

Returadresse

Viden & Strategi Ekstern Udvikling
Ved Fjorden 6 6950 Ringkøbing



Ringkøbing-Skjern Kommune

Sagsbehandler

Maria Aaen

Direkte telefon
2489 5878

E-post

maria.aaen@rksk.dk

Dato

08-11-2011

1. Projekttitle: Oplevelsesudvikling ved Ringkøbing Fjord

2. Oplysninger om ansøger

Ringkøbing-Skjern kommune ansøger på vegne af Stærke Feriesteder Vest om støtte til turismeudvikling. Stærke Feriesteder Vest er et partnerskab mellem Ringkøbing-Skjern Kommune og Ringkøbing Fjord Handels og TurismeCentret, og er i ansøgningen benævnt som Destination Ringkøbing Fjord.

CVR-nr

CVR nr. 291 896 09

P-nr. 100 334 770 4

Ansøgers navn og adresse m.v.

Ringkøbing-Skjern Kommune

Niels Erik Kjærgaard

Ved Fjorden 6

6950 Ringkøbing

9974 1076

Niels.erik.kjaergaard@rksk.dk

Kontaktpersoner

Ringkøbing-Skjern Kommune	Ringkøbing-Skjern Kommune
Peter Donslund	Maria Aaen
Ved Fjorden 6	Ved Fjorden 6
6950 Ringkøbing	6950 Ringkøbing
9974 1475	
4046 0689	2489 5878
Peter.donslund.dk	Maria.aaen@rksk.dk

3. Formålet med projektet

3.a. Beskrivelse af projektets formål

Med strategien "Ny VÆKST i turismen" og "Handlingsplan 2015 – Ny VÆKST i turismen i Region Midtjylland" er Ringkøbing-Skjern Kommune udpeget som *Stærke Feriesteder Vest*, et feriested med særligt turismeudviklingspotentiale. Det potentiale ansøger Destination Ringkøbing Fjord om støtte til at udvikle, hvor et kvalitetsbevidst og professionelt turismeerhverv skal være i stand til at udnytte vækstmulighederne til at øge antallet af turister og deres døgnforbrug.

Med knap 5 mio. turistovernatninger om året er Destination Ringkøbing Fjord den 4. største turistkommune i Danmark, men turisternes døgnforbrug ligger som et af de laveste både i forhold til regionen og på nationalt niveau. Det danske turismeerhverv er præget af stagnation og tilbagegang på trods af, at det globale turismemarked er i vækst, dette gælder også i Ringkøbing-Skjern Kommune, hvor antallet af tidligere tiders loyale tyske turister har været faldende siden 1990'erne og kun en ligelig opgang af danske turister har udlignet forskellen. I et globaliseret marked skal kvalitetsudvikling, oplevelser året rundt og øget fokus på mersalg bane vejen frem for øget omsætning og beskæftigelse i turismeerhvervet.

Med fokus på mersalg, kvalitetsudvikling og oplevelser året rundt satser Destination Ringkøbing Fjord på at udvikle turismen i kommunen og formålet er at skabe øget vækst og nye arbejdspladser gennem de tre ovenstående indsatsområder.

3.b. Beskrivelse af projektets erhvervspotentiale

I overensstemmelse med Region Midtjyllands Handlingsplan 2015 – Ny VÆKST i turismen i Region Midtjylland, har Destination Ringkøbing Fjord fokus på en øget professionalisering og et mere konkurrencedygtigt turismeerhverv. Som *Stærke Feriesteder Vest* er vores fokus hovedsageligt på værdikæderne afslapning/forkælelse og forlystelse/kultur, samt alle de fire udviklingsmotorer; produktudvikling, kvalitetsudvikling, kompetenceudvikling samt PR og markedsføring, jf. Ringkøbing-Skjern Kommunes handels- og turismepolitik 2011-2015. De mange tværgående projektindsatser tager afsæt i alle regionens udviklingsmotorer, bl.a. fremtidens turistservice, platforme for salg, platforme for afsætning, erhvervsservice samt kompetence og uddannelse. Projektindsatserne omkring kompetenceudvikling og fremtidens turistservice er ikke en del af denne ansøgning, men arbejdes med i fbm. Socialfondsprojektet "Den Professionelle Turistorganisation", som Destination Ringkøbing Fjord deltager i sammen med *Stærke Feriesteder Øst* - Destination Djursland, Erhvervspartnerne Herning og Århus og Midtjysk Turisme.

Indsatsområdet *Stærke Feriesteder Vest* er en ambitiøs satsning for både Region Midtjyllands side, og i lige så høj grad fra Ringkøbing-Skjern Kommunes side. Med satsningen følger en stor investering fra kommunen til udvikling af et professionelt og mere bæredygtigt turismeerhverv. Vi skal sikre, at vi også i fremtiden er Danmarks største kystdestination.

Destination Ringkøbing Fjord satser på de tre indsatser under forretningsområdet *Stærke Feriesteder*, som regionen beskriver i sin handlingsplan, nemlig "Afsætning af helstøbte ferieoplevelser", "Udvikling af kystferieproduktet" og "Destinations- og Organisationsudvikling". Indsatserne omkring destinations- og organisationsudvikling arbejdes der med i fbm.

Socialfondsprojektet "Den Professionelle Turistorganisation". I denne ansøgning beskæftiger Destination Ringkøbing Fjord sig med de to indsatser; *afsætning af ferieoplevelser*, hvor hovedfokus er på pakketering, markedsføring og mersalg og på *udvikling af kystferieproduktet*, hvor hovedfokus er på kvalitetsudvikling af de basale kystprodukter bl.a. feriehusene, adgang til naturen med fokus på sammenhængende oplevelsestilbud omkring Ringkøbing Fjord og Superstrandene. Overordnet set har alle projektindsatserne fokus på produktudvikling, kvalitetsudvikling samt markedsføring.

I overensstemmelse med udviklingsstrategien for LAG Ringkøbing-Skjern 2007-2013 og LAG bekendtgørelsen om "Etablering af nye arbejdspladser i landdistrikterne" ønsker Destination Ringkøbing Fjord at udnytte vores landdistrikters særegne kvaliteter, potentialer og styrker som grundlag for turismeudviklingen. Vores landdistrikter har nogle særlige kendetegn, som gør dem attraktive for vores turister og disse kendetegn, eller stedbundne potentialer, ønsker destinationen at forstærke. Det handler om de små fjordhavnemiljøer, hvor bl.a. Bork Havn er udpeget som en mikrodestination med særligt turismeudviklingspotentiale eller det handler om de unikke naturområder, som dominerer vores landdistrikter særligt ved Ringkøbing Fjord. I samarbejde med de lokale aktører som til daglig arbejder med turismen i Destination Ringkøbing Fjord, ønsker destinationen at fremme en turismeudvikling, hvor vi bliver bedre til at udnytte vores styrker og profilere destinationen gennem disse.

Turismeerhvervet i Ringkøbing-Skjern Kommune er kendetegnet ved at være et stedbundet erhverv som er afhængig af de stedbundne kvaliteter, der findes i Destination Ringkøbing Fjord, fx Vesterhavet, Ringkøbing Fjord, og fjordhavnemiljøet i Bork Havn m.v. Derfor er det også vigtigt at turismen bidrager til at vedligeholde de unikke kvaliteter, samt sikrer at der fortsat er liv og vækst i landdistrikterne. Når vi bruger de stedbundne ressourcer til at skabe vækst, betyder det samtidig at de arbejdspladser som turismen skaber, ikke kan flyttes eller udføres andre steder, hvorfor en udvikling i turismen vil genere nye arbejdspladser og øget omsætning i nye og eksisterende virksomheder i landdistrikterne, som ikke kan outsources eller flyttes efter forgodtbeholdende.

Destination Ringkøbing Fjord vil igennem denne ansøgning anskueliggøre vækstpotentialet i de enkelte projektaktiviteter ud fra antal skabte nye arbejdspladser under den forudsætning, at en vækst i nye arbejdspladser har skabt øget omsætning i de forskellige dele af turismeerhvervet, det være sig både det primære¹ eller sekundære² turismeerhverv, samt fuldtids-, deltids-, eller fritidsbeskæftigelse.

3.c. Beskrivelse af projektets mål

Vækstforum for Region Midtjylland har følgende mål med udpegningen af Stærke Feriesteder: *"Vækstforum vil udvikle få, men stærke og konkurrencedygtige feriesteder i international målestok, koncentreret omkring de i forvejen stærke kystdestinationer i øst og vest. Vi vil gøre det ved at arbejde fokuseret og systematisk med kerneprodukterne og værdikæderne i den midtjyske kystturisme"* (Handlingsplan 2015 – Ny VÆKST i turismen i Region Midtjylland, s. 9) Derudover har Destination Ringkøbing Fjord opstillet en række vækst mål i operatøransøgningen for Stærke Feriesteder Vest.

¹ Det primære turismeerhverv dækker over erhverv som lever hovedsageligt af turisme, fx feriehusudlejning, hotel mv.

² Det sekundære turismeerhverv dækker over erhverv som i turismetunge områder lever hovedsageligt af turisme/turismeerhvervet, fx entreprenører, håndværkere mv. beliggende på Holmsland Klit.

I perioden 2011-15 forventes opnået følgende vækstsmål:

1. Stigning i overnatninger på 4,6% årligt, i alt 20%
 - a. Destination Ringkøbing Fjord havde i 2008 4,9 mio. overnatninger
2. Stigning i døgnforbrug på 4,6% årligt, i alt 20%
 - a. Destination Ringkøbing Fjord havde i 2008 et døgnforbrug på 389 kr./døgnet.
3. Stigning i omsætning på 9,4% årligt, i alt 43,2%³
 - a. Ringkøbing-Skjern Kommune havde i 2010 en årlig omsætning på 1,933 mio. kr.
4. Vækst i beskæftigelse på 150 arbejdspladser årligt, i alt 600 arbejdspladser
 - a. I 2010 var der beskæftiget 2200 fuldtidsbeskæftigede i turismeerhvervet

Vækstmålene er en del af en større strategisk udviklingsindsats for turismen i Destination Ringkøbing Fjord, og de skal således opnås gennem en række forskellige initiativer, bl.a. ved hjælp af de aktiviteter som der søges om støtte til gennem Grøn Vækst programmet.

