

Annoncering: Midler til lokale og tværgående turismeudviklingsprojekter

Turisme er et internationalt væksterherv, som bidrager til at skabe udvikling og beskæftigelse i hele Danmark. Både langs de danske kyster, i landdistrikterne og i landets større byer. I 2016 omsatte danske og udenlandske turister samlet for godt 108 mia. kr. i Danmark og var med til at skabe ca. 136.000 fuldtidsarbejdspladser på tværs af landet¹.

Den stærke internationale konkurrence peger dog på et fortsat behov for at udvikle dansk turisme og skabe stærke og attraktive destinationer i Danmark, så turisterne kan få en helstøbt oplevelse af et feriemål, der kan konkurrere internationalt.

Andre konkurrerende lande har haft større fokus på samlet destinationsudvikling end Danmark. Eksempelvis ser man inden for kyst- og naturturisme en stigende konkurrence fra bl.a. Nordtyskland, hvor man har set en højere vækst, der bl.a. har været båret af store investeringer og en professionalisering af både erhvervet og den offentlige turismefremmeindsats.

Med afsæt i *Strategi for decentral erhvervsfremme 2019* ([link](#)) annoncerer Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse 50 mio. kr. til lokale og tværgående turismeudviklingsprojekter, hvoraf 40 mio. kr. er målrettet destinationsselskaber.

Turismemidlerne udmøntes i to puljer

Turismemidlerne på 50 mio. kr. i 2019 udmøntes i to særskilte puljer:

- a) *Destinationsudviklingspuljen* på 40 mio. kr. er forbeholdt destinations-selskaber (jf. bilag 1: Ansøger- og tildelingskriterier).
- b) *Puljen for lokal og tværgående turismeudvikling* på 10 mio. kr. kan søges af alle aktører og er tiltænkt projekter inden for lokal og tværgående turismeudvikling, herunder bl.a. destinationsudvikling i ø-kommuner.

Midlerne skal støtte projekter inden for rammerne af *Den nationale strategi for dansk turisme* ([link](#)), som også er afspejlet i *Strategi for decentral erhvervsfremme 2019*. Den nationale turismestrategi fastsætter følgende pejlemærker for Danmark som turismeland frem mod 2025:

¹ Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne, Det Nationale Turismeforum (november 2018).

ERHVERVSSTYRELSEN

Vejlsøvej 29
8600 Silkeborg

Tlf. 35 29 17 17

CVR-nr 10 15 08 17

E-post deb@erst.dk

www.erst.dk

ERHVERVS MINISTERIET

- Dansk turisme skal opnå en vækst på en tredjedel i antallet af turismeovernatninger, svarende til op mod 17 mio. overnatninger i forhold til 2015.
- Turismeomsætningen skal nå 140 mia. kr., svarende til en vækst på ca. 45 mia. kr. i forhold til 2014.
- De udenlandske turister skal være mindst lige så tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark som gennemsnittet for Nordeuropa.

Turismemidlerne skal understøtte realiseringen af de nationale pejlemærker for dansk turisme. Midlerne skal også understøtte den konsolidering af den kommunale turismefremmeindsats i 15-25 destinationsselskaber inden udgangen af 2020, som er aftalt mellem regeringen og KL.

Indsatsområder

Både destinationsudviklingspuljen og puljen for lokal og tværgående turismeudvikling støtter projekter inden for følgende tre indsatsområder, der fremgår af *Strategi for decentral erhvervsfremme 2019*:

1. **Stærke og attraktive destinationer:** Projekter, der fremmer udviklingen af stærke og attraktive destinationer i Danmark med attraktive overnatningsmuligheder, gode spisemuligheder og en bred vifte af oplevelsestilbud, som kan matche turisternes efterspørgsel.
2. **Kvalitetsoplevelser til turisterne:** Projekter, der fremmer udviklingen af kvalitetsoplevelser til turisterne, så kvalitet og pris matcher, fx i form af lokale samarbejder om turistoplevelser af høj kvalitet, og udnyttelse af potentialet i oplevelsesøkonomien, fx store sports- og kulturbegivenheder. Det kan ske ved at udnytte mulighederne ved digitalisering og ny teknologi.
3. **Effektiv international markedsføring:** Projekter, der understøtter en mere effektiv markedsføring – herunder digital markedsføring – målrettet relevante målgrupper. Der gives kun støtte til international markedsføring.

