

## NOTAT

23. januar 2024  
2023-16179

### Bilag 6.2.3: Idébeskrivelse: Lokale og tværgående turismeprojekter 2024

#### Formål

Bestyrelsen skal tage stilling til annoncering af puljen for lokale og tværgående turismeprojekter for 2024, der støtter projekter inden for rammerne af bestyrelsens strategi og den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme.

#### 1. Strategisk ophæng

Turisme er en dansk styrkeposition med stor betydning for vækst og beskæftigelse i hele Danmark. Efter COVID-19 har turismen været i vækst både nationalt og internationalt. 2022 var nyt rekordår, hvor der blev målt 62,9 mio. overnatninger på landsplan. Også 2023 tegner positivt med antallet af overnatninger, og i perioden januar til oktober en anelse over niveauet for samme periode sidste år. VisitDenmark vurderer, at efterårets positive tal vil fortsætte og medføre, at 2023 bliver endnu et rekordår for dansk turisme.

Selv om dansk turisme er tilbage på vækstsporet, forventes der i de kommende år hård international konkurrence om at vinde og fastholde markedsandele. Erhvervet er præget af en række strukturelle udfordringer, og det er derfor vigtigt, at indsatsen bidrager til, at der investeres i turismeproduktet og turismeoplevelsen. Indsatsen skal ifølge bestyrelsens strategi bl.a. medvirke til at øge innovativitetshøjden i turismeerhvervet og udnytte de potentialer, der ligger i anvendelsen af ny teknologi, data, AI m.v. og bæredygtig omstilling, ligesom der også er behov for at adressere udfordringerne med mangel på kvalificeret arbejdskraft.

Turisme er én af bestyrelsens syv signaturindsatser, der rummer i alt fem udviklingsspor for dansk turisme: 1) Bæredygtig og grøn turismeudvikling i Danmark, 2) Sammenhængende branding, international markedsføring og turistinformation, 3) Kapacitet, planlægning og øgede investeringer, 4) Destinationsudvikling og udvikling af kvaliteten af det danske turismeprodukt, 5) Styrket innovation og digitalisering af dansk turisme. Derudover udmøntes puljen, jf. lov om erhvervsfremme, inden for rammerne af National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme.

Siden 2019 har bestyrelsen gennemført fem annonceringer af puljen og udmøntet i alt 295,5 mio. kr. til 96 projekter. Antallet af støttede projekter har været faldende gennem årene (fra 28 i 2019 til 13 i 2023), hvilket bl.a. skyldes, at destinationsselskaberne i stigende grad arbejder sammen på tværs i større projekter om bl.a. bæredygtighed, digitalisering og strategisk planlægning. I modsætning hertil står 2019, der var præget af flere individuelle konsolideringsprojekter i kølvandet på erhvervsfremmereformen. Erfaringerne fra de hidtidige udmøntninger samt en temaevaluering af indsatsen i 2022 peger i retning af dels et skærpet fokus på bæredygtighed og effektskabelse. Og dels et fokus på udvikling af turismeproduktet (gæsterejsen) på tværs af destinationer, hvor det indholdsmæssigt giver mening, gerne i forskellige projektkonstellationer, hvor der både er mulighed for at teste nye ideer og skalere tidligere succesfulde indsatser.

#### ERHVERVSSTYRELSEN

Vejsløvej 29  
8600 Silkeborg

Tlf. 35 29 17 00  
CVR-nr 10 15 08 17  
E-post deb@erst.dk  
www.erst.dk

#### ERHVERVS MINISTERIET

## 2. Forventede resultater og effekter

Turismevirksomheder indgår i komplekse værdi- og effektkæder, da turismeprodukter ofte skabes af flere virksomheder og offentlige produkter/tilbud. Projekternes resultatskabelse forventes på forskellig vis at løfte destinationer og virksomheder: I nogle destinationer gennem øget økonomisk vækst hos turismevirksomheder, og i andre virksomheder en på kort sigt mere begrænset økonomisk vækst, men til gengæld øget bæredygtighed (fx via geografisk/sæsonmæssig spredning i antallet af overnatninger) og bidrag til opbygning af virksomhedernes robusthed og resiliens.

Indsatsen bidrager til at indfri bestyrelsens fire strategiske målsætninger, jf. tabel.

