

# **Strategi og netværksorganisering for Partnerskab for Vestkystturisme**

## Indhold

<b>Oplæg til strategi og organisering for Partnerskab for Vestkystturisme</b> .....	2
<b>Partnerskabets opdrag</b> .....	2
<b>Partnerskabets Vision 2020</b> .....	2
<b>Strategiske indsatsområder</b> .....	2
<b>Strategiske målsætninger</b> .....	3
<b>Partnerskabets ejerstruktur og øverste ledelse</b> .....	4
<b>Partnerskabets administrative opbygning</b> .....	5
<b>Partnerskabets udarbejdelse af den nationale handlingsplan for vestkystturisme 2015-2017</b> .....	5
<b>Bilag 1. Vedtægter for Foreningen Partnerskab for Vestkystturisme</b> .....	7
<b>Bilag 2. Den nationale handlingsplan for vestkystturisme</b> .....	10
<b>Bilag 3. Økonomi for sekretariat og medarbejderressurser</b> .....	17

## Oplæg til strategi og organisering for Partnerskab for Vestkystturisme

Nærværende notat bygger på det tidligere positionspapir fra de 11 kommuner og aftalegrundlaget for etablering af Dansk Kyst- og Naturturisme.

### Partnerskabets opdrag

Partnerskab for Vestkystturisme har til formål at sikre gennemførelse af en national handlingsplan for vestkystturismen, herunder at sikre det tilstrækkelige ressourcemæssige grundlag for planens gennemførelse i form af de nødvendige økonomiske drifts- og projektmidler samt en driftsorganisering, der kan varetage handlingsplanens eksekvering.

### Partnerskabets Vision 2020

”Danmarks Vestkyst er blandt Europas førende kystferiedestinationer”

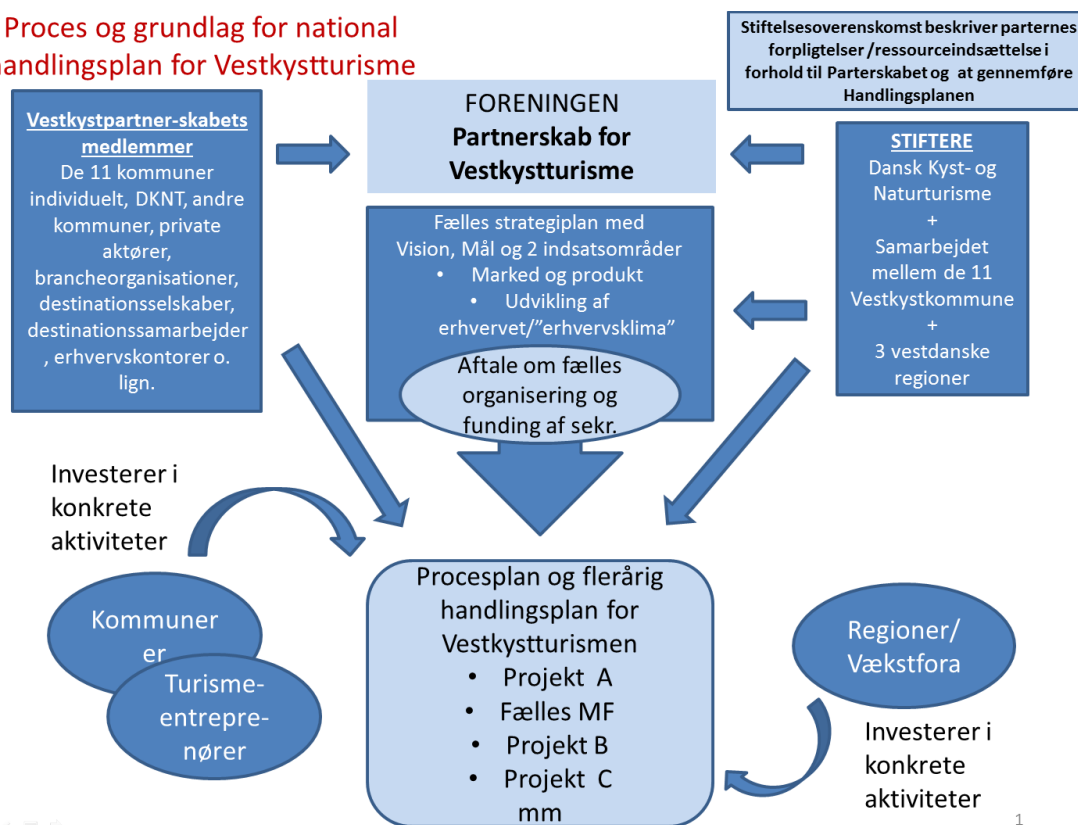
For at nå visionen skal Partnerskab for Vestkystturisme:

- arbejde for vækst i Danmarks vestkystturisme
- gennem konkrete indsatser arbejde mod bedre rammevilkår for vestkystturismen
- gennem en koordineret markedsføringsindsats sikre høj kendskabsgrad til Danmarks Vestkyst som en ‘need to go’ kystferiedestination
- ved innovativ produktudvikling sikre at overnatningsmuligheder, attraktioner og faciliteter overstiger turisternes forventninger
- være den foretrukne samarbejdspartner for både private og offentlige aktører inden for kompetence- og serviceudvikling
- øge fokus på turisterhvervets forretningsudvikling ved målrettet at understøtte turismevirksomhedernes vækst og fremme nye koncepter

