

Onsdag d. 4. november 2015

## Svar på annoncering efter projektforslag til gennemførelse af satsning på kulturturisme

Region Midtjylland ønsker en regional kulturturismeindsats med igangsættelse af et større kulturturismeprojekt i perioden 2015-2018. Man har derfor i forlængelse af Vækstforums møde d. 25. august gennemført en *Annoncering efter projektforslag til gennemførelse af Vækstforums satsning på kulturturisme*.

Nærværende projektforslag er et respons på denne annoncering, og tilbyder et realistisk og ambitiøst bud på en *sammenhængende indsats*, som har det overordnede formål at sikre, at Aarhus 2017 bliver løftestang til at skabe en markant udvikling af de kulturturismemæssige potentialer i Aarhus og Region Midtjylland, således at der via øget innovation, nye produkter samt øget synlighed skabes et langsigtet forretningsgrundlag for kulturturismen i Region Midtjylland.

Det er således med stor fornøjelse, at vi som et samlet konsortium bestående af nøgleaktører i forhold til at forløse det regionale potentiale for kulturturisme fremsender et projektforslag bestående af:

- Baggrund og motivation for den konkrete tilgang til kulturturisme: *Kulturturisme 2.107*
- DELPROJEKT 1: *Kulturturisten i centrum* (ansøgning målrettet de regionale erhvervsudviklingsmidler)
- DELPROJEKT 2: *Innovation i kulturturismens værdikæde* (ansøgning målrettet EU's Regionalfond)

Med venlig hilsen



Peer Heldgaard Kristensen  
Direktør, VisitAarhus



Rebecca Matthews  
Direktør, Fonden Aarhus 2017



---

Jan Olsen  
Direktør, VisitDenmark



---

Jacob Bundsgaard  
Borgmester, Aarhus Kommune



---

Jens Hausted  
Direktør, Dansk Kyst- og Naturturisme



---

Iver Enevoldsen  
Borgmester, Ringkøbing-Skjern Kommune



---

Flemming Rasmussen  
Direktør, Destination Djursland

# Kulturturisme 2.017

## Samlet projektforslag



## 1. Indledning

Aarhus er udpeget som Europæisk Kulturhovedstad i 2017 (herefter Aarhus 2017). Titlen som Europæisk Kulturhovedstad eller European Capital of Culture (ECOC) er en af de mest prestigefyldte og synlige europæiske kulturbegivenheder. Aarhus 2017 bliver støttet af Region Midtjylland og alle kommuner i regionen og er således forankret i et stærkt regionalt samarbejde, der strækker sig fra kyst til kyst.

Aarhus 2017 er en regional, en national såvel som en international begivenhed, der i en turismemæssig sammenhæng rummer et stort potentiale for at skabe øget synlighed og øget tiltrækning af (især) internationale gæster og herved øge væksten og styrke forretningsudviklingen hos regionens kultur- og turismevirksomheder.

Projektforslaget og de konkrete projektaktiviteter er i forlængelse heraf et udtryk for et ønske om at gennemføre et ambitiøst projekt, der har til formål at bruge Aarhus 2017 som løftestang til at skabe en markant udvikling af kulturturismens potentialer i Aarhus og Region Midtjylland, således at der skabes et langsigtet forretningsgrundlag for kulturturismen.

Nærværende projektforslag er udarbejdet i tæt samarbejde mellem projektets partnerkreds, som har givet input til projektansøgningens indhold og indsatser. Endvidere er der arbejdet målrettet med at involvere de væsentligste kulturinstitutioner i regionen. De vedhæftede interessetilkendegivelser (bilag 7) er et udtryk herfor.

Projektforslaget består af to delprojekter, som gennemføres i et partnerskab mellem VisitAarhus, Fonden Aarhus 2017, VisitDenmark, Dansk Kyst- & Naturturisme, Ringkøbing Skjern kommune, Destination Djursland samt Aarhus Kommune.

Projektforslagets partnerkreds er udvalgt med henblik på både at sikre bedst mulig regional udbredelse og forankring af projektforslagets samlede aktiviteter og samtidigt sikre en stærkt koordinering i forhold til det nationale arbejde med kulturturisme.