Projekter kan gå på tværs af indsatsområder. Det skal fremgå af ansøgningen, hvilket indsatsområde projektet primært dækker.

Det er et krav, at aktiviteter vedrørende international markedsføring af danske turismeprodukter og -oplevelser og branding af Danmark som turistmål forudgående koordineres med VisitDenmark, jf. lov om dansk turisme. Det skal fremgå af ansøgningen, hvordan den forudgående koordinering med VisitDenmark konkret vil finde sted.

Der kan søges støtte til projekter inden for alle turismens forretningsområder: kyst- og naturturisme, storbyturisme og erhvervs- og mødeturisme.

Projekter kan geografisk gennemføres inden for en enkelt eller på tværs af flere destinationer, herunder landegrænser.

Nedenfor fremgår en ikke-udtømmende liste over temaer for begge puljer, som aktører kan søge midler til.

Indsatsområde 1: Stærke og attraktive destinationer

- **Konsolidering i destinationsselskaber:** Etableringen af stærke og attraktive destinationer skal bl.a. ske gennem konsolidering af mindre aktører i destinationsselskaber. Projekter kan understøtte konsolideringen i destinationsselskaber ved fx at støtte lokal strategidannelse, konsolideringsplaner og kompetenceudvikling af medarbejdere, digitalisering af turistservice og strategi for nedlukning af fysiske turistkontorer samt andre projekter i destinationen.
- **Udvikling af stærke destinationer:** Udviklingen af større og stærkere destinationer er vigtig for Danmarks konkurrencedygtighed i den internationale konkurrence om turisterne. Projekter kan fremme udviklingen af stærke destinationer ved blandt andet at understøtte øget tilgængelighed og kapacitetsudvidelse, formulere udviklingsplaner, udvikle bæredygtige produkter og løsninger eller understøtte virksomheders brug af ny teknologi, digitale muligheder og nye forretningsmodeller.
- **Brand og kernefortælling:** Attraktive destinationer og sammenhængende oplevelser kan styrkes gennem en fælles kernefortælling. Ligeledes kan en sammenhængende og koordineret turismeudvikling sikre, at lokale tiltag inden for en destination eller på tværs af destinationer har ophæng i en fælles strategi, brand og kernefortælling. Projekter kan understøtte etableringen og videreudviklingen af stærke destinationer gennem arbejde med brand og kernefortælling.

Indsatsområde 2: Kvalitetsoplevelser til turisterne

- **Sammenhængende oplevelser for turisterne:** Turisternes helhedsoplevelse er forment både af de offentlige tilbud på en destination, herunder infrastruktur, kulturtilbud og adgang til naturoplevelser, og af private overnatnings- og oplevelsestilbud, som fx spise- og shoppingmuligheder samt attraktioner. Projekter kan bidrage til at skabe sammenhængende oplevelser for turisterne, herunder have fokus på sæsonforlængelse.
- **Udvikling af lokale kvaliteter:** Stedbundne og lokale særkender og kvaliteter skaber mangfoldighed, variation og differentiering (*reason to go*) for turisterne. Det kan give anledning for turister til at besøge flere steder og bevæge sig mere rundt på destinationen samt at komme igen. Projekter kan medvirke til at styrke og udvikle lokale kvaliteter og særkender.
- **Sammenhæng mellem pris og kvalitet:** Danmark er et relativt dyrt land at holde ferie i. Derfor er der behov for at styrke turismeerhvervets muligheder for at levere tilstrækkelig kvalitet for pengene. Projekter kan udvikle

koncepter, der i større grad skal få turister til at opleve *value for money*. Det kan fx være gennem udvikling af nye forretningsmodeller, partnerskaber, udnyttelse af ny teknologi og digitale muligheder samt ved at fokusere på god service og produktudvikling.