### Strategiske indsatsområder

Nedenfor præsenteres en samlet model for partnerskabets interessenter, indsatsområder og koblingen til den efterfølgende handlingsplan:

## Proces og grundlag for national handlingsplan for Vestkystturisme



### Beskrivelse af de to indsatsområder:

- **MARKED OG PRODUKT** (Eksternt perspektiv - produktet set med kundens øjne – den produktmæssige værdikæde)  
Markedsføring/markedsudvikling/afsætning og udvikling af de produkter gæsterne direkte oplever som en del af værdikæden.
- **ERHVERVSKLIMA/UDVIKLING AF ERHVERVET** (Internt perspektiv - understøttende aktiviteter til at sikre en turismesektor, der er attraktiv at drive erhverv i)  
Turismefremme, der medvirker til at sikre et sundt erhvervsklima/ kapacitetsopbygning/udvikling af "fællesgoder"/digitalisering/design af kvalitetskoncepter/udvikling af udbyderes kompetencer /virksomhedsudvikling / investeringsfremme/ projektkompetencer/ projektudbud/ interessevaretagelse.

### Strategiske målsætninger

Partnerskab for Vestkystturisme bygger på grundprincipperne:

- Én sammenhængende geografi
- Én plan
- Flere løsninger

Formålet med partnerskabet er at skabe struktur og sammenhæng i et stort, langstrakt geografisk område med respekt for feriebyerne og turiststederne som minidestinationer. Målet er at skabe synergier og stordriftsfordele ud over det niveau, nuværende aktører har præsteret.

Partnerskab for Vestkystturisme har derfor kun en berettigelse, hvis det giver merværdi for nuværende og kommende turismeaktører og derved sikrer, at Vestkystturismen udvikles til et turistmæssigt vækstlokomotiv for dansk turisme.

Effekterne skal være synlige for turistentreprenørerne og andre samt indeholde det nødvendige økonomiske incitament til at deltage i partnerskabets aktiviteter.

Målet for Partnerskab for Vestkystturisme er således at skabe vækst i turisterhvervet ved at tage afsæt i turisterhvervets ønsker og behov og ved at fastholde dette fokus. Vækst og udvikling for nuværende og kommende turistentreprenører er således partnerskabets mission.

Partnerskabet har følgende vækst mål:

- Turismeskabt beskæftigelse
- Turismeskabt omsætning
- Indtjening i turismens virksomheder
- Overnatningsudvikling
- Gæstetilfredshed

De årlige mål fastlægges parallelt med udviklingen af handlingsplanen og revideres kontinuerligt ved årlig opfølgning på handlingsplanens effekter.

## **Partnerskabets ejerstruktur og øverste ledelse**

Foreningen "Partnerskab for Vestkystturisme" stiftes af samarbejdet mellem de 11 Vestkystkommuner, Dansk Kyst- og Naturturisme og de tre vstdanske regioner. Det betyder, at de 11 kommuner på den jyske Vestkyst bakker op om etableringen af et Partnerskab for Vestkystturisme som en selvstændig forening med udgangspunkt i rammerne i dette dokument.

Partnerskabets ejerstruktur og organisering skal afspejle de beslutninger, der er truffet i forbindelse med den politiske aftale og i aftalen med regionerne.

Derudover skal partnerskabets ejerstruktur afspejle to logikker. På den ene side er det vigtigt at sikre, at de offentlige parter som kommuner, regioner og Danske Kyst- og Naturturisme har den nødvendige indsigt i og ejerskab til partnerskabets virke, således at egne turismeinteresser kobles til partnerskabets indsatser og handlingsplan. På den anden side er formålet med partnerskabet at skabe vækst og udvikling i turisterhvervet langs den jyske Vestkyst og hos aktører, der har en interesse i Vestkystturismen. Med dette udgangspunkt foreslås der en bestyrelse med 9 medlemmer, der fordeler sig som følger:

3 medlemmer – borgmestre udpeget af samarbejdet mellem de 11 kommuner (hvoraf én er født formand)

2 medlemmer – udpeget af DNKT

4 medlemmer – øvrige (1 valgt af sammenslutninger af virksomheder og 3 valgte på første generalforsamling blandt virksomheder)

Dansk Kyst- og Naturturisme og de 11 kommuner er alle hver især medlemmer i Partnerskab for Vestkystturisme. I forbindelse med etablering af foreningen tager de enkelte kommuner stilling til, hvorvidt de vil nedlægge eller fortsat deltage i andre tværkommunale samarbejder af destinationslignende karakter. Hvis tværkommunale samarbejder fortsættes eller etableres, vil de kunne indgå som selvstændige medlemmer i Partnerskab for Vestkystturisme.

Organiseringen af og arbejdet i Partnerskab for Vestkystturisme skal kunne spille sammen med det kommunale og lokale turismefremmesystem, således af turismefremmeorganisationerne og deres netværk indgår som en væsentlig ressource i forhold til den løbende dialog med de private turismeaktører.

Ejerstruktur, den øverste ledelse og rammerne for partnerskabets virke fastlægges i forslaget til vedtægter for foreningen i bilag 1.

