

Bilag 5.3.2 – Oversigtsnotat – Udmøntning: Lokale og tværgående turismeprojekter 2023*

Projekttitle	Ansøger	Ansøgt DEM (kr.)	Indstillet DEM (kr.)	Samlet score 0-100	Indstilling
Udviklingsplan Jyllands Østkyst	Destination Nord FMBA	3.171.925,00	3.171.925,00	81	A
<p>Projektets formål er at tilvejebringe et prioriteringsgrundlag for en langsigtet bæredygtig udvikling af turismen langs den nordlige del af Jyllands østkyst (Aarhusregionen, Destination Himmerland og Destination Nord). Projektet vil, med baggrund i Dansk Kyst- og Naturturismes model, udvikle fælles strategiske retningslinjer og udarbejde to særskilte udviklingsplaner for hhv. den nordlige og sydlige del af geografien. I projektets sidste fase skal der i forlængelse af udviklingsplanerne udarbejdes seks lokale strategisk-fysiske udviklingsplaner for udvalgte prioriterede ferieområder. Som et centralt element sikres der løbende input, politisk forankring og godkendelse af planerne i de 14 deltagende kommuner.</p>					
Grønne feriehuse	Feriehusudlejernes Brancheforening	1.575.750,01	1.575.750,01	81	A
<p>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 feriehus”, som danner grundlag for mærkningsordningen ”Grønne feriehuse”. Projektets aktiviteter består af udvikling af en app og database til ansøgning af mærket, implementering af mærket i udlejningsbureauers bookingsystemer, informationskampagne og udvikling og implementering af yderligere indikatorer i mærkningsordningen. Arbejdet med mærkningsordningen skal bidrage til Dansk Kyst- og Naturturismes arbejde med en national bæredygtighedscertificering af overnatningssteder.</p>					
Turismens Data Hub	Visit Denmark	5.256.607,49	4.426.450,80	80	A
<p>Projektets formål 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. Projektets aktiviteter har fokus på at kompetenceløfte de 19 destinationsselskaber, så de bliver i stand til at kunne gå i dialog med turismeerhvervet om de muligheder, som dataplatformen rummer. Projektets output omfatter bl.a. udvikling af et koncept- og netværksforløb for destinationsselskaber og nationale turismeorganisationer, gennemførelse af udviklingsaktiviteter i platformen samt opkobling af destinationsselskaber til platformen. Ved projektets afslutning forventes det, at alle 19 destinationsselskaber har øget deres kompetencer vedr. viden om og brug af dataplatformen, at alle 19 destinationsselskaber anvender platformen og at 76 virksomheder anvender platformen.</p>					
Outdoorturisme på Fyn og Øerne	Destination Fyn	3.527.130,33	3.527.130,33	76	A
<p>Projekts formål er at styrke Fyn og øerne som et samlet kvalitetsrejsemål inden for outdoorturisme. Det skal ske via en digital formidlingsplatform, som samler geografis outdoortilbud (cykelruter, vandrestier, fiskepladser etc.) og gør dem synlige over for både turister og borgere. Platformen skal samtidig synliggøre relevante erhverv i forbindelse med outdoorprodukterne som fx spise- og overnatningssteder, seværdigheder og butikker. I projektets sidste år gennemføres 2-3 markedsføringskampagner i Tyskland, som samtidig vil fungere som test og feedback på platformen.</p>					
Wayfinding – fra lokalt til nationalt perspektiv	Dansk Kyst- og Naturturisme	500.000,00	500.000,00	76	A
<p>Projektet vil udvikle nationale bæredygtige redskaber og principper for wayfinding. Formålet er at skabe en national konsensus i kyst- og naturturismen omkring wayfinding, og hvordan der arbejdes med wayfinding i forhold til fysisk skiltning, digital navigation og placebranding. Redskaberne der udvikles i projektet skal bygges på erfaringer og cases fra bl.a. det af bestyrelsen tidligere støttede projekt ”Vækst og værdiskabelse hos Vestkystens turismeerhverv”. Projektets aktiviteter består af vidensopsamling og erfaringsudveksling samt udvikling og formidling af redskaber om wayfinding. Principper og redskaber samles i et katalog. Derudover arbejdes der også med konkrete anbefalinger til forskellige interessentgrupper samt en konkretisering og definition af forskellige begreber inden for wayfinding og forskellige niveauer og typer af wayfinding.</p>					
TOURISM TOGETHER	Wonderful Copenhagen	9.239.952,00	7.294.425,33	75	A
<p>Projektet adresserer borgeropbakning som forudsætning for fortsat turismevækst i hovedstaden og vil bl.a. arbejde med aktuel forebyggelse af borgermodstand mod turismen samt den mere langsigtede strategiske destinationsudvikling (fx via aktiviteter, der har fokus på hhv. mere geografisk spredning af turister samt ”klogere” samling af turister). Sammenhængen mellem København og resten af Greater Copenhagen skal styrkes og forbedre forudsætningerne for lokal forankring og vækst af turismen i hele regionen. Med afsæt i internationale erfaringer vil projektet fx udvikle en ”københavnmodel” for lokalinddragelse i destinationsudviklingen, der skal bidrage til at københavnernes fortsat bakker op om vækst i turismen i København.</p>					