- DELPROJEKT 1: "Kulturturisten i centrum" er stilet de Regionale Erhvervsudviklingsmidler med et samlet budget på kr. 19.350.000.
- DELPROJEKT 2: "Innovation i kulturturismens værdikæde" er målrettet Den Europæiske Regionalfonds prioritetsakse 1. med et samlet budget på kr. 9.000.000.

Indsatserne i de respektive delprojekter lader sig adskille rent ansøgningsteknisk men er gensidigt afhængige og udgør tilsammen platformen for og ambitionen omkring den samlede kulturturismeindsats.

Fælles for projektforslagets aktiviteter er, at de har fokus på at understøtte innovation og forretningsudvikling for regionens kulturturismeprodukter med udgangspunkt i at styrke image og synlighed såvel som tilgængelighed og afsætning.

Der arbejdes i projektet med den antagelse, at kulturturisme er et tema/rejsemotiv, som har potenti-ale for at tilføre værdi, udvikle forretning og igangsætte innovation på tværs af geografi og forretningsområder (dog primært forretningsområdet for kyst- og naturturisme samt storbyturisme). Aktiviteterne er derfor som udgangspunkt tilrettelagt, så de er tværgående i forhold til forretnings-områderne samtidigt med, at de udforsker forskellige muligheder og præmisser i relation til forretningsområdernes respektive målgrupper.

De konkrete delprojekter forudsætter således en bred involvering og gennemføres i et bredt samarbejde med de regionale kultur- og turismeaktører, og partnerkredsen vil løbende blive udvidet. Ambitionen er, at i alt ca. 100 partnere fra hele Region Midtjylland bliver involveret i projektforsla-gets aktiviteter i løbet af projektperioden.

VisitAarhus er projektets tilsagnsmodtager. VisitAarhus påtager sig i forbindelse med rollen som til-sagnsmodtager en særlig regional forpligtelse. VisitAarhus har således i forbindelse med projektudvikling og projektorganisering en særlig opmærksomhed på at sikre ressourcer i organisati-onen, der har et stærkt regionalt netværk såvel som viden om og erfaring med regionale samarbejder.

Projektet igangsættes den 1. december 2015 og afsluttes d. 31. december 2018

## **2. Rammen omkring projektsøgningen**

Denne ansøgning lægger sig tæt op af de nationale og regionale formuleringer omkring vækst i kul-turturismen. Ligeledes er planerne omkring Aarhus 2017 et centralt omdrejningspunkt for denne ansøgning.

Med den tidligere regerings lancering af *Vækstplan for Dansk Turisme* og folketingets vedtagelse af *Lov om dansk turisme* blev stenene i 2014 lagt til en ny strategi og ny organisering af turismen i Dan-mark.

Kulturturisme er et prioriteret indsatsområde i Vækstplanen og i den kommende strategi. Her itale-sættes helt konkret målet om, at Danmark skal have en større andel af den internationale vækst i kulturturismen.<sup>1</sup> Vækstplanen peger på følgende initiativer:

- Styrke produktudvikling i kulturturismen i Danmark gennem øget samarbejde på lokalt, regi-onalt og nationalt plan og i tæt koordination med det nationale turismeforum.

---

<sup>1</sup> Vækstplan for Dansk Turisme.

- Gå aktivt ind i udviklingen af kulturturismen i Hovedstadsregionen i samarbejde med Wonderful Copenhagen og Københavns Kommune mhp. at indsatsen videreudvikles i landets øvrige regioner, bl.a. som del af vækst- og udviklingsplanen for turismen på Vestkysten og Østersøsamarbejdet.
- I samarbejde med museerne og andre kulturinstitutioner fastsætte konkrete mål om at tiltrække flere internationale turister, fx via fleksible åbningstider kombineret med arrangementer, sprog, skiltning mv.

Den nye struktur i Dansk Turisme betyder, at prioriterede indsatsområder inden for kystturisme, naturturisme, mødeturisme og storbyturisme fremadrettet varetages af de nye, nationale selskaber: selskab for Kyst- og Naturturisme, selskab for mødeturisme samt selskab for storbyturisme, mens den internationale markedsføring fortsat varetages af VisitDenmark.