### **Partnerskabets administrative opbygning**

Stifterne "samarbejdet mellem de 11 Vestkystkommuner" og Dansk Kyst- og Naturturisme forpligter sig med overenskomsten til i min. en treårig periode, 2015-2017, at stille følgende ressourcer til rådighed:

- DKNT har det ledelsesmæssige ansvar for sekretariatet. Ansætter 2 fuldtidsmedarbejdere, der har arbejdssted på partnerskabets sekretariat. Den øvrige organisering af DKNT planlægges, så DKNT's medarbejdere i Aabybro kan deltage i relevante dele af handlingsplanens gennemførelse. Desuden ansættes i det omfang, det er relevant, projektledere til gennemførelse af handlingsplanens enkeltprojekter på sekretariatet. DKNT forpligter sig desuden til at finansiere basisudviklingsaktiviteter for partnerskabet.
- "Samarbejdet" stiller lokaler til rådighed for sekretariat samt finansiering af sekretariatets generelle kapacitetsomkostninger. Desuden allokerer kommunerne netværksbaserede medarbejderressourcer til at deltage i sekretariatets koordinerende opgaver og konkrete projekter og tiltag (forventet niveau á 3 årsværk). Disse ressourcer tilknyttes opgavemæssigt sekretariatet.
- De tre vstdanske regioner og de 11 kommuner forpligter sig i øvrigt til aktivt at arbejde for at sikre den nødvendige medfinansiering af aktiviteterne i handlingsplanen gennem relevante strategi- og handlingsplaner samt vækstplaner.

Bestyrelsen råder over resurserne, men de har ikke ledelsesansvaret. Ledelsesansvaret vil fortsat ligge hos den af partnerne, der stiller resurserne til rådighed. Det betyder, at alle parter leverer personaleresurser, der tilknyttes sekretariatet opgavemæssigt.

### **Partnerskabets udarbejdelse af den nationale handlingsplan for vestkystturisme 2015-2017**

Formuleringen af den nationale handlingsplan for vestkystturisme sker i regi af foreningen Partnerskab for Vestkystturisme. Processen skal planlægges på en sådan måde, at de private virksomheder er medformulerende og kan deltage i eksekveringen af de konkrete indsatser og projekter. Dette gælder også den løbende revision og videreudvikling af handlingsplaner. Foreningens mødeform skal være fremmende for en inddragende proces og fremgår af foreningens vedtægter. Virksomhederne skal kunne se, at de har indflydelse på og er skabere af handlingsplanen, og at den løbende udvikling af planen sker via deres input. Den nationale handlingsplan for Vestkystturisme vedtages (eller forkastes) på generalforsamlingen i foreningen Partnerskab for Vestkystturisme, der afvikles som en turismekonference.

Oplægget til den nationale handlingsplan for vestkystturisme er vedlagt som bilag 2 i dette dokument.



## Bilag 1. Vedtægter for Foreningen Partnerskab for Vestkystturisme

### § 1

#### Navn og hjemsted

Foreningens navn er "Partnerskab for Vestkystturisme".

Foreningen har hjemsted i Region Midtjylland.

### § 2

#### Stifter

Stiftere er Samarbejdet mellem de 11 vestkystkommuner, de 3 regioner og Dansk Kyst- og Naturturisme.

### § 3

#### Formål

Foreningens formål er aktivt at medvirke til fremme og udvikling af vestkystturismen ved gennemførelse af en fælles handlingsplan for vestkystturismen.

Vestkystturisme skal være et vækstlokomotiv til inspiration og pejlemærke for dansk og international kystturisme. Vestkystturismen skal være kendt for og kendetegnet ved en mangfoldighed af oplevelses- og overnatningsmuligheder. Vestkystturisme skal være præget af produkter, som til stadighed er absolut attraktive i sammenligning med tilsvarende ydelser på andre destinationer. Det betyder, at foreningen arbejder for, at nye attraktive ydelser og services tilbydes turisterne.

### § 4.

#### Medlemskreds

Stk. 1. Som medlemmer optages aktører, der har en relevant interesse og udviklingskraft til at arbejde for den fælles nationale handlingsplan for vestkystturisme og økonomisk forpligter sig i til aktivt at arbejde for at sikre den nødvendige medfinansiering af aktiviteterne i foreningens handlingsplan.

Stk. 2. De elleve vestkystkommuner er hver især medlemmer af foreningen.

Dansk Kyst og Naturturisme repræsenterer de tre regioner som medlem af foreningen.

Medlemmer kan i øvrigt være private aktører, brancheorganisationer, destinationsselskaber, destinationssamarbejder, erhvervskontorer o.l.

Stk. 3. Optagelse sker ved skriftlig henvendelse til foreningens formand.

Stk. 4. Udmeldelse kan ske ved henvendelse til bestyrelsen med virkning fra udgangen af et kvartal.

Stk. 5. Medlemmerne betaler ikke kontingent men medfinansierer projekter og indsatser, som de deltager i.

### § 5



### **Foreningens kapital**

Foreningens aktiviteter finansieres ved frivillige bidrag, tilskud fra offentlige myndigheder samt eventuelle indtægter ved arbejde udført af foreningen i overensstemmelse med foreningens formål.

Eventuelt overskud i foreningen skal anvendes til opfyldelse af foreningens formål, jfr. dog også § 11.

Stifteren af foreningen eller andre har ingen særlige rettigheder eller fordele ud over dem, der er nævnt i vedtægterne.

