

## Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

FødevareErhverv



### 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](http://www.ferv.fvm.dk) 10 juni 2010

#### A. Projekttitle

Projektets titel: Hærvejen - en international destination for cykel- og vandreturisme

#### B. CVR-nr.

Anfør CVR-nr.: xxx

Foreninger SKAL have et CVR-nr.

P-nr.:

Benyttes af kommuner og lignende

#### C. Ansøgers navn og adresse m.v.

Navn: Hærvejsforeningen

CPR-nr.:

Udfyldes kun hvis ansøger er privatperson eller enkeltmandsvirksomhed

Gade/vej og nr.: Nytorv 9

Postnr.: 8800

By: Viborg

Telefon: 87878888

Mobil:

E-mail: info@visitviborg.dk

Kommune: Viborg

Tilskud udbetales til din NemKonto.

Læs mere om NemKonto, herunder P-nr., CVR-nr m.v. på [www.ferv.fvm.dk/NemKonto](http://www.ferv.fvm.dk/NemKonto).

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

#### D. Kontaktperson

Navn: Britta Leth

E-mail: brl@visitviborg.dk

Telefon: 87878890

Mobil: 20242666

--	--

### **E. Kort resumé af projektet**

Projektet vil styrke turismeerhvervet med henblik på at skabe flere arbejdspladser på Hærvejen og i dens opland. Hærvejen skal synliggøres og markedsføres på det nationale og de internationale markeder (Norge, Holland, Tyskland), og det øgede antal turister vil medføre mersalg. Hærvejen skal styrkes som turistprodukt og pakkes målrettet udvalgte målgrupper - primært de købestærke 45+ samt aktive turister, herunder moderne pilgrimme.

Projektets aktiviteter er afgærnsset til Midtjylland, men der arbejdes målrettet for en ensartet og koordineret udvikling af hele Hærvejen i hele Jylland.

Projektets tre hovedaktiviteter er:

- 1) Produkt- og erhvervsmodning - dvs. Hærvejens turismetilbud skal pakkes og målrettes specifikke målgrupper. Metoderne er netværk, partnerskaber, kompetenceudvikling - bl.a. i samarbejde med Midtjysk Turisme og kommunernes erhvervsservice.
- 2) Markedsføring - dvs. produkterne skal synliggøres og markedsføres målrettet mod de udvalgte målgrupper og segmenter - på specialmesser, på hjemmesider og i magasiner, hvor disse målgrupper nås.
- 3) Infrastruktur - etablering af "Hærvejsport" i de tre involverede kommuner - dvs. et fysisk sted på Hærvejen, der kan fungere som indgang til eller station på Hærvejen, hvor man kan få information og basal service. Og som kan fungere som lokal forankring og koordinering af aktiviteterne i området.

Projektet vil realiseres i et tæt samarbejde mellem projektledelse, de tre midtjyske kommuner, de tre turistorganisationer samt de tre LAG'er, hærvejens aktører, foreninger som fx DVL, DCF og Foreningen af herberger langs Hærvejen.

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

Dette projekt er et tværkommunalt (Viborg, Silkeborg og Ikast-Brande) projekt under Den særlige pulje til kommuner og regioner ("200 mio. kr. puljen"), hvor kommuner og regioner medfinansierer Grøn Vækst-midlerne 1:1. Her: .

Dette regionale projekt skal leve op til tre LAG`ers udviklingsstrategier - nemlig Ikast-Brandes, Silkeborgs og Viborgs (dette er et krav for at få tilskud fra NaturErhvervsstyrelsen):

LAG Ikast-Brandes vision er "at bevare og skabe grundlag for et aktivt og udviklende samfund - i dag og for kommende generationer." Dette skal ske gennem seks indsatsområder – herunder erhvervsstruktur og beskæftigelse, naturoplevelser og synliggørelse. Projektet Hærvejen – en international destination for cykel- og vandreturisme vil modne og professionalisere Ikast-Brandes kommunes hærvejsturisme – bl.a. med udgangspunkt i Nørre Snede, der rummer vigtige indkøbsmuligheder og oplevelsesrummet omkring Det Store Vandskel sydligst i kommuner samt Vester Palsgaard Skovmuseum og turistinformation nordligst. Et fokus på turisterhvervet knyttet til Hærvejen vil kunne løfte dette og skaffe flere turister, investeringer og arbejdspladser til kommunen.

LAG Silkeborgs vision er "at bevare og udvikle landdistrikterne og landlivets særlige og mangfoldige kvaliteter og værdier i Silkeborg Kommune". Målet er bl.a. at skabe erhverv og nye jobs, sundhed og oplevelser samt natur, landskab og kulturarv. Hærvejens potentiale for turisme og erhvervsudvikling er beskrevet udførligt i udviklingsstrategien. Også i Silkeborg er der derfor overensstemmelse mellem projektets mål og intentioner om flere arbejdspladser og en styrkelse af turismeerhvervet i områderne langs Hærvejen i Silkeborg kommune.

LAG Viborgs vision er at være "et åbent forum, hvor relationerne og projekterne styrkes inden for kommunens grænser og samtidigt kan strække sig langt ud over LAG Viborgs geografiske grænser."

Målsætningen er at tiltrække og fastholde husstande/alle typer familier i landdistrikterne igennem udviklende tiltag, der retter sig mod livsvilkår, kultur, identitet, erhvervsmuligheder og det levende lokalsamfund og indsatsområderne bl.a. Kultur og erhvervsmuligheder.