Projektet Kulturturisme 2.017 udgør i forlængelse heraf en konkret udmøntning af Regeringens Vækstplan for Dansk Turisme. Projektet er udviklet og koordineret i samarbejde med de nye selskaber og er et eksempel på et arbejde med et motivbaseret tema, der går på tværs af forretningsområder. Nærværende projekt er ydermere koordineret med det nationale projekt CULTURE PLUS (mere herom nedenfor).

### **2.1 Vækstforums turismestrategi**

Det er en del af Vækst- og udviklingsstrategien for Region Midtjylland 2016-2020, at samspillet mellem kultur og turisme i forbindelse med Aarhus 2017 skal styrkes for at udvikle turismen og for at give bedre oplevelser.

Som nævnt indledningsvist efterlyser Vækstforum derfor en særlig 3-årig indsats inden for kulturturisme for at få den fulde effekt af Aarhus 2017 i forhold til tiltrækning af (internationale) turister.

Der er i perioden fra 2013 til udgangen af 2014 gennemført et regionalt kulturturismeprojekt "RETHINK 2017 – Kultur, begivenheder og oplevelser".

Erfaringerne fra projektet "RETHINK 2017 – Kultur, begivenheder og oplevelser" viser, at skal potentialet i forhold til kulturturisme indfries, er der fremadrettet behov for en indsats, der i meget høj grad har fokus på produktet og på en rækkes salgs- og markedsrettede aktiviteter. Der er i den forbindelse behov for at:

- Udvikle og gøre de stærkeste kulturturismeprodukter mere tilgængelige
- Styrke den internationale formidling
- Sikre international synlighed og gennemslagskraft
- Videreudvikle den regionale værdikæde for kulturturisme

Projektet Kulturturisme 2.017 bygger således videre på de anbefalinger og den erfaring, der allerede er opnået i regi af det regionale arbejde med kulturturisme.

## **2.2 Aarhus 2017**

Formålet med Aarhus 2017 er i mere bred forstand at fremhæve og styrke mangfoldigheden i europæisk kultur, for herigennem at knytte bånd mellem Europas forskellige befolkningsgrupper gennem en øget forståelse af kulturelle forskelle og ligheder.

Set med turismebriller skal Aarhus 2017 blandt andet bidrage til tiltrækning af flere turister, øget interesse for kultur, øget national og international interesse for kulturbegivenheder samt øgede indtægter for byens erhvervsliv. Følgende konkrete effektmål og nøgleindikatorer er opstillet i denne forbindelse<sup>2</sup>:

- Øget synlighed og kendskab til Aarhus og Region Midtjylland i Danmark og Europa (*effektmålinger på målrettede markedsføringstiltag dokumenterer en øget synlighed og kendskab til Aarhus med afsmittende effekt på Region Midtjylland*)
- Aarhus og Region Midtjylland oplever positiv økonomisk udvikling og øget tiltrækning af internationale turister (*stigning i antallet af overnatninger i Aarhus med 12% i 2017 sammenlignet med 2013, stigning i antallet af overnatninger i regionen med 7% i 2017 sammenlignet med 2013, stigning i antallet af overnatninger i Aarhus ved internationale turister med 9% i 2017 sammenlignet med 2013*).
- Styrkede tværinstitutionelle, tværsektorielle og tværfaglige samarbejder (*styrket samspil mellem kultur og turismebranchen*)

Fonden Aarhus2017 er partner i nærværende projekt, hvorfor projektforslaget skal ses som et hovedbidrag til at levere de ønskede effekter på turismeområdet.

## **2.3 CULTURE PLUS**

På baggrund af Vækstplan for Dansk Turisme har Kulturstyrelsen i samarbejde med VisitDenmark, Wonderful Copenhagen, VisitAarhus, VisitAalborg og Odense/Udvikling Fyn arbejdet på et nationalt kulturturismeprojekt.

Det er projektets mål at bidrage til vækst i kulturturismen ved at:

- Øge det kulturelle produkts attraktionskraft og tilgængelighed for turister gennem en styrket tværregional indsats for produktudvikling og udenlandsk markedsføring i relation til de relevante turismesegmenter.

