning på 150 mio. kr. vil således medføre, at der skabes en øget beskæftigelse på mindst 110 årsværk i fire Limfjordskommuner i Region Midtjylland.

Sammenfatning

For at kunne nå væksten på 69 mio. kr., som relaterer sig til nye overnatninger og flere endagsturister, vil det indebære et registrerbart overnatningstal i 2015 som følger på campingpladser og hoteller, kroer, feriecentre, vandrerrhjem og i udlejede feriehus:

Type	Overnatningstal 2010	Overnatningstal 2015	Vækst
Danske gæster	620.000	640.000	+ 3,2 %
Udenlandske gæster ²	1.007.000	1.048.000	+ 4 %

² Det skønnes ud fra Danmarks Statistiks tal, at 85 % af feriehusovernatningerne foretages af udlændinge.

Omsætningsfordeling 2015 (skøn)

	Omsætning 2008 (mio)	Omsætning 2015 (mio)	Vækst
Danske gæster	616 mio.	655 mio.	+ 6,3 %
Udenlandske gæster	1.004 mio.	1.115 mio.	+ 11,1 %
I alt	1.620 mio.	1.770 mio.	+ 9,2 %