4. Baggrunden for projektet, projektets relevans og målgruppe

Destination Ringkøbing Fjord har siden 2007 arbejdet strategisk med en samlande turismeudvikling for hele Ringkøbing-Skjern Kommune. Gennem helårsturismesamarbejdet med VisitDenmark, hvor Destination Ringkøbing Fjord blev udnævnt som en *Superhelårsdestination*, har vi haft mulighed for at komme helt ind til kernen i vores turismeprodukt. Vi har sat fokus på udviklingspotentialet og vi har samlet erhvervet omkring en udviklingsstrategi og handlingsplan for hele destinationen, jf. bilag A *Implementeringsplan*. Vi fremstår nu som en stærk, slagkraftig organisation med fokus på turismeudvikling i Danmarks største landdistriktskommune.

Men udgangspunkt i det store baggrundsarbejde destinationen allerede har gennemført skal projekterne under Grøn Vækst programmet understøtte den kvalitetsudvikling der er behov for, hvis vi som destination skal realisere vores vækstpotentiale. I forbindelse med Superhelårs-destinationssamarbejdet udpegede Destination Ringkøbing Fjord 5 mikrodestinationer i vores område, som har særligt turismeudviklingspotentiale og som derfor skal danne ramme for fremtidig produktudvikling. Af disse mikrodestinationer har vi valgt at arbejde videre med Søndervig, Hvide Sande og Bork Havn som afgrænsning for flere af delprojekterne i denne ansøgning. Som baggrund for arbejdet med mikrodestinationer, har vi siden 2007 gennemført adskillige forundersøgelser, analyser og projekter som definerer målgrupper, oplevelsesværdier, erhvervspotentialer, samt styrker og svagheder ved de enkelte mikrodestinationer. Disse analyser vil ligge til grund for projektaktiviteterne i denne ansøgning og sikre kvaliteten i arbejdet. Analyserne ligger således også til grund for produktudvikling og markedsføring af konkrete aktiviteter samt sammenhæng med destinationens overordnede strategi.

Ansøgningens projekter igangsættes som samarbejder mellem både offentlige og private aktører.

Turismen i Destination Ringkøbing Fjord er kendetegnet ved at bestå hovedsageligt af to segmenter, danske og tyske børnefamilier og danske og tyske voksne par uden børn. Fordeling

³ Stigning i omsætning = stigning i overnatning * stigning i døgnforbrug

mellem danskere og tyskere er næsten 50/50 og fordelingen mellem børnefamilier og voksne par uden børn er også næsten 50/50. Børnefamilierne kommer i skoleferierne, mens de voksne par kommer uden for højsæsonen, gældende både for danskere og tyskere. Disse to segmenter har destinationen i dag godt fat i.

Målgrupperne for projektindsatserne er de tre motivbaserede vækst målgrupper (VisitDenmark, "Vores rejse", 2009, s. 23-24);

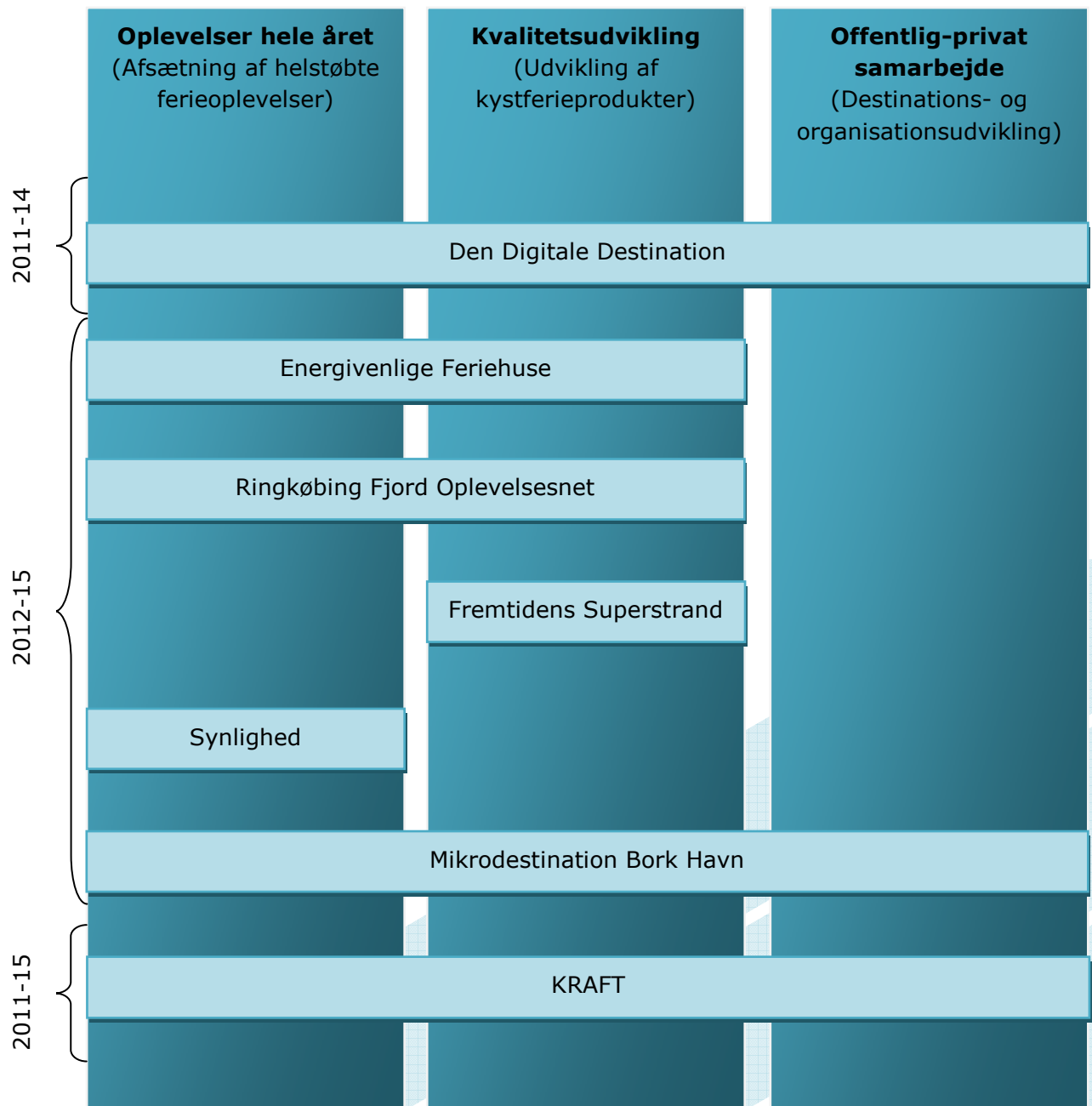
- Det gode liv: Voksne par uden børn, kommer i skulder og ydersæson. Flere krav til kvalitet, større ønske om oplevelser, gastronomi, wellness mv. Højere døgnforbrug.
- Sjøv, Leg og Læring: Børnefamilier, kommer i ferier og helligdage, højsæson. Den moderne børnefamilier har højere krav til kvalitet og større ønske om aktiviteter, unikke oplevelser, online og at børnene får noget med hjem (læring gennem leg).
- Temaoplevelser: feriegæster som vælger Danmark/Destination Ringkøbing Fjord fordi der tilbydes en specifik aktivitet, tema eller formål med ferien. Målgruppen er i vækst indenfor natur- og kulturområdet. Målgruppen er interesseret i pakketerede ferier.

5. Detaljeret beskrivelse af projektets aktiviteter

Ansøgningen opdeles i to faser. Fase 1 dækker over perioden 3. kvartal 2012 til og med 2. kvartal 2014 og fase 2 dækker over perioden 3. kvartal 2014 til og med 4. kvartal 2015, jf. tidsplan og milepælsskema under hver enkelt projektindsats, samt Bilag C Udgiftsbudget fordelt på år for fase 1 og 2.

Generelt gælder, at konkrete aktiviteter som udføres i fase 1, afsluttes i fase 1, og konkrete aktiviteter som udføres i fase 2, tager udgangspunkt i viden og erfaringer fra fase 1, men er nye uafhængige aktiviteter. I begge faser er der indsat markedsføringsaktiviteter, for fase 1 gælder at markedsføringsaktiviteter er på konkrete aktiviteter udviklet, implementeret og udført i fase 1. For fase 2 gælder at markedsføringsaktiviteter er på konkrete aktiviteter udviklet, implementeret og udført i både fase 1 og 2.

Projekterne omhandler overordnet set de to fokusområder; Afsætning af helstøbte ferieoplevelser og udvikling af kystferieproduktet. Dertil kommer at alle projekterne har fokus på at skabe kommerciel forretningsudvikling, således at projekterne bidrager til udvikling af turismeproduktet og dermed skaber nye arbejdspladser i Ringkøbing-Skjern Kommune. Nedenstående figur viser projektindsatserne i fht. Ringkøbing-Skjern Kommunes Handlingsplan 2015 for turismevækstsatsningen.



5.a. Beskrivelse af projektets væsentligste aktiviteter

Projektet er inddelt i 5 projektindsatser, som beskrives nedenfor.

5.b. Tidsplan og milepæle for projektets hovedaktiviteter

Under de enkelte projektindsatser ses tidsplan og milepæle for projekterne.

5.1. Energivenlige feriehus

Destinationen vil arbejde målrettet med at kvalitetsudvikle feriehusproduktet, da hele 82% af destinationens overnatninger findes her. En række potentialer og udfordringer er blevet klarlagt i 2010 i en feriehusanalyse, hvor eksisterende og potentielle kunder i Danmark, Norge og Tyskland er blevet spurgt om deres feriehusoplevelse. Arbejdet gennemført i 2010 havde særligt fokus på selve feriehuset og hvordan feriehuset lever op til fremtidige kunders behov. Temaerne energirenovering, kvalitet og luksus gennem indretning var gennemgående. Næste logiske skridt er at bruge de energirenoverede feriehus som en konkurrenceparameter, både i fht. øget differentiering, øget udlejning, flere huse som bliver anvendelige til helårsturisme og i markedsføringen. Projektet skal inspirere feriehusere til nyinvesteringer i deres feriehus, inspirere turister til øget døgnforbrug, samt øge destinationens konkurrenceevne og derigennem skabe nye arbejdspladser.