---

<sup>2</sup> Aarhus2017 – Strategisk Forretningsplan

- Øge mobiliteten for turister på tværs af landet gennem en øget sammenhængskraft i indsatsen med henblik på at øge turisternes opholdslængde samt skabe vækst i det gennemsnitlige døgnforbrug.

Projektet arbejder med produktudvikling, formidling og international markedsføring. Blandt andet bliver der i projektet arbejdet på at opbygge nogle tværgående, nationale temaer for kulturturisme. Projektperioden er indtil videre 2015-2016, og VisitAarhus varetager sammen med en række kulturinstitutioner projektledelsen af et delprojekt/tema omkring *Det Levende Kulturliv*.

Koblingen og koordineringen i forhold til det nationale arbejde med kulturturisme, som det er udtrykt i projektet CULTURE PLUS, anses for at være helt central for at opnå mest mulig effekt og gennemslagskraft i det regionale arbejde med kulturturisme.

### **3. Indsatser og potentiale**

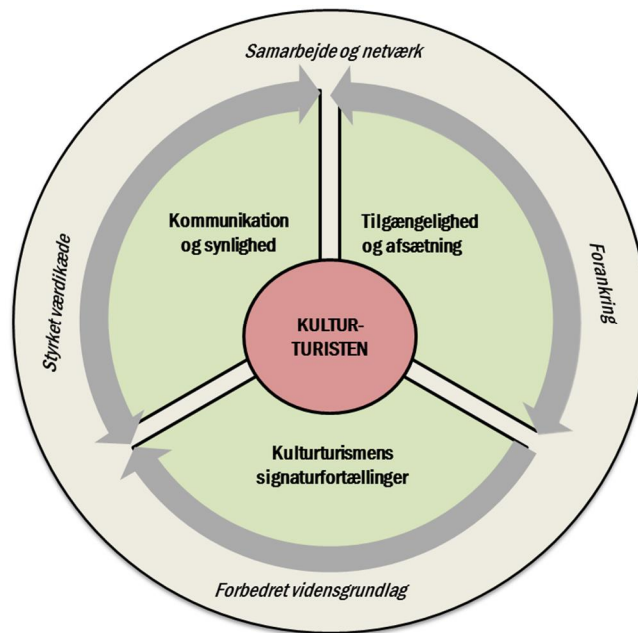
Der er opstillet en række vækstambitioner for det nationale arbejde med udvikling af kulturturisme såvel som Aarhus 2017 og Vækstforums turismestrategi 2016-2020. Den aktuelle projektansøgning skal skabe fundament for at realisere vækstpotentialerne.

Den overordnede målsætning for projektforslaget er at skabe grundlaget for at kulturturisme bliver et omdrejningspunkt for innovation, forretningsudvikling og vækst for kultur- og turismeerhvervet i Region Midtjylland. Aarhus 2017 er en enestående anledning og mulighed for både at styrke regionens position og synlighed som et attraktivt besøgsmaal, styrke den internationale attraktionskraft samt øge afsætning og tilgængelighed til regionens kulturtilbud.

Sagt på en anden måde er Aarhus 2017 et åbent vindue for kulturturismen i Region Midtjylland. Men idet ligger også en risiko for at forpasse muligheden. Værdikæden for kulturturisme er relativt svag, som det er i dag. Og der er meget lidt samarbejde og innovation på tværs af virksomheder og forretningsområder i regionen. Projektforslaget tilbyder en konkret løsning på et akut problem – med et langsigtet perspektiv.

Projektets konkrete indsatser tager udgangspunkt i, at Aarhus 2017 bidrager markant til at løfte innovation og kunstnerisk kvalitet i regionens kulturtilbud – mens ansvaret for at sikre formidling, synlighed, tilgængelighed og afsætning af de mange kulturtilbud er der, hvor dette projektforslag bidrager med konkrete løsninger.