- **Målrettede oplevelser:** Destinationers tilbud, målgrupper og sæson kan udvides ved at skabe målrettede oplevelser i forskellige temaer og på forskellige tidspunkter af året. Projekter kan fx arbejde med aktiviteter, der er målrettet erhvervs- og mødeturister, kultur- og eventturister, gastroturister, outdoor-turister eller udvikling af produkter og oplevelser til andre målgrupper, herunder seniorer og personer med særlige behov.

Indsatsområde 3: Effektiv markedsføring

- **Sammenhængende markedsføring:** Koordineret, digital og sammenhængende markedsføring skal tiltrække flere internationale turister, understøtte turisternes helhedsoplevelse af en given destination på tværs af kommunegrænser og gøre det nemt at få overblik over forskellige oplevelser, produkter og tilbud. Projekter kan bl.a. gennemføre markedsføringsaktiviteter, der fremmer nye samarbejder og anvendelse af digitale muligheder og platforme.

Ansøger- og tildelingskriterier

Der er udarbejdet en række kriterier for bevilling af turismemidlerne, jf. bilag 1: Ansøger- og tildelingskriterier.

Målgruppe

Destinationsudviklingspuljen er forbeholdt destinationsselskaber, mens puljen for lokal og tværgående turismeudvikling kan søges af alle aktører, herunder destinationsselskaber.

Projektaktiviteter kan have virksomheder som målgruppe. Udenlandske virksomheder kan deltage i projekter, men støtte fra Danmarks Erhvervsfremmestyrelse kan kun gå til danske virksomheder.

Støtteberettigede udgifter

Der ydes støtte til følgende typer udgifter (se i øvrigt ansøgningsvejledningen):

- Løn for alle, der udfører og deltager i projektet
- Ekstern konsulentbistand
- Anlæg og anskaffelser til fx faciliteter og turismeinfrastruktur
- Revision
- 18 pct. overhead af de angivne lønudgifter.

Der gives ikke støtte til rene infrastrukturprojekter. Eventuelle udgifter til fx faciliteter og turismeinfrastruktur skal indgå i en strategisk satsning og udgøre en mindre del af det samlede budget.

Projekter kan modtage støtte i op til tre år. Der kan udbetales 20 pct. (dog op til 500.000 kr.) af tilskuddet i forskud. Udgifter kan på ansøgers eget ansvar medregnes fra og med dato for indsendelse af ansøgning.

Statsstøtte ydes efter reglerne om de minimis-støtte.

Støtteprocent og budgetstørrelse

- Projekter kan søge om tilskud på maksimalt 50 pct. af de støtteberettigede udgifter.
- Projekter angående international markedsføring kan søge om tilskud på maksimalt 25 pct. af de støtteberettigede udgifter.

Der er følgende krav til projekternes størrelse:

- Projekter under destinationsudviklingspuljen skal have et samlet budget på minimum to mio. kr.
- Projekter, der har til formål at understøtte konsolideringen i destinationsselskaber, er ikke omfattet af kravet om minimumsbudget.
- Projekter under puljen for lokal og tværgående turismeudvikling skal have et samlet budget på minimum en mio. kr.

Projekter vil kunne modtage støtte i op til tre år.

Dialog om ansøgning

Det anbefales, at ansøger udfylder en idé-skabelon ([link](#)) og sender denne til sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse på deb@erst.dk.

Sekretariatet vil derefter kontakte ansøger med henblik på en drøftelse af projekttid og vejledning om det videre forløb.

Ansøgning og frister

Den elektroniske ansøgning udfyldes på Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses hjemmeside ([link](#)), hvor relevante bilag også fremgår.

Der er frist for ansøgninger til turismemidlerne under Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse d. 17. april 2019.

Ansøgninger forventes behandlet i Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse d. 26. juni 2019. Ansøger vil herefter blive meddelt tilsagn eller afslag.