Målet med projektet er at skabe øget omsætning i de primære og sekundære turismeerhverv ved at bakke op om kommunens energimålsætning.

Destination Ringkøbing Fjord har knap 10.000 feriehus, hvoraf størstedelen er ejet af private personer. Mange af feriehusene er ikke borgere i Ringkøbing-Skjern Kommune. Feriehusene bruger selv deres feriehus som turister, de låner dem ud til venner og familie og omtrent 50% af dem er tilknyttet et feriehusudlejningsbureau, som udlejer deres hus i et antal uger hvert år. Feriehusene understøtter en lang række sekundære turismeerhverv på Holmsland Klit, samtidig er de gode ambassadører for vores område.

Projektet energivenlige feriehus er opdelt i tre projektindsatser som er afhængige af hinanden:

- Implementering af *en online energiberegner* som skal skabe mod til og interesse for øgede investeringer i energirenovering.
- *En feriehuswebplatform* som skal markedsføre energiberegneren og skabe en direkte kundekanal til feriehusene og samtidig understøtte en form for community building feriehusene imellem.
- En *energimærkningsordning* i samarbejde med feriehusudlejningsbranchen, som skal øge destinationens konkurrenceevne og markedsføre fremtidens feriehusprodukt som et energivenligt alternativ.

Destinationen ønsker at hæve andelen af feriehus som er egnede til udlejning i yder- og skuldæsonen, for på den måde at understøtte målsætningen om helårsturisme og et mere bæredygtigt turismeerhverv. Derudover har Ringkøbing-Skjern Kommune en målsætning om at blive selvforsynende med vedvarende energi i 2020. Implementering af en online energiberegner har til formål at give råd om energiforbedringer til feriehusene, samtidig med at man tager feriehusene i hånden og hjælper dem med at finde en entreprenør, håndværker mv. som kan udføre renoveringen. Således skabe en direkte kundekanal mellem feriehusene og de lokale håndværkere, dvs. det sekundære turismeerhverv. Implementeringen af den online energiberegner udføres i samarbejde med Ringkøbing-Skjern Kommunes Energisekretariat.

Energiberegneren skal samtidig kunne måle et gennemsnitligt energiforbrug i en bestemt uge for et bestemt feriehus, dette vil gøre det muligt for feriehusbranchen at klassificere feriehusene efter en energimærkestandard, således at man som turist kan vælge et feriehus

som bruger ganske lidt energi. Dette har værdi på flere niveauer. For det første er det incitament for feriehusene til at energirenovere deres feriehus, da det kan give mere udlejning, for det andet gøres feriehusene mere energivenlige, og samtidig giver det arbejde til det sekundære turismeerhverv. Derudover har energimærket en stor markedsføringsværdi, hvor det både viser at vi er en destination som værner om miljøet og naturen, og samtidig kan vi garantere overfor turisterne at når de lejer hus hos os, så kan de forvente en elregning på det og det niveau. De behøver derfor ikke være nervøse for en elregning, som risikerer at overstige lejen af huset⁴.

Energiberegneren skal implementeres via en feriehussejer webplatform, dvs. der skal indkøbes og tilpasses en webplatform som kan indeholde al den information som er relevant for feriehusene. Webplatformen skal være den logiske indgang for en feriehussejer i Ringkøbing-Skjern Kommune. Hvis de vil vide mere om energirenovering, om istandsættelse af feriehus, om indretning, om kommunen, om turismeerhvervet, om key-to-activity, eller hvis de vil deltage i det online community feriehusene imellem, så er feriehussejer-webplatformen stedet at gå hen for at finde alle oplysningerne. Kort fortalt, projektet skal gøre det lettere for feriehussejere i Ringkøbing-Skjern Kommune at renovere, ombygge, investere og forbedre deres feriehus. Samtidig skal feriehussejer webplatformen opbygge et online-community for feriehusene imellem, således at der skabes en form for "my neighbour away from home"-følelse. I arbejdet vil der blive kigget til "Klub Odsherred" modellen. Community building skal medvirke til at skabe øget loyalitet og tilhørsfølelse hos feriehusene, og dermed øge tilknytningen til den natur og kultur de ejer en lille del af.

Markedsføring og synliggørelse af online platformen skal ske gennem udsendelse af et inspirationsmagasin og afholdelse af en feriehusmesse. Projektet forventes at skabe 5 nye arbejdspladser i fase 1 og 2 nye arbejdspladser i fase 2 i hhv. det primære og sekundære turismeerhverv.

Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret driver online platform, Scanenergi driver energiberegner og private erhvervsaktører er ansvarlige for udbud af energivenlige løsninger.

Tidsplan og milepæle for fase 1

Energivenlige feriehus	3. kvartal 2012	4. kvartal 2012	1. kvartal 2013	2. kvartal 2013	3. kvartal 2013	4. kvartal 2013	1. kvartal 2014	2. kvartal 2014
Projektorganisering								
Implementering af online platform								
Implementering af energiberegner								
Energirapporter								
Udvikling af energimærkningsordning								
Feriehuskatalog								
Feriehusmesse								
Markedsføring								

⁴ Dette er naturligvis under forudsætning af at feriehusgæsten bruger huset normalt.

Tidsplan og milepæle for fase 2

Energivenlige feriehuse	3. kvartal 2014	4. kvartal 2014	1. kvartal 2015	2. kvartal 2015	3. kvartal 2015	4. kvartal 2015
Projektorganisering						
Evaluering af energimærknings- ordning						
Markedsføring						

Udgiftsbudget fase 1 og 2

Energivenlige Feriehuse	FASE 1			Samlet fase 1	FASE 2		Samlet fase 2	Samlet fase 1 og 2
	3.-4. kv. 2012	2013	1.-2. kv. 2014		3.-4. kv. 2014	2015		
Konsulenter	150.000	200.000		350.000		30.000	30.000	380.000
Projektansættelser	125.000	250.000	125.000	500.000	125.000	125.000	250.000	750.000
Frivilligt arbejde								
Anlægsarbejder								
Rekreative faciliteter								
Andre leverandørydelser	250.000			250.000				250.000
Materialer, inventar, udstyr og maskiner								
Rejser/transport	5.000	5.000	5.000	15.000	5.000	5.000	10.000	25.000
Møder, forplejning mv.	5.000	5.000	5.000	15.000	5.000	5.000	10.000	25.000
Formidling og information	100.000	200.000	100.000	400.000	100.000	200.000	300.000	700.000
I alt	635.000	660.000	235.000	1.530.000	235.000	365.000	600.000	2.130.000

Aktivitetbudget fase 1 og 2

FASE 1: Energivenlige feriehuse	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation: Ringkøbing-Skjern Kommune, Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret, og repræsentanter fra det sekundære turismeerhverv	Møder, kørsel, forplejning mv.	30.000
Implementering af online platform	Konsulentydelse	180.000
Implementering af energiberegner	Udføres af Scanenergi	
Udvikling af energimærkningsordning	Konsulentydelse	170.000
Energirapport af 100 feriehuse	Køb af energirapporter	250.000
Feriehuskatalog	Markedsføring af feriehusejer web i katalog	175.000
Feriehusmesse	Markedsføring af feriehusejer web på messe	175.000
Markedsføring af energimærkede feriehuse	Køb af markedsføringsydelser	50.000
Projektledelse	1 årsværk for fase 1	500.000
FASE 2: Energivenlige feriehuse	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation	Møder, kørsel, forplejning mv.	20.000
Evaluering af energimærkningsordning	Konsulentydelse	30.000

Markedsføring af energimærkede feriehuse	Køb af markedsføringsydelser	300.000
Projektledelse	½ årsværk fordelt over fase 2	250.000
Samlet		2.130.000

5.2. Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet

Turismen i Destination Ringkøbing Fjord er centreret omkring Ringkøbing Fjord. Mod vest har vi Holmsland Klit med de store feriehusområder og Vesterhavet som vores "Reason to Go" element og øst for fjorden ligger en række mindre feriehusområder, besøgssteder, museer, surf-sites, samt Skjern Å, en af de foreslåede nationalparker i Danmark.

Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet handler om at udmønte dele af en fremtidsvision for Ringkøbing Fjord. Fremtidsvisionen for Ringkøbing Fjord baserer sig på det store forarbejde som Destination Ringkøbing Fjord har gennemført siden vi blev udpeget som superhelårsdestination af VisitDenmark i 2007. I fbm. superdestinationsarbejdet har Destination Ringkøbing Fjord udpeget de tre mikrodestinationer Søndervig, Hvide Sande og Bork Havn som de turistbyer der har særligt turismeudviklingspotentiale.

Målet med delprojektet er at øge destinationens samlede konkurrenceevne, at øge døgnforbruget gennem flere oplevelses- og aktivitetsudbud, samt øge antallet af overnatninger og derigennem at skabe øget omsætning og beskæftigelse i både de primære og sekundære turismevirksomheder.

Der skal i højere grad profiteres på Destination Ringkøbing Fjords styrkepositioner, hvor vi kan tilbyde både hav, fjord og Å oplevelser. Således er målet at tiltrække kræsne og samtidig købestærke segmenter som har specifikke krav til deres ferie. Ved at udnytte fjordens potentiale og de små fjordhavnemiljøers autentiske og unikke kulturhistorie i den fremtidige turismesatsning skal Destination Ringkøbing Fjord differentiere sig fra de øvrige vestkystdestinationer. Den forventede effekt er en øget omsætning hos de primære turismeerhverv, samt en øget positionering på det globale turismemarked.

Vision: I 2020 skal Ringkøbing Fjord danne baggrund for en samlet palette af kommercielle naturoplevelser i, på og omkring Ringkøbing Fjord. Ringkøbing Fjord skal differentiere destinationen fra de øvrige vestkystdestinationer og øge destinationens samlede konkurrenceevne.