**Projektforslagets DELPROJEKT 1:** "Kulturturen i centrum" består af en række konkrete aktiviteter, der har til formål at styrke fortællingen om kultur som en af grundstenene i forbindelse med tiltrækning af internationale gæster til hele regionen:

- Med udvikling af **kulturturens signaturfortællinger** er ambitionen at skabe en bedre sammenhæng i *fortællingen* om de kulturelle oplevelser, der er tilgængelige i regionen, med udgangspunkt i de stærkeste fyrtårne eller *signaturer*.
- Der udvikles og testes en række **presse og kommunikationskoncepter** med fokus på at bringe budskabet omkring de mange muligheder for kulturoplevelser så effektivt som muligt frem til den internationale kulturturen.
- Med henblik på at skabe mest mulig effekt og forankring på den lange bane er **forankring og vidensdeling** et løbende tema, som kulturturens nøgleaktører drøfter.

**Projektforslagets DELPROJEKT 2** "Innovation i kulturturens værdikæde" består af en række aktiviteter, der har til formål at styrke tilgængelighed og afsætning af de midtjyske kulturprodukter, øge salget af kulturoplevelse og øge antallet af gæster på regionens museer og kulturinstitutioner.

- Der udvikles et **Aarhus2017Card** – et regionalt fordels- og oplevelseskort i anledning af Aarhus 2017 for at styrke tilgængeligheden og understøtte et reelt mersalg af kulturoplevelser på tværs af regionen.
- Men den regionale bookingplatform **BookAarhus2017** styrkes afsætningsleddet og muligheden for at turismevirksomheder og kulturinstitutioner for alvor kan tænke i nye samarbejder og pakker.

- Med en bookingplatform og et oplevelseskort er der basis for at generere en masse ny viden om **gæsternes præferencer og bevægelsesmønstre** der skal gøres nyttig for virksomhederne. For Big Data kan være Big Business.

Projektforslagets samlede indsatser er gensidigt afhængige forstået på den måde, at de rent operationelt er hinandens forudsætninger. Særligt arbejdet med kulturturismen signaturfortællinger udgør en platform for samarbejde såvel som innovation og tilrettelæggelse af de andre indsatsområder. Mere herom i delprojekt 1.

Forankringen af projektforslagets indsatser vurderes at være centralt for at opnå den ønskede succes. Samarbejdet mellem de mange projektpartnere og på tværs af forretningsområder vurderes at generere en samarbejdsgevinst, der i høj grad er med til at sikre en forankring fremadrettet. Endvidere søges projektets aktiviteter afstemt med en række eksisterende og relaterede regionale indsatser og projekter med henblik på at skabe mest mulig synergi, eksempelvis "MORE CREATIVE", "Herregårdene – Porten til Europa" og "Museernes digitale infrastruktur i Region Midtjylland".

#### 4. Målgrupper og tilgang

Projektforslagets primære målgruppe er kulturinstitutioner, kulturorganisationer, turismevirksomheder, turistorganisationer og kommuner i Region Midtjylland. Der er som udgangspunkt tale om små og mellemstore virksomheder, som har det til fælles, at de er en del af værdikæden for kulturturismen i Region Midtjylland.

Det er projektforslagets samlede vision, at tilgangen til arbejdet med kulturturisme i Region Midtjylland i meget høj grad bygges op omkring gæsternes – kulturturisternes – adfærd og behov. Kultur- og turismeaktører skal se på sig selv og på den værdikæde, de er en del af, med gæsterne øjne. Hvad har gæsterne behov for? Hvad er deres interesser? Hvordan kan de bidrage til at gøre det nemmere/sjovere/mere inspirerende at være gæst i regionen. Sagt på en anden måde: mere fokus hos kultur- og turismeaktører på det, som deres gæster/kunder efterspørger. For kun ved at sætte gæsteoplevelsen i centrum for arbejdet med at udvikle kulturturismen skabes det langsigtede forretningsgrundlag for kulturturisme.

I forlængelse af visionerne med projektet er kulturturisterne – gæsterne med præference for kulturoplevelser i forbindelse med deres ferie/besøg – en særskilt målgruppe, der er værd at bruge et par linjer på som baggrund og motivation for den måde projektets indsatser og aktiviteter er skruet sammen på.