LAG Viborg ser gerne at projekter bl.a. tilfører kompetencer, beskytter og benytter naturen, kulturen og kulturarven i lokalområderne, hvorfor disse gerne må være en synlig og aktiv del af de støttede projekter, at projekter planlægges og gennemføres i partnerskaber - gerne utraditionelle. Ud over at styrke landdistrikterne langs Hærvejen i Viborg kommune ved at sætte fokus på turisterhvervet i forhold til produktmodning, kompetencetilførsel og markedsføring bakker projektet også op om intentionen om det geografisk overskridende samarbejde.

"Hærvejen – en international destination for cykel- og vandreturisme" har som mål at der skal flere turister (kunder), nye produkter og dermed erhvervs- og forretningsudvikling - liv og omsætning - på og ved Hærvejen i de tre kommuner, hvilket er i overensstemmelse med det overordnede mål om flere arbejdspladser og de tre LAG`ers mål om øget aktivitet og erhvervsudvikling.

**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	<input type="checkbox"/>
Går foreningens overskud til almennyttige formål? (sæt kryds) ja <input type="checkbox"/> nej <input type="checkbox"/>	
Selvejende institution	<input type="checkbox"/>

**H2 Nøgletal for virksomheden ved seneste regnskabsafslutning**Udfyldes *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 <input type="checkbox"/>	Nej <input type="checkbox"/>

**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"/>
Dyre velfærd	<input type="checkbox"/>
Natur- og ressourcegrundlag	<input type="checkbox"/>
Miljø- og ressourceudnyttelse	<input type="checkbox"/>
Forbedring af konkurrenceevne	<input checked="" type="checkbox"/>
Andet	<input type="checkbox"/>

**K. Indsatsområde**

Sæt kun ét kryds

<b>Etablering af nye arbejdspladser i landdistrikterne</b>	
<b>Mikrovirksomheder udenfor jordbrugs- og fødevarerektoren med op til 10 medarbejdere og en årlig omsætning under 2 mio. euro:</b>	
1. Nyetablering af mikrovirksomheder.	<input type="checkbox"/>
2. Udvikling af eksisterende mikrovirksomheder.	<input type="checkbox"/>
<b>Turisme</b>	
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"/>
<b>Diversificering på jordbrugsbedrifterne til ikke – jordbrugsaktiviteter (kun jordbrug med arbejdskrafts behov på mindst 415 timer om året):</b>	
6. Nye aktiviteter på bedriften, der ikke er forbundet med egentlig jordbrugsvirksomhed.	<input type="checkbox"/>
<b>Basale servicefaciliteter:</b>	
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"/>
<b>Små og mellemstore fødevareraktorer med op til 250 ansatte og omsætning på op til 50 mio. euro:</b>	
9. Investeringstilskud til udvikling af forarbejdningsaktorer med henblik på at etablere flere arbejdspladser.	<input type="checkbox"/>

<b>Etablering af attraktive levevilkår i landdistrikterne</b>	
<b>Basale servicefaciliteter</b>	
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"/>
<b>Fornyelse i landsbyer – med højst 3000 indbyggere</b>	
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"/>
<b>Natur- og kulturarv</b>	
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"/>
<b>Diversificering på bedrifterne til ikke-jordbrugsaktiviteter (kun jordbrug med arbejdskrafts behov på mindst 415 timer om året):</b>	
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"/>
<b>Mikrovirksomheder uden for jordbrugs- og fødevarerektoren med op til 10 medarbejdere og en årlig omsætning under 2 mio. euro</b>	
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"/>

<b>Kompetenceudvikling og informationskampagne i forbindelse med gennemførelse af en lokal udviklingsstrategi (kan kun søges af den lokale aktionsgruppes bestyrelse)</b>	
<b>Etablering af nye arbejdspladser i landdistrikterne:</b>	

10. Analyser og undersøgelser af lokalområdet med henblik på at skabe flere arbejdspladser	<input type="checkbox"/>
<b>Etablering af attraktive levevilkår i landdistrikterne:</b>	
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 i landdistrikterne.	<input type="checkbox"/>
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)
<b>Effekter som gælder for <u>alle projekter</u> under nye <u>arbejdspladser</u> og kan være relevant for projekter under attraktive levevilkår</b>	
Antal kvinder under 25 år i nye jobs	45 årsværk
Antal kvinder på eller over 25 år i nye jobs	25 årsværk
Antal mænd under 25 år nye jobs	35 årsværk
Antal mænd på eller over 25 år i nye jobs	15 årsværk
<b>Effekter som er relevante for projekter, som søges under specifikke indsats-områder under ordningen om <u>nye arbejdspladser</u> i landdistrikterne</b>	
<b>Mikrovirksomheder udenfor jordbrugs- og fødevarerektoren med op til 10 medarbejdere og en årlig omsætning under 2. mio.euro:</b>	
a) Antal jobs i nye mikrovirksomheder	
b) Antal jobs i eksisterende mikrovirksomheder	
c) Antal nye tilflyttere som følge af udvikling af mikrovirksomheder	
<b>Turisme</b>	
a) Antal nye jobs i forbindelse med udvikling af mindre turismeaktiviteter	
b) Antal nye jobs i forbindelse med rekreative anlæg og -overnatningsmuligheder	90
c) Antal flere dagsturister	100.000
d) Antal flere overnattende turister	75.000
e) Antal nye jobs i forbindelse med markedsføring af turisme-produkter i området	30
f) Antal nye tilflyttere som følge af nye jobs indenfor turisme	
<b>Diversificering på jordbrugbedrifterne til ikke-jordbrugsaktiviteter</b>	
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	
<b>Basale servicefaciliteter</b>	
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	
<b>Små og mellemstore fødevarevirksomheder</b>	
a) Antal nye jobs i små eller mellemstore virksomheder	
b) Antal nye tilflyttere som følge af nye jobs i små eller mellemstore virksomheder	
<b>Andet (antal personer / aktiviteter /produkter eller andet)</b> Beskriv:	
<b><i>Effekter som er relevante for projekter, som søges under specifikke indsatsområder under ordningen om <u>attraktive levevilkår i landdistrikterne</u></i></b>	
<b>Basale servicefaciliteter</b>	
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	
<b>Fornyelse i landsbyer</b>	
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	
<b>Natur- og kulturarv</b>	
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	
<b>Diversificering af jordbrugsbedrifter til ikke-jordbrugsbedrifter</b>	
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	
<b>Mikrovirksomheder uden for jordbrugs- og fødevarersektoren med op til 10 medarbejdere og en årlig omsætning på under 2 mio. euro</b>	
a) Antal basale serviceaktiviteter som udbydes af mikro-virksomheder	
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 mikro-virksomheder	
<b>Andet (antal personer /aktiviteter /produkter eller andet)</b> (Beskriv)	
<b>Effekter som er relevante for indsatsområderne 'Kompetenceudvikling og informationskampagne i forbindelse med gennemførelse af en lokal udviklingsstrategi' under ordningerne om <u>nye arbejdspladser og attraktive levevilkår</u></b> (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