Kontaktoplysninger

Ved spørgsmål til midlerne til lokale og tværgående turismeudviklingsprojekter kontakt specialkonsulent Lasse Fridberg Bilstrup på lasbil@erst.dk eller 3529 1510.

Bilag 1: Ansøger- og tildelingskriterier

Der er opstillet en række ansøger- og tildelingskriterier for turismemidlerne i 2019. Kriterierne vil blive lagt til grund ved vurderingen af de enkelte projektansøgninger. Ansøgekriterierne skal sikre, at kun destinationselskaber bevilges midler fra destinationsudviklingspuljen. Tildelingskriterierne skal sikre, at midlerne går til de projekter, der har den største effekt med henblik på realisering af 2025-pejlemærkerne i *Den nationale strategi for dansk turisme*, og til projekter, som bidrager til konsolideringen af den offentlige turismefremme og understøtter de tre indsatsområder for turisme, der fremgår af *Strategi for decentral erhvervsfremme 2019*:

1. Stærke og attraktive destinationer
2. Kvalitetsoplevelser til turister
3. Effektiv markedsføring

Midlerne udmøntes i to puljer:

- a) En destinationsudviklingspulje, der er forbeholdt destinationselskaber.
- b) En pulje for lokal og tværgående turismeudvikling, der er tiltænkt en bredere ansøgerkreds og projekter inden for lokal og tværgående turismeudvikling, herunder bl.a. destinationsudvikling i ø-kommuner.

Fælles tildelingskriterier

Der er fælles tildelingskriterier for de to puljer. Kriterierne er vægtet og inddelt i underkriterier, som beskrevet nedenfor:

Kriterium	Underkriterium	Vægt
1. Projektet er en strategisk satsning, som medvirker til at realisere pejlemærkerne i <i>Den nationale strategi for dansk turisme</i> frem mod 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • Projektet fremmer realiseringen af relevante nationale og decentrale strategier, herunder <i>Den nationale strategi for dansk turisme</i> (0-10 point). • Projektet adresserer udfordringer og potentialer inden for et eller flere af de tre indsatsområder: stærke og attraktive destinationer, kvalitetsoplevelser til turister og effektiv markedsføring (0-15 point). 	Et projekt kan tildeles fra 0-25 point under dette kriterium.
2. Projektet gennemføres i stærke partnerskaber og med en stærk organisering.	<ul style="list-style-type: none"> • Projektets organisering, herunder projektleders erfaringer, afspejler omfang og kompleksitet, og projektet gennemføres i stærke partnerskaber med fx destinationselskaber, erhvervshuse, kommuner og virksomheder (0-15 point). • Hvor relevant, gennemføres projekter i samarbejde med nationale aktører som VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, Dansk Erhvervs- og Mødeturisme og Dansk Storbyturisme, så de specialiserede kompetencer på nationalt niveau bringes i spil i den decentrale turismeindsats (0-10 point). 	Et projekt kan tildeles fra 0-25 point under dette kriterium.

3. Projektet bidrager til konsolidering i destinationsselskaber*.	<ul style="list-style-type: none"> • Projektet bidrager til realisering af målsætningen om konsolidering af aktører fra ca. 80 til 15-25 destinationsselskaber i 2020, jf. aftale om konsolidering af den kommunale turismefremme mellem KL og Erhvervsministeriet (0-25 point). 	Et projekt kan tildeles fra 0-25 point under dette kriterium.
4. Projektet skal have et klart erhvervspolitisk rationale.	<ul style="list-style-type: none"> • Projektet demonstrerer et tydeligt erhvervspolitisk rationale og har så vidt muligt et kommercielt sigte ved fx at styrke et eller flere led i virksomhedernes værdikæde, med klare mål for fx øget omsætning, antal overnatninger (herunder internationale overnatninger), antal beskæftigede årsværk, tilfredshed eller lignende. Projektet demonstrerer i ansøgningens effektkæde en kvalificeret og økonomisk fordelagtig sammenhæng mellem aktiviteter, output og ønskede effekter (0-25 point). 	Et projekt kan tildeles fra 0-25 point under dette kriterium.