Målsætninger	Indsatsens bidrag til bestyrelsens målsætninger
<b>Understøtte virksomhedernes omstilling</b>	Høj andel af de deltagende turismevirksomheder får bedre forudsætninger for bæredygtighed.  Høj andel af deltagervirksomheder forventer øget produktivitet.
<b>Fremme danske styrkepositioner</b>	Deltagervirksomheder fra turismeerhvervet øger antallet af overnatninger og omsætning fra internationale gæster (øget eksport).  Øget omsætning i turismeerhvervet.
<b>Førenkle fremtidens erhvervsfremme</b>	Høj andel af deltagervirksomheder oplever øget enkelthed i indsatser.  Høj andel af deltagervirksomheder er tilfredse med indsatsen.  Indsatsen skaber øget kendskab til turismeindsatsen.
<b>Tilbyde indsatser for hele landet</b>	Geografisk balanceret deltagelse fra turismevirksomheder.

Resultaterne bidrager også til implementering af den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme med fx flere overnatninger, øget omsætning og bæredygtig omstilling i turismevirksomheder, og indsatsen har et klart decentralt fokus på at skabe effekt og værdi for borgere og lokalsamfund i hele landet.

## 3. Bestyrelsens strategiske rum

### 3.1. Oplæg til indhold og målgruppe

Indsatsen målrettes tre af bestyrelsens fem udviklingsspor under signaturindsatsen for turisme (udviklingsspor 1, 4 og 5). Med dette strategiske ophæng vil bestyrelsen med indsatsen igangsætte projekter, der fx:

- fremmer udviklingen af mere miljømæssigt bæredygtige produkter og inspirerer til mere bæredygtige valg, adfærd og forbrug (jf. udviklingsspor 1)
- underbygger lokale særkender, skaber autentiske og unikke destinationsidentiteter, udvikler stedbunden kultur og øger kvaliteten af turismeproduktet (jf. udviklingsspor 4)

- styrker innovationskraften og digitaliseringen i turismevirksomheder, udvikler startups, iværksættere og datasamarbejder og sikrer koblingen til det etablerede erhverv (jf. udviklingsspor 5)

Fokuseringen skal ses i lyset af erfaringer fra de seneste års projekter, en ekstern temaevaluering og den aktuelle fremgang i turismeerhvervet. Udviklingsaktiviteter inden for de tre spor prioriteres, da de vurderes at bidrage til en bæredygtig og innovativ udvikling og potentialerealisering i turismebranchen, ligesom udviklingsspor 3 fravælges, idet disse aktiviteter støttes under puljen til "Udvikling af turismeområder II".

Projekter med udviklingsaktiviteter under et af de tre udviklingsspor kan indeholde markedsføring af de danske destinationer over for internationale turister i et mindre omfang, så markedsføring og udvikling går hånd i hånd.

Som et tværgående hensyn kan projekter inden for de tre udviklingsspor med fordel indeholde socialt bæredygtige elementer, så turismen bliver værdiskabende for borgere, medarbejdere og lokalsamfund - fx ift. at tiltrække kvalificeret arbejdskraft, skabe helårsjobs, understøtte geografisk og sæsonmæssig spredning af turister (helårsturisme), øge medarbejdertilfredsheden og bekæmpe turismens negative konsekvenser som følge af fx høj koncentration af turister i bestemte områder.

Det vil som tidligere være muligt at søge midler til både nye indsatser og indsatser, der succesfuldt følger op på projekter, der har modtaget tilskud fra puljen i 2019-2023 (skalering). Herudover vil det i begrænset omfang være muligt at søge midler til et mindre antal innovative og nyskabende test-/pilotprojekter, hvor nye initiativer kan prøves af med henblik på efterfølgende skalering, jf. anbefalingerne fra den gennemførte temaevaluering i 2022.

Målgruppen for indsatsen er virksomheder i hele turismens værdikæde over hele landet og inden for dansk turismes tre forretningsområder, dvs. kyst- og naturturisme, storbyturisme samt erhvervs- og mødeturisme. Virksomhedernes behov og potentialer er i centrum for indsatsen, men virksomhedsudviklingen skal gå hånd i hånd med den lokale destinationsudvikling, så indsatserne kommer hele destinationer og både turister og borgere til gavn.