<b>Projektvurdering</b>	<b>Ja/ nej</b>
-------------------------	----------------



Er projektets indhold og aktiviteter normalt en kommunal eller offentlig opgave?	nej
Begrund: Ingen har i dag ansvar for den overordnede turismemæssige udvikling af Hærvejen. Tværtimod står Hærvejens turismemæssige potentiale i fare for at falde mellem flere stole.	
Indeholder projektet udgifter til almindelig vedligeholdelse eller drift?	nej
Begrund: Kommunernes ansvar for sti og skiltning er ikke en del af projektet, og turistbureauernes opgaver i forhold til servicering af turister og aktører er ikke en del af projektet - men begge dele er en forudsætning for projektet.	
Projektet skal opretholdes i 5 år – er det muligt?	ja
Forklar hvordan: Der satser på forankring af aktiviteter via projektets struktur (lokale grupper), ved at oprette en Hærvejsforening, der skal danne platform for netværk og aktiviteter, forpligtende netværk og partnerskaber. Den målrettede markedsføring forventes af skaffe turister, der gør forretningerne stabile.	
Er projektet et forprojekt eller en forundersøgelse?	nej
Forklar hvordan: Projektet har karakter af et erhvervsfremmeprojekt, der vil udnytte et turismemæssigt potentiale til erhvervs- og produktmodning - nye forretninger, øget omsætning og skabelse af nye arbejdspladser	
Er det realistisk, at projektet gennemføres og målene realiseres?	ja
Begrund: Fundamentet på plads - det er ikke fra scratch. Målene er tilpasset udgangspunkt og projektperiode på 2 år. Desuden er det vigtigt, er der er brev opbakning til projektet fra kommuner, turistbureauer, LAG`er, foreninger og aktører. .	
Indgår projektet i en større sammenhæng?	ja
Hvis Ja, hvilken: Projektet er en del af Region Midtjylland/Vækstforums strategi og handlingsplan Ny Vækst i Turismen, hvor også Midtjysk Turismes satsning på kompetenceløft m.v. er en del. - Projektet vil spille sammen med øget fokus på turismeerhvervet i de kommunale erhvervsservices. Desuden er det langsigtede mål at binde denne midtjyske indsats sammen med kommunerne i Region Syd og Nord samt med pilgrims- og cykelruter internationalt.	

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

Udgiftsarter	Udspecificerede priser	I alt
Konsulenter	timer à	Kr. 0,00
Projektansættelser	timer à	Kr. 1.840.000,00
Frivilligt arbejde	timer à 100 kr.	Kr. 0,00
Anlægsarbejder		Kr. 0,00
	Kr.	
	Kr.	
	Kr.	

Andre leverandørydelser		Kr. 0,00
	Kr.	
	Kr.	
	Kr.	
Materialer, inventar, udstyr og maskiner		Kr. 450.000,00
Inforcentre/Hævejsporte og oplevelsesrum	Kr.	
	Kr.	
	Kr.	
Rejser/Transport		Kr. 80.000,00
Bestyrelses-, følgegruppe- og arbejds møder	Kr. 20.000,00	
Erhvervsmodning og kompetencekatalysator	Kr. 45.000,00	
Samarbejde nord, syd, internat.	Kr. 15.000,00	
Formidling og information		Kr. 2.040.000,00
Digital formidling (hjemmeside, interaktivt kort, film, digital guide/innovativ formidling)	Kr. 600.000,00	
Annoncering, presse, apptizers, øv. markedsføring	Kr. 1.400.000,00	
Produkt og pakketering	Kr. 40.000,00	
Revision		Kr. 71.000
Revision		
Andet (skal være udspecificeret)		Kr. 319.000,00
evaluering	Kr. 144.000,00	
arbejdsplads	Kr. 50.000,00	
møder	Kr. 125.000,00	
<b>I alt</b>		<b>Kr. 4.800.000,00</b>

<b>MOMS</b>	<b>Ja</b>	<b>Nej</b>
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

<b>Projektets samlede omkostninger</b>	Kr. 4.800.000
	<b>Finansiering af samlede projektomkostninger</b>
Tilskud der søges fra den lokale aktionsgruppe	Kr.
Tilskud fra Indenrigs- og Sundhedsministeriet eller Socialministeriet	Kr.
Tilskud fra andre offentlige myndigheder*	Kr.
Privat finansiering fra ansøger	Kr.
Anden privat finansiering	Kr.
Frivilligt arbejde	Kr.

