

## Projektbeskrivelser – Lokale og tværgående turismeprojekter

Projekt og tilsagn	Ansøger	Projektbeskrivelse
Udviklingsplan Jyllands Østkyst  <i>Tilsagnsbeløb: 3.171.925,00 kr.</i>	Destination Nord FMBA	Formålet med projektet er at skabe grundlaget for et samlet løft af turismen i geografien langs den nordlige del af Jyllands østkyst, der dækkes af Destination Nord, Destination Himmerland og VisitAarhus. Det skal ske via sammen-tænkte udviklingsplaner på tværs af de tre destinationer samt via lokale strategisk-fysiske udviklingsplaner i udvalgte ferieområder. Formålet med udviklingsplanerne er at tilvejebringe et prioriteringsgrundlag for en langsigtet bæredygtig udvikling af turismen. Projektet er faseopdelt og hovedaktiviteterne vil følge de trin, som Dansk Kyst- og Naturturisme (DKNT) har anvendt ved udarbejdelsen af udviklingsplaner i andre destinationer.
Grønne feriehuse  <i>Tilsagnsbeløb: 1.575.750,01 kr.</i>	Feriehusudlejernes Brancheformening	Projektets formål og forventning er at indføre mærket ”Grønne feriehuse”, så det bliver lettere at skelne de feriehuse, der har et optimeret energi- og vandforbrug og på den vis er mere bæredygtige, fra de øvrige feriehuse. Ansøgningen bygger videre på det tidligere arbejde i projektet 100 % bæredygtigt feriehuse, hvor der blev opstillet en række bæredygtighedsparametre, der tilsammen danner grundlaget for mærkningsordningen ”Grønne feriehuse”. Projektet er inddelt i 5 aktiviteter, og parallelt med projektets aktiviteter vedr. implementering af energi- og vandbesparende tiltag i mærket ”Grønne feriehuse”, er det forventningen, at der i regi af ”Partnerskab om bæredygtig udvikling i dansk turisme” påbegyndes et udviklingsarbejde vedrørende udvikling af certificering til danske feriehuse.
Turismens Data Hub  <i>Tilsagnsbeløb: 4.426.450,80 kr.</i>	Visit Denmark	Formålet med projektet er at forankre en fælles national dataplatform, der skal understøtte det danske turismeerhverv og de danske destinationsselskaber i at anvende data til strategisk udvikling af deres forretning og destination. Projektet skal bidrage til at skabe en mere bæredygtig udvikling i dansk turisme med afsæt i viden og aktuelle data. Projektet indeholder fem aktivitetsspor, som tilsammen skal være med til at sikre et samlet kompetenceløft af dansk turisme og bidrage til at fremme brugen af data, og output omfatter bl.a. udvikling af en plan for koncept- og netværksforløb for destinationsselskaber og nationale turismeorganisationer. Derudover bidrager projektet til realiseringen af pejlemærkerne i National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme.
Outdoor-turisme på Fyn og Øerne  <i>Tilsagnsbeløb: 3.527.130,33 kr.</i>	Destination Fyn	Projektets formål er at styrke Fyn og Øerne som et samlet kvalitetsrejsemål inden for outdoor-turisme, efter at Destination Fyn i en årrække har arbejdet med outdoor-produkter inden for bl.a. vandring, cykling og lystfiskeri. Det skal ske via en digital formidlingsplatform, som samler outdoor-tilbud i destinationen og gør dem synlige over for både turister og borgere. Platformen skal desuden være med at brande og understøtte Fyn som outdoor-destination under kernefortællingen Outdoor Fyn og Øerne og dermed synliggøre eksisterende outdoor-produkter. Projektet forventer inden for projektperioden at have minimum 100 aktører