### 3.2. Oplæg til udvælgelse af ansøgninger

#### **Krav til ansøgninger**

##### **Oversigt over krav**

##### **Krav til økonomi**

Der skal i 2024 udmøntes i alt 56,9 mio. kr. via puljen til lokale og tværgående turismeprojekter, som er øremærket til formålet, jf. finansloven for 2024. 45,5 mio. kr. kan kun søges af de tværkommunale destinationsselskaber, mens 11,4 mio. kr. også kan søges af andre turismefremmeaktører. Projekterne skal have et samlet udgiftsbudget på minimum 3 mio. kr.<sup>1</sup>, og støtteprocenten er maksimalt 50 pct. af udgifterne. Af hensyn til puljens størrelse og tidligere års ansøgte beløb kan der maksimalt ansøges om i alt 10 mio. kr. i DEM-tilskud. Udgifter til aktiviteter vedr. international markedsføring<sup>2</sup> må maksimalt udgøre 25 pct. af udgiftsbudgettet, mens udgifter til national

<sup>1</sup> Dog undtaget destinationsudvikling i ø-kommuner uden for destinationsselskab, hvor grænsen er 1 mio. kr.

<sup>2</sup> Projekter, som modtager tilskud til international markedsføring, skal dokumentere dialog/koordinering med VisitDenmark vedrørende kampagner, som skal gennemføres inden for rammerne

markedsføring ikke er tilskudsberettigede. Udgifter til faciliteter, anlæg og infrastruktur skal indgå i en strategisk satsning og kan kun udgøre en mindre del af det samlede projektbudget. Der gives ikke tilskud til køb af jord eller bygninger.

Det foreslås, som i tidligere annonceringer, at der udover den afsatte ramme på 56,9 mio. kr. helt ekstraordinært kan afsættes op til 15 pct yderligere, som kan tilføres, hvis der f.eks. indkommer ekstraordinært mange ansøgninger, som scorer mere end 65 point, og der ansøges for mere end den afsatte ramme. Midlerne kan tilvejebringes fra de decentrale erhvervsfremmemidler, herunder eventuelle tilbageløbsmidler. Bestyrelsen træffer beslutning om evt. brug af disse yderligere midler på det bestyrelsesmøde, hvor der tages stilling til de indkomne ansøgninger under indsatsen.

#### **Krav til geografi**

De danske destinationer står overfor både potentialer og udfordringer, der går på tværs af destinationsgrænser, og hvor der er behov for fælles regionale eller nationale indsatser, men også potentialer og udfordringer, hvor der er behov for mere lokale indsatser. Der foreslås derfor en annoncering, der giver mulighed for at søge til både landsdækkende og geografisk afgrænsede indsatser, men hvor det tilstræbes, at der samarbejdes på tværs af geografier, hvor det er relevant.

#### **Krav til potentielle ansøgere**

Destinationsudviklingspuljen på 45,5 mio. kr. kan kun søges af de tværkommunale destinationselskaber, mens de resterende 11,4 mio. kr. også kan søges af øvrige private og offentlige turismefremmeaktører i Danmark (fx de nationale turismeutviklingselskaber, foreninger, virksomheder m.fl.) herunder til destinationsudvikling i økommuner, jf. finansloven for 2024. Der kan dog *ikke* søges til driftsaktiviteter og/eller til udvikling af udelukkende egen virksomhed/organisation. For at komme i betragtning til tilsagn skal projekter respektere aftalen mellem Erhvervsministeriet og KL om konsolidering af den kommunale turismefremme, ligesom partnerkredsens arbejdsdeling i de støttede aktiviteter skal overholde arbejdsdelingen i lov om erhvervsfremme.

#### **Krav til projektperiode**

Projekter skal gennemføres i perioden 2024-2027, og det enkelte projekt kan have en projektlængde på op til fire år.

### **Kriterier til at vurdere ansøgninger**

Forvaltningsmyndigheden vil vurdere ansøgninger efter nedenstående kriterier. Kriterierne vil blive bedømt på en pointskala. Den samlede score er et vægtet gennemsnit af scorerne på hvert kriterium. Ansøgninger skal både opnå mindst 65 pct. af de mulige point samlet set og mindst 50 pct. af mulige point i hvert kriterium for at komme i betragtning til midler.