#### 4.1 Målgrupper og kundeforståelse

Ifølge VisitDenmarks kan kulturturisme defineres som *”en rejseform, hvor kulturoplevelser motiverer mennesker til at rejse til en bestemt destination”*<sup>3</sup>. I VisitDenmarks undersøgelse fra 2014 af Kulturturister i Danmark kan hver tredje danske og udenlandske turist i Danmark rent faktisk betegnes som kulturturist – forstået på den måde, at kulturelle og historiske oplevelser udgør et rejsemotiv. Undersøgelsen slår fast, at kultur både er et vigtigt rejsemotiv, som går på tværs af de centrale målgrupper i dansk turisme samt at *kultur og kulturliv*, i bred forstand, er med til at tiltrække turister til Danmark.

Ifølge VisitDenmark udgøres kulturturismen i Danmark af følgende primære elementer:

- Kulturarv: historiske bygninger, miljøer og genstande, historiske kunstværker m.m.
- Nutidig kunst og populærkultur: kunst, musik, scenekunst, litteratur, arkitektur m.m.
- Livsstil: adfærd, værdier, traditioner, gastronomi m.m.
- Kreative industrier: mode, design, film, medier m.m.

Men undersøgelsen fra VisitDenmark understreger også, at kulturturisterne ikke er alene om at benytte sig af kulturtilbud. 24 pct. af turisterne i Danmark har ikke kultur som rejsemotiv, men de benytter sig alligevel af ét eller flere kulturtilbud – som ferieaktivitet, når de er på ferie i Danmark. Det betyder, at rigtig mange af vores gæster vil kunne placeres i midten af *kulturkurven* som kulturforbrugere med en åben tilgang til forskellige kulturoplevelser i forbindelse med deres ferie. Således er det vigtigt både at have blik for den brede gruppe og for eksperterne, når kulturturismen skal have et løft i Region Midtjylland.



Ser man på kulturinstitutionerne i Region Midtjylland er der trods flot udvikling i besøgstal hos de største kulturinstitutioner en generel tendens der går på, at andelen af udenlandske gæster er relativt lav. Kulturstyrelsens analyse af museumsbrugerne viser eksempelvis, at mens andelen af internationale gæster på hovedstadens kulturinstitutioner i gennemsnit var 56 % i 2013, var den kun 8 % i Region Midtjylland.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> VisitDenmark. *Kulturturister i Danmark*. 2015

<sup>4</sup> Kulturstyrelsens brugerundersøgelse 2013

Konklusionen i forlængelse af vores viden om kulturturisternes præferencer og adfærd må derfor være, at der er et udviklings- og vækstpotentiale for regionens kultur- og turismeaktører i forhold til at målrette og differentiere produkter, aktiviteter og budskaber, så de i højere grad er tilpassede de relevante målgrupper. For "kulturturisterne" er ikke en ensartet gruppe. Kultur er både en ferieaktivitet og et rejsemotiv i sig selv – og kulturturisme er derfor et relevant tema rent forretningsmæssigt på tværs af forretningsområder. Og der er et stort internationalt potentiale, der ikke er forløst i den sammenhæng.

#### 4.2 Værdikædebaseret innovation og forretningsudvikling

Ambitionen med nærværende projektforslag om at sætte gæsten i centrum og have en efterspørgselsdrevet tilgang til udvikling af potentialerne for kulturturisme gør, at vi er nødt til at have blik for, at gæstens samlede oplevelse af et besøg består af en række/kæde af sammenhængende elementer, der totalt set skaber en samlet, oplevet værdi. Det er således kendetegnende for kulturturisten, at han/hun ikke køber ét produkt af én udbyder, men en række af produkter/oplevelser der ejes af en række udbydere.

Nedenstående grafik af **værdikæden – set fra gæstens perspektiv** illustrerer hvor mange købsled og kontaktpunkter, der er forbundet med den samlede gæsteoplevelse. Som kulturturist i Region Midtjylland starter ferieoplevelsen med indhentning af inspiration og bestilling af rejsen, den involverer transport, køb af billetter og besøg på museer/teatre/koncerter, overnatning, restaurantbesøg og refleksion/anbefaling ved hjemkomst. Figuren illustrerer også den gensidige afhængighed, der er mellem de forskellige udbydere – for tilfredsheden med den samlede gæsteoplevelse beror på god service og gode oplevelser i alle led af værdikæden.