PEOPLE & PLACES CONNECTED - new synergies and value for cities, coast and countryside in the Aarhus Region	Fonden Visit Aarhus	7.157.054,00	5.650.093,85	75	A
Projektet adresserer et pressende behov for at skabe en stærkere sammenhængskraft på tværs af geografi, aktører og forretningsområder i Aarhusregionen. VisitAarhus vil tage lederskab på destinationens bæredygtige turismeudvikling gennem en række aktiviteter, der styrker hhv. samarbejde mellem turismevirksomheder og borgere, bæredygtige omstilling og medansvar hos virksomhederne med henblik på bl.a. at genvinde internationale gæster og bidrage til mere hensigtsmæssig spredning af gæster i destinationen. Konkret vil projektet bl.a. udvikle nye samarbejdsmodeller, dialog- og netværksformer, der styrker den lokale deltagelse og opbakning, ideudvikle koncepter for regenerative oplevelser til gavn for natur, turister og lokalsamfund samt udvikle stedsbaserede videns- og dataindsatser (koblet til en national dataplatform).					
Strategic Marketing Alliance - Zealand (SMA-Z)	Visit Lolland-Falster A/S	9.735.524,50	7.685.652,10	75	A
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. Alt dette for at stå så stærkt som muligt inden Femern Belt-forbindelsen. Udover et skærpet fokus på udenlandske turister fokuserer projektet på udnyttelse af kapaciteten i en større del af året.					
Jagten på "De grønne idealister"	Destination Nordvestkysten	14.825.000,00	11.703.508,36	75	A
Ansøger vil sammen med de to øvrige destinationer langs Vestkysten 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 stedbundne Vestkyst-styrkepositioner inden for autocamperturisme samt feriehuse som et bæredygtigt overnatningsprodukt til brug i flere sæsoner. Derudover omfatter projektet international markedsføring og analyse. Fokus er særligt på målgruppen "De grønne idealister", som værdsætter og efterspørger den kultur og natur, som Vestkysten rummer.					
I Gang med den Grønne Rejse	Destination Sønderjylland	1.596.445,00	1.596.445,00	75	A
Formålet med projektet er, at Destination Sønderjylland i samarbejde med turismeerhvervet i destinationen får igangsat udviklingen mod at blive en grøn turistdestination. Under 1 pct. af virksomhederne i Sønderjylland er i dag bæredygtighedscertificerede. Den udfordring vil projektet adressere ved bl.a. at udbyde 1:1 sparringsforløb og workshops målrettet turismevirksomhederne, og der vil blive udarbejdet inspirationsmateriale målrettet overnatningssteder, der kan hjælpe dem frem mod en certificering. Derudover vil man i projektet udarbejde en strategi for, hvordan Destination Sønderjylland skal arbejde med bæredygtighed i udviklingen af turismeproduktet og webkommunikation om bæredygtighed.					
Bornholms Turisme - hele året og på hele øen	Destination Bornholm ApS	6.721.012,91	5.305.863,80	75	A
Formålet med projektet er at iværksætte en række tiltag, som er anbefalet i <i>Udviklingsplan for turismen på Bornholm frem mod år 2030</i> med det formål at bidrage til realiseringen af 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", samarbejder 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.					
Tilbage til fremtiden - bæredygtig gæsteservice og produktudvikling	Destination Himmerland	1.932.350,00	1.932.350,00	71	A
Projektets formål er at videreudvikle og redefinere måden, der arbejdes med produktudvikling og gæsteservice på, så Himmerland og Visit Lolland-Falster får markedsrelevans og konkurrencedygtighed på en fremtidssikret og bæredygtig måde. Målet er at kompetenceudvikle destinationernes turismeaktører til at skabe konkurrencestærke produkter, som gæster vil rejse efter og samtidig inddrage dem strategisk og aktivt i at lede gæsterne rundt på destinationen, så de ansøres til at besøge og bruge penge hos flest mulige turismevirksomheder og attraktioner – alt sammen for i den sidste ende at øge gæstetilfredsheden, den lokale turismeomsætning og skabe arbejdspladser til følge. Resultatet af projektet er at bidrage til flere overnatninger især i skuldarsæsoner, øge turismeomsætningen, sikre bedre gæstetilfredshed og flere frivillige værter i gæsteservicen.					