## **§ 6.**

### **Generalforsamlingen**

Stk. 1. Generalforsamlingen er foreningens højeste myndighed.

Stk. 2. Ordinær generalforsamling afholdes en gang årligt inden udgangen af marts måned og indkaldes med mindst tre ugers varsel med angivelse af dagsorden ved brev eller mail til medlemmerne eller ved opslag på foreningens hjemmeside.

Stk. 3. Møde- og stemmeberettigede på generalforsamlingen er alle medlemmer. Der kan ikke stemmes ved fuldmagt.

Stk. 4. Dagsordenen for den ordinære generalforsamling skal mindst indeholde følgende punkter:

1. Valg af stemmetællere
2. Valg af dirigent
3. Formandens beretning
4. Regnskabsaflæggelse
5. Behandling af indkomne forslag
6. Godkendelse af foreningens handlingsplan
7. Valg af 2 bestyrelsesmedlemmer
8. Eventuelt

Stk. 5. Forslag, der ønskes behandlet på generalforsamlingen, skal være bestyrelsen i hænde senest 8 dage før generalforsamlingen. Forslag om vedtægtsændringer, der ønskes behandlet, skal være bestyrelsen i hænde senest tre måneder forud for udgangen af den måned, hvor den ordinære generalforsamling skal afholdes.

Stk. 6. Generalforsamlingen ledes af en dirigent, der ikke må være medlem af bestyrelsen.

Stk. 7. Generalforsamlingen træffer sine beslutninger med simpelt flertal (en over halvdelen af de gyldigt afgivne stemmer) og ved håndsoprækning. Skriftlig afstemning anvendes dog, når det begæres af blot en

mødedeltager. Ved personvalg, hvor der er foreslået flere end det antal, der skal vælges, foretages altid skriftlig afstemning. Ved sådanne personvalg anvendes reglen om simpelt flertal.

## § 7

### Bestyrelse

Bestyrelsen består af 9 medlemmer.

De 11 vestkystkommuner udpeger 3 bestyrelsesmedlemmer, hvoraf 1 er født formand for foreningen

Dansk Kyst- og Naturturisme udpeger 2 bestyrelsesmedlemmer for foreningen

De 4 bestyrelsesmedlemmer vælges på foreningens generalforsamling blandt de øvrige medlemmer, således, at der vælges en repræsentant fra erhvervsfremmesystemet dækkende hele vestkysten og en repræsentant blandt turistvirksomheder i hver af de tre regioner.

Bestyrelses konstituerer sig selv og næstformanden vælges blandt bestyrelsens private aktører.

Medlemmerne vælges for 2 år af gangen, således at der er:

- 2 kommunale repræsentanter på valg i lige år og 1 i ulige år
- 1 repræsentant udpeget af Dansk Kyst- og Naturturisme på valg i lige år og tilsvarende 1 i ulige år.
- 2 repræsentanter fra valgt blandt de øvrige medlemmer i lige år og 2 i ulige år.

Kommunerne og Dansk Kyst- og Naturturisme meddeler hvilke medlemmer der er på valg efter det første år. De to sidste repræsentanter valgt blandt de øvrige medlemmer er på valg efter det første år.

Et bestyrelsesmedlem kan maksimalt være medlem i 8 år.

## § 8

### Bestyrelsens opgaver og tegningsret

Bestyrelsen varetager den overordnede ledelse af foreningen.

Bestyrelsen har ansvaret for foreningens selvstændige økonomi og skal sørge for, at der hvert år udarbejdes handlingsplan, budget og regnskab.

Indkaldelse til bestyrelsesmøder foranlediges udsendt af formanden eller næstformanden med mindst 14 dages varsel ved henvendelse til medlemmerne. Bestyrelsen afholder minimum 3 årlige møder.

Der skal desuden indkaldes til bestyrelsesmøde, hvis et bestyrelsesmedlem skriftligt overfor formanden fremsætter begrundet anmodning herom.

Bestyrelsen er beslutningsdygtig, når mere end halvdelen af medlemmerne er til stede.

Bestyrelsen træffer sine afgørelser ved simpelt stemmeflertal, medmindre andet er bestemt i nærværende vedtægter.

Ved stemmelighed er formandens stemme afgørende.

Beslutninger om salg, pantsætning og låneoptagelse skal godkendes af et flertal på to tredjedele af bestyrelsen.

Foreningen tegnes af formanden i forening med næstformanden eller af den samlede bestyrelse.

## §9

### **Foreningens sekretariat**

Foreningen indgår løbende 3-årige sekretariatsaftaler med "Samarbejdet mellem de 11 Vestkystkommuner" og Dansk Kyst- og Naturturisme om at disse stiller sekretariatsressourcer til rådighed for foreningen.

## §10

### **Regnskab, anvendelse af overskud og revision**

Foreningens regnskabsår løber fra den 1. januar til den 31. december.

Årsregnskab, bestående af resultatopgørelse, balance og noter opstilles på overskuelig måde og skal give et retvisende billede af foreningens aktiver og passiver, dens økonomiske stilling og resultat. Endvidere skal der udarbejdes en årsberetning.

Bestyrelsen skal påse, at det årlige regnskab overholder den til enhver tid gældende god regnskabsskik udarbejdes inden tre måneder efter regnskabsårets afslutning. Årets overskud skal anvendes til foreningens formål jfr. § 3. Der er dog mulighed for at foretage rimelige henlæggelser til konsolidering af formuen.

