

FORMÅL (BEHOV/PROBLEM)

At styrke samarbejdet mellem de to største kystkommuner i Danmark som første fase i en langsigtet vision om at etablere en sammenhængende 'Seaside resort'
At etablere og videreudvikle en tværkommunal vækstklunge som den bærende struktur for udvikling og varig forankring af vækstprojektets indsatser.
At skal øge væksten målt på turismeomsætning og overnatninger, forbedre gæsteoplevelsen og forstærke samarbejdet hos turisterhvervet på tværs af de to kommuner via relevante og praksisnære indsatser på oplevelses- og kapacitetsudvikling.
At udvikle markante signaturer og et stærkt, sammenhængende oplevelsessortiment på tværs af de fire særlige feriesteder og med afsæt i eksisterende styrkepositioner
At erfaringer med vækstklungesamarbejdet på tværs af to kommuner udgør et foregangseksempel i relation til Partnerskab for Vestkystturisme og medvirke til at løfte ambitionen omkring udviklingen af Destination Vestkysten, jf. Vækstprogram for Vestkystturisme.

MÅL (VÆRDITILVÆKST)

At etablere en vækstklunge med afsæt i erhvervet på tværs af de to kommuner og styrke koblingen mellem oplevelser og overnatning.

Skabe sæsonudvidelse og sikre bedre udnyttelse af eksisterende kapacitet samt udvikling/opbygning af ny markedsrelevant kapacitet, herunder kapacitet målrettet kortferie.

Styrke kerneproduktet. Klassisk Kystferie samt udvikle et stærkt sortiment omkring eksisterende signaturer inden for "Aktivt samvær i naturen" og udviklingspotentialer inden for "Livsnyderoplevelser".

Understøtte udviklingen og den strategiske sammenhæng på tværs af Vestkysten og inden for kyst- og naturturismen i Danmark generelt via vidensdeling/-udbredelse på baggrund af erfaringer fra projektets tværkommunale samarbejde.

INDSATSER

1.
Vestkystens
turisme-vækst-
klunge

2. Kapacitets-
udvikling

3. Oplevelses-
udvikling

4. Viden

OUTPUT

Etablering og udvikling af to vækstklungespor
Integration af oplevelser i overnatningsprodukt (4-6 overnatningsaktører)
Fundament for forankring og videreudvikling af vækstklungen

10 nye kommercielle overnatningssteder naturnært, på camping eller havneareal
Samarbejde om investeringsfremme og prospektkatalog investeringsfremme -
Formidlingsplatform og besøgs-koncept
4 nye luksusovernatningsenheder, 5 nye kortferieprodukter samt øget mulighed for fleksibel ankomst og afrejse i feriehusene uden for højsæsonen.
Analyse af feriehussejeres eget brug og formidlingsmateriale
20% flere af de nye, unge feriehusere udlejer i højsæsonen i 2020 og 15% flere af alle nye, unge feriehusere reinvesterer 200 feriehusene mere til udlejning i 2020

Metode til oplevelsesinnovation der tager afsæt i forståelsen af oplevelsesdesign.
Manual for oplevelsesdesign for klassisk kystferie, naturoplevelser og livsnyderoplevelser
8-10 stedbundne 'reason to go'-kystferieoplevelser, 6-8 naturoplevelser, 4-6 stedbundne livsnyderoplevelser klar til markedsføring og salg
Indhold som beskriver og illustrerer 'reason to go'-kystferieoplevelser, klassisk kystferieoplevelser og livsnyderoplevelser

Kobling til og kvalificering af "Udviklingsplan for Danmarks Vestkyst"
Kommunikation af projektets resultater lokalt, regionalt og nationalt samt 20-25 omtaler i lokal, national og international presse
Implementering og integration af skabt viden i vækstklungen
Inspirationskatalog med resultater og fremtidige perspektiver for vækstklungen

EFFEKT – KORT SIGT

Oplevelsesfokuseret overnatningsprodukt
Øget samarbejde, fælles kvalitetsforståelse og vidensdeling i et langsigtet erhvervs-samarbejde på tværs af stærke erhvervsaktører i de to kommuner

Ny markedsrelevant kapacitet
Øget antal overnatninger
Sæsonforlængelse
Stigning i døgnforbrug via "ikke-kommercielle overnatninger"

Øget gæstetilfredshed
Tiltrækning af nye målgrupper
Incitament til anbefaling og fastholdelse af andelen af genbesøg
Øget døgnforbrug pr. gæst
Større udbud af kvalitetsoplevelser samt udnyttelse af og kobling til Tirpitz

Udnyttelse af eksisterende viden i dansk turisme
Skabelse og udbredelse af ny viden inden for dansk turisme
Udbredelse af tværkommunal projekterfaring

EFFEKT – LANG SIGT (STRATEGISK VISION)