Delprojektet skal således imødekomme den udfordring som knytter sig til områdets produktudbud og den manglende sammenhæng produkterne imellem. Derfor skal der indgås samarbejder med diverse turismeaktører omkring fjorden vedr. produktudvikling, produktmodning, forretningsudvikling og implementering af rekreative faciliteter. Konkret ses der på et sammenhængende oplevelsesnet af fjorden-rundt-produkter. Både oplevelser *i, på og omkring fjorden* er i fokus. *I og på fjorden* skal der arbejdes med at styrke produktudbuddet, øge udbuddet af pakkelsninger og oplevelsesmæssige faciliteter for aktiv vandsport. Der skal implementeres faciliteter som understøtter aktiv vandsport som fx surfing og lystfiskeri. *Omkring fjorden* skal cykel-, vandre- og rideturisme prioriteres, og turisterne skal opfordres til at tage cyklen frem for bilen til gavn for nærmiljøet og den sårbare natur i bl.a. klithederne.

Som understøttende element til Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet, udvikles også Ringkøbing Fjord stinet, som er understøttende rekreative anlægsinvesteringer, som Destination Ringkøbing Fjord vurderer, er essentielle for de udviklingsaktiviteter som Destination Ringkøbing Fjord ansøger om støtte til i denne ansøgning. Budgetterne for projektet i denne ansøgning og det rekreative stinet er opdelt, således at det kun er midler fra Grøn Vækst og Ringkøbing-Skjern Kommune som benyttes til stinettet, se bilag D Ansøgning *Ringkøbing Fjord Stinet*.

I og på vandet udpeges de bedste Surf Hotspots og kano/kajak muligheder ved Ringkøbing Fjord. I samarbejde med private aktører og sportsudøvere igangsættes pakkeprodukter som understøtter en samlet vandsportsudvikling fjorden rundt. I fbm. surf hotspots implementeres turistprodukter og konkrete aktiviteter som løfter kvaliteten af grundproduktet for surferne. I samarbejde med aktørerne pakketeres Surf Hotspots'ene med overnatning, undervisning, leje af udstyr m.v. Hotspots'ene markedsføres bl.a. via sociale medier. Der etableres mulighed for at surferne kan tilmelde sig en sms-service som opdateres flere gange dagligt i sæsonen, så surferne altid kan få info om, hvor den bedste vind er, hvor bølgerne er størst mv.

I og på vandet udpeges de bedste lystfisker sites i Destination Ringkøbing Fjord, og der udgives en lystfiskerguide til destinationen. Guiden tager udgangspunkt i *alle gode gange fire* – prøv havfiskeri, fjordfiskeri, Skjern Å og den sikre "put and take". Guiden beskriver hver enkelt af de særligt gode lystfiskerpladser, beskriver hvilke fisk man kan fange hvornår, og hvilket grej man kan fange hvilke fisk med. I samarbejde med lokale aktører udvikles lystfisker pakkeprodukter, hvor turisten kan købe lystfiskerguide og fiskekort online evt. kombineret med leje af et feriehus, leje af udstyr og/eller undervisning. Der udvikles en mini kogebog med de bedste fiskeopskrifter, som kan laves på grill, bål og lign., og der oprettes en sjov blog om "de bedste lystfiskerhistorier – skrøner og andet godt fra havet" som markedsførings gimmick.

Omkring fjorden ønsker Destinationen endvidere at forbedre mulighederne for vandre- og rideturisme i fbm. Skjern Enge, fjordhavnene m.fl. Der skal udgives to guider som forbedrer mulighederne for at opleve natur, kultur, historie og kommercielle oplevelser til fods og til hest. Der skal pakketeres hhv. ride- og vandreferier i tilknytning til Ringkøbing Fjord, som inkl. overnatning, flerdages ture inkl. forplejning og guide.

Udvikling i de rekreative faciliteter i, på og omkring Ringkøbing Fjord, skal danne grundlag for en pakketering af luksus oplevelsesferier. Pakken er "all-inclusive" og inkluderer fx transport til og fra lufthavnen, leje af cykler, hest, udstyr, bagagetransport, fyldt køleskab, madpakkeservice, attraktionsbilletter, booking af andre oplevelser, shopping og lign. Pakken skal markedsføres og sælges til nye markeder og segmenter som flyver til Danmark frem for at køre i bil.

I tilknytning til ovenstående produkter vil destinationen udvikle pakken *Triatlon ferie - cykle, vandre og ride rundt om Ringkøbing Fjord*. Turisten booker en ferie, hvor de bor 3-4 forskellige steder på 10 dage, som de cykler imellem. I løbet af ferien har turisten 2-3 dage hvert sted, hvor de kan cykle og udforske området, lystfiske, surfe, besøge attraktioner m.v. inden de så cykler videre til næste overnatningssted. Pakken kan være så "all-inclusive" som turisten selv vælger.

Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet forventes at kunne generere 30 nye arbejdspladser i fase 1 og 20 nye arbejdspladser i fase 2, gennem direkte salg af pakkeprodukter, udlejning af cykler, grej, hest mv. udarbejdelse af guidemateriale, markedsføring, øgede overnatninger og øget døgnforbrug som giver øget omsætning blandt feriehusudlejere, campingpladser, attraktioner mv. Alle ovenstående pakker skal kunne bookes hjemmefra via den online bookingplatform og markedsføringen af produkterne skal bestå af både traditionel markedsføring, kort- og guidemateriale som kan købes, online markedsføring, sjove gimmicks m.v.

Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret står for drift af bookingplatform og Ringkøbing-Skjern Kommune er ansvarlig for drift og vedligehold af den rekreative infrastruktur. Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret er sammen med de private aktører ansvarlige for pakketering og markedsføring.

Tidsplan og milepæle for fase 1

Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet	3. kvartal 2012	4. kvartal 2012	1. kvartal 2013	2. kvartal 2013	3. kvartal 2013	4. kvartal 2013	1. kvartal 2014	2. kvartal 2014
Projektorganisering								
Produktudvikling af surf hotspots								
Camperplads ved Ringkøbing								
Camper- og p-plads ved Bork og Stauning Havn								
Produktmodning af surf pakker								
Pakketering af surfing								
Produktudvikling af lystfiskerturisme								
Produktmodning af lystfiskerturisme								
Pakketering af lystfiskerturisme								
Produktudvikling af ride- og vandreferier								
Produktmodning af ride- og vandreferie								
Pakketering af ride- og vandreferier								
Markedsføring								

Tidsplan og milepæle for fase 2

Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet	3. kvartal 2014	4. kvartal 2014	1. kvartal 2015	2. kvartal 2015	3. kvartal 2015	4. kvartal 2015
Projektorganisering						
Produktudvikling af cykelturisme						
Produktmodning af cykelturisme						
Pakketering af cykelturisme						
Markedsføring						

Udgiftsbudget for fase 1 og 2

Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet	FASE 1			Samlet fase 1	FASE 2		Samlet fase 2	Samlet fase 1 og 2
	3.-4. kv. 2012	2013	1.-2. kv. 2014		3.-4. kv. 2014	2015		
Konsulenter	200.000	425.000	200.000	825.000	100.000	100.000	200.000	1.025.000
Projektansættelser	125.000	250.000	125.000	500.000	125.000	125.000	250.000	750.000
Frivilligt arbejde								
Anlægsarbejder								
Rekreative faciliteter	790.000			790.000				790.000
Andre leverandørydelser	75.000	35.000	40.000	150.000	75.000	75.000	150.000	300.000
Materialer, inventar, udstyr og maskiner	50.000	200.000	150.000	400.000				400.000
Rejser/transport	125.000	5.000	10.000	140.000	5.000	5.000	10.000	150.000
Møder, forplejning mv.	10.000	10.000	10.000	30.000	10.000	10.000	20.000	50.000
Formidling og information		225.000	325.000	550.000	200.000	200.000	400.000	950.000
I alt	1.375.000	1.150.000	860.000	3.385.000	515.000	515.000	1.030.000	4.415.000

Aktivitetbudget for fase 1 og 2

FASE 1: Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation: Ringkøbing-Skjern Kommune, Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret, fjordhavneforeninger, private erhvervsaktører og sportsudøvere	Møder, kørsel, forplejning mv.	50.000
Produktudvikling og -modning af surf hotspots	Konsulentydelse, indkøb af materialer, erfatur, test af produkt og projektledelse	340.000
Camperplads ved Ringkøbing	Etablering af rekreative faciliteter	250.000
Camper- og p-plads ved Bork og Stauning Havn	Etablering af rekreative faciliteter	540.000
Pakketering af surf hotspots	Konsulentydelse, indkøb af materialer og projektledelse	125.000
Produktudvikling og -modning af lystfiskerturisme	Konsulentydelse, indkøb af materialer, test af produkt, erfatur og projektledelse	340.000
Pakketering af lystfiskerturisme	Konsulentydelse, indkøb af materialer og projektledelse	150.000
Produktudvikling og -modning af ride- og vandreferier	Konsulentydelse, indkøb af materialer, erfatur og projektledelse	340.000
Pakketering af ride- og vandreferier	Konsulentydelse, indkøb af materialer og projektledelse	200.000
Markedsføring	Køb af markedsføringsydelser	550.000
Projektledelse	1 årsværk fordelt over fase 1	500.000
FASE 2: Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation	Møder, kørsel, forplejning mv.	30.000
Produktudvikling og -modning af cykelturisme	Konsulentydelse, indkøb af materialer og projektledelse	175.000
Pakketering af cykelturisme	Konsulentydelse, indkøb af materialer og projektledelse	175.000
Markedsføring	Køb af markedsføringsydelser	400.000
Projektledelse	½ årsværk fordelt over fase 2	250.000
Samlet		4.415.000

5.4. Fremtidens superstrand

En strand har potentiale til at være mere end blot sand og vand. Derfor nedsættes der en bred projektorganisation som skal se på de rekreative og forretningsmæssige muligheder ifm. de udvalgte strande ved Søndervig, Hvide Sande og Bork Havn.

Målet med superstrandprojektet er at differentiere Destination Ringkøbing Fjord fra konkurrenterne. Vores strandoplevelser skal spille på områdets stedbundne potentialer og samtidig understøtte turisternes efterspørgsel. Konceptet for Superstrandene skal på sigt kunne udbredes til andre strandområder.

Projektet har naturligvis et erhvervsudviklingssigte, men samtidig er det et ønske at man henviser turisterne, så vidt muligt, til de strande langs med Vesterhavet som har livredning. Det er ikke nogen hemmelighed at Vesterhavet er et meget farligt badevand og derfor skal turisterne i stor udstrækning henvises til de to strande ved Søndervig og Hvide Sande hvor destinationen i dag har livredning i højsæsonen. Senere kan koncepterne med livredning måske udbredes til øvrige strandarealer. I Bork Havn er fjordens meget lave, rolige vand et mere sikkert bademiljø, særligt for småbørnsfamilierne.