Revision af foreningens regnskaber foretages af en af bestyrelsen valgt revisor.

## §11

### **Vedtægtsændringer og opløsning**

Vedtægtsændringer kræver, at 2/3 af generalforsamlingens medlemmer stemmer herfor.

Foreningens opløsning eller fusion kan alene gennemføres, når et flertal på 2/3 af generalforsamlingens medlemmer på to af hinanden følgende møder indkaldt med mindst 14 dages varsel og med mindst 21 dages mellemrum træffer beslutning herom.

Foreningens formue skal ved ophør anvendes i overensstemmelse med foreningens formål, jf. §3. Vedtaget på stiftende generalforsamling inden ultimo 4. kvartal 2015.

## **Bilag 2. Den nationale handlingsplan for vestkystturisme**

Partnerskab for Vestkystturisme arbejder ud fra tre indsatsområder, som udvikler og markedsfører destinationen. De tre indsatsområder er:

- Destinationsudvikling
- Produktfornyelse
- Synlighed og markedsudvikling

Ovenstående indsatsområder er båret af tre tværgående indsatser, som bidrager til strategisk sigte:

- Viden og analyser
- Finansiering
- Interessevaretagelse og intern kommunikation

Uanset hvilken af de tre tværgående indsatser, det drejer sig om, og dermed de underliggende handlinger, så skal der forholdes til:

- Om der er den nødvendige viden for at iværksætte tiltaget
- At fremskaffe finansiering til gennemførelse af det enkelte tiltag/projekt
- At sikre at indsatser og projekter kommunikeres og nyder fremme såvel lokalt som nationalt

Nedenfor beskrives de tre strategiske indsatser og de konkrete handlinger for årene 2015 til 2017.

## De tre strategiske

### *Destinationsudvikling*

Destinationsudvikling går på et generelt løft af kvaliteten af turismeoplevelsen med særlig fokus på de 11 særlige feriesteder langs vestkysten men også på helheden.

Destinationsudvikling rummer derfor tiltag og indsatser, der udgør fundamentet for udvikling af kvaliteten af nuværende og kommende produkter, services og markedsføringen. Konkret iværksættes følgende tiltag og konkrete produkter:

1. Anvende potentialeplanerne for de 11 særlige feriesteder langs den jyske vestkyst
2. Undersøgelse af mulighederne for fællesstrategisk planlægning langs Vestkysten
3. Kompetenceudvikling og værtsskab
4. Forretningsudvikling

#### **1.1 Anvende potentialeplanerne for de særlige feriesteder**

Med udgangspunkt i det store arbejde, som er udført lokalt i forbindelse med CKT's udpegning af de særlige feriesteder, hvoraf 11 af disse findes på Vestkysten, vil Vestkystpartnerskabet støtte op om arbejdet med at gennemføre og implementere potentialeplanerne for de 11 særlige feriesteder langs Vestkysten.

Potentialeplanerne er alle lokalt forankret, har forskellige behov og er i forskellige stadier af implementering. Vestkystpartnerskabet ønsker at støtte op om implementeringen igennem netværk for projektledere, erhvervsaktører og/eller kommunale driftsenheder. Der kan arbejdes med ensartethed i skiltning, standarden af de offentlige toiletter, vedligehold af byrum og naturområder, herunder strandarealer. Vestkystpartnerskabet ønsker at undersøge mulighederne for at søge større investeringsfonde eller EU-projekter, som støtter op om arbejdet i de 11 særlige feriesteder. Forholdet mellem pris og kvalitet i de særlige feriesteder skal hænge bedre sammen.

### Delelementer i aktiviteten:

- Afdækning af behov og hvordan Vestkystpartnerskabet kan understøtte udviklingen af de særlige feriesteder.
- Finansiering og fundraising til fælles udviklingsprojekter.
- Skabe bedre sammenhæng i forholdet mellem pris og kvalitet.
- Understøtte arbejdet med at implementere potentialeplanerne lokalt.
- Skabe sammenhæng mellem de særlige feriesteder fysisk via rekreative forbindelser og attraktiv infrastruktur, gennem markedsføring og design fx ensartethed i skiltning og kvalitet i de offentlige services, og gennem netværk og vidensdeling på tværs af erhvervet, destinationer og kommunale administrationer.

### **1.2 Undersøgelse af mulighederne for fællesstrategisk planlægning langs Vestkysten**

Aktiviteten har til formål at undersøge mulighederne for fælles strategisk fysisk planlægning på tværs af de 11 kommuner langs med Vestkysten.

Formålet er at skabe sammenhængskraft i det fysiske rum og derigennem sikre en bedre og lettere udvikling af turismeerhvervet særligt ift. at skabe udviklingsmuligheder inden for de kystnære områder, herunder kystnærhedszone og strandbeskyttelseslinjen. Samtidig skal kvaliteten af det fysiske rum, bl.a. bymiljøer og rekreative forbindelser, løftes væsentligt, således at gæsten oplever samme høje kvalitet på tværs af hele vestkysten. Det er målet, at en fælles strategisk fysisk planlægning på tværs af de 11 kommuner vil gøre dialogen med de statslige myndigheder nemmere ift. implementering af konkrete lokalprojekter efterfølgende.