*Navn på andre offentlige myndigheder	Bevilget beløb
Silkeborg, Ikast-Brande og Viborg kommune (hævejsforeningen)	Kr. 1.200.000
Region Midtjylland	1.200.000
Fødevareministeriet	2.400.000

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

### Q Projektbeskrivelse (2-5 sider)

Projektbeskrivelsen skal indeholde følgende punkter:

1. **Projekt titel**
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:	
<ul style="list-style-type: none"><li>• At jeg er bekendt med reglerne for ordningen 'Nye arbejdspladser og attraktive levevilkår i landdistrikterne'.</li><li>• At de afgivne oplysninger ovenfor er korrekte.</li><li>• At jeg ikke har modtaget andet EU-tilskud til projektet.</li><li>• At jeg ikke har fortiet oplysninger af betydning for ansøgningens afgørelse.</li><li>• 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 afsyning af projektet.</li></ul>	
Dato:	Navn (blokbogstaver):
	Underskrift:

---

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](http://www.landdistriktsprogram.dk)



## Projektbeskrivelse

### 1. **Projekttitle**

Hærvejen – en international destination for cykel- og vandreturisme

### 2. **Oplysninger om ansøger**

Hærvejsforening (under stiftelse)

### 3. **Formålet med projektet**

#### **a. Beskrivelse af projektets formål**

Projektets formål er at styrke turisterhvervet langs Hærvejen og dermed skabe flere arbejdspladser i de landdistrikter/områder, Hærvejen løber igennem.

Hærvejen rummer et stort potentiale for mersalg og nye turismearbejdspladser, som projektet skal forløse gennem produkt- og erhvervsmodning.

Turismemulighederne i forbindelse med Hærvejen skal synliggøres på det nationale og de internationale markeder, så flere vælger at bruge ferien i områderne langs Hærvejen, og dermed bidrager til udvikling og omsætning i området.

Projektet skal således styrke udviklingscirklen: Nye forretninger, erhvervs- og produktmodning > markedsføring > flere turister > mersalg og flere arbejdspladser > øget omsætning og indtjening > nye forretninger, erhvervs- og produktmodning.

#### **b. Beskrivelse af projektets erhvervspotentiale:**

Hærvejsprojektet er udarbejdet på baggrund af Vækstforum Region Midtjyllands strategi "Ny VÆKST i turismen – en strategi for en mere fokuseret og professionel turisme i Region Midtjylland frem mod 2010" samt Vækstforums "Handlingsplan 2015 – Ny VÆKST i turismen i Region Midtjylland", der udmønter strategien. Strategien og handlingsplanen udspringer af grundige analyser af turismen i Region Midtjylland og er udformet i et samspil med alle relevante aktører. Projektet har derfor fokus på at professionalisere, fokusere og forretningsmodne hærvejsturismen med henblik på mersalg. Projektet har et stærkt fokus på at styrke hærvejsturismeproduktet, så det kan tiltrække flere købestærke turister, øge døgnforbruget og dermed skabe basis for flere forretninger, øget aktivitet i landdistrikterne og områderne, som Hærvejen passerer, og dermed skabe flere arbejdspladser.

Projektet er endvidere udviklet på baggrund af et tidligere projekt, der blandt andet betyder, at en lang række private og offentlige aktører langs Hærvejen står parate til at udvikle og investere med Hærvejen som fælles udgangspunkt. Mange af disse aktører har tidligere knyttet sig til nærmeste by eller landsby og ikke til den nord-syd-gående Hærvej, der løber gennem landdistrikterne og ofte gennem øde områder uden oplagte knudepunkter. Denne nyorientering mod Hærvejen som et samlet turistprodukt, på tværs af kommune- og regionsgrænser, leverer

en ny platform for fælles forretningsudvikling, produktmodning, branding og markedsføring i erhvervsmæssige netværk og partnerskaber.

En innovationsrapport gennemført i september 2010 afdækker styrker og svagheder ved Hærvejens virksomheder og har leveret viden om, hvor der skal sættes ind, hvis virksomhederne skal udvikle sig og nye arbejdspladser skabes. Ved en fokuseret erhvervsindsats for turisterhvervet og øvrigt erhverv, der kan støtte hærvejsturismen, fx fødevarereproducenter, er det muligt at professionalisere og kommercialisere hærvejsturismen og øge Hærvejens konkurrenceevne som international vandre- og cykeldestination og hermed få del i det voksende antal aktive turister. En vækst i turisterhvervet vil endvidere medføre vækst i andre erhverv, som fx håndværksbranchen og detailhandlen.

### **c. Beskrivelse af projektets mål**

Projektets mål er at skabe øget vækst og meromsætning i Hærvejens turismevirksomheder ved at fokusere indsatsen med henblik på udvikling af produkter, tilbud og oplevelser, der kan give mersalg til de højtforbrugende målgrupper og værdikæder – og derved skabe flere arbejdspladser langs Hærvejen.

Mere konkret: Målet med projektet "Hærvejen – en international destination for cykel- og vandreturisme" er

- at øge turisternes døgnforbrug ved at skabe flere salgbare produkter – fx i tematiserede pakker, der kan bookes online hjemmefra, flere fysiske hærvejsprodukter – fx hærvejsfødevarer og hærvejsmenuer, flere hærvejsoplevelser – fx guidede ture, flere hærvejsservices – fx bagagetransport (produkt- og erhvervsmodning).
- at skabe nye arbejdspladser som følge af den øgede hærvejsaktivitet (se de næste punkter) – i nye forretninger, nye virksomheder, oplevelser samt i de afledte effekter af den øgede aktivitet
- at øge antallet af turister, især tyske, hollandske og norske, og især de højtforbrugende vækst målgrupper (fx 45+ -segmentet på det tyske og hollandske marked, "Guldhornene", som bl.a. Midtjysk Turismes analyser har vist efterspørger det produkt, som Hærvejen med et løft kan tilbyde), og både dagsturisterne, der ønsker at kombinere en by- eller feriehusferie med en cykel- eller vandretur på Hærvejen – og som bl.a. Dansk Cyklist Forbunds (DCF) analyser af det tyske marked viser rummer et stort potentiale, - og de turister, der ønsker de lange strækninger med flere overnatninger langs Hærvejen