<b>Vurderingskriterier</b>	<b>Vægt</b>
<b>Resultater og effekter</b>	50 pct.
Der lægges vægt på:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- at det ansøgte projekt sandsynliggør via fx deltagelse/opbakning, at det tager udgangspunkt i turismevirksomheders behov for udvikling og omstilling</li> <li>- at det ansøgte projekt med aktiviteter inden for et eller flere af bestyrelsens <u>tre prioriterede udviklingsspor (1, 4 og 5)</u> for dansk turisme, bidrager til bestyrelsens overordnede målsætninger, jf. tabel 1 og understøtter en miljømæssig, social og økonomisk bæredygtig vækst i dansk turisme, jf. pejlemærker og indikatorer i den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme<sup>i</sup>, (afsnit 4)</li> <li>- at det ansøgte projekt udbreder/skalerer erfaringer fra tidligere effektfulde indsatser på tværs af destinationer og i relevante samarbejder eller er nyskabende/innovativt</li> </ul>	

af Danmarks-brandet "The Land of Everyday Wonder", jf. lov om dansk turisme. For aktiviteter vedr. international markedsføring skal der angives måltal i henhold til VisitDenmarks gældende effektmålingsmetode.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- at det ansøgte projekts effektkæde er klar, logisk og omkostningseffektiv med relevante forudsætninger og høj grad af sandsynlighed for succes og lav grad af risiko</li> </ul>	
<b>Partnerskab og samarbejde</b>	20 pct.
Der lægges vægt på: <ul style="list-style-type: none"> <li>- at det ansøgte projekt har en solid og relevant organisering med stærk projektledelse, tilstrækkelig projektkapacitet og en effektiv intern samarbejdsmodel</li> <li>- at det ansøgte projekt har en klar rolle-, opgave- og ansvarsfordeling i henhold til de deltagende aktørers kerneopgaver og -kompetencer</li> </ul>	
<b>Forenkling og forankring</b>	30 pct.
Der lægges vægt på: <ul style="list-style-type: none"> <li>- at ansøger har sandsynliggjort, at de ansøgte aktiviteter er tilrettelagt (administrativt) enkelt for brugerne, herunder at eventuelle virksomhedsrettede aktiviteter er tilrettelagt (administrativt) enkelt set fra et brugerperspektiv</li> <li>- at ansøger har anskueliggjort, at projektets resultater forankres på hensigtsmæssig vis efter projektets afslutning</li> <li>- at de ansøgte aktiviteter hensigtsmæssigt koordineres med andre projektrelevante erhvervs- og turismefremmeaktører og -initiativer (fx destinationsselskaber, erhvervshuse, VisitDenmark og/eller de nationale turismeudviklings-selskaber) – og at disse aktører (hvor relevant) inddrages i projektet, så deres specialiserede kompetencer bringes i spil og overlap til andre projekter/aktiviteter undgås</li> </ul>	

### **Metode til fordeling af midler**

DEM-midlerne fordeles i udgangspunktet efter bestyrelsens hovedregel, der tilsiger, at puljemidlerne fordeles fra toppen til de ansøgninger, der scorer flest point. Der indføres dog et forbehold for, at tilsagnsbeløbet til den enkelte ansøgning kan reduceres til et delvist tilsagnsbeløb under hensyntagen til hhv. projektansøgningens kvalitet (score), projektaktiviteternes skalerbarhed, projektbudgettets størrelse og puljens samlede midler.

### **Videre proces**

Annoncering sker efter indgåelse af strategiaftale mellem bestyrelsen og ministeren og koordineres med lanceringen af den nye strategi.

## <sup>i</sup> Pejlemærker og indikatorer for dansk turisme frem mod 2030

Den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme sætter retning frem mod 2030. Som det fremgår af strategiens vision for 2023, skal turismen styrke dansk økonomi og det danske samfund gennem en miljømæssig, økonomisk og socialt bæredygtig vækst, der skaber værdi for borgere, turister og lokalsamfund. I forlængelse af visionen skal dansk turisme balancere de tre bæredygtighedsdimensioner (miljømæssig, økonomisk og social), så de understøtter hinanden, og alle indgår i udviklingen af dansk turisme. Visionen skal realiseres gennem tre pejlemærker i et fællesskab mellem turismeaktørerne i Danmark.

Ansøgere til puljen til lokale og tværgående turismeprojekter skal bidrage til opfyldelsen af pejlemærker og 2030-indikatorer, se tabel nedenfor.

### *Pejlemærker og indikatorer for dansk turisme frem mod 2030*

Pejlemærker	Indikatorer for 2030
Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaaftryk	Alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificeret.
	70 pct. af alle overnatningssteder i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede.
	Danmark skal ligge nummer 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsmål.
Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark	Turismeomsætningen i Danmark skal nå 190 mia. kr.
	Dansk turisme skal runde 72 mio. overnatninger.
	Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 2/3 dele af overnatninger i 2023.
Tilfredse turister, borgere og medarbejdere	Danmark skal ligge i top 3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet.
	Borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning som positiv for det danske samfund øges.
	Mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet skal være tilfredse med deres job som helhed.