Sidst, så skal den fælles strategiske fysiske planlægning indeholde lokale ønsker og behov for udvikling af hver enkelt kommunes turisme i relation til lokale erhvervsinteresser. Den skal medvirke til at kommunerne tænker i sammenhænge, kan bidrage til udvikling og vækst på tværs samt skabe vidensdeling og netværksdannelse mellem offentlige myndigheder og erhvervsaktører til gavn for turistens oplevelse. Målet er naturligvis høj gæstetilfredshed, højere gæstelojalitet og dermed vækst i turismens omsætning.

### Delelementer i aktiviteten:

Den fælles strategiske fysiske planlægning skal:

- Afdække potentialet for flere særlige feriesteder langs med Vestkysten.
- Udpege potentielle superstrande langs hele Vestkysten, som sikrer en høj strandkvalitet, bl.a. livredning, handicapadgang, offentlige toiletter/bruser mm. og kommercielle tilbud såsom restauranter, aktiviteter og services mv.
- Binde de særlige feriesteder sammen gennem speciel interesse turisme. Der skal udpeges og udvikles ruter for cykelturisme, vandre- og rideferie og bilferie.

### **1.3 Kompetenceudvikling**

Indsatsen indgår som en del af et samlet nationalt kompetenceudviklingsprojekt på tværs af de tre forretningsområder i dansk turisme. Indsatsens overordnede mål er at skabe optimale forudsætninger for øget vækst og flere arbejdspladser gennem fortsat professionalisering af turismens aktører.

Formålet med en samlet dansk indsats er at sikre et markant og fælles løft på parametre som service, innovation og kvalitet på tværs af turismens delbrancher - på ledelsesniveau såvel som medarbejderniveau og i tæt samarbejde med det etablerede uddannelses- og erhvervsfremmesystem.

Projektet vil udvikle og gennemføre specialtilpassede efteruddannelsesforløb, der dækker behovet i virksomheder med vækstpotentiale inden for Partnerskabets produktområder.

#### Delelementer i aktiviteten:

Det forventes at følgende kompetenceområder vil indgå i projektet:

- Digitale strategier, digital markedsføring på sociale medier. Content marketing, Earned, paid and owned media.
- Deleøkonomi, strategisk anvendelse og implementering af deleøkonomiens platforme i destinationens overnatnings- oplevelses og udlejningstilbud.
- Salg og service i et før, under og efter perspektiv: Fremtidens Turistervice - mødet med turisten både online og on site før, under og efter besøget. Digitale værktøjer til køb, formidling og genkøb/loyalitet. Styrke den sælgende adfærd under besøget – kulturforståelse og story telling.
- Personligt værtskab og fælles værdisæt med gæsterne, forretnings- og kulturforståelse samt sproglige og sociale kompetencer.
- Værdibaseret ledelse og forretningsudvikling - organisationsudvikling, innovation og produktudvikling gennem forståelse for værdikædesammenhæng, herunder målgruppe- og markedsviden.

#### **1.4 Forretningsudvikling**

Vestkystpartnerskabet har ambitioner om at styrke konkurrenceevne såvel som forretningsgrundlag for turismen på Vestkysten og bør i forlængelse heraf påtage sig en rolle som talerør for det vestjyske turismeerhvervs interesser og behov i forhold til forretningsudvikling.

Forretningsudvikling er et grundlæggende middel til at sikre, at både ejere og ledere er klædt på til at håndtere morgendagens udfordringer. Der er behov for et markant løft i service- og innovationsniveauet, hvis Danmark – herunder Danmarks Vestkyst skal være konkurrencedygtig i forhold til fremtidens krav til turisme- og oplevelsesindustriens serviceleverance.

#### Delelementer i aktiviteten:

- Der skal sikres en professionel og turismetonet erhvervsvejledning af turismeaktørerne med fokus på forretningsudvikling. Igangsætning af en række indsatser med henblik på at skabe en turismefokuseret erhvervsserviceindsats. Indsatserne gennemføres i tæt samarbejde med regionale turismeoperatører, Væksthusene og den lokale erhvervsservice.
- Fokuseret iværksætterrådgivning rettet mod turismeerhvervet med særlig fokus på generationsskifter

#### *Produktfornyelse*

Produktfornyelse dækker markante nye attraktioner, produktfornyelser og signaturoplevelser, der i sig selv vækker international interesse og samtidig understøtter den nye internationale fortælling om vestkystturisme. Konkret iværksættes følgende tiltag:

1. Overnatningsproduktet
2. Special interest – signaturoplevelser
3. Fødevarer – Spisesteder og lokale kvalitetsprodukter
4. Attraktioner og anlæg - understøttelse af både offentlige og private investeringer

## 2.1 Overnatningsprodukt

Formålet er at sikre højere kvalitet i det eksisterende overnatningsprodukt, samt at sikre en forsat udvikling af nye overnatningstilbud af høj kvalitet og diversitet.