### **4. Baggrunden for projektet, projektets relevans og målgruppe**

Baggrund: Hærvejen rummer et oplevelsesøkonomisk potentiale, der kan medvirke til udvikling og skabelse af nye arbejdspladser i de landdistrikter og områder, Hærvejen løber igennem. Ved at udnytte og modne det turisme- og erhvervsmæssige potentiale knyttet til Hærvejen og omsætte det til konkrete og salgbare produkter og ydelser kan der tiltrækkes flere købestærke turister, der vil bevirke yderligere øget omsætning, erhvervs- og produktmodning og derved skabes flere arbejdspladser. Dét er

baggrunden for at søsætte dette projekt: At der er et uudnyttet potentiale for mersalg og skabelse af nye arbejdspladser.

Projektets baggrund eller udgangspunkt er endvidere et tidligere projekt, "Hærvejen – et oplevelsesrum med historiske rammer", der løb fra juli 2008 til februar 2011, og som udgør et solidt fundament af viden og udviklingsparate aktører. Der er i den forbindelse afdækket et stort turismemæssigt potentiale og fremskaffet en stor viden om, hvad der skal til for at produkt- og destinationsudvikle Hærvejen – bl.a. som følge af flere analyser, case studies o.l. Desuden er der flere projekter i gang, som vil skabe en synergi med dette hærvejsprojekt – fx det europæiske samarbejde og indsatsen i forhold til cykelruterne, hvor DCF i DK i øjeblikket arbejder på at gøre Hærvejen (Nationalrute 3) til en sammenhængende del af Pilgrimsruten fra Trondhjem til Santiago samt et fællesnordisk projekt, hvor bl.a. Viborg Turistforening indgår i et netværk og samarbejde med bl.a. Sct. Olavsvejene/Pilgrimsleden i Norge og historiske ruter i Sverige. Desuden er 8 kommuner i Nordjylland i færd med at undersøge muligheden for at etablere en fortsættelse af Hærvejens vandrerute – cykelruten er der allerede (Nationalrute 3) – og derved skabe forbindelse til Norge og Sverige. Dette projekt omhandler Region Midtjylland, dvs. Viborg, Silkeborg og Ikast-Brande kommuner, men der vil naturligvis blive arbejdet for en sammenkædning med aktiviteter i både Region Syddanmark og Region Nordjylland – bl.a. i de fora, der findes i regi af kommunerne og turistbureauerne.

Det er vigtigt at nævne, at dette projekt spiller tæt sammen med andre indsatser. Vigtigst er Midtjysk Turisme, der har sat en række initiativer i gang, som er med til at understøtte effekten af de initiativer, vi ønsker at sætte i gang med dette hærvejsprojekt. Disse indsatser er – som også hærvejsprojektet – et led i Vækstforum Midtjyllands "Handlingsplan 2015 – Ny VÆKST i turismen i Region Midtjylland". Det drejer sig fx om program for fremtidens turistservice, program om platforme for salg, program for afsætning og salg mellem værdikæder og forretningsområder, program for erhvervsservice og program for uddannelses- og kompetenceudvikling. Der forventes en positiv og synlig synergieffekt mellem det konkrete projekt vedrørende Hærvejen og de tværgående indsatser, som gennemføres i regi af Midtjysk Turisme. Desuden vil de tre kommuner øge indsatsen overfor turisterhvervet i den kommunale erhvervsservice med henblik på at styrke virksomhedernes forretningsmæssige kompetencer i forhold til forretningsudvikling. Der vil bl.a. være fokus på udvikling af nye forretningsmodeller, bl.a. set i lyset af den stigende digitalisering. Disse indsatser vil understøtte hærvejsprojektets indsats i forhold til produkt- og erhvervsmodning, kompetenceløft og professionalisering af Hærvejens turisterhverv samt skabelse af flere arbejdspladser langs Hærvejen. Indsatserne vil ske i samarbejde og dialog med aktørerne.

Også de tre LAG`er er vigtige samarbejdspartnere i arbejdet med Hærvejens turisterhverv, idet de også understøtter underskoven af SMV`ere langs Hærvejen og kan bakke det overordnede mål om at løfte Hærvejen turismemæssigt op med LAG-projekter og -initiativer. I forhold til produktets basisfaciliteter – selve stien, skiltene, bænke m.v. – vil Hærvejskommunerne gennemgå det nuværende niveau for drift og vedligehold af Hærvejens vandre- og cykelrute og eventuelt opjustere denne.

Relevans: Alle hærvejsaktører, herunder turistbureauerne, melder om stigende interesse for og aktivitet på Hærvejen men samtidig også om mangler i form af flere overnatningsmuligheder, flere indkøbssteder, flere services for cykel- og vandreturister samt "pakker" målrettet forskellige målgrupper. Det vil sige, der er en efterspørgsel på hærvejsprodukter og –serviceydelser, som projektet i tæt samspil med det lokale erhvervsliv skal søge at tilfredsstille gennem nye virksomheder, forretningsudvikling af eksisterende og produktmodning. Altså etablere grundlaget for mersalg og indtjening, der kan give økonomi til nye investeringer osv.