- Et sammenhængende "Seaside Resort Vestkysten" set med gæstens øjne i 2015, som er et vækstfyrtårn i dansk turisme
- En formaliseret vækstklunge, der udgøres af et tværkommunalt og vækstfokuseret samarbejde mellem private og offentlige partnere.
- Udnyttelse af og kobling til nye kommende mega attraktioner (NaturKraft, Søndervig Feriepark og Flygtninge Museet Oksbøl) i de to kommuner
- Seaside Resort Vestkysten har et sammenhængende oplevelsessortiment, stærke signaturer på tværs af de 4 oplevelsestyper og markedsrelevant overnatningskapacitet af høj kvalitet. Herigennem er der skabt en markant markedsposition på de primære markeder med tiltrækning af eksisterende såvel som nye målgrupper.
- De langsigtede effekter er en markant forøgelse af markedskapaciteten, der blandt andet manifesterer sig ved en stigning i turistovernatninger samt øget turismeomsætning.

Effektkæde for projektet: Vestkystens Turisme vækst klynge

Aktiviteter

	Halvår i projektet			
	1.	2.	3.	4.
5.1 Vestkystens Turisme vækst klynge				
Netværkskoncept er udviklet for hele projektperioden	1			
2 opstartsmøder afholdt	2			
6 netværksmøder om hhv. videndelen, kapacitetsudvikling og oplevelsesudvikling		4	2	
2 produktkendskabsture			1	
Strategi for forankring og videreførelse af vækst klynge				1
5.2 Kapacitetsudvikling				
6 workshops om nye overnatningsfaciliteter		4	2	
Prospektt katalog for investeringer færdig udviklet	1			
Investor rettet formidlingswebsite færdig udviklet og testet		1		
Manual for besøgs koncept færdig udviklet		1		
Test af kortferiekoncept med oplevelsesintegration gennemført				1
Fælles kommunikationsmateriale med topoplevelser færdig udviklet	1			
2 workshops om udvikling af serviceordning for nye og unge feriehusejere		2		
5.3 Oplevelsesudvikling				
Metode til oplevelsesinnovation færdig udviklet	1			
3 oplevelsesinnovationsprocesser - en for hver oplevelsestype	1	2		
Manual for udvikling af de tre oplevelsestyper udviklet		3		
6 workshops om udvikling indenfor de tre oplevelsestyper		4	2	
30 oplevelsestests for de tre typer gennemført			10	20
Indhold til formidling af de tre forskellige oplevelsestyper færdig produceret				3
5.4 Viden				
Etablering af arbejdsgruppe og afholdelse af arbejdsgruppemøder		1		
Afsluttende seminar				1
Inspirationskatalog				1
Udsendelse af pressemeddelelser	1	1	1	1

Output

	Halvår i projektet			
	1.	2.	3.	4.
Etablering og udvikling af to vækst klynge spor		2		
Integration af oplevelser i overnatningsprodukt hos 4-6 overnatningsaktører				5
Fundament for forankring og videreudvikling af vækst klynge				1
10 nye kommercielle overnatningssteder naturnært, på camping eller havneareal				10
Samarbejde om investerings fremme og prospekt katalog investerings fremme - Formidlingsplatform og besøgs koncept				1
4 nye luksusovernatningsenheder, 5 nye kortferieprodukter samt øget mulighed for fleksibel ankomst og afrejse i feriehusene uden for højsæsonen.				9
Analyse af feriehusejeres eget brug og formidlingsmateriale		1		
20% flere af de nye, unge feriehusejere udlejer i højsæsonen i 2020 og 15% flere af nye, unge feriehusejere reinvesterer 200 feriehuse mere til udlejning i 2020				25 (175 i 2 år efter)
Metode til oplevelsesinnovation der tager afsæt i forståelsen af oplevelsesdesign		1		
Manual for oplevelsesdesign for klassisk kystferie, naturoplevelser og livsnnyderoplevelser		3		
8-10 stedbundne 'reason to go'-kystferieoplevelser klar til markedsføring og salg				10
6-8 naturoplevelser klar til markedsføring og salg				8
4-6 stedbundne livsnnyderoplevelser klar til markedsføring og salg				6
Indhold som beskriver og illustrerer 'reason to go'-kystferieoplevelser, klassisk kystferieoplevelser og livsnnyderoplevelser og styrke				3
Kobling til og kvalificering af "Udviklingsplan for Danmarks Vestkyst"		1		
Kommunikation af projektets resultater lokalt, regionalt og nationalt				1
20-25 omtaler i lokal, national og international presse				20
Implementering og integration af skabt viden i vækst klynge				1
Inspirationskatalog med resultater og fremtidige perspektiver for vækst klynge				1

Effekter

	Ved projekt afslutning	0-2 år efter projekt afslutning
Anslået antal overnatninger	25.000	212.000
Antal virksomheder der udvikler koncepter til nye produkter eller løsninger	27	37
Anslået skabt årlig omsætning i kr.	16 mio.	64 mio.