Det internationale potentiale i det lokale - kulturmiljøer som driver for den stedbundne turisme	Maltfabrikken	734.500,00	734.500,00	70	A
Projektets formål er at undersøge de danske kulturhuses og kulturmiljøers rolle i turisme- og oplevelsesøkonomien. Projektet gennemføres i et partnerskab mellem de tre kulturhuse Godsbanen, Maltfabrikken og Slagteriet, samt kulturforvaltningerne i Holstebro, Aarhus og Syddjurs kommuner. I projektperioden vil man udvikle og teste autentiske kulturoplevelser for det internationale gæstesegment med udgangspunkt i lokale erhvervsdrivende på tværs af turismebranchen. Projektets vigtigste output og resultater omfatter etablering af et nyt tværregionalt videns- og praksissamarbejde mellem de tre kulturhuse, der skal give indsigt i hvordan kulturhuse kan forbedre turismeprøder og gæsteoplevelser, udvikling og trykprøvning af minimum ni prototyper på nye gæsteoplevelser samt udarbejdelse af en rapport inkl. handlekatalog med case-beskrivelser, der gøres tilgængelig for alle kommuner og kulturhuse i Danmark.					
RE:TURN – udvikling af en regenerativ event	VisitHerning	1.892.500,00	0,00	65	C
Projektet har til formål at udvikle et koncept for et event, der både er regenerativt og har regenerativitet som tema. Det regenerative event skal forstås som et koncept, hvis indsatser er stærkt forankrede i og i balance med lokalsamfundet, således eventet medfører flere positive end negative effekter, både i form af CO2-udledning og værdiskabelse for destinationen. Langt størstedelen af VisitHernings turismeomsætning kommer fra erhvervs- og mødeturismen, hvorfor VisitHerning med projektet kan understøtte eventudviklingen og -tiltrækningen de kommende år, herunder stå stærkere i den internationale konkurrence om at tiltrække enkeltstående og megaevents.					
Danmarks Maddestinationer 2.0	Visit Lolland-Falster A/S	6.302.210,00	0,00	65	C
Projektet Danmarks Maddestinationer 2.0 bygger videre på Danmarks Maddestinationer, der blev iværksat i 2021 og har til formål at skabe øget omsætning og flere overnatninger gennem målrettet udvikling af flere og bedre madoplevelser til turister. Således vil Danmarks Maddestinationer 2.0 fortsætte udviklingen af flere, bedre og nye oplevelser, hvor maden udgør en væsentlig del af turismeprødet for danske og udenlandske turister. Fokus er ikke på madturister i snæver forstand, men på maden i turismen, der udgør en voksende del af døgnforbruget, skaber nye arbejdspladser og bidrager til at gøre de danske destinationer endnu mere attraktive som rejssemål.					
Bæredygtige møde- og konferencetilbud i Naturpark Lillebælt	TietgenSkolen	1.993.103,00	0,00	65	C
Projektet vil styrke samarbejde og samspil mellem erhvervsturismevirksomheder og turismeaktører i og omkring Naturpark Lillebælt med henblik på at tiltrække erhvervsturister fra ind- og udland til områdets unikke natur, grønne profil og centrale placering. Kvalitet og bæredygtighed skal øges i erhvervsturismeprødet, via bl.a. udvikling af et fælles kapacitetsdelingsværktøj og kompetenceudvikling af områdets turismeaktører.					
Landboturisme 2.0 på Bornholm	Bornholms Landbrug & Fødevarer	914.939,92	0,00	60	C
Projektet skal fordele turismen bedre på Bornholm ved at flytte turister fra den velbesøgte bornholmske kyst ind til det mere ukendte, åbne landskab på den indre ø. Bornholm har siden COVID-19-pandemien haft en stigning i antallet af turister, hvilket nu er tæt på sit maksimum ved kystbyerne, hvorfor projektet skal forsøge at afhjælpe dette. På den indre ø skal udvikles bondegårdsovernatninger og bondegårdsoplevelser samt oplevelser inden for fødevarer og natur, der tillige vil understøtte mikroturismen på øen.					
Ø-high 5 - Samarbejde om turismeservice aktiviteter i 5 ø kommuner	Destination Vadehavskysten	1.650.000,00	0,00	59	C
Projektets formål er at skabe nye forudsætninger for at flere af højsæsonens gæster kommer på genbesøg i skuldersæsonerne på Læsø, Samsø, Ærø, Fanø og Langeland. Med afsæt i erfaringerne fra events som "Lys i Mørket", Ø-Golfturning og Ø-skattejagt fra et igangværende projekt, er ambitionen at udvikle en ny strategisk tilgang og en praksisorienteret handlingsplan i organisationer med begrænsede ressourcer og et afgrænset ø-samfund som ramme.					
GASTRO DRØMMER STORT - Sådan oversætter restaurationsbranchen den bæredygtige turismestrategi	Danmarks Restauranter og Caféter	1.200.000,00	0,00	55	C
Danmarks Restauranter og Caféter vil med projektet bidrage til at løfte restaurationsbranchens bæredygtighedsarbejde, så 70 pct. af restauranterne - i lighed med overnatningsstederne - er bæredygtighedscertificerede i 2030. Projektet består af forberedelse, afvikling, evaluering og måling af effekten af bæredygtighedsarbejdet af fire store fysiske dialogmøder på tværs af landet. Dialogmøderne skal, via bl.a. oplæg fra frontløbere indenfor bæredygtighed bidrage til at inspirere og oplyse deltagerne til at gøre deres forretning mere bæredygtig mhp. at imødekomme B2C og B2B kunders efterspørgsel og gøre dem i stand til at overholde forventede, fremtidige lovkrav. Projektet vil i forbindelse med møderne tilbyde deltageraktiviteter at få udarbejdet en bæredygtighedshandleplan.					