**Projekter, der ansøger midler fra puljen for lokal og tværgående turismeudvikling, vurderes ikke efter dette kriterium.*

For begge puljer gælder desuden, at projekter ikke må have uhensigtsmæssige overlap med eksisterende tiltag, ligesom aktiviteter ikke må være i strid med målsætningen om en øget konsolidering i destinationsselskaber.

Særlige kriterier for destinationsudviklingspuljen

Destinationsudviklingspuljen kan kun søges af destinationsselskaber. Derudover skal destinationsselskaber opfylde nedenstående fem kriterier for at komme i betragtning til en tilskudsbevilling fra destinationsudviklingspuljen.

Ansøger skal i ansøgningen forholde sig til følgende fem kriterier og beskrive, hvordan de opfyldes.

Kriterium	Beskrivelse	Vægt
1. Sammenhængende geografi	<ul style="list-style-type: none"> • Et destinationsselskab skal dække et afgrænset og sammenhængende geografisk område, der består af mere end én kommune. 	Et projekt kan tildeles 0-20 point under dette kriterium.
2. Kritisk masse af turister	<ul style="list-style-type: none"> • Et destinationsselskab skal have et vist minimumsniveau af kommercielle overnatninger og/eller samlet turismeomsætning. 	Et projekt kan tildeles 0-20 point under dette kriterium.
3. Kommunal basisfinansiering	<ul style="list-style-type: none"> • Et destinationsselskab skal have et minimumsniveau af kommunal basisfinansiering årligt (eksklusiv projektmidler). 	Et projekt kan tildeles 0-20 point under

		dette kriterium.
4. Ansvar for den lokale turismefremmeindsats	<ul style="list-style-type: none"> Et destinationsselskab skal have det overordnede ansvar for destinationsudvikling i området og være den operatør, der varetager den lokale turismefremmeindsats i de deltagende kommuner. 	Et projekt kan tildeles 0-20 point under dette kriterium.
5. Specialiserede kompetencer	<ul style="list-style-type: none"> Et destinationsselskab skal have specialiserede kompetencer inden for bl.a. strategisk destinationsudvikling, produkt- og forretningsudvikling samt markedsføring og gæsteservice. 	Et projekt kan tildeles 0-20 point under dette kriterium.

For at komme i betragtning til en bevilling fra destinationsudviklingspuljen skal projektansøger score point under alle fem kriterier og samlet opnå minimum 70 point.

Et destinationsselskab kan ikke komme i betragtning til en bevilling fra destinationsudviklingspuljen, hvis de deltagende kommuner parallelt med engagementet i destinationsselskabet opretholder andre lokale selskaber, der arbejder med turismefremme og destinationsudvikling. Kommunerne kan fortsat have lokale turismeserviceaktiviteter og give projekttilskud til eksempelvis kultur møder, markedsdage, sportevents, folkemøder, byfester og festivaler.

Ansøgere kan få dispensation til at søge midler fra destinationsudviklingspuljen til at understøtte en konsolideringsproces. Dispensation kan gives på baggrund af en politisk hensigtserklæring om ønsket konsolidering i et selskab, der opfylder ovenstående kriterier.

Wonderful Copenhagen kan som hovedstadens destinationsselskab, på linje med Destination Bornholm som Bornholms destinationsselskab, søge projektmidler i destinationsudviklingspuljen.

Effekter og måltal

Alle projekter vil blive målt på og skal i ansøgningen angive forventede måltal for følgende indikatorer:

- Forventet antal skabte turismeovernatninger
- Forventet antal skabte internationale turismeovernatninger
- Forventet skabt turismeomsætning.

Dertil kan komme projektspecifikke indikatorer, som ansøger selv vurderer er vigtige for at demonstrere indsatsens effektskabelse, og som projektet selv kan angive i det elektroniske ansøgningskema.