Målgruppen for projektets aktiviteter er i høj grad Hærvejens mange aktører, og især er der fokus på, hvordan turisterhvervet kan styrkes og professionaliseres i forbindelse med øget hærvejsturisme. Målgruppen er også slutbrugerne, turisterne, da projektet vil pakke og målrette Hærvejen mod de forskellige målgrupper – vandrere, cyklister, og især med det fokus at skabe mersalg og erhvervsmodning. Målgruppen af købedygtige seniorer er central, da vi ved, de efterspørger det turistprodukt, Hærvejen tilbyder, og da vi ved, det er en voksende gruppe i hele Europa (se nedenfor). De vigtigste markeder er Danmark, Tyskland, Holland og Norge.

## 5. Detaljeret beskrivelse af projektets aktiviteter

### **Produkt- og erhvervsmodning**

Som ovenfor beskrevet vil projektet i tæt samarbejde med Midtjysk Turisme, de tre kommuner og deres erhvervsservice samt Væksthus Midtjylland udføre en fokuseret indsats i forhold til salg og produkt- og erhvervsmodning. Konkret skal der arbejdes med forretningsmæssige og handlingsorienterede netværk og partnerskaber. Det vil sige, at de dele af turisterhvervet, der har samme klart definerede målgruppe, skal arbejde sammen om målrettet produktmodning og -pakketering samt markedsføring. Igennem hele projektet vil der være stærkt fokus på opsøgning og involvering af alle relevante virksomheder, som vil være med til at modne og styrke hærvejsturismen gennem investeringer og produktmodning.

Konkret vil virksomhederne blive opfordret til at blive medlem af Hærvejsforeningen, der dels skal være platform for netværk og kvalitetsløft under projektet, dels sikre kontinuiteten efter projektets udløb.

Som følge af den opsøgende indsats vil der blive arrangeret møder og workshops, hvor partnerskaberne dannes. Partnerskaberne skal især arbejde med modning og pakketering af produkter målrettet de relevante og præcist definerede målgrupper og markeder. Der satses både på de stærkeste og mest dedikerede hærvejsaktører men også på udviklingen af de øvrige hærvejsaktører, da udgangspunktet er meget forskelligt. - Et arbejde som herefter løbende vil blive fulgt op. Denne indsats udføres – ligesom de øvrige erhvervsrettede aktiviteter af de lokale turistbureauer. Der satses endvidere på et samspil mellem by og land – med det mål at løfte hærvejsturismen mest muligt. Hele værdikæden skal indtænkes – fra transport, overnatning, bespisning, service, oplevelses, merchedice osv. I produktudviklingen (og markedsføringen jf. nedenfor) er der fokus på efterspørgslen fra de kvalitetsbevidste 45+ samt vandre- og cykelturister, der bl.a. efterspørger infrastruktur i overnatnings- og spisesteder og



bagagetransport (se nedenfor) ligesom input fra brugerundersøgelser og professionelle turoperatører skal være styrende for udbuddet. Desuden skal der arbejdes med at afdække potentialet i rideturismen, bl.a. ved at etablere en pakke for rideturisterne.

Der kan fx oprettes følgende temanetværk / partnerskaber:

- Hærvejsfødevarer (producenter og afsætningsled)
- Overnatningssteder og øvrig service og oplevelse målrettet cykelturisterne (karavane)
- Overnatningssteder og øvrig service og oplevelse målrettet vandreturisterne (flere dages)
- Overnatningssteder og øvrig service målrettet rideturisterne
- Lokale netværk målrettet tilbud til de kortere hærvejsophold, der kombineres med andre ferieoplevelser i fx Silkeborg

#### *Aktiviteter og udbytte*

- Alle relevante og interesserede virksomheder og øvrige aktører i de tre kommuner kontaktes og involveres med henblik på afklaring af deres engagement og interesser
- Der foretages min. 100 virksomhedsbesøg i de tre kommuner
- Der afholdes min. 4 workshops mhp. netværk og forpligtende samarbejder
- Der afholdes min. 3 kurser/temadage om konkret afdækkede behov hos aktørerne – fx i forhold til forretningsudvikling, fælles markedsføring eller brug af sociale medier i markedsføringen og kommunikation med brugerne (brugerdrevet udvikling)
- Min. 4 nye hærvejspakker sælges via hjemmesiden

#### **PR og Markedsføring**

Flere undersøgelser viser, at der er efterspørgsel efter det produkt, som Hærvejen med en fokuseret indsats, kan levere. En markedsføringsindsats skal målrettes de specifikke målgrupper og markeder. Desuden skal der løbende og systematisk indhentes brugeroplysninger – på turistbureauerne, i Hærvejens virksomheder og på nettet. Disse oplysninger samt dialog med professionelle turoperatører i ind- og udland skal "spidse" markedsføringen (og inspirere produktmodningen jf ovenfor).

I projektet vil vi især have fokus på målgruppen 45+, som flere undersøgelser viser, har interesse for kulturhistorie og naturoplevelser, gerne vil være aktive, nyde god mad og betale for det. Det er en gruppe, der er voksende i hele Europa. Midtjysk Turisme har i projektet "Fra offline til online ..." udarbejdet et omfattende materiale på alt 24 målgrupper og disses online adfærd – herunder gruppen af 45+, "Guldhornene", i Holland (1,747 mio.) og Tyskland (12,64 mio.). Hærvejspakker designet med udgangspunkt i viden om disse målgrupper markedsføres til disse.