De levende bymidter i St. Heddinge og Faxe Ladeplads	Stevns Erhvervsråd	517.535,00	0,00	51	C
Formålet med projektet er at skabe lokalt forankret udvikling i to mindre byer i Stevns og Faxe kommuner. Projektet inddrager lokale interessenter fra de to byer St Heddinge og Faxe Ladeplads med fokus på at udvikle nye aktiviteter og events i byerne, som dels skal styrke den lokale opbakning til øget turisme i byerne og dels skal være med til at tiltrække flere danske og internationale turister til byerne. Målsætningen er at øge turismeforbruget lokalt samtidigt med at skabe grobund for en stærkere oplevelsesøkonomi.					
Turisme-SMV'ers arbejde med bæredygtighed	Dansk Turismefremme	580.840,00	0,00	44	C
Ansøger vil sammen med partneren Erhvervsakademi Dania i Randers identificere SMV'ere i turistbranchen, der har behov for at arbejde med bæredygtighed og grøn omstilling, men som oplever specifikke udfordringer. Projektet vil gøre små og mellemstore virksomheder i den danske turismebranche til aktive medspillere i den grønne omstilling; angiveligt fordi flere og flere privat- og erhvervs-kunder har et øget fokus på bæredygtighed og til- og fravælger leverandører af produkter og ydelser på baggrund af deres bæredygtighedsprofil.					
Øget turisme gennem forbedret turismeservice og lokal opbakning**	Frederiksberg Erhvervsforening	2.000.000,00	-	-	-
Projektet vil udvikle den lokale by-turisme på Frederiksberg med størst mulig involvering af lokale borgere og virksomheder med det formål at fremme udviklingen af et bæredygtigt kultur-, handels- og byliv. Projektet vil bl.a. arbejde med den lokale accept og engagement og udvikle nye standarder for den lokale turismeservice med henblik på at tiltrække flere turister. Konkret vil projektet etablere min. to lokale turistpoints på Frederiksberg med udvidet turismeservice.					
Total		83.024.379,24 kr.	55.103.894,58 kr.	-	-

* Sekretariatets indstillingsnotater og selve ansøgningsskemaerne er tilgængelige for bestyrelsen på AdminControl.

** Ansøgningen er ikke vurderet i henhold til annonceringens vurderingskriterier, da sekretariatet har vurderet, at den ikke opfylder annonceringens formelle ansøgningskrav.