Følgende indsats har dette sigte:

- Feriehusproduktet: Rygraden i dansk kystferie er det danske feriehus. Indsatsen skal sikre at feriehusproduktet udvikles til at møde den moderne families krav til en moderne feriebolig året rundt i form af moderne indretning, energioptimering, adgang til mobil og data netværk.
- Campingpladser og feriecentre: Sikre forsat produkt- og kvalitets udvikling på destinationens campingpladser og feriecentre samt støtte til udvikling af nye centre og pladser.
- Bed and Breakfast: langs Vestkysten ligger større og mindre B&B's som perler på en snor og tilbyder gæsterne en enkel og fleksibel ferieform. Indsatsen skal sikre at denne feriemulighed synliggøres overfor gæsten via fælles netværk, samarbejde og synliggørelse.
- Badehoteller og hoteller: Revitalisere og genfortælle historien om - samt udvikle den klassiske badeferie.

## 2.2 Special interest turisme

Temabaserede naturoplevelser med fokus på forskellige nichemålgrupper og gæstens aktive deltagelse. Special interest turisme tager udgangspunkt i gæstens særlige interesse for cykling, vandring, ridning, surfing, fugleliv, fiskeri, sejlads, naturoplevelser mv. med mulighed for at kombinere én eller flere af disse og tilbyde lokale signaturoplevelser, stedbundne aktiviteter og autentiske oplevelser. Formålet er at tiltrække flere nichemålgrupper med henblik på at udvide sæsonen og målgrupperne samt skabe flere aktiviteter langs Vestkysten for både soft- og hardcore udøvere af aktiviteten.

### Delelementer i aktiviteten:

Special interest turismen skal udvikles på baggrund af:

- Udvikling af en sightseeing bilrute samt ride- vandreruter langs vestkysten med lokale sløjfer samt optimering af cykelrute 1, Vestkystruten.
- Støttefaciliteter i form af offentlige toiletter, borde/bænkesæt, infotavler, vendepladser, bålpladser, hvilefolde, cykelpumpestationer mv.
- Værdikædesamarbejder omkring produkt og markedsføring på tværs af temaerne, fx fiskeri med lokale madoplevelser eller vandreture i national- og naturparkerne, samt inden for temaerne, fx mellem unikke surfingspots, fugleområder eller herregårde langs Vestkysten.
- Markedsføring af lokale værdikædesamarbejde i unikke naturområder fx Vadehavet som verdensnaturarv og international rejsedestination.

## 2.3 Fødevarer



Lokale fødevarer og lokal madkultur er gæstens direkte møde med feriedestinationen og et afgørende parameter for mange gæsters oplevelse af stedets identitet og kvalitet. Lokale råvarer, egnopskrifter og kvalitet i restaurantoplevelsen tillader gæsten at smage på landskabet, møde de lokale og føle værtskabet på egen krop. Formålet er at udvikle restaurant- og smagsoplevelsen til også at omhandle en fortælling om destinationens fødevarer for dermed at markedsføre den enkelte restaurationsmen og også udvalgte produkter til hjemtagning og senere bestilling. Formålet er at løfte kvaliteten i fødevareroplevelsen og tiltrække gæster med en gastronomisk reason to go, tilbyde eksisterende gæster bedre restaurantoplevelser til prisen og bruge lokale fødevarer som en markedsføringskanal og eksportvare.

#### Delelementer i aktiviteten

- Etablering af et vestkyst fødevarer-netværk, som samarbejder om krydssalg af lokale produkter internt i - eller på tværs af destinationer.
- Udvikling af et fødevarer-brand eller samarbejde mellem eksisterende brands, som baserer sig på udvalgte produkter produceret langs Vestkysten, samt udvikling af to-tre vestjyske signaturretter/egnsretter, som gæsterne kan bestille på restauranter eller lave selv efter lokale opskrift.
- På baggrund af fødevarer-samarbejdet, salg, markedsføring og distribution af vestkyst-fødevarerprodukter, udvikles en fortælling om såvel de enkelte produkter som Vestkysten som en velsmagende og sund feriedestination.
- Lokale fødevareroplevelser skal indgå som et add-on til eksisterende og nye produkter, fx herregårdsferier med gastronomi, egnopskrifter med lokale råvarer, som gæsterne kan lave selv i sommerhuset, og fødevarer-turisme, hvor gæsterne får indblik i tilblivelsen af de planter og dyr, som de møder på tallerkenen.

#### **2.4 Attraktioner og anlæg - understøttelse af både offentlige og private investeringer**

Indsatsen skal sikre, at der via markedsstrategisk planlægning, funding og investeringsprogrammer etableres markante nye attraktioner, produktfornyelser og signaturoplevelser, der i sig selv vækker international interesse og samtidig understøtter den nye internationale fortælling om dansk vestkystturisme.

#### Delelementer i aktiviteten

- Fælles strategisk fysisk planlægning mellem kommunerne.
- Afdækning af investeringsobjekter og nye projekter.
- Manual for investeringsprospekter.
- Redskaber til feasibility studies.
- Funding- og investorafsøgning.
- Samarbejde med InvestinDenmark.