Projektet skal som udgangspunkt arbejde med et superstrandkoncept for hver af de tre mikrodestinationer, hvor der tages udgangspunkt i mikrodestinationens stedbundne potentialer, værdisæt og kulturhistorie. I Søndervig arbejdes med værdisættet "Moderne badeby", i Hvide Sande med værdisættet "Et liv på kanten af naturen" og i Bork Havn er værdisættet "Livet på og ved fjorden". Værdisættene bunder i analyser gennemført i 2007-2009. Superstrandkoncepterne skal tænkes tæt sammen med byrum, produkt- og oplevelsesudvikling i de enkelte mikrodestinationer.

I Søndervig skal de iboende kvaliteter, værdisæt og kulturhistorien udvikles til produktudbud og midlertidige faciliteter placeret på stranden og i klitterne. Et wellnesskoncept omkring den moderne badeby kan inkludere et afslapnings- og sanseområde i klitterne, en vintersauna bygget ind i klitten, børneaktiviteter på stranden, mens forældrene slapper af, mulighed for at købe lækkert mad af lokale råvarer som serveres på stranden m.v. En del af projektindsatsen skal bruges til at afklare og imødekomme eventuelle barrierer og skabe produkt- og forretningsudvikling i samarbejde med lokale aktører.

I Hvide Sande tages der udgangspunkt i den store moleudvidelse som netop har påbegyndt byggeriet, hvor den attraktive Sydstrand midlertidigt er flyttet 300m. Når Sydstranden skal flyttes tilbage til sin oprindelige placering tæt på de nye moler og bymidten i 2013, skal et koncept for Hvide Sande superstrand ligge klar. Der arbejdes allerede med idéer omkring et lagunekoncept, da molerne giver roligere badevand, mindre strøm og større sandstrand. Molerne skal også bruges til at flytte surferne væk fra badegæsterne og længere ud på det åbne hav. I Hvide Sande arbejdes i samarbejde med lokale aktører på produkt- og forretningsudvikling af aktiv vandsport og aktiviteter ude i vandet.

I Bork Havn arbejdes pt. på en masterplan for hele mikrodestinationen. I denne masterplan er der udpeget en række aktivitetszoner som skal udvikles. Bork har her to strandzoner, Nordstranden som er en særlig småbørnsvenlig badestrand pga. den lave vandstand og

sydstranden som er en surferstrand med tæt tilknytning til det meget aktive surfmiljø der findes i Bork. En del af projektindsatsen skal bruges til at afklare og imødekomme eventuelle barrierer, således at der udvikles en samlande profil for Bork Havn, som stemmer overens med værdisættet "Livet på og ved fjorden". Superstrandkonceptet for Bork vil arbejde dels med faciliteter som kan gøre Nordstranden endnu mere børnevenlig; bl.a. skyggemulighed, større sandstrandsarealer, legeplads, badebro, strandservicering, madpakkeservice m.m., og med Surfstranden som skal gøres endnu mere attraktiv for surferne, bl.a. mere sikre omgivelser, bedre kitesurfing launchareal, mulighed for opbevaring af surfbræt ved stranden, varmtvandsbruser, forbedrede tilkørselsforhold mv.

Den forventede effekt er en øget omsætning hos de primære og sekundære turismeerhverv i mikrodestinationerne, en øget positionering, et øget døgnforbrug samt et øget antal overnatninger. Projektet forventes at skabe 12 nye arbejdspladser i fase 1 og 8 nye arbejdspladser i fase 2.

Ringkøbing-Skjern Kommune er ansvarlig for drift og vedligehold af rekreative faciliteter, Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret står for drift af bookingplatform og private aktører er ansvarlig for produktudbud.

Tidsplan og milepæle for fase 1

Fremtidens superstrand	3. kvartal 2012	4. kvartal 2012	1. kvartal 2013	2. kvartal 2013	3. kvartal 2013	4. kvartal 2013	1. kvartal 2014	2. kvartal 2014
Projektorganisering								
Produktudvikling								
Produktmodning								
Implementering af rekreative faciliteter								
Pakketering								
Markedsføring								

Tidsplan og milepæle for fase 2

Fremtidens superstrand	3. kvartal 2014	4. kvartal 2014	1. kvartal 2015	2. kvartal 2015	3. kvartal 2015	4. kvartal 2015
Projektorganisering						
Implementering af rekreative faciliteter						
Markedsføring						

Udgiftsbudget for fase 1 og 2

Fremtidens Superstrand	FASE 1			Samlet fase 1	FASE 2		Samlet fase 2	Samlet fase 1 og 2
	3.-4. kv. 2012	2013	1.-2. kv. 2014		3.-4. kv. 2014	2015		
Konsulenter	150.000	50.000		200.000		50.000	50.000	250.000
Projektansættelser	125.000	250.000	125.000	500.000	125.000	125.000	250.000	750.000
Frivilligt arbejde								
Anlægsarbejder								

Rekreative faciliteter		150.000	150.000	300.000	750.000	500.000	1.250.000	1.550.000
Andre leverandørydelser	50.000			50.000				50.000
Materialer, inventar, udstyr og maskiner	125.000	100.000	100.000	325.000	50.000	50.000	100.000	425.000
Rejser/transport	5.000	75.000	5.000	85.000	10.000	5.000	15.000	100.000
Møder, forplejning mv.	5.000	5.000	5.000	15.000	5.000	5.000	10.000	25.000
Formidling og information		100.000	100.000	200.000	200.000	350.000	550.000	750.000
I alt	460.000	730.000	485.000	1.675.000	1.140.000	1.085.000	2.225.000	3.900.000

Aktivitetsbudget for fase 1 og 2

FASE 1: Fremtidens superstrand	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation nedsættes bestående af Ringkøbing-Skjern Kommune, Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret, private erhvervsaktører m.fl.	Møder, kørsel, forplejning, erfatur mv.	100.000
Produktudvikling og -modning af superstrandproduktet	Konsulentydelse, afklare og imødekomme forskellige barrierer, test af produkt, projektledelse mv.	150.000
Pakketering af superstrandproduktet	Konsulentydelse, indkøb af materialer og projektledelse	100.000
Implementering af rekreative faciliteter	Anlæg af rekreative faciliteter, indkøb af materialer, udstyr mv.	625.000
Markedsføring	markedsføringsydelser	200.000
Projektledelse	1 årsværk fordelt over fase 1	500.000
FASE 2: Fremtidens superstrand	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation	Møder, kørsel, forplejning mv.	25.000
Implementering af rekreative faciliteter	Konsulentydelse, anlæg af rekreative faciliteter, indkøb af materialer, udstyr mv.	1.400.000
Markedsføring	Markedsføringsydelser	550.000
Projektledelse	½ årsværk fordelt over fase 2	250.000
Samlet		3.900.000

5.5. Synlighed, branding og markedsføring

Destination Ringkøbing Fjord er den største kystturismdestination i Danmark, vi har en omsætning på ca. 1,933 mia. kr. og knap 5 mio. turistovernatninger om året. Når vi er den største, er det også fordi vi gør noget godt, faktisk gør vi rigtig meget - rigtig godt. Men nogen gange kniber det med synligheden, med evnen til at fortælle vores gæster hvilke muligheder vi kan tilbyde dem af aktiviteter, oplevelser og unikke events. Vores markedsføring bevæger sig den rigtige retning mod brug af mere digitale medier, men er i høj grad stadig baseret på trykte materialer. Men det er ikke det fremtidens turister vil have. De vil have de sidste nye, opdaterede informationer her og nu, om de står og fisker ved en å, går på stranden eller er ude at sejle på fjorden. Fremtidens turistbureauer skal kunne tilbyde mere specifikke oplysninger, og i højere grad være digitale. Al information skal kunne hentes på nettet, på smartphonen, eller på den næste gadget som bliver udviklet.

Målet med projektet er at supplere Socialfondsprojektet Den Digitale Destination, ved at generere markedsføringsindhold hertil. Hvor Socialfondsprojektet handler om at udvikle og implementere Den Digitale Destination, samt kompetenceudvikle turismeerhvervet, handler denne projektindsats om at skabe innovativt markedsføringsmateriale af høj kvalitet. Vi skal

sikre at vores turistinformation på nettet er den bedste, mest innovative og af højest kvalitet. Både de lokale turismeaktører og gæsterne skal bidrage aktivt til at skabe indholdet.

Destination Ringkøbing Fjord arbejder sammen med Midtjysk Turisme, Destination Djursland og Erhvervsturismepartnerne, Århus og Herning, på projektet "den professionelle turistorganisation", og som del af dette projekt vil Destination Ringkøbing Fjord udvikle og implementere systemet "Den Digitale Destination", som skal føre markedsføring og turistinformation af destinationen videre ind i den digitale verden. Som kobling til dette projekt vil destinationen igangsætte konkrete aktiviteter som skaber indhold til Den Digitale Destination. Med udgangspunkt i de tre mikrodestinationer, samt temaerne Fremtidens Feriehus og Hav, fjord og Å vil vi skabe digitalt markedsførings- og informationsmateriale til Den Digitale Destination med henblik på øget salg og omsætning. Der skal laves "utube-film" fra oplevelsesmiljøerne i mikrodestinationerne, der skal filmes når Kitesurferne går amok i luften over Ringkøbing Fjord til Waterz Vandsportsfestival og når Hvide Sande Masterclass lader den klassiske musik ringe ud over klitterne. De største oplevelser, de bedste fortællinger og de smukkeste solnedgange skal foreviges i den digitale verden og lokke endnu flere gæster til Destination Ringkøbing Fjord. Vi skal bruge de sociale medier til at skabe tryghed og fortrolighed hos vores gæster, og skabe en fællesskabsfølelse gæsterne imellem. De bedste ferie billeder eller en 3D tour langs med havnen, skal give potentielle kunder en forsmag på de autentiske oplevelser vi kan tilbyde dem i Destination Ringkøbing Fjord. Der er ingen tvivl om at verden bliver mere og mere orienteret mod den digitale verden, og det er vigtigt af destinationen ikke falder agterud her. Vi skal ikke bare være med, nej vi skal være med - helt fremme i feltet!