En stærk værdikæde er imidlertid ikke noget, der opstår af sig selv. Og værdikæden for kulturturisme på tværs af regionen er ikke særlig stærk. Blandt andet fordi der ikke er særlig stor tradition for samarbejde aktørerne imellem men også fordi enkeltdele af værdikæden ikke løftes tilstrækkeligt – både hvad angår international synlighed, påvirkning af kulturturisternes beslutningsproces samt afsætningskanaler.

I et forretningsudviklingsperspektiv betyder det, at det er nødvendigt at sætte ind med en række interventioner/aktiviteter, der bidrager til at gøre værdikæden stærkere. De i delprojekterne beskrevne aktiviteter er konkrete bud herpå.

## 5. Organisering og forankring af det samlede projekt

VisitAarhus er projektets overordnede tilsagnsmodtager og har som LEAD-partner det overordnede ansvar for ledelse og administration af det samlede projekt.

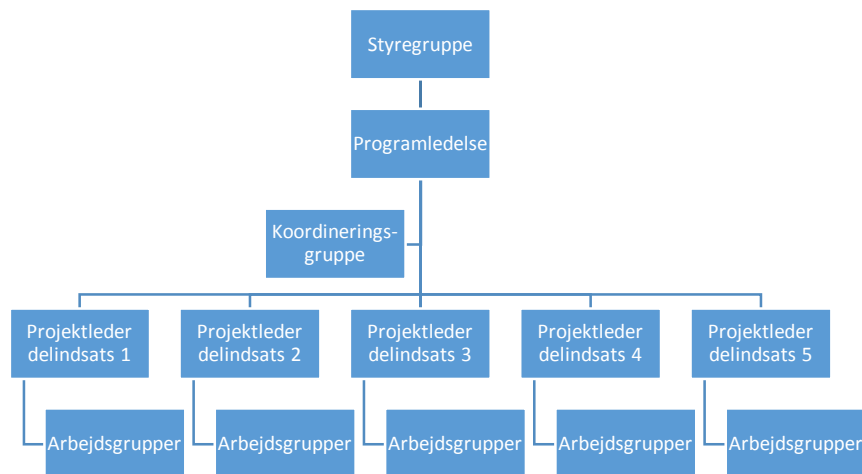
I forhold til den faglige del af projektledelsesopgaven tilbyder VisitAarhus som regionens største og mest professionaliserede turismeudviklingssselskab (DMO) en mangeårig og bred erfaring med at lede og drive udviklingsprojekter i spændingsfeltet mellem offentlige og private partnere.

I forbindelse med nærværende projektforslag, er der i særligt omfang behov for kompetencer og erfaring med facilitering af samarbejde på tværs af kultur- og turismeaktører og for viden om og erfaring med innovation og forretningsudvikling i forhold til meget forskellige typer af virksomheder og organisationer.

VisitAarhus besidder som organisation en meget stor turismefaglig viden og har i forbindelse med nærværende projektforslag og de fremadrettede ambitioner i forhold til at drive den regionale satsning på kulturturisme tilført organisationen specialistviden i forhold til arbejdet med kulturturisme. Ligeledes har VisitAarhus i forbindelse med projektudvikling og projektorganisering haft en særlig opmærksomhed på at sikre ressourcer i organisationen, der har et stærkt regionalt netværk såvel som viden om og erfaring med regionale samarbejder.

I forhold til den mere tekniske og administrative del af projektledelsesopgaven stiller VisitAarhus med viden såvel som kompetencer i forhold til det at administrere større projekter med meget sammensatte projektøkonomier såvel som erfaringer med at administrere større strukturfondsprojekter. Til eksempel kan nævnes socialfondsprojekterne *Det Professionelle Turismeerhverv* og *RETHINK Kulturturisme*, hvor VisitAarhus havde status som projektpartner. I forbindelse med udvikling af nærværende projekt har VisitAarhus endvidere tilført organisationen ressourcer med teknisk såvel som administrativ erfaring, som er opnået i regi af førnævnte projekter, og forventer i forbindelse med den planlagte projektgennemførelse at tilføre organisationen yderligere administrative ressourcer med specialviden på strukturfondsområdet.

Med henblik på at etablere den mest effektive organisation i forhold til at sikre mest mulig forankring af projektets aktiviteter etableres en fælles projektorganisation for de to delprojekter.