#### *Synlighed og Markedsudvikling*

Synlighed går ud på at skabe en tydeligere, mere medrivende og mere moderne international fortælling om vestkystturismen med kysten, attraktioner og events som primære kilder. Indsatsen målrettes specifikke målgrupper på nærmarkederne og indenlandsk. Der arbejdes derudover målrettet på udvikling af nye



markeder, herunder der indebærer en særlig vinkling og tilpasning af vestkystturismen. Konkret iværksættes følgende tiltag:

1. Events
2. Fælles markedsføring af Vestkystturisme
3. Strategisk markedsudvikling
4. Udvikling corporate identity for Vestkystturisme

### 3.1 Events

Naturligt hjemmehørende events markedsfører området og tiltrækker såvel gæster med en særlig interesse for et bestemt emne som nye målgrupper, der lader sig inspirere af begivenheden. Et sådant tema kan være inden for musik, sport, friluftsliv, håndværk mv. Formålet er, at events af større eller mindre omfang skal synliggøre stedbundne kvaliteter og aktiviteter og markedsføre området blandt nye målgrupper. Mega-events har potentiale til at tiltrække international opmærksomhed og aktiviteten henvender sig både til hjemmemarkedet og udenlandske gæster.

- Udvikling af naturligt hjemmehørende aktiviteter til mega-events langs kysten.
- Aktivering af lokale værdikædesamarbejde i forbindelse med afholdelse af små og store events.
- Netværksudvikling og vidensdeling omkring event-baserede projekter.
- Udvikling af signaturoplevelser til naturligt hjemmehørende events af større og mindre karakter.

### 3.2 Fælles markedsføring af vestkystturisme

Formålet er at skabe en fælles markedsføringsstrategi for Vestkystturismen på de store nærmarkeder bestående af Tyskland, Norge, Sverige og Holland samt på det danske hjemmemarked.

Markedsføringsstrategien henvender sig til flere målgrupper, fx familier (SLL) såvel som "empty nesters" (DGL).

#### Delelementer i aktiviteten

Markedsføringselementerne består af:

- Hele vestkysten og vækstmotorer.
- Temaer.
- Destinationer.
- Målgrupper.

Der gennemføres som et minimum konkrete aktiviteter for de væsentligste målgrupper, der vurderes at være:

- Tyske børnefamilier.
- Tyske par.
- Norske familier.
- Danskere, der holder ferie i Danmark.

### 3.3 Strategisk Markedsudvikling

Initiativet skal sikre, at nye markedsindsatser har fokus på kommercielle og forretningsmæssige perspektiver, herunder at der opbygges kompetencer i foreningens sekretariat omkring Strategisk markedsindsigt.

Det betyder, at produkter og brands der ønskes bragt til nye og eksisterende markeder og målgrupper potentialevurderes ud fra et markedsstrategisk mindset i en matrix af destinationsbrands, position/konkurrencesituation, målgruppepotentiale og temaer

#### Delelementer i aktiviteten:

- Løbende opsamling af markedsdata og konkurrentanalyser.
- Målgruppeudvikling.
- Pilot- og testprojekter på nye markeder /overfor nye målgrupper.
- Produktlanceringer og kampagner.
- Der udvikles fælles corporate identity for destinationssamarbejdet på baggrund af fælles værdier, som gør det muligt at kommunikere til gæsterne før, under og efter deres besøg.

### **Bilag 3. Økonomi for sekretariat og medarbejderressurser**

De 11 kommuner indgår årligt i partnerskabet med tre årsværk og sekretariatsomkostningerne.

Medarbejderressurserne kan stilles til rådighed decentralt eller indgå i sekretariatet beliggende i Ringkøbing-Skjern Kommune. Sekretariatet er fleksibelt, således at det huser de to medarbejdere, som Dansk Kyst- og Naturturisme engagerer, projektledere tilknyttet partnerskabets aktiviteter og medarbejderressurser fra de

11 kommuner. Fordelingsnøglen baserer sig på en 50/50 fordeling af den enkelte kommunes befolkningstal og kommercielle overnatninger.

Baseret på 50/50 vægtning af befolkningstal og kommercielle overnatninger			
Kommune		Fordeling i %	Effektive timer
Esbjerg	1.381	14	691
Fanø	188	2	94
Fredrikshavn	1.058	11	529
Hjørring	1.014	10	507
Holstebro	777	8	388
Jammerbugt	785	8	392
Lemvig	426	4	213
RKSK	1.692	17	846
Thisted	618	6	309
Tønder	745	7	373
Varde	1.336	13	668
<b>I alt</b>	10.020	100	5.010
<b>Tre årsværk i effektive timer</b>	5.010		

Baseret på 50/50 vægtning af befolkningstal og kommercielle overnatninger			
Kommune		Fordeling i %	Finansierungsandel i hele kr.
Esbjerg	137.850	14	68.925
Fanø	18.769	2	9.385
Fredrikshavn	105.612	11	52.806
Hjørring	101.154	10	50.577
Holstebro	77.504	8	38.752
Jammerbugt	78.330	8	39.165
Lemvig	42.535	4	21.267
RKSK	168.889	17	84.445
Thisted	61.632	6	30.816
Tønder	74.368	7	37.184
Varde	133.356	13	66.678
<b>I alt</b>	1.000.000	100	500.000
<b>Sekretariatsudgifter</b>	500.000		

\*Med udgangspunkt i otte medarbejdere beløber sekretariatsudgifterne sig på 500.000 kr./år som følgende:

Basis omk. (husleje, el, varme, rengøring mv.)	= 300.000 kr.
Diverse kontorhold (print, kaffe, mødeaktiviteter)	= 60.000 kr.
Kontor (IT, bredbånd, mv.)	= 40.000 kr.

Vedligehold (10% af basis) og forsikring  
Omkostninger til generalforsamling, revision m.v.

= 50.000 kr.

= 50.000 kr.