Al international markedsføring sker i samarbejde med VisitDenmark og Midtjysk Turisme.

Den forventede effekt er øget antal overnatninger, mersalg og en øget omsætning hos de primære og sekundære turismeerhverv. Den Digitale Destination skal sikre Destination Ringkøbing Fjord en øget positionering, et øget døgnforbrug samt et øget antal overnatninger. Projektet forventes af skabe 5 nye arbejdspladser i fase 1 og 2 nye arbejdspladser i fase 2.

Driften af Den Digitale Destination placeres hos Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret samt de private aktører som bidrager.

Tidsplan og milepæle for fase 1

Synlighed, branding og markedsføring	3. kvartal 2012	4. kvartal 2012	1. kvartal 2013	2. kvartal 2013	3. kvartal 2013	4. kvartal 2013	1. kvartal 2014	2. kvartal 2014
Projektorganisering								
Konceptudvikling								
Generering af indhold								
Udrulning af koncept								
Markedsføring								

Tidsplan og milepæle for fase 2

Synlighed, branding og markedsføring	3. kvartal 2014	4. kvartal 2014	1. kvartal 2015	2. kvartal 2015	3. kvartal 2015	4. kvartal 2015
Projektorganisering						

Implementering af koncept						
Markedsføring						

Udgiftsbudget for fase 1 og fase 2

Synlighed	FASE 1			Samlet fase 1	FASE 2		Samlet fase 2	Samlet fase 1 og 2
	3.-4. kv. 2012	2013	1.-2. kv. 2014		3.-4. kv. 2014	2015		
Konsulenter	200.000	250.000	125.000	575.000	190.000	200.000	390.000	965.000
Projektansættelser	125.000	250.000	125.000	500.000	125.000	125.000	250.000	750.000
Frivilligt arbejde								
Anlægsarbejder								
Rekreative faciliteter								
Andre leverandørydelser	30.000	35.000	30.000	95.000	40.000	50.000	90.000	185.000
Materialer, inventar, udstyr og maskiner	100.000			100.000				100.000
Rejser/transport	5.000	5.000	5.000	15.000	5.000	5.000	10.000	25.000
Møder, forplejning mv.	5.000	5.000	5.000	15.000	5.000	5.000	10.000	25.000
Formidling og information	100.000	100.000	50.000	250.000	150.000	350.000	500.000	750.000
I alt	565.000	645.000	340.000	1.550.000	515.000	735.000	1.250.000	2.800.000

Aktivitetsbudget for fase 1 og fase 2

FASE 1: Synlighed, branding og markedsføring	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation: Ringkøbing-Skjern Kommune, Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret, private erhvervsaktører m.fl.	Møder, kørsel, forplejning mv.	30.000
Konceptet	Udarbejdes af projektleder i samarbejde med aktører	
Generering af indhold	Generering af materiale til synlighed, branding og markedsføring	650.000
Udrulning af koncept	Implementering af materiale til synlighed, branding og markedsføring	120.000
Markedsføring	Køb af markedsføringsydelser	250.000
Projektledelse	1 årsværk fordelt over fase 1	500.000
FASE 2: Synlighed, branding og markedsføring	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation	Møder, kørsel, forplejning mv.	20.000
Implementering af koncept	Implementering af materiale til synlighed, branding og markedsføring	480.000
Markedsføring	Køb af markedsføringsydelser	500.000
Projektledelse	½ årsværk fordelt over fase 2	250.000
Samlet		2.800.000

5.6. Mikrodestination Bork Havn

Igennem 2010 og 2011 har en række aktører samarbejdet omkring udarbejdelsen af en masterplan for den fremtidige udvikling i Bork Havn. Masterplanen tager udgangspunkt i værdisættet for Bork Havn, jf. projektindsatsen om superstrande, "Livet på og ved fjorden". Bilag B Masterplan for Bork Havn eftersendes i december 2011.

Målet for delprojektet er, at Bork Havn skal give et bedre førstehåndsindtryk, både til turister som planlægger at tilbringe én uges ferie i Bork og til dagsturister, således at der sker en øgning af overnatninger, arbejdspladser og omsætning. Bork Havn skal have et samlende udtryk som tydeligt illustrerer værdien "livet på og ved fjorden", både i markedsføringen af området, i det fysiske miljø og i den måde som mikrodestinationen formidler sig til turisterne på.

I Bork Havn fortælles historien om årtiers levevis i nær sammenhæng med Ringkøbing Fjord. Den lille fjordhavn blev grundlagt i 1933 og er siden udbygget af flere omgange således at der i dag er plads til 290 lystfartøjer. Havnen indeholder også en mindre fiskerihavn for lystfiskere og et bassin for husbåde. Ved Bork Havn ligger handelsgaden "Bryggen" og et større feriehusområde med ca. 2000 feriehus, dertil findes også en af de største attraktioner i Destination Ringkøbing Fjord nemlig Bork Vikingehavn. Stranden ved Bork Havn er yderst badevenlig, særligt for udsatte badende, såsom småbørn eller handikappede. Derudover er området et paradis for wind- og kitesurfere og ved Bork Havn findes fuglereservatet Tipperne, og lidt mod nord udmunder Skjern Å i Ringkøbing Fjord.

I 2007 gennemførtes en værdianalyse af Bork Havns turismepotentiale, hvor det blev vurderet at Bork Havn kunne udnytte historien omkring livet på og ved fjorden i langt højere grad. I 2010 blev der gennemført en analyse af Bork Havns kulturhistoriske potentiale, hvor særligt fiskeriets betydning for fjordhavnens selvforståelse blev fremhævet. Samtidig blev der peget på en række problemer omkring havnen og handelsgadens nuværende udseende, samt udfordringen ved de restriktive rammebetingelser for området. Endeligt findes i dag meget lidt sammenhæng mellem vikingehavnen og Bork havn, på trods af den korte fysiske afstand på kun knap 2 km.

Surfing er en af de største attraktioner i Bork Havn og derfor skal der udvikles produkter som understøtter surfmiljøet og modner produktet, bl.a. et mere sikkert launch-areal til kitesurferne, varmtvandsbruser, camperplads, udsigtspunkt og publikumstribune. Der skal sættes på en opgradering af online markedsføring og i samarbejde med lokale aktører i Bork Havn, skal der udvikles pakkeprodukter som tiltrækker nye købestærke kundesegmenter.

Udover surferne, er turisterne i Bork Havn mest børnefamilier og derfor skal der skabes flere aktiviteter og oplevelser for børn. I samarbejde med de lokale aktører skal der implementeres og udvikles produkter som markedsdage, dagshytter, klap-en-fisk, vikingebørn og meget mere. Produkter for børn skal i fællesskab med en bedre badestrand på Nordstranden, gøre Bork Havn mere attraktiv for børnefamilier.

Før at øge sammenhængen mellem Bork Havn og Vikingehavnen skal der udvikles fælles produkter, fx kan det være muligt at sejle fra Bork Havn til Vikingehavnen i et vikingskib og når man går tilbage til Bork Havn efter besøget i Vikingehavnen, skal man kunne følge en digital historie på sin smartphone. Der skal udvikles flere forskellige historier til forskellige

målgrupper, som kan bruges til at binde Bork Havn og Vikingehavnen bedre sammen. Historierne kan kobles op på en række udsigtpunkter, quizzer eller små aktiviteter langs med stien.

I kombination med projektindsatsen omkring *Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet* skal Bork Havn også understøtte temaerne omkring surfturisme, lystfiskerturisme, samt cykel-, vandre- og rideturisme. I samarbejde med aktørerne i Bork Havn vil vi fokusere på produktudvikling som understøtter ovenstående temaer.

Den forventede effekt af produkt- og forretningsudvikling i Bork Havn er et forbedret brand som dagsudflugtsmål og børnevenlig destination, et øget døgnforbrug samt et øget antal overnatninger. Projektet forventes af skabe 20 nye arbejdspladser i fase 1 og 12 nye arbejdspladser i fase 2.

Ringkøbing-Skjern Kommune er ansvarlig for drift og vedligehold af rekreative faciliteter, Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret står for drift af bookingplatform og private aktører er ansvarlig for produktudbud.

Tidsplan for fase 1

Mikrodestination Bork Havn	3. kvartal 2012	4. kvartal 2012	1. kvartal 2013	2. kvartal 2013	3. kvartal 2013	4. kvartal 2013	1. kvartal 2014	2. kvartal 2014
Projektorganisering								
Samlende brand								
Produktudvikling af surfing i Bork Havn								
Produktmodning af surfing i Bork Havn								
Pakketering af surfing i Bork Havn								
Produktudvikling af for børn - aktiviteter								
Produktmodning af for børn - aktiviteter								
Pakketering af for børn - aktiviteter								
Implementering af rekreative faciliteter								
Markedsføring								

Tidsplan for fase 2

Mikrodestination Bork Havn	3. kvartal 2014	4. kvartal 2014	1. kvartal 2015	2. kvartal 2015	3. kvartal 2015	4. kvartal 2015
Projektorganisering						
Produktudvikling af vikingoplevelser						
Produktmodning af vikingoplevelser						

Pakketering af vikingoplevelser						
Implementering af rekreative faciliteter						
Markedsføring						

Udgiftsbudget for fase 1 og 2

Bork Havn	FASE 1			Samlet fase 1	FASE 2		Samlet fase 2	Samlet fase 1 og 2
	3.-4. kv. 2012	2013	1.-2. kv. 2014		3.-4. kv. 2014	2015		
Konsulenter	200.000	250.000	100.000	550.000	75.000	125.000	200.000	750.000
Projektansættelser	125.000	250.000	125.000	500.000	125.000	125.000	250.000	750.000
Frivilligt arbejde								
Anlægsarbejder								
Rekreative faciliteter	500.000	500.000	200.000	1.200.000	500.000	550.000	1.050.000	2.250.000
Andre leverandørydelser		25.000		25.000				25.000
Materialer, inventar, udstyr og maskiner	100.000	200.000	300.000	600.000	250.000	350.000	600.000	1.200.000
Rejser/transport	5.000	30.000	5.000	40.000	30.000	5.000	35.000	75.000
Møder, forplejning mv.	5.000	5.000	5.000	15.000	5.000	5.000	10.000	25.000
Formidling og information	100.000	100.000	100.000	300.000	200.000	500.000	700.000	1.000.000
I alt	1.035.000	1.360.000	835.000	3.230.000	1.185.000	1.660.000	2.845.000	6.075.000