Desuden skal der udarbejdes pakker målrettet de cykel- og vandreinteresserede og disse markedsføres på

- specialmesser, fx "TourNatur" i Düsseldorf, der afholdes i september
- magasiner, hjemmesider, blogs m.v. – fx annoncer og artikler i de to største tyske vandreforeninger, der dækker Sydtykland (75.000 og 120.000 medlemmer) og i Nordtykland (8000 medlemmer)
- events i samarbejde med VisitDenmarks kontorer i fx Hamborg og Amsterdam – fx en vikingevent, da hollænderne allerede kender Hærvejen som *Vikingevejen*

## Samspil med Midtjysk Turismes PR-enhed – online opfølgning

Der skal endvidere fremstilles

- en digital guide med mulighed for on location markedsføring på 3 sprog
- informationsmateriale for hele Hærvejen og for lokalområderne på 3 sprog
- et interaktivt kort
- Pressemeddelelser, nyhedsbreve, presseture

### *Aktiviteter og udbytte*

- 100 hærvejturister har besvaret spørgeskema
- Hærvejen er markedsført på min. 5 hjemmesider og/eller fysiske magasiner målrettet aktiv turisme i Holland, Tyskland og Norge
- Hærvejen er markedsført på min 2 specialmesser i Holland, Tyskland eller Norge

## **Infrastruktur**

For at øge tilgængeligheden til Hærvejen samt styrke informationen og servicen til turisterne skal der oprettes min. 3 indgange/porte til Hærvejen. Her skal det være muligt at få information om Hærvejens natur- og kulturhistorie, spændende steder at besøge, oplevelsestilbud (fx guidede ture) samt muligheder for overnatning og indkøb m.v.

Hærvejsportene placeres så vidt muligt på allerede bemandede besøgssteder – fx

- på Viborg Turistbureau, gerne i "bofællesskab" med Viborg Pilgrimscentrum (Viborg kommune)
- på Blicheregnens Museum i Thorning (Silkeborg kommune)
- et sted i Nørre Snede (Ikast-Brande kommune)

Hærvejsportene kan evt. erstattes (eller suppleres) med interaktive infoskærme med direkte forbindelse til de bemandede turistbureauer. Der arbejdes for etablering af Hærvejsporte i Region Syd og Nord også. På sigt bør Viborg by rumme et Hærvejscenter for hele Hærvejen – gerne i et "bofællesskab" med Viborg Turistbureau og Viborg Pilgrimscentrum.

Ud over at udgøre en infrastruktur for hærvejturisterne vil hærvejsportene også udgøre en platform for organiseringen af Hærvejen, idet man her er tæt på turisterne og selve "produktet". Der bør være en kommunal hærvejsgruppe med udgangspunkt i kommunens Hærvejsport (Altså i hhv Viborg, Thorning og Nørre Snede) bestående af en kontaktperson ved Hærvejsporten, turistbureauets hærvejsansvarlige, kommunens stiansvarlige, en kommunal medarbejder engageret i projektet i enten styregruppe eller arbejdsgruppe samt en LAG-repræsentant. Denne gruppe følger op på fejl og mangler, holder kontakt til lokale aktører, udvikler Hærvejsporten evt. med hjælp fra frivillige, arbejder på at bedre infrastrukturen fx i form af flere overnatningssteder. Denne kommunale gruppes første opgave bliver i samarbejde med projektlederen at etablere Hærvejsporten (i Viborg, Thorning eller Nørre Snede).

### *Aktiviteter og udbytte*

- Der etableres min 3 Hærvejsporte – én i hver kommune, i Viborg by med henblik på egentligt Hærvejscenter. Her kan turisterne få information om steder Hærvejens natur- og kulturhistorie, om oplevelses- og servicetilbud
- Der nedsættes en kommunal gruppe bestående af den daglige leder af Hærvejsporten, kommunens stiansvarlige, turistbureauets hærvejsansvarlige, en kommunal repræsentant engageret i projektet i enten styregruppe eller arbejdsgruppe samt en LAG-repræsentant.

## **6. Hvordan forventes det at projektet formidles**

- a. Informations- og pr-foranstaltninger  
Der ydes en stor opsøgende indsats af de lokale turistdestinationer overfor relevante virksomheder og øvrige aktører.  
Der udsendes nyhedsbreve til aktører og interessenter hvert kvartal.  
Offentlige workshops og kurser annonceres i den lokale presse.  
Der udsendes pressemeddelelser når nye tiltag realiseres.
- b. Evaluering  
Der gennemføres ekstern evaluering ved projektets afslutning med henblik på at sikre projektet er gennemført som planlagt. Evalueringens formål er også at sikre størst muligt effekt af projektet og evalueringen har derfor også som mål at få udbredt konklusionerne og forankret resultaterne af projektet på den bedste måde. Den løbende evaluering foretages af den af bestyrelsen nedsatte følgegruppe (jf. pkt 8a).
- c. Udbredelse af erfaringer opsamlet i projektet  
Der afholdes en slutkonference, der præsenterer projektets resultater og forankrer projektet fremadrettet. Denne forankring skal endvidere sikres via Hærvejsforeningen, turistbureauerne, kommunerne og i de etablerede netværk og partnerskaber. Se endvidere ovenfor.

## **7. Forventet effekt af projektet**

- a. Beskrivelse af projektets effekter  
Projektets effekt forventes ved afslutningen i 2014 at være en stigning i den nuværende turismeomsætning (1.386 mio. kr.) i de tre hærvejskommuner på godt 7 %, svarende til 97 mio. kr. Omsætningsstigningen fordeler sig på 39 mio. kr. i form af øget døgnforbrug hos eksisterende gæster og 58 mio. kr. i form af nye overnatninger og flere endagsturister. Væksten skal primært opnås gennem mersalg og tiltrækning af udenlandske gæster, nye produkter og ydelser samt pakker og temature målrettet 45+, vandre- og cykelturister i DK, Holland, Tyskland og Norge – både kortere og længere ture.

Det forventes endvidere, at omsætningsstigningen medfører, at der skabes mindst 120 nye helårsarbejdspladser med relation til – eller afledt af – turismen i de tre kommuner.