Projekt og tilsagn	Ansøger	Projektbeskrivelse
		repræsenteret på platformen samt have lanceret kernefortællingen Outdoor Fyn og Øerne. Når projektet er afsluttet, vil den digitale platform blive udbudt på markedet til andre destinationselskaber.
Wayfinding – fra lokalt til nationalt perspektiv  <i>Tilsagnsbeløb: 500.000,00 kr.</i>	Dansk Kyst- og Naturturisme	Projektet har til formål at udvikle nationale bæredygtige redskaber og principper for wayfinding med afsæt i den viden, der allerede eksisterer om wayfinding i både fysisk og digital form. Formålet er at skabe en national konsensus i kyst- og naturturismen omkring wayfinding, og hvordan der arbejdes med fysisk skiltning, digital navigation og placebranding. Projektet adresser tre temaer fra den nationale turismestrategi: Sammenhængende branding, markedsføring og turistinformation, destinationsudvikling og udvikling af kvaliteten af det danske turismeprodukt samt udvikling af turismen i samspil med samfundet. Projektets aktiviteter består af vidensopsamling og erfaringsudveksling samt udvikling og formidling af redskaber om wayfinding.
TOURISM TOGETHER  <i>Tilsagnsbeløb: 7.294.425,33 kr.</i>	Wonderful Copenhagen	Projektet vil realisere én af ambitionerne fra Hovedstadens genopretningsplan Comeback Copenhagen om, at turismen skal være til gavn for hele Hovedstaden, inkl. Hovedstadens indbyggere. Projektet vil indfri mål om, at borgerne i Hovedstaden fortsat skal bakke op om vækst i turisme og forebygge borgermodstand mod turisme som set i andre storbyer. Projektet vil arbejde inden for to hovedaktivitetsspor. I det første spor "Civic impact" vil projektet søge en turisme med folkeligt mandat og medskabelse. I andet spor "Copenhagen beyond" vil projektet bl.a. skabe rammer for et bredt samarbejde om turismeudvikling på tværs af kommuner og organisationer i hele regionen. Endelig fokuseres på grøn mobilitet, herunder initiativer, der imødegår konkrete udfordringer ift. turisternes mobilitet i den brede geografi på en bæredygtig måde.
PEOPLE & PLACES CONNECTED - new synergies and value for cities, coast, and countryside in the Aarhus Region  <i>Tilsagnsbeløb: 5.650.093,85 kr.</i>	Fonden Visit Aarhus	Projektet vil forløse et uudnyttet forretningsudviklingspotentiale ved at adressere et pressende behov for stærkere sammenhængskraft på tværs af geografi, aktører og forretningsområder i de otte midt- og østjyske kommuner i Aarhusregionen. VisitAarhus vil tage lederskab på destinationens bæredygtige turismeudvikling gennem en række aktiviteter, der afdækker og udvikler nye veje og modeller for samarbejde mellem turismevirksomheder og borgerne, øger værdiskabelsen på tværs af forretningsområder og styrker den bæredygtige omstilling (og medansvaret herfor) hos virksomhederne med henblik på bl.a. at genvinde de internationale gæster og bidrage til mere geografisk og sæsonmæssig spredning af gæster i destinationen.
Strategic Marketing Alliance - Zealand (SMA-Z)  <i>Tilsagnsbeløb: 7.685.652,10 kr.</i>	Visit Lolland-Falster A/S	Gennem en tredelt strategisk indsats med fokus på destinationsudvikling, forretningsudvikling og markedsføring har projektet til formål at styrke turismen på Sjælland og øerne samt det strategiske arbejde mellem de fem destinationer uden for København. Projektets målgruppe er turismevirksomheder i destinationerne og internationale turister. Projektets hovedaktiviteter er organiseret i tre trin, hvori der gennemføres en række aktiviteter, der understøtter hinanden og er gensidig afhængige. Det er projektets ambition,