Aktivitetsbudget for fase 1 og 2

FASE 1: Mikrodestination Bork Havn	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation: Ringkøbing-Skjern Kommune, Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret, private erhvervsaktører m.fl.	Møder, kørsel, forplejning, erfatur mv.	55.000
Samlende brand	Konsulentydelse, køb af materialer, formidling og information til gæster, aktører mv.	200.000
Produktudvikling og -modning af surfing i Bork Havn	Konsulentydelse, afklare og imødekomme forskellige barrierer, test af produkt, projektledelse mv.	125.000
Pakketering af surfing i Bork Havn	Konsulentydelse, indkøb af materialer og projektledelse	75.000
Produktudvikling og -modning af for børn – aktiviteter	Konsulentydelse, afklare og imødekomme forskellige barrierer, test af produkt, projektledelse mv.	100.000
Pakketering af for børn - aktiviteter	Konsulentydelse, indkøb af materialer og projektledelse	75.000
Implementering af rekreative faciliteter i Bork Havn	Anlæg af rekreative faciliteter, indkøb af materialer, udstyr mv.	1.800.000
Markedsføring	Markedsføringsydelser	300.000
Projektledelse	1 årsværk fordelt over fase 1	500.000
FASE 2: Mikrodestination Bork Havn	Omkostninger går til	Budget
Projektorganisation	Møder, kørsel, forplejning mv.	45.000
Produktudvikling og -modning af vikingoplevelser	Konsulentydelse, afklare og imødekomme forskellige barrierer, test af produkt, erfatur, projektledelse mv.	125.000
Pakketering af vikingoplevelser	Konsulentydelse, indkøb af materialer og projektledelse	75.000
Implementering af rekreative faciliteter i Bork	Anlæg af rekreative faciliteter, indkøb af materialer, udstyr mv.	1.650.000

Havn		
Markedsføring	Konsulentytelser	700.000
Projektledelse	½ årsværk fordelt over fase 2	250.000
Samlet		6.075.000

6. Hvordan forventes det at projektet formidles

6.a. Informations- og pr-foranstaltninger

I opstarten af alle projektindsatser skal projektlederen udarbejde en kommunikations, forretnings- og markedsføringsplan. Planen skal indeholde en kort baggrundsbeskrivelse af projektet inkl. formål og hovedmål, en mindre interessentanalyse med fokus på målgruppen, modtagere og deltagere, en forretningsplan for projektets fremtidig drift og økonomiske bæredygtighed på lang sigt, en vurdering af de, for projektindsatsen, relevante kommunikationsformer og markedsføringskanaler, samt en tidsplan for indsatserne.

I forbindelse med alle projektindsatserne er der desuden afsat midler til information og formidling af projekternes resultater bl.a. større markedsføringsbudgetter målrettet destinationens turister, både eksisterende og nye gæster. Derudover har destinationen afsat midler til forskellige konferencer bl.a. Fremtidens Feriehusmesse. Derudover vil destinationen arbejde på at formidle om projektindsatserne løbende gennem projektperioden, både gennem PR-meddelelser, faglitteratur, virale medier såsom konferencer, præsentationer mv. samt online medier. Sidst vil vi sikre at både Ringkøbing-Skjern Kommunes hjemmeside: www.rksk.dk og Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentrets hjemmeside: www.visitvest.dk løbende opdateres med materiale over projekternes fremgang.

6.b. Evaluering

Der afsættes en samlet sum på 3 % af budgettet til ekstern evaluering. Den eksterne evaluering koordineres af Region Midtjylland. Evalueringens formål er at sikre størst mulig effekt af projektet og evalueringen har derfor også som mål at få udbredt konklusionerne og forankret resultaterne af projektet på den bedste måde. Afrapportering af fremdriften af projektet foretages af ansøger hvert halve år.

6.c. Udbredelse af erfaringer opsamlet i projektet

Det er vigtigt for Ringkøbing-Skjern Kommune at bidrage til turismeudviklingen uden for kommunens grænser. Turister er ikke interesserede i kommunegrænser og færdes derfor ofte på tværs af de administrative definerede grænser. Derfor vil Ringkøbing-Skjern Kommune og Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret så meget det er muligt bidrage til en positiv turismeudvikling i de øvrige midtjyske destinationer.

I fbm. de enkelte projekter vil destinationen, så vidt det giver mening, inddrage de andre destinationer i Region Midtjylland. Særligt vil vi forsøge at skabe tværkommunale samarbejder med den øvrige vestkyst, både i Region Midtjylland samt i den sydlige region. Vi vil samarbejde med både Destination Djursland som operatør for Stærke Feriesteder Øst, samt erhvervsturismeaktørerne Herning og Århus i tværkommunale netværk om konkrete projektaktiviteter, hvor vi kan understøtte hinandens udvikling.

I forbindelse med midtvejs- og slutevaluering af de mange projekter ser Ringkøbing-Skjern Kommune det som sin pligt at udbrede resultater og konklusioner til øvrige interesserede destinationer i regionen. Vi afsætter projektledelsesressourcer til løbende erfaringsudveksling og sparring, samt til at formidle konkrete resultater, analyser og metoder som vi har arbejdet med. Vi vil invitere bredt ud i hele regionen når vi afholder konferencer og præsentationer i fbm. projektaktiviteter og slutevalueringseminarer. Eventuelle analyser, projektresultater og undersøgelser vil blive offentliggjort på Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentrets og Ringkøbing-Skjern Kommunes hjemmesider.

Vi vil være åbne og indbyde til dialog og erfaringsudveksling på tværs af Regionen. Udbredelsen af aktiviteter vil ikke være begrænset til konkrete projektaktiviteter, og vi vil være opsøgende i fht. de øvrige destinationer omkring fremtidige projektsamarbejder og generel sparring og vidensdeling på tværs. Vi vil gå aktivt ind i et tværkommunalt /-regionalt netværk turismeaktørerne imellem.

Hver marts og september vil Destinationen invitere Lemvig og Holstebro kommuner, deres turismeaktører, samt Midtjysk Turisme og Region Midt til ½-dags seminarer omkring vores projektaktiviteter. Programmet for seminarerne vil inkludere vidensdeling omkring konkrete projektaktiviteter, samt metoderne og processerne der ligger bag.

I forbindelse med udarbejdelse af resultatkontrakt med Region Midt, vil vi sammen med regionen udarbejde en kommunikationsplan for destinationens rolle i fht. de øvrige midtjyske destinationer, herunder særligt de øvrige destinationer langs med vestkysten.

7. Forventet effekt af projektet

7.a. Beskrivelse af projektets effekter

Projektindsatserne forventes at have følgende effekt på antallet af direkte skabte nye arbejdspladser:

Projektindsats/Antal nye arbejdspladser	FASE 1	FASE 2
Energivenlige Feriehuse	5	2
Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet	30	20
Superstrande	12	8
Synlighed, branding og markedsføring	5	2
Bork Havn	20	12
Samlet	72	44

Det forventes at samtlige projektindsatser bidrager til en øget positionering på det globale marked og som følge heraf, forventes det at destinationen samlet set opnår en stigning i antal overnatninger, samt en stigning i døgnforbrug, som samlet set leder til en stigning i omsætning i destinationens turismeerhverv.

Projektindsatserne har alle fokus på fornyelse af destinationens markedsføring, synlighed og branding. En række indsatser som forventes at have stor effekt på destinationens positionering og konkurrenceevne på det europæiske marked, hvilket vil give øgede overnatninger og øget omsætning.

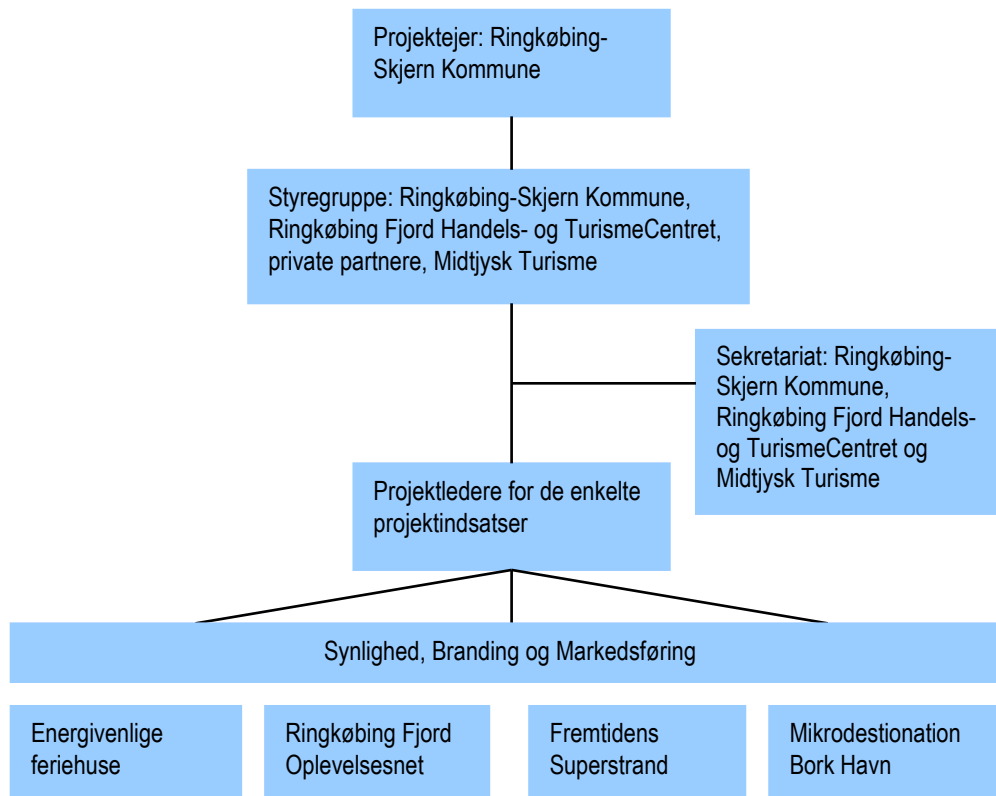
7.b. Redegørelse for effektmål, som ansøger måles på i resultatkontrakten med Region Midtjylland