- b. *Mere konkret* Redegørelse for effektmål, som ansøger måles på i resultatkontrakten med Region Midtjylland
- Antal overnatninger på udvalgte min 10 overnatningssteder
  - Antal solgte cykelpakker
  - Antal netværk/partnerskaber
  - Statistik fra hjemmeside og bookingportal
  - Data fra brugerundersøgelserne
  - Antal medlemmer i hærvejsforening

## 8. Yderligere oplysninger

### a. Projektets organisering

Projektet organiseres med Hærvejsforeningens bestyrelse, som har det overordnede ansvar. Bestyrelsen nedsætter en følgegruppe bestående af fem repræsentanter fra øvrige medlemmer samt en lokal repræsentant fra hver af de tre kommuner. Følgegruppen indkaldes minimum til to møder om året. Bestyrelsen kan nedsætte ad hoc arbejdsgrupper til løsning af nærmere specificerede opgaver. I arbejdsgrupperne kan indgå personer, der ikke tilhører medlemskredsen samt repræsentant fra Midtjysk Turisme. Arbejdsgruppernes virke er altid tidsbegrænset, og bestyrelsen fastsætter de respektive arbejdsgruppers funktionsperiode og økonomi. Projektlederen står for den daglige ledelse og ansættes hos VisitViborg. (jf. vedtægterne)

### b. Samspil med evt. samarbejdspartnere

Projektet gennemføres i tæt samarbejde med de tre midtjyske hærvejskommuner, de tre LAG'er, de tre turistbureauer samt MT. Herudover vil der være samarbejde med hærvejskommuner og -turistbureauer i Syddanmark og Nordjylland med henblik på en ensartet udvikling og information til turisterne. Også relevante internationale aktører som fx den norske pilgrimsbevægelse, der driver pilgrim.info, og øvrige relevante turismeaktører vil projektet være i dialog med henblik på at styrke informationen, markedsføringen og udviklingen – evt. i nye projekter.

Projektet vil bygge videre på det gode samarbejde, der allerede er etableret med

- DCF, der arbejder med Hærvejens cykelrute / Sct. James Way og har stor viden om international cykelturisme
- Dansk Vandrelaug, der har stor detailviden om Hærvejen og om international vandreturisme
- Viborg Pilgrimscentrum, der udgør et vigtigt geografisk fixpunkt samt videns- og ressourcested for de stadigt flere pilgrimme fra ind- og udland
- Foreningen af Herberger langs Hærvejen, der bl.a. markedsfører på det tyske marked
- borger- og landsbyråd, der udgør en vigtig ressource for den lokale udvikling
- m.fl.

### c. Projektets additionalitet og nyhedsværdi

Projektet "Hærvejen – en international destination for cykel- og vandreturisme" vil støtte til den proces, der spirer på Hærvejen i form af mere fokuserede

aktører, der ønsker at udnytte Hærvejen. Projektet vil med andre ord supplere og underbygge den aktivitet, der i forvejen findes. Samtidig vil projektet styrke vores viden samt give bedre erfaringsgrundlag om udvikling af turisme i landdistrikter og samspillet mellem by og land i forhold til professionalisering af natur- og landboturisme. Noget som alle er enige om, vi skal, fordi de oplevelsesmæssige ressourcer i form af natur og kulturarv er stedfaste og derfor fastholder og tiltrækker udviklingen. Flere undersøgelser har vist at naturen er den vigtigste årsag for mange til at holde ferie i DK.

- d. Udgiftsbudget (se skema nedenfor)
- e. Finansieringsbudget (se skema nedenfor)
- f. Evt. andre oplysninger

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

Projektansættelser	kr. 1.840.000
Materialer, inventar, udstyr, maskiner	kr. 450.000
Rejser/transport	kr. 80.000
Formidling og information	kr. 2.040.000
Revision	kr. 71.000
Andet: Evaluering, arbejdsplads og møder	kr. 319.000

#### Udgiftsbudget

Udgiftskategorier	2012	2013	2014	i alt
Konsulenter (evaluering)			144.000,00	144.000,00
Projektansættelser	660.000,00	740.000,00	440.000,00	1.840.000,00
Frivilligt arbejde				-
Anlægsarbejder				
Andre leverandørydelser				
Materialer, inventar, udstyr	100.000,00	350.000,00	-	450.000,00
Rejser/transport	40.000,00	20.000,00	20.000,00	80.000,00
Møder (netværk og workshops)	47.500,00	44.000,00	33.500,00	125.000,00
Formidling og information	400.000,00	950.000,00	690.000,00	2.040.000,00
Revision	20.000,00	20.000,00	31.000,00	71.000,00
Andet (kontorarbejdsplads)	12.500,00	25.000,00	12.500,00	50.000,00
<b>I alt</b>	<b>1.280.000,00</b>	<b>2.149.000,00</b>	<b>1.371.000,00</b>	<b>4.800.000,00</b>

## Finansieringsbudget

Region Midtjylland	1.200.000
Grøn Vækst-midler	2.400.000
Kommuner	1.200.000

<b>FINANSIERINGSBUDGET</b>				
<b>Finansieringskilder</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>i alt</b>
Region Midtjylland	320.000,00	582.250,00	297.750,00	2.742.000,00
Frivilligt arbejde				-
Grøn Vækst midler	640.000,00	984.500,00	775.500,00	2.400.000,00
Fonde (skal være udspecificeret)				-
Kommuner	320.000,00	582.250,00	297.750,00	1.200.000,00
Stat				-
Privat				-
Anden finansiering				-
<b>I alt</b>	<b>1.280.000,00</b>	<b>2.149.000,00</b>	<b>1.371.000,00</b>	<b>4.800.000,00</b>