Projekt og tilsagn	Ansøger	Projektbeskrivelse
		at turismeovernatninger og turismeomsætningen øges, at en række virksomheder har påbegyndt relevant mærknings- eller certificeringsforløb inden for bæredygtighed samt, at en række virksomheder vurderer, at de opnået en større grad af økonomisk, social og/eller miljømæssig bæredygtighed.
<p>Jagten på "De grønne idealister"</p> <p><i>Tilsagnsbeløb:</i> 11.703.508,36 kr.</p>	Destination Nordvestkysten	<p>Ansøger vil understøtte målsætningen om at skabe en bæredygtig turismeudvikling på Vestkysten, som der kan leves af og med hele året. Formålet med projektet er overordnet at udvikle og markedsføre Vestkystens stedbundne styrkepositioner inden for autocamperturisme samt feriehuset som et bæredygtigt overnatningsprodukt til brug i flere sæsoner. Projektet vil gennem fire aktivitetsspor bygge videre på tidligere projekters ambitioner og tage yderligere strategiske træk mod videreudvikling og konsolidering af fremtidens helårsturisme på Vestkysten. En overvejende andel af budgettet omfatter international markedsføring, hvilket ansøger begrundet skyldes, at der er stor konkurrence om Vestkystens prioriterede markeder og målgrupper.</p>
<p>I Gang med den Grønne Rejse</p> <p><i>Tilsagnsbeløb:</i> 1.596.445,00 kr.</p>	Destination Sønderjylland	<p>Projektet vil bidrage til, at Destination Sønderjylland og områdets turistvirksomheder kan sætte skub i udviklingen mod at blive en grøn turistdestination. Mindre end 1 pct. af virksomhederne i Sønderjylland er bæredygtighedscertificerede, og projektet vil adressere denne udfordring ved bl.a. at udbyde 1:1 sparring, workshops og inspirationsmateriale til overnatningssteder, der kan hjælpe dem frem mod en certificering. Desuden vil der blive udarbejdet en strategi for, hvordan Destination Sønderjylland arbejder med bæredygtighed i udviklingen af turismeproduktet samt information om bæredygtighed på Destination Sønderjyllands hjemmeside og kommunikationskoncept til de virksomheder, der har implementeret relevante bæredygtighedstiltag.</p>
<p>Bornholms Turisme - hele året og på hele øen</p> <p><i>Tilsagnsbeløb:</i> 5.305.863,80 kr.</p>	Destination Bornholm ApS	<p>Projektet vil iværksætte en række tiltag, som er anbefalet i "Udviklingsplan for turismen på Bornholm frem mod år 2030" med det formål at medvirke til at realisere visionen om Bornholm som et helårsbaseret, bæredygtigt og foretrukket rejsemål med høj kvalitet og international gennemslagskraft. Projektet fokuserer særligt på udvikling og organisering af styrkepositionen Outdoor, samarbejde om identitet for geografiske steder samt virksomhedsudvikling primært i forhold til anvendelse af digitale data fra den nationale dataplatform. Projektet har to hovedfokusområder: 1) Netværksdannelse og organisering af aktører indenfor outdoor og geografiske områder og 2) Virksomhedsudvikling.</p>
<p>Tilbage til fremtiden - bæredygtig gæsteservice og produktudvikling</p> <p><i>Tilsagnsbeløb:</i> 1.932.350,00 kr.</p>	Destination Himmerland	<p>Projektets formål er at videreudvikle og redefinere arbejdet med produktudvikling og gæsteservice hos turismevirksomheder i Himmerland og på Lolland-Falster med henblik på at øge markedsrelevans og konkurrencedygtighed hos aktørerne i områderne på en fremtidssikret og bæredygtig måde – til inspiration for andre destinationer. Målet er, dels at kompetenceudvikle destinationernes turismeaktører til at skabe konkurrencestærke produkter, som gæster vil rejse efter, og dels at inddrage aktørerne strategisk og</p>

Projekt og tilsagn	Ansøger	Projektbeskrivelse
		aktivt i at lede gæsterne rundt på destinationen, så de ansøres til at besøge flest mulige turismevirksomheder og attraktioner. Projektet består af fem aktivitetsspor.
<p>Det internationale potentiale i det lokale - kulturmiljøer som driver for den stedbundne turisme</p> <p><i>Tilsagnsbeløb: 734.500,00 kr.</i></p>	Maltfabrikken	<p>Det overordnede formål med projektet er at undersøge de danske kulturhuses og -miljøers rolle i turisme- og oplevelsesøkonomien. Over en projektperiode på to år og syv måneder vil projektet udvikle og teste autentiske kulturoplevelser for det internationale turistsegment med udgangspunkt i lokale erhvervsdrivende på tværs af turismebranchen. Projektet gennemføres i et partnerskab mellem de tre kulturhuse Maltfabrikken (Ebeltoft), Godsbanen (Aarhus) og Slagteriet (Holstebro) samt kulturforvaltningerne i Holstebro, Aarhus og Syddjurs kommuner. Derudover er VisitAarhus sparrings- og samarbejdspartner i projektet. Projektet består af fem aktivitetsspor.</p>