Projektindsats	FASE 1	FASE 2
Energivenlige feriehuse	at øge udlejningen af feriehuse i yder- og skuldærsæson med 10% at andelen af huse til udlejning stiger med 5%	at der sker energirenovering af mindst 10% af feriehusene som udlejes at omsætningen i de primære og sekundære turismeerhverv øges med 2,5%
Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet	at tilbyde 20 nye oplevelsesprodukter tilknyttet i og på fjorden og omkring fjorden koncepterne en øget omsætning gennem mersalg af oplevelsesprodukter	en 5% stigning i interesse og efterspørgsel fra forskellige nichesegmenter, bl.a. lystfiskere og cykelturister
Fremtidens Superstrande	at tilbyde 10 nye serviceprodukter i tilknytning til stranden at der tilbydes 10% flere oplevelsesprodukter på superstrandene	flere gæster søger mod superstrandene med livredning og/eller roligt badevand
Synlighed, branding og markedsføring	at have mindst 5 internationale nyheder fordelt over hele perioden at have mindst 10 nationale nyheder fordelt over hele perioden at have mindst 25 regionale nyheder fordelt over hele perioden at have mindst 100 lokale nyheder fordelt over hele perioden	at tiltrække 5% flere turister i sæsonen at tiltrække 10% flere turister i yder- og skuldærsæsonen
Bork Havn	at øge antallet af overnatning i Bork Havn med 10% At øge andelen af investeringer i Bork Havn med 15%	At synliggøre Bork Havn og forbedre mikrodestinationens brand i fht. værdien "livet på og ved fjorden" At forbedre sammenhængen med Bork Vikingehavn og derigennem differentiere Bork Havn fra øvrige destinationer

8. Yderligere oplysninger

8.a. Projektets organisering

Alle projekter udføres i et samarbejde mellem Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret og Ringkøbing-Skjern Kommune. For Stærke Feriesteder Vest er nedsat følgende organisationsmodel:



Projektejer

Kommunaldirektør, Ringkøbing-Skjern Kommune, Niels Erik Kjærgaard

Styregruppe

Kommunaldirektør, Ringkøbing-Skjern Kommune, Niels Erik Kjærgaard
 Turistdirektør, Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret, Ole T. Bøndergaard
 Formand, Søndervig Centerforening, Keld Hansen
 Udlejningschef, Holmsland Klit Turistforening, Henning Davidsen
 Direktør, Esmarch Feriehusudlejning, Anders Thygesen
 Direktør, Midtjysk Turisme

Sekretariatsgruppe

Udviklingschef, Ringkøbing-Skjern Kommune, Peter Donslund
 Udviklingskonsulent, Ringkøbing-Skjern Kommune, Maria Aaen
 Projektleder, Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret, Stine Nybo
 Projektleder, Midtjysk Turisme

Projektledere ansættes i fbm. de enkelte projektindsatser. I forbindelse med opstart af de enkelte projektindsatser udarbejdes en organisationsstruktur på projektniveau efter ovenstående model, men alle projektindsatser refererer stadig til ovenstående organisation for Stærke Feriesteder Vest.

8.b. Samspil med evt. samarbejdspartnere

Destination Ringkøbing Fjord arbejder tæt sammen med Midtjysk Turisme som også er inviteret ind i den overordnede styregruppe for alle projektindsatserne og i sekretariatsgruppen. Destination Ringkøbing Fjord forventer at bruge Midtjysk Turismes kompetencer, både i fht. beslutningsniveau, men også i fht. projektudførelse. Midtjysk Turisme skal være destinationens faglige sparringspartner på tværs af regionen og forventes at hjælpe med at facilitetere samarbejder på tværs af kommuner og regioner.

Destination Ringkøbing Fjord arbejder tæt sammen med det private turismeerhverv og har hhv, tre private aktører tilknyttet styregruppe for Stærke Feriesteder Vest, og i fhm. de enkelte projektindsatser vil disse blive offentligt udbudt til de private turistaktører.

8.c. Projektets additionalitet og nyhedsværdi

Energivenlige feriehus er en helt ny måde at anskue feriehusproduktet på. Vi kigger på energirenovering og energimærkning, samtidig med at vi bygger videre på Fremtidens Feriehus del 1 omkring indretning og luksus. En feriehusenergiberegner findes ikke i Danmark i dag, og det er derfor en vigtig nøgle til både energirenovering og øget udlejning, særligt i yder- og skuldersonen.

Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet, superstrande og mikrodestinationsudvikling binder hele destinationen sammen omkring mikrodestinationerne og de dertil knyttede oplevelser. At skabe sammenhæng mellem mikrodestinationernes værdisæt og de oplevelser vi tilbyder vores turister er nyt, og vi tror på at den sammenhæng er med til at øge hele destinationens konkurrenceevne og positionering på det globale marked. Det er noget man kan se på lang afstand og som gør Destination Ringkøbing Fjord tydelig i markedsføringsammenhænge.

Fokus på synlighed af eksisterende turistprodukter og øget markedsføring gennem sociale medier og online booking er nyt for destinationen og skal bidrage til en mere professionel og samlende profil for hele Destination Ringkøbing Fjord.

8.d. Udgiftsbudget fase 1 og 2

Udspecificerede udgiftsbudgetter fordelt på år ses under de enkelte projektindsatser og i Bilag C.

Udgiftskategorier/ projektindsatser	Energivenlige feriehus	Ringkøbing Fjord oplevelsesnet	Fremtidens Superstrand	Synlighed	Bork Havn	Samlet fase 1 og 2
Konsulenter	380.000	1.025.000	250.000	965.000	750.000	3.370.000
Projektansættelser	750.000	750.000	750.000	750.000	750.000	3.750.000
Frivilligt arbejde						
Anlægsarbejder						
Rekreative faciliteter		790.000	1.550.000		2.250.000	4.590.000
Andre leverandørydelser	250.000	300.000	50.000	185.000	25.000	810.000
Materialer, inventar, udstyr og maskiner		400.000	425.000	100.000	1.200.000	2.125.000

Rejser/transport	25.000	150.000	100.000	25.000	75.000	375.000
Møder, forplejning mv.	25.000	50.000	25.000	25.000	25.000	150.000
Formidling og information	700.000	950.000	750.000	750.000	1.000.000	4.150.000
Revision						100.000
Evaluering (3%)						582.600
I alt	2.130.000	4.415.000	3.900.000	2.800.000	6.075.000	20.002.600

*Der kan være andre udgiftskategorier – og så ændres de i skemaet eller tilføjes.

8.e. Finansieringsbudget fase 1 og 2

Fase 1: medio 2012-medio 2014

Fase 2: medio 2014-ultimo 2015

Finansiering/ År	FASE 1			SAMLET	FASE 2		SAMLET	I alt
	3.-4. kv. 2012	2013	1.-2. kv. 2014		3.-4. kv. 2014	2015		
EU landdistriktsmidler	2.035.000	2.272.500	1.573.800	5.881.300	1.795.000	2.325.000	4.120.000	10.001.300
Region Midtjylland	1.017.500	1.136.250	846.250	3.000.000		2.000.000	2.000.000	5.000.000
Ringkøbing-Skjern Kommune	1.017.500	1.136.250	727.550	2.881.300	1.795.000	325.000	2.120.000	5.001.300
Samlet	4.070.000	4.545.000	3.147.600	11.762.600	3.590.000	4.650.000	8.240.000	20.002.600

8.f. Aktivitetsbudget

Udspecificerede aktivitetsbudgetter ses under de enkelte projektindsatser/projektbeskrivelser.

9. Bilag

Bilag A Implementeringsplan for Destination Ringkøbing Fjord

Bilag B Masterplan for Bork Havn, eftersendes december 2011.

Bilag C Udgiftsbudget fordelt på år og faser

Bilag D Ansøgning "*Ringkøbing Fjord Stinet*"

Bilag E udspecificerede budgetposter

Fremtidens Superstrand

Fremtidens Superstrand	FASE 1			Samlet fase 1
	3.-4. kv. 2012	2013	1.-2. kv. 2014	
Rekreative faciliteter		150.000	150.000	300.000
Andre leverandørydelser	50.000			50.000
Materialer, inventar, udstyr og maskiner	125.000	100.000	100.000	325.000
Samlet	175.000	250.000	250.000	675.000

Rekreative faciliteter	Pris
Offentlige toiletter inkl. udebruser	250.000
Naturlegeplads	50.000
Samlet	300.000

Andre leverandørydelser	Pris
System til håndtering af midlertidige faciliteter på strandene fx træterrasse, strandkurve, strandhytter, læskærme mv.	50.000
Samlet	50.000

Materialer, inventar, udstyr og maskiner	Pris
Soppebassiner	60.000
Læ- og skyggefaciliteter	35.000
Strandkurve, strandpuder m.v.	50.000
Træterrasse	70.000
Strandhytter	110.000
Samlet	325.000

Bork Havn

Bork Havn	FASE 1			Samlet fase 1
	3.-4. kv. 2012	2013	1.-2. kv. 2014	
Rekreative faciliteter	500.000	500.000	200.000	1.200.000
Andre leverandørydelser		25.000		25.000
Materialer, inventar, udstyr og maskiner	100.000	200.000	300.000	600.000
I alt	600.000	725.000	500.000	1.825.000

Rekreative faciliteter	Pris
Skyggefaciliteter	30.000
Fiskerhytter/madpakkehytter/strandhytter	150.000
Naturlegeplads med "klap-en-fisk" bassin	50.000
Udsigtspunkt	212.000
Offentlige toiletter inkl. varmtvandsbruser	412.000
Plads til bådvoerne	200.000
Hjertestimotionssti	146.000
Samlet	1.200.000

Andre leverandørydelser	Pris

System til håndtering af betaling af fx varmtvandsbruser og system til håndtering af faciliteter på strandene fx badebro, strandkurve, strandhytter mv.	25.000
Samlet	25.000
Materialer, inventar, udstyr og maskiner	Pris
Strandforbedring, bl.a. læareal, soppebassin, bredere strand mv.	55.000
Kitesurfing launchareal	170.000
Badebro med mulighed for aktiviteter og opholdsareal	150.000
Strandkurve, strandpuder m.v.	35.000
Hjerteststi/motionssti	190.000
Samlet	600.000