- Styregruppe:** Består af sponsorer og centrale beslutningstagere i forhold til projektets fremdrift, målsætninger og ressourcer. Det allerede eksisterende *Turismekonsortium* (etableret af Region Midtjylland, Aarhus kommune, VisitDenmark, Aarhus 2017 og VisitAarhus) varetager opgaven som styregruppe.
- Programledelse/LEAD:** VisitAarhus er programleder/LEADpartner med ansvar for det samlede projekt. Programledelsen kan af hensyn til arbejdsmængden suppleres med 1-2 person(er) fra centrale partnere i projektet.
- Koordineringsgruppe:** Det etableres en koordineringsgruppe med centrale projektledere/personer fra strategiske samarbejdspartnere og projekter. Formålet er at sikre løbende koordination på indsatsstrategisk niveau.
- Projektledere (delindsatser):** Der ansættes/udpeges en projektleder på hver delindsats. LEADpartner er ansvarlig for bemanning af projektledere
- Arbejdsgrupper:** I forhold til de enkelte delindsatser etableres det relevante antal arbejdsgrupper. Disse kan komme fra kulturinstitutioner, eksterne partnere, foreninger, offentlige aktører og andet.

## 6. Økonomi og ressourcer

Vækstforum har i forbindelse med annoncering efter projektforslag stillet en årlig medfinansiering til rådighed på kr. 1,5 mio. plus kr. 1,5 mio. – sidstnævnte midler fra Den Europæiske Regionalfond, prioritetsakse 1 og forudsætter i den forbindelse en offentlig og/eller privat medfinansiering på et tilsvarende niveau.

Af nedenstående samlede udgifts- og finansieringsbudget fremgår det, at den samlede økonomi i projektforslaget er kr. 28.350.000.

<b>Udgiftsbudget i 1000 kr.</b>	I alt
Administration	kr. 1.110.000
Projektledelse og projektgennemførelse, ansøgerkonsortie	kr. 7.340.000
Projektarbejde, partnere	kr. 4.827.119
Indirekte omkostninger/kontorhold	kr. 2.272.881
Aktiviteter/ekstern konsulentbistand	kr. 12.590.000
Revision	kr. 210.000
<b>SUM</b>	<b>kr. 28.350.000</b>
<b>Finansiering i 1000 kr.</b>	I alt
Tilskud Region Midtjylland, turismehandlingsplan	kr. 4.500.000
Tilskud Region Midtjylland, Kulturpuljen	kr. 1.000.000
Medfinansiering, kommuner via destinationer og kommunale aktører	kr. 8.075.000
Tilskud fra Midtjysk Turisme	kr. 575.000
Tilskud fra nationale partnere og Aarhus 2017	kr. 6.000.000
Tilskud ERF	kr. 4.500.000
Erhvervs partnere, timer	kr. 750.000
Erhvervs partnere, kontant	kr. 2.950.000
<b>SUM</b>	<b>kr. 28.350.000</b>

Det er en forudsætning for budgettet, at der opnås medfinansiering på kr. 1.000.000 fra Region Midtjyllands kulturpulje. Såfremt dette ikke bevilliges, reduceres udgiftsbudgettet på delprojekt 1 - De Midtjyske Signaturfortællinger. Detailbudgetter er udarbejdet for de enkelte delprojekter og indarbejdet i de respektive ansøgningsskemaer.

De medfinansierende partnere indgår en partnerskabsaftale som økonomisk grundlag for projektgennemførelsen.

## 7. Tidsplan

Projektperioden for det samlede projektforslag forventes at være 1. december 2015 til 31. december 2018.

Vækstforum får ansøgningen forelagt på sit møde d. 15. december 2015 og Regionsrådet forventes at behandle ansøgningen d. 16. december 2015.

Projektet igangsættes i umiddelbar forlængelse heraf.

Tids- og milepælsplaner er udarbejdet i forbindelse med de enkelte delprojekter.

## **8. Evaluering**

Evaluering af projektforslagets indsatser foregår i overensstemmelse med gældende retningslinjer for Region Midtjylland jf. "Rammeaftale om fælles evaluering af den regionale vækstindsats".