

DEN EUROPÆISKE UNION
Den Europæiske Socialfond



DEN EUROPÆISKE UNION
Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid

Projektets navn	Danske Turismekompetencer
EU medfinansiering (kr.)	22.129.012,00

Vedhæftede filer

Bilag - Effektkæde Danske Turismekomp..docx

Bilag - projektmodel Danske Tk.docx

Bilag - Turismebranchens struktur.pdf

Bilag-succeskriterium Danske Tk.xls

Budget - detail og aktivitet 1.2.C.pdf

Fordelingsnøgle for Socialfondsprojekt.pdf

1. Vigtig information før du ansøger

Jeg har gjort mig bekendt med indholdet i denne menu ☐ Ja

2. Valg af investeringsprioritet og aktivitet

Vækstfora m.m.	Syddansk Vækstforum
Program	Socialfonden
Prioritetsakse	1. Iværksætteri og jobskabelse
Investeringsprioritet	1.2 Vækstrettet kompetenceudvikling
Aktivitet	1.2.C. Vækstrettet kompetenceudvikling

Kort vurdering af overensstemmelse mellem projektet og investeringsprioriteten

Projektet omfatter en målrettet indsats på afdækning af kompetencer og efterfølgende kompetenceudvikling af ledelse og medarbejdere i turismevirksomheder, der har en vækststrategi, som kan realiseres via en opkvalificering af en større gruppe af medarbejdere og skabe vækst i beskæftigelsen.

Indsatsen vil fokusere på styrkelse af ledelses- og medarbejderkompetencer indenfor innovation, omstillingsparathed og produktivitet.

Der er således fuld overensstemmelse mellem projektet og investeringsprioritet.

3. Vækstforum - information samt valg af indsatsområde

Vælg indsatsområde fra Syddansk Vækstforum
--

Vælg indsatsområde fra Syddansk Vækstforum

4. Turisme

Kort begrundelse for valg af regionalt indsatsområde (se hjælpe tekst)

Dansk Kyst- og Naturturisme har til opgave at fremme erhvervsudviklingen i virksomheder, der beskæftiger sig med turisme, samt at forbedre turismens internationale konkurrenceevne. Derfor er projektets indhold målrettet turismevirksomheders vækstrettede kompetenceudvikling og berører kun indirekte nogen af de andre indsatsområder.

4. Stamoplysninger (projektet og kontraktansvarlig partner)

Projektets navn	Danske Turismekompetencer
Projektets startdato	1-9-2016
Projektets slutdato	31-12-2019
CVR-P, CVR under stiftelse eller CPR	CVR-P (Produktionsnummer)
CVR-P nummer	1020004378
Navn	DEN ERHVERVSDRIVENDE FONDE DANSK KYST- OG NATURTURISME
Selskabsform	Erhvervsdrivende fond
CVR nummer	36471271
Adresse	Niels Bohrs Vej 30
Postnummer	9220
By	Aalborg Øst
Region	Nordjylland
Branche (NACE kode)	8413

Branche beskrivelse	Administration af og bidrag til erhvervsfremme
Telefon	26933053
E-mail	okn@kystognaturturisme.dk
Projektansvarlig/kontaktperson fornavn	Ove
Projektansvarlig/kontaktperson efternavn	Knudsen
Projektansvarlig/kontaktperson Telefon	42361483
Projektansvarlig/kontaktperson Email	okn@kystognaturturisme.dk
Regnskabsansvarlig (for- og efternavn)	Birthe Jørgensen
Regnskabsansvarlig Telefon	62689892
Regnskabsansvarlig Email	bjo@kystognaturturisme.dk

Tegningsberettigede er flyttet til punkt 15 i hovedmenuen (15. Erklæring og underskrift).

Har projektet anden adresse
end kontraktansvarlig
partner? Ja

5. Hovedaktiviteter (liste) samt projektspecifikke output og effekter

Projektets hovedaktiviteter	Navn på hovedaktiviteten
Projektets 1. aktivitet	Kompetenceafdækning ift. vækststrategi
Projektets 2. aktivitet	Gennemførelse af vækstrettet kompetenceudvikling/rådgivning i virksomheder
Projektets 3. aktivitet	-
Projektets 4. aktivitet	-
Projektets 5. aktivitet	-
Projektets 6. aktivitet	-
Projektets 7. aktivitet	-
Projektets 8. aktivitet	-

Ønsker du at definere projektspecifikke indikatorer (output og effekter)? (se hjælpe teksten) Ja

Projektspecifikke output	Navn på output
Projektets 1. output	Deltagernes opnåede kompetencer
Projektets 2. output	-
Projektets 3. output	-

Projektspecifikke resultater (effekter)	Navn på effekt
Projektets 1. effekt	Virksomhedernes opnåede resultater ift. delmål
Projektets 2. effekt	-
Projektets 3. effekt	-

6. Hovedaktiviteter, output og effekter (i projektperioden)

Hovedaktiviteter				
Projektets hovedaktiviteter (periodeopdelt fremdrift)	Sep. 2016 - Feb. 2017	Mar. 2017 - Aug. 2017	Sep. 2017 - Feb. 2018	Sum
Projektets 1. aktivitet	100	162	262	524
Projektets 2. aktivitet	0	87	175	262
Projektets 3. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 4. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 5. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 6. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 7. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 8. aktivitet	0	0	0	0
Noter: - Projektets 1. aktivitet <i>Antal virksomheder, hvor kompetenceafdækning er iværksat.</i> - Projektets 2. aktivitet <i>Antal virksomheder, hvor kompetenceudvikling er iværksat på opgørelsestidspunktet (partnererklæring og indsatsaftale foreligger).</i>				
Projektets hovedaktiviteter (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2018 - Aug. 2018	Sep. 2018 - Feb. 2019	Sum
Projektets 1. aktivitet	524	263	263	1.050
Projektets 2. aktivitet	262	225	250	737
Projektets 3. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 4. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 5. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 6. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 7. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 8. aktivitet	0	0	0	0
Noter: - Projektets 1. aktivitet <i>Antal virksomheder, hvor kompetenceafdækning er iværksat.</i> - Projektets 2. aktivitet <i>Antal virksomheder, hvor kompetenceudvikling er iværksat på opgørelsestidspunktet (partnererklæring og indsatsaftale foreligger).</i>				
Projektets hovedaktiviteter (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2019 - Aug. 2019	Sep. 2019 - Dec. 2019	Sum
Projektets 1. aktivitet	1.050	0	0	1.050
Projektets 2. aktivitet	737	250	63	1.050
Projektets 3. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 4. aktivitet	0	0	0	0

Projektets 5. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 6. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 7. aktivitet	0	0	0	0
Projektets 8. aktivitet	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. aktivitet *Antal virksomheder, hvor kompetenceafdækning er iværksat*
- Projektets 2. aktivitet *Antal virksomheder, hvor kompetenceudvikling er iværksat på opgørelsestidspunktet. (partnererklæring og indsatsaftale foreligger).*

Output

3-Programfastsatte output (periodeopdelt fremdrift)	Sep. 2016 - Feb. 2017	Mar. 2017 - Aug. 2017	Sep. 2017 - Feb. 2018	Sum
1C.1 Antal mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder (herunder andelsvirksomheder og socialøkonomiske virksomheder), som modtager støtte	100	162	262	524
1C.2 Antal deltagere	0	656	1.312	1.968

Noter:

- 1C.1 Antal mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder (herunder andelsvirksomheder og socialøkonomiske virksomheder), som modtager støtte *Private virksomheder, der deltager i projektet som økonomisk partner / statsstøttemodtager. Opgøres på grundlag af udfyldte statsstøtteerklæringer /partnerskabserklæringer på opgørelsestidspunktet. Hvert CVR nr. tæller kun som én virksomhed uanset om der foreligger to erklæringer eller flere afdelinger (p-numre) er oprettet.*
- 1C.2 Antal deltagere *Antal personer der har udfyldt startsskema i forbindelse med deltagelse i projektets kompetenceudvikling.*

3-Programfastsatte output (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2018 - Aug. 2018	Sep. 2018 - Feb. 2019	Sum
1C.1 Antal mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder (herunder andelsvirksomheder og socialøkonomiske virksomheder), som modtager støtte	524	263	263	1.050
1C.2 Antal deltagere	1.968	1.685	1.875	5.528

Noter:

- 1C.1 Antal mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder (herunder andelsvirksomheder og socialøkonomiske virksomheder), som modtager støtte *Private virksomheder, der deltager i projektet som økonomisk partner / statsstøttemodtager. Opgøres på grundlag af udfyldte statsstøtteerklæringer /partnerskabserklæringer på opgørelsestidspunktet. Hvert CVR nr. tæller kun som én virksomhed uanset om der foreligger to erklæringer eller flere afdelinger (p-numre) er oprettet.*
- 1C.2 Antal deltagere *Antal personer der har udfyldt startsskema i forbindelse med deltagelse i projektets kompetenceudvikling.*

3-Programfastsatte output (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2019 - Aug. 2019	Sep. 2019 - Dec. 2019	Sum
1C.1 Antal mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder (herunder andelsvirksomheder og socialøkonomiske virksomheder), som modtager støtte	1.050	0	0	1.050
1C.2 Antal deltagere	5.528	1.875	470	7.873

Noter:

- 1C.2 Antal deltagere *Antal personer der har udfyldt startsskema i forbindelse med deltagelse i projektets kompetenceudvikling.*

Projektspecifikke output (periodeopdelt fremdrift)	Sep. 2016 - Feb. 2017	Mar. 2017 - Aug. 2017	Sep. 2017 - Feb. 2018	Sum
Projektets 1. output	0	0	1.770	1.770
Projektets 2. output	0	0	0	0
Projektets 3. output	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. output *Supplerende deltagerevaluering ift. 1C.3, hvor effekten er vurderet relativt lavt pga. tidligere erfaringer med svar via ophørsskemaer. Den enkelte deltagers tilfredshed med kompetenceudviklingen måles via en kvantitativ og kvalitativ evaluering, der gennemføres af involverede vækstfora/ERST. Indikatoren angiver hvor mange deltagere, der på måletidspunktet er tilfredse med udbyttet ift. udførelsen af nuværende og fremtidige jobfunktioner. (målet svarer til ca. 90 % af de deltagende).*
- Projektets 2. output *Ikke relevant*
- Projektets 3. output *Ikke relevant*

Projektspecifikke output (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2018 - Aug. 2018	Sep. 2018 - Feb. 2019	Sum
Projektets 1. output	1.770	0	3.204	4.974
Projektets 2. output	0	0	0	0
Projektets 3. output	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. output *Supplerende deltagerevaluering ift. 1C.3, hvor effekten er vurderet relativt lavt pga. tidligere erfaringer med svar via ophørsskemaer. Den enkelte deltagers tilfredshed med kompetenceudviklingen måles via en kvantitativ og kvalitativ evaluering, der gennemføres af involverede vækstfora/ERST. Indikatoren angiver hvor mange deltagere, der på måletidspunktet er tilfredse med udbyttet ift. udførelsen af nuværende og fremtidige jobfunktioner. (målet svarer til ca. 90 % af de deltagende).*
- Projektets 2. output *-*
- Projektets 3. output *-*

Projektspecifikke output (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2019 - Aug. 2019	Sep. 2019 - Dec. 2019	Sum
Projektets 1. output	4.974	0	2.110	7.084
Projektets 2. output	0	0	0	0
Projektets 3. output	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. output *Supplerende deltagerevaluering ift. 1C.3, hvor effekten er vurderet relativt lavt pga. tidligere erfaringer med svar via ophørsskemaer. Den enkelte deltagers tilfredshed med kompetenceudviklingen måles via en kvantitativ og kvalitativ evaluering, der gennemføres af involverede vækstfora/ERST. Indikatoren angiver hvor mange deltagere, der på måletidspunktet er tilfredse med udbyttet ift. udførelsen af nuværende og fremtidige jobfunktioner. (målet svarer til ca. 90 % af de deltagende).*
- Projektets 2. output -
- Projektets 3. output -

Resultater (effekter)

11-Programfastsatte resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Sep. 2016 - Feb. 2017	Mar. 2017 - Aug. 2017	Sep. 2017 - Feb. 2018	Sum
1C.3 Antal deltagere med forøget kompetenceniveau umiddelbart efter deltagelsen	0	0	1.181	1.181
1C.4 Jobskabelse i deltagende virksomheder 2 år efter deltagelsen (antal fuldtidsjobs)	0	0	0	0

Noter:

- 1C.3 Antal deltagere med forøget kompetenceniveau umiddelbart efter deltagelsen *Antal personer, der inden 4 uger efter deltagelsen, angiver i slutschema at have forøget sit kompetenceniveau via projektdeltagelsen. Målsætningen er relativt lav pga. tidligere erfaringer med svar via ophørsskemaet (ca. 60 % af deltagerne). Derfor har projektet foreslået et supplerende projektspecifikt outputmål for deltagernes opnåede kompetencer.*

11-Programfastsatte resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2018 - Aug. 2018	Sep. 2018 - Feb. 2019	Sum
1C.3 Antal deltagere med forøget kompetenceniveau umiddelbart efter deltagelsen	1.181	1.011	1.125	3.317
1C.4 Jobskabelse i deltagende virksomheder 2 år efter deltagelsen (antal fuldtidsjobs)	0	0	0	0

Noter:

- 1C.3 Antal deltagere med forøget kompetenceniveau umiddelbart efter deltagelsen *Antal personer, der inden 4 uger efter deltagelsen, angiver i slutschema at have forøget sit kompetenceniveau via projektdeltagelsen. Målsætningen er relativt lav pga. tidligere erfaringer med svar via ophørsskemaet (ca. 60 % af deltagerne). Derfor har projektet foreslået et supplerende projektspecifikt outputmål for deltagernes opnåede kompetencer.*

11-Programfastsatte resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2019 - Aug. 2019	Sep. 2019 - Dec. 2019	Sum
1C.3 Antal deltagere med forøget kompetenceniveau	3.317	1.125	282	4.724

umiddelbart efter deltagelsen				
1C.4 Jobskabelse i deltagende virksomheder 2 år efter deltagelsen (antal fuldtidsjobs)	0	0	0	0

Noter:

- 1C.3 Antal deltagere med forøget kompetenceniveau umiddelbart efter deltagelsen
Antal personer, der inden 4 uger efter deltagelsen, angiver i slidskema at have forøget sit kompetenceniveau via projektdeltagelsen. Målsætningen er relativt lav pga. tidligere erfaringer med svar via ophørsskemaet (ca. 60 % af deltagerne). Derfor har projektet foreslået et supplerende projektspecifikt outputmål for deltagernes opnåede kompetencer.

3-Vækstforum Syddanmark effekter (periodeopdelt fremdrift)	Sep. 2016 - Feb. 2017	Mar. 2017 - Aug. 2017	Sep. 2017 - Feb. 2018	Sum
Anslået skabt årlig omsætning (kr.)	0	0	0	0

Noter:

3-Vækstforum Syddanmark effekter (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2018 - Aug. 2018	Sep. 2018 - Feb. 2019	Sum
Anslået skabt årlig omsætning (kr.)	0	0	21.850.000	21.850.000

Noter:

- Anslået skabt årlig omsætning (kr.)
Beregnet ud fra at virksomheder, der har gennemført en dækkende kompetenceudvikling af personale med kundekontakt inden for service og værtskab, opnår en omsætningsstigning på 5 % via mersalg til eksisterende gæster fra første sæson efter deltagelsen. Omsætningen pr. virksomhed er sat til et gennemsnit på 10 mio. kr./år, og det forudsættes at 10 % af virksomhederne har service og værtskab som hovedindsatsstema i den vækstrettede kompetenceudvikling. De resterende 90 % af de deltagende virksomheder forventes at opnå omsætningsstigninger som følge af innovation og effektiviseringer på 2 %, men tidligst 2 år efter deltagelsen. I hele projektområdet forventes den skabte årlige omsætning t.o.m. denne periode at udgøre ca. 22 mio. kr.

3-Vækstforum Syddanmark effekter (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2019 - Aug. 2019	Sep. 2019 - Dec. 2019	Sum
Anslået skabt årlig omsætning (kr.)	21.850.000	24.400.000	42.450.000	88.700.000

Noter:

- Anslået skabt årlig omsætning (kr.)
Beregnet ud fra at virksomheder, der har gennemført en dækkende kompetenceudvikling af personale med kundekontakt inden for service og værtskab, opnår en omsætningsstigning på 5 % via mersalg til eksisterende gæster fra første sæson efter deltagelsen. Omsætningen pr. virksomhed er sat til et gennemsnit på 10 mio. kr./år, og det forudsættes at 10 % af virksomhederne har service og værtskab som hovedindsatsstema i den vækstrettede kompetenceudvikling. De resterende 90 % af de deltagende virksomheder forventes at opnå omsætningsstigninger som følge af innovation og effektiviseringer på 2 %, men tidligst 2 år efter deltagelsen. I hele projektområdet forventes den skabte årlige omsætning i denne periode at udgøre ca. 67 mio. kr.

Projektspecifikke resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Sep. 2016 - Feb. 2017	Mar. 2017 - Aug. 2017	Sep. 2017 - Feb. 2018	Sum
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----

Projektets 1. effekt	0	0	471	471
Projektets 2. effekt	0	0	0	0
Projektets 3. effekt	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. effekt *De umiddelbart konstaterede effekter i relation til virksomhedernes forventede målopfyldelse (f.eks. medarbejderkompetencer ift. udviklingsmål, gæstetilfredshed, -loyalitet, medarbejdertilfredshed, - rekruttering, mersalg og indtjening) måles via en kvalitativ evaluering, der gennemføres af involverede vækstfora/ERST. Indikatoren angiver hvor mange virksomheder, der på måletidspunktet er tilfredse med effekten (målet svarer til ca. 90 % af de deltagende).*
- Projektets 2. effekt *Ikke relevant*
- Projektets 3. effekt *Ikke relevant*

Projektspecifikke resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2018 - Aug. 2018	Sep. 2018 - Feb. 2019	Sum
Projektets 1. effekt	471	0	473	944
Projektets 2. effekt	0	0	0	0
Projektets 3. effekt	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. effekt *De umiddelbart konstaterede effekter i relation til virksomhedernes forventede målopfyldelse (f.eks. medarbejderkompetencer ift. udviklingsmål, gæstetilfredshed, -loyalitet, medarbejdertilfredshed, - rekruttering, mersalg og indtjening) måles via en kvalitativ evaluering, der gennemføres af involverede vækstfora/ERST. Indikatoren angiver hvor mange virksomheder, der på måletidspunktet er tilfredse med effekten (målet svarer til ca. 90 % af de deltagende).*
- Projektets 2. effekt -
- Projektets 3. effekt -

Projektspecifikke resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Mar. 2019 - Aug. 2019	Sep. 2019 - Dec. 2019	Sum
Projektets 1. effekt	944	0	0	944
Projektets 2. effekt	0	0	0	0
Projektets 3. effekt	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. effekt *De umiddelbart konstaterede effekter i relation til virksomhedernes forventede målopfyldelse (f.eks. medarbejderkompetencer ift. udviklingsmål, gæstetilfredshed, -loyalitet, medarbejdertilfredshed, - rekruttering, mersalg og indtjening) måles via en kvalitativ evaluering, der gennemføres af involverede vækstfora/ERST. Indikatoren angiver hvor mange virksomheder, der på måletidspunktet er tilfredse med effekten (målet svarer til ca. 90 % af de deltagende).*
- Projektets 2. effekt -
- Projektets 3. effekt -

7. Effekter (efter projektperioden)

Resultater (effekter)			
Programfastsatte resultater (effekter) (efter projektperioden)	Overført måltal	Efter projektslut	Sum
1C.3 Antal deltagere med forøget kompetenceniveau umiddelbart efter deltagelsen	4.724	0	4.724
1C.4 Jobskabelse i deltagende virksomheder 2 år efter deltagelsen	0	131	131
Noter: - 1C.4 Jobskabelse i deltagende virksomheder 2 år efter deltagelsen <i>Jobskabelsen hænger sammen med om kompetenceudviklingen fører til en omsætningsstigning i de deltagende virksomheder via implementering af de prioriterede vækstmål. Derfor er der ikke vurderet en jobskabelse i projektperioden, men en omsætningsstigning over tid, der efter projektperioden forventes omsat til nye jobs. Antal årligt skabte jobs er vurderet som afledt effekt af omsætningsstigningen, og der er benyttet en relativ lav faktor på 1 job pr. 1 mio. kr. i omsætningsstigning (faktoren er eksempelvis 1,4 i hotelsektoren), hvilket tager højde for at en del af omsætningsfremgangen ikke vil blive omsat i ekstra arbejdskraft men i f.eks. teknologiinvesteringer, overskud, nyinvesteringer i produktet eller gå til administrationsomkostninger. Jobskabelsen ved investering i turismebranchens virksomheder sker desuden ikke nødvendigvis i de deltagende turismevirksomheder, men både i andre turismevirksomheder og virksomheder i andre brancher. Det skyldes at turismeforbruget fordeler sig med kun ca. 33 % på de virksomhedstyper, der er projektets primære målgruppe og ca. 67 % på detailhandel, andre produkter og transport (jf. Turismens økonomiske betydning i Danmark 2013, VisitDenmark og CRT). Projektets effektvurderinger for jobskabelse og omsætningsstigning svarer derfor kun til en tredjedel af den samlede effekt, hvis effekten hos virksomhederne i de brancher, der indirekte begunstiges af et stigende turismeforbrug skabt af projektet, kunne måles.</i>			
Vækstforum Syddanmark effekter (efter projektperioden)	Overført måltal	Efter projektslut	Sum
Anslået skabt årlig omsætning (kr.)	88.700.000	113.300.000	202.000.000
Noter: - Anslået skabt årlig omsætning (kr.) <i>Beregnet ud fra at virksomheder, der har gennemført en dækkende kompetenceudvikling af personale med kundekontakt inden for service og værtskab, opnår en omsætningsstigning på 5 % via mersalg til eksisterende gæster fra første sæson efter deltagelsen. Omsætningen pr. virksomhed er sat til et gennemsnit på 10 mio. kr./år, og det forudsættes at 10 % af virksomhederne har service og værtskab som hovedindsatsstema i den vækstrettede kompetenceudvikling. De resterende 90 % af de deltagende virksomheder forventes at opnå omsætningsstigninger som følge af innovation og effektiviseringer på 2 %, men tidligst 2 år efter deltagelsen. Omsætningsstigningen ved investering i turismebranchens virksomheder sker desuden ikke nødvendigvis i de deltagende turismevirksomheder, men både i andre turismevirksomheder og virksomheder i andre brancher. Det skyldes at turismeforbruget fordeler sig med kun ca. 33 % på de virksomhedstyper, der er projektets primære målgruppe og ca. 67 % på detailhandel, andre produkter og transport (jf. Turismens økonomiske betydning i Danmark 2013, VisitDenmark og CRT). Projektets effektvurderinger for omsætningsstigning svarer derfor kun til en tredjedel af den samlede effekt, hvis effekten hos virksomhederne i de brancher, der indirekte begunstiges af et stigende turismeforbrug skabt af projektet, kunne måles.</i>			
Projektspecifikke resultater (effekter) (efter projektperioden)	Overført måltal	Efter projektslut	Sum
Projektets 1. effekt	944	0	944

Projektets 2. effekt	0	0	0
Projektets 3. effekt	0	0	0

Noter:

8. Uddybende projektbeskrivelse

A. Uddybende beskrivelse af projektets hovedaktiviteter (se hjælpe tekst):

Danske Turismekompetencer er et landsdækkende udviklingsprojekt, der vil videreudvikle, koordinere og styrke kompetenceudviklingsindsatsen for turismeerhvervet. Projektet udmærker sig ved at gå på tværs af de tre forretningsområder i dansk turisme – Storbyturisme, Erhvervs- og

Mødeturisme og Kyst- og Naturturisme om det fælles mål at styrke dansk turismes konkurrenceevne. Dette sker i tæt samarbejde med organisationer, destinationer og uddannelsesudbydere.

Projektets kerne er vækstrettet kompetenceudvikling for turismevirksomheder.

Der ønskes gennemført et ambitiøst kompetenceudviklingsforløb, der imødekommer nogle af de væsentligste udfordringer, som dansk turisme står overfor netop nu, eksempelvis gæsternes oplevelse af manglende sammenhæng mellem kvalitet og pris, begrænset innovationsevne og tab af markedsandele.

Danske Turismekompetencer opkvalificerer både ledere og medarbejdere i de virksomheder, der har vækstplaner og -potentiale. Kompetenceudviklingsforløbene tilpasses virksomhedernes efterspørgsel efter kompetencer, som kan føre til en hurtigere og mere effektiv realisering af virksomhedens vækststrategi. I tilrettelæggelsen af kompetenceudviklingen tages der hensyn til virksomhedens værdikædesammenhæng og de særlige udfordringer og potentialer, der er gældende for den enkelte destination og det enkelte forretningsområde. Derfor er der ikke på forhånd fastlagt bestemte faglige eller undervisningsmæssige temaer. Dog tilsiger tidligere erfaringer med erhvervets vækstbarrierer at følgende temaer kan blive centrale elementer:

- digitalisering,
- servicedesign inden for salg og service,
- personligt værtskab,
- værdikædebaseret ledelse og virksomhedsudvikling.

Ansøgningsproces

Denne ansøgning har til formål at skabe øget vækst og beskæftigelse i turismebranchen. Det skal ske via en direkte vækstrettet kompetenceudvikling, der tager udgangspunkt i virksomhedernes vækststrategier, der således bliver definerende for hvilke dele af medarbejdernes kompetencebehov, der skal arbejdes med i projektet. Kort sagt skal kompetenceudviklingen sikre, at turismevirksomhederne bliver bedre til at indfri eget vækstpotentiale.

Ansøgningen omfatter ikke Region Sjælland på grund af regionens status som overgangsregion. Den økonomiske fordeling mellem vækstfora hviler på en aftalt fordelingsnøgle, der er vedhæftet denne ansøgning. Der er administrativt indgået aftale om at ansøgningen indsendes til Region Syddanmark, hvor behandlingen koordineres på vegne af alle involverede vækstfora.

De enkelte vækstfora søges desuden om støtte fra de regionale erhvervsudviklingsmidler til projekt, ”Turismebranchen - fra potentiale til vækst via kompetencer”, hvis målgruppe er virksomheder, der, i forbindelse med visitation til dette projekt, vurderes at have behov for en begrænset bearbejdning af vækststrategien. Projektet skal øge turismevirksomheders parathed til at indgå i projektet ”Vækstrettet kompetenceudvikling”. Det skal derfor facilitere en individuel vejledning om hvilke dele af virksomhedens vækststrategi, der kræver en videreudvikling specielt i forhold til deltagelse i vækstrettet kompetenceudvikling. Herunder vejledes virksomheden om tilrettelæggelse og gennemførelse internt i virksomheden og om mulighed for støtte via væksthuse/lokal erhvervsservice.

Som grundlag for ansøgningerne har Dansk Kyst- og Naturturisme gennemført en analyse, der kortlægger turismebranchens vækststrategi- og kompetenceudviklingsbehov i forhold til realisering af udviklingsplaner.

Der henvises i øvrigt til vedhæftede ”Projektmodel Danske Turismekompetencer”.

Baggrunden for projektet

Danmark skal være konkurrencedygtig i forhold til fremtidens krav til turisme- og oplevelsesindustriens serviceleverance. Derfor er målsætningerne i regeringens vækstplan om kompetenceløft i turismebranchen, meget vigtig i forhold til at opnå en dansk kvalitetsturisme med international konkurrenceevne.

Dansk turisme er kendetegnet ved mange små virksomheder. Derudover er 80 % af turismens ansatte kortuddannede, og en del er ofte ansat i kortere tid i forbindelse med turismens højsæsoner. Branchens virksomhedstørrelse og uddannelsesniveau er belyst i medfølgende bilag: ”Turismebranchens struktur”.

Turisme er samtidig et komplekst fagområde, der involverer mange sektorer, samfundsmæssige forhold og delbrancher i værdikæderne.

Årsagerne til turismeerhvervets kompetenceefterslæb er, at både uddannelsessystemet og turismeerhvervet har haft svært ved at håndtere de accelererende krav til funktioner og produktudvikling, der er virkeligheden for nutidens turisme. De største barrierer for uddannelse, tager netop afsæt i ovenstående strukturelle forhold:

- Manglende tradition for efter- og videreuddannelse i en sæsonpræget branche med mange ufaglærte og studerende
- Manglende kendskab til uddannelsesmuligheder (f.eks. AMU) blandt virksomheder og en del fordomme om mulighederne i systemet
- Manglende eller for ringe kommunikation fra uddannelsesinstitutionerne til turistvirksomheder, herunder at kursustilbuddene kommunikeres i et attraktivt og virksomhedsrettet sprog

Denne situation har nødvendiggjort en delvis kompenserende indsats gennem regionale kompetenceprojekter, hvor der via kompetenceprojekter og erhvervsudviklingsprogrammer har været iværksat forskellige tiltag, for at styrke turismens kompetencer og konkurrenceevne.

Der har i høj grad været fokus på at kompetenceudvikle branchens mange ufaglærte ved både at give værktøjer til at honorere turisternes nye krav og adfærdsmønstre i konkrete arbejdsfunktioner samt skabe en forståelsesmæssig sammenhæng med virksomhedens og destinationens værdikæder. Succesen i disse tiltag har været afhængig af, at der i virksomhedsledelsen er skabt erkendelse af værdien af de menneskelige ressourcer som en væsentlig del af "produktet". Der, hvor det er lykkedes at opnå den ledelsesmæssige accept af kompetenceudvikling som et strategisk værktøj, er der opnået en forankring i virksomhedskulturen og i samarbejdet med det omkringliggende samfund, der rækker langt ud over de relativt korte projektperioder. Samtidigt har kompetenceprojekterne vist, at der er et øget behov for nødvendig viden om værdikæder og turistens særlige forventninger til serviceleverancen.

Erfaringerne fra de af regionerne gennemførte uddannelses- og udviklingsprojekter udgør et solidt udgangspunkt for det følgende projektoplæg for kompetenceudvikling i dansk turisme, hvor der gennem dette projekt sikres en sammenhængende og landsdækkende tilgang til at give de nuværende ansatte i turismebranchen konkrete kompetencer ift. realiseringen af virksomhedernes vækststrategier. Erfaringerne herfra kan - sammen med evt. parallelle projekter i regi af uddannelsesinstitutioner - befordre, at allerede ansatte og uddannelsessøgende fremover kan identificere en arbejdsmarkedsrelevant uddannelsesvej inden for turisme- og oplevelsesøkonomien.

Som tidligere nævnt har Dansk Kyst- og Naturturisme som grundlag for projektets afgrænsning af målgruppe, deltagerpotentiale og indsatser ladet udarbejde en landsdækkende analyse af turismebranchens vækststrategier og kompetenceudviklingsbehov relateret til vækst. Analysen giver bl.a. et billede af hvor mange virksomheder, der har eller er i gang med at formulere vækstplaner, vækstambitioner, hvilke udfordringer virksomhederne ser ift. manglende medarbejderkompetencer samt hvilke kompetencer, der umiddelbart vurderes at være behov for. Den endelige analyserapport fremsendes i december måned til involverede vækstfora.

Indhold:

Projektet skal skabe vækst og yderligere beskæftigelse gennem en målrettet kompetenceudvikling af ledere og medarbejdere i turismevirksomheder, der har et specifikt vækstpotentiale, som kan realiseres ved hjælp af nye kompetencer. Indsatsen skal derfor både målrettes mod den enkelte virksomheds vækststrategi og områder, hvor dansk turisme samlet set har mulighed for at opdyrke potentialer og styrkepositioner.

Målgruppen for projektet er ansatte i virksomheder i turismebranchen, herunder bl.a. overnatningsvirksomheder, restauranter, conferencecentre, attraktioner, oplevelsesudbydere, detailhandel samt service- og transportvirksomheder, der udgør en del af turismens værdikæde.

Projektets effektmål fordrer, at kun virksomheder, der har et identificeret kompetencebehov i forhold til vækststrategien, og som vil investere i realiseringen gennem deltagelse i projektets aktiviteter med en betydelig del af medarbejderne/ledelsen, kan deltage i projektet.

De deltagende virksomheder vil være SMV'ere. Der vil dog også forventeligt indgå et mindre antal større virksomheder, som udgør en væsentlig del af turismeudbuddet i enkelte destinationer. De få større virksomheder, der involveres i projektet, vil have en mentorfunktion via de lokale netværk i projektet, og vil således ikke modtage støtte.

Målgruppen er således afgrænset til de virksomheder i turismebranchen, der har en handlingsorienteret vækststrategi og har vurderet at en konkret kompetenceudviklingsindsats er en forudsætning for en hurtigere og mere effektiv realisering af væksten.

Analysen af turismebranchens vækststrategier og kompetenceudviklingsbehov afgrænser, med de på ansøgningstidspunktet foreliggende data, bruttomålgruppen for ansøgningen til ca. 1.900 virksomheder og mindst 18.000 ansatte. Da indhentning af data ikke er afsluttet i alle delbrancher, herunder i kultur og forlystelser, som rummer mange større virksomheder, og antallet af ansatte er beregnet ud fra laveste enhed i kategorier (f.eks. 20 i kategorien 20-250 ansatte), vil målgruppen være væsentligt større.

De foreliggende resultater fra analysen om virksomhedernes umiddelbare efterspørgsel indikerer, at virksomheder med formulerede udviklingsplaner for ca. 20 %'s vedkommende vurderer at der mangler kompetencer blandt de fastansatte for realisere den planlagte udvikling. Desuden vurderer samme gruppe for ca. 12 %'s vedkommende, at manglende kompetencer hos sæsonansatte giver udfordringer ift. realisering af udviklingsmål.

Hovedaktiviteter:

Aktiviteterne vil blive udrullet løbende i gennem projektperioden, så virksomheder, der først er parate til deltagelse efter et forudgående udviklingsforløb i erhvervsfremmeregi, kan visiteres senere i projektperioden.

Følgende funktioner indgår i den nedenfor beskrevne aktivitetsgennemførelse:

- Indgåelse af samarbejdsaftaler med tovholdere, partnere i uddannelsesinstitutioner samt udbud af konsulentopgaver.
- Annoncering af program, kontakt til og visitation af virksomheder.
- Statsstøttekontrol, partnerskabsaftaler, persondata-, time- og løndokumentation, rapportering og styring af administration.
- Igangsættelse af aktiviteter, koordinering og opfølgning samt erfaringsopsamling.
- Planlægning af kompetenceafdækningsprocessen i samarbejde med udførende aktør og den enkelte virksomhed under hensyntagen til sæsonbelastning samt sammenfaldende behov i destinationen.
- Bidrag til den udførende aktørs planlægningsfunktion i form af viden om målgruppens behov og muligheder fra kompetenceafdækning sammenholdt med de konkrete uddannelsesmål. Funktionerne vil omfatte medvirken til udarbejdelse af programoplæg til samt dialog med involverede virksomheder og medarbejdere.

A. Kompetenceafdækning i forhold til virksomhedernes vækststrategi:

Projektet gennemfører løbende i projektperioden en hvervning af turismevirksomheder via udbud af projektdeltagelsen til den samlede målgruppe både via hjemmesider hos erhvervs- og turismefremmeorganisationer, netværk, præsentationsmøder og opsøgende virksomhed.

Visitering af deltagere til projektet:

Kriterier, der skal opfyldes:

1. Virksomheden har en formuleret vækststrategi

2. Virksomheden vurderer at en specifik kompetenceudvikling af en gruppe medarbejdere kan føre til en hurtigere og mere effektiv realisering af strategien

Virksomheder, der har en klart formuleret vækststrategi, som gør det muligt at sammenholde mål, handlinger og forventet effekt med den ønskede kompetencetilførsel, går videre i visiteringsfasen.

Øvrige virksomheder med en vækststrategi, der ved en begrænset videreudvikling forventes at kunne opfylde visiteringskriterierne henvises til vejledning i støtteprojektet ”Turismebranchen – fra potentiale til vækst via kompetencer”. Disse virksomheder forventes efter en begrænset intern strategiproces at være modnet til visitering til deltagelse i vækstrettet kompetenceudvikling.

I visiteringsfasen analyseres virksomhedens vurdering ift.

1. Realisme i vækststrategiens potentiale- og udbytteforudsætninger - den enkelte virksomheds vækststrategi holdes op mod destinationens potentialeplaner og aktuelle markedsadgang for at vurdere, om virksomhedens vækststrategi rummer det af virksomheden forventede potentiale.
2. Arten, omfanget og målet for kompetenceudviklingen set i forhold til de forventede effekter.

Herefter er der grundlag for sammen med virksomheden at foretage en afvejning og prioritering af hvilke investeringer i kompetenceudvikling, der er forsvarlige i forhold til vækstpotentialet.

Virksomheder med en vækststrategi, som sammen med andre virksomheder i destinationens værdikæde, har et vækstpotentiale, der kan forventes realiseret hurtigere og med større effekt ved kompetenceudvikling, indgår som deltagere i den efterfølgende kompetenceafdækning blandt medarbejderne i forhold til vækststrategien.

Ved kompetenceafdækningen i virksomheder på den enkelte destination skal der identificeres kompetencebehov, som giver virksomhederne i destinationens værdikæde et større vækstpotentiale ved at samarbejde om kompetenceudvikling af medarbejderne på udvalgte områder. Formålet er at sammensætte grupper/netværk af virksomheder på destinationen, der, både ud fra egen vækststrategi og destinationens turismepotentiale, med fordel vil kunne følge samme kompetenceudviklingsforløb. Typiske områder kan være service- og værtskab, digitalisering og informations- og kommunikationsstrategi. Herved forudsætter projektet at opnå en tilstrækkelig volumen i grupper/netværk af virksomheder på den enkelte destination, som via en samordnet kompetenceudviklingsindsats kan skabe en forbedret konkurrenceevne for destinationen og dermed sikre væksteffekter i den enkelte virksomhed.

I forbindelse med kompetenceafdækning blandt medarbejderne er det i den enkelte virksomhed afgørende at fokusere på at vækstmålene skal være konkrete og realiserbare, samt at der på ledelses- og medarbejderniveau er fuld opbakning til at investere de ressourcer i projektet, der

er nødvendige for at realisere vækstmålene. Denne tilgang tilgodeser projektets forventning om at kunne gennemføre en kompetenceudvikling af en betydelig og/eller vækstrelevant del af de deltagende virksomheders medarbejdere/ledelse samt at opnå en hurtig effekt på værdiskabelsen pr. medarbejder og beskæftigelsen.

Det forventes at 1.050 virksomheder (i gennemsnit ca. 320 pr. år) vil blive engageret i kompetenceafdækning og gennemføre vækstrettet kompetenceudvikling i projektet.

B. Gennemførelse af vækstrettet kompetenceudvikling/rådgivning i virksomheder

De vækstrettede kompetenceforløb og efteruddannelser i projektet har udelukkende fokus på at mobilisere virksomhedernes menneskelige ressourcer i realiseringen af vækstpotentialet for de medarbejdergrupper, der etableres efter kompetenceafdækningen. Disse kompetencer fører ikke nødvendigvis til et højere formelt kompetenceniveau, men det vil naturligvis kunne være resultatet i en række tilfælde, hvor eksisterende AMU-forløb mv. kan indgå som en del af et udviklingsforløb.

Det er resultatet af kompetenceafdækningen og virksomhedernes investeringsparathed i forhold til realiseringen af vækstpotentialet, der bestemmer hvilke værktøjer projektet tager i brug i de respektive virksomheder og netværk. Projektets gennemførelse på destinationsniveau skal ske i et samarbejde med lokale turisme- og erhvervsfremmeorganisationer med et velfunderet samarbejde med virksomhederne. I den forbindelse vil der, ud over de nedennævnte kompetenceudviklingsværktøjer, også kunne være tale om at planlægge samlede lederudviklingsforløb, hvor dele af ledelsesudviklingen sker via f.eks. mentorordninger, chef-til-leje ordninger eller rådgivningsforløb i regi af erhvervsfremmesystemet, mens andre dele gennemføres i projektet.

Resultater fra analysen, som foreligger på ansøgningstidspunktet, viser at virksomheder, der har vurderet et kompetenceudviklingsbehov ift. realisering af målsætninger, har fokus på følgende temaer:

For fastansatte: Service, kundebetjening, salg, produktkendskab, personligt værtskab, digitale medier, samarbejde og ledelse.

For sæsonansatte: Kundebetjening, service, salg, produktkendskab og personligt værtskab.

Der er således god overensstemmelse mellem projektets forventninger til relevante kompetenceudviklingstemaer og virksomhedernes vurdering af behovet.

Temaer i kompetenceudviklingen:

Efteruddannelse og kompetenceudvikling forventes, som før nævnt, ofte at indeholde elementer af fire overordnede kompetencetemaer, der er relevante for alle tre forretningsområder i turismen.

Det gælder digitalisering, salg og service, personligt værtskab og værdikædebaseret ledelse og virksomhedsudvikling. Da det er behovet i den enkelte virksomhed, der er bestemmende for indsatsen, må temaerne ikke betragtes som udtømmende eller obligatoriske i forhold til indholdet i projektets kompetenceudvikling.

Temaet digitalisering er begrundet i den øgede internationalisering på turismemarkedet, hvor øget digitalisering giver nye muligheder for erhvervet, men også betyder nye udfordringer. Det stiller store krav til virksomhedernes viden om digital tilstedeværelse og tilrettelæggelse af digitale strategier, ligesom der er et stort behov for øget viden om forskellige målgruppers medievaner.

Samtidigt er det ikke længere nok kun at forstå brugen af IKT-værktøjer og sociale medier, men i lige så høj grad at forstå at planlægge et indhold, der kan skabe interesse hos gæsten og ikke mindst skabe interaktion via f.eks. content marketing. Uddannelsesforløbene forventes blandt andet at indeholde digitale strategier, digital markedsføring på sociale medier, content marketing og earned, paid and owned media.

Salg og service skal ses i et før, under og efter perspektiv. Gæsterne stiller større og større krav til ferien og har mange forventninger til den service og kommunikation, der møder dem. Det er derfor afgørende, at turismeaktørerne er klædt på til at yde en imødekomende service, der på en gang kan skabe en unik oplevelse, samt give salg og gensalg. Derfor skal der ske kompetenceudvikling på de mange touchpoints, der er i kunderejsen, så der skabes synergi mellem salg og service før, under og efter. Både i det fysiske møde, men også i forståelsen for at bruge de digitale værktøjer i hvervnings- og gensalgssituationer. Servicedesign forventes at blive et centralt uddannelsesstema, herunder fremtidens turistservice - mødet med turisten både online og onsite før, under og efter besøget, samt digitale værktøjer til køb, formidling og genkøb/loyalitet, den sælgende adfærd under besøget, adfærd og kulturforståelse samt storytelling.

Personligt værtskab er en kompetence, hvor medarbejderen både leverer en grundlæggende perfekt udført service, og evner at benytte virksomhedens/destinationens værdisæt, sin egen personlighed og viden om gæstens forventninger til at involvere sig i at levere en ekstraordinær oplevelse. Hvis dette sættes i spil med kompetencer inden for formidling og storytelling samt forretnings- og kulturforståelse, er grundlaget skabt for, at medarbejderen i turisme- og oplevelseserhvervet kan udfylde sin vigtige rolle som ambassadør for destinationens tilbud.

Under temaet personligt værtskab forventes undervisningsforløb som fælles værdisæt og servicedesign, forretnings- og kulturforståelse, storytelling, sproglige og sociale/emotionelle kompetencer.

Værdikædebaseret ledelse og virksomhedsudvikling er en afgørende kompetence i målet om at skabe den helhedstænkning og -adfærd, der betyder, at turisten både oplever god

virksomhedsledelse i de enkeltstående aktiviteter, men også at et helt område fungerer gæstfrit og godt. Dette er et tema, der – både i efteruddannelser og fremtidens videregående turismeuddannelser – bør have høj prioritet, for at styrke sammenhængskraften og give et stærkt udgangspunkt for dannelsen af stærke destinationer. Under temaet værdikædebaseret ledelse og virksomhedsudvikling forventes eksempelvis uddannelsesforløb omkring temaerne forretningsudvikling, organisationsudvikling samt innovation og produktudvikling gennem forståelse for værdikædesammenhæng, herunder målgruppe- og markedsviden.

Ovenstående kompetencetemaer skal - forudsat, de er relevante i virksomhedens kompetenceudviklingsstrategi, - tilpasses som elementer i udviklingsforløbet, så der er et match i forhold til at understøtte virksomhedernes strategiske vækstpotentiale.

Derudover kan der blive tale om forretningsområdespecifikke forløb, hvor enten konkrete funktioner i delbranchen eller forretningsområdets værdikæde kræver særlige kompetencer, som supplement til de tværgående kompetencespor.

Eksempler på specielle forløb tilpasset de enkelte forretningsområder kan være:

Outdoor-forløb inden for kyst- og naturturismen er særligt relevante, idet Outdoor produkter i dag ofte er drevet af virksomheder og organisationer i grænselandet mellem kommercielle virksomheder og forenings/hobby organisationer. Udvikling af potentialet vil forudsætte en specialiseret kompetenceudvikling og dermed en professionalisering af synliggørelse, salg og leverance af det danske Outdoor produkt

China-ready-forløb inden for storbyturismen, hvor en markedsresearch i 2012 viste, at kinesiske turister i Danmark og Norden havde dårlige serviceoplevelser. Derfor har Wonderful Copenhagen udviklet en serie branchespecifikke China Ready Crash Courses. Kurserne har til formål at klæde serviceaktører på til mødet med de kinesiske gæster, der kommer med andre serviceforventninger og behov end mange andre, især vestlige, markeder.

Meetovation-forløb inden for erhvervs- og mødeturismen som kvalificerer conference- og mødearrangører til at omsætte kundebehov og formål med mødet til rådgivning af kunden. Samtidigt kan den uddannede meetovator designe mødeproduktet og forestå implementering i selve mødet.

Eksempler på kompetenceudviklingsprogrammer:

Da det er behovet i den enkelte virksomhed, der er bestemmende for indsatsen, må tema- og programeksemplerne ikke betragtes som udtømmende eller obligatoriske i forhold til indholdet i projektets kompetenceudvikling. De konkrete kompetenceforløb tilrettelægges i nært samarbejde med den enkelte virksomhed og relevant aktør. Indhold, varighed mv. planlægges individuelt

ud fra kompetenceafdækning i den konkrete målgruppe og prioriteret indsats for realisering af vækststrategi.

Eksempel – værtskabskursus

Modul 1- Din rolle som medarbejder i turisterhvervet

(Din adfærd? Persontyper og kulturforståelse, Din egen persontype og brug af personprofiler)

Modul 2 - Fokus på turisten

(Hvordan skaber du hurtigt en tillidsvækkende atmosfære? Gæstens forventninger til dig, Hvordan giver du gæsten en oplevelse/service ud over det forventede?)

Modul 3 - Hvordan kommer vi i superligaen?

(Hvorfor skifter gæsterne turistmål? Hvorfor skal jeg som gæst vælge netop din virksomhed?

Hvorfor skal jeg som gæst vælge at blive serviceret af netop dig? Engagement og motivation – din måde at få gæsten til at vende tilbage)

Modul 4 - Sæt gæsten i centrum

(Hvordan kommunikerer du bedst med de forskellige personprofiler? Hvorfor er din kommunikation afgørende for virksomhedens succes? Hvorfor opstår reklamationer og klager? Konkrete metoder til at håndtere vanskelige kundesituationer)

Modul 5 - Målret dit salgsarbejde og få succes!

(Hvordan kan du via små tiltag skabe et øget salg? Salgets faser, Salgsteknikker i praksis, Hvordan træffer gæsten sin beslutning?)

Eksempel – Salg, service og mersalg:

Modul 1 - Introduktion til forløbet – formål og forventninger.

(Rolledefinition, Bevidsthed om din virksomheds grundlæggende værdier, Workshop: Find virksomhedens fordele og "oversæt" dem til fordele for kunden, Hvordan agerer jeg som ambassadør for min virksomhed)

Modul 2 - Personprofilering

(Kunder skal mødes "hvor de er" – lær at kategorisere kundetyperne via transaktionsanalyse for derigennem at give den enkelte kunde den "rette" service, Salgsteknik i bookingfasen – nysalg,

Salgsplanlægning, Målnedbrydning: Nedbryd dit salgsmål til dagligdags handlinger, Grundlæggende principper for salg (behov og løsning), Salgspsykologi (hvorfor køber kunder?).

Salgsmetodik - hvordan opbygges et salg? Lær at gennemskue kundens behov via struktureret behovsafdækning)

Modul 3 - Salgsteknik når gæsten er i huset - mersalg

(Værdien af mersalg, Mersalg sat i system, Mersalgsprincipper. Nedbryd evt. barrierer mod mersalg, Mersalgsbrainstorm, prioritering og planlægning som du kan bruge fra "i morgen")

Salgsteknik når gæsten er vendt hjem – gensalg, - enkle metoder til at få returnerende kunder)

Modul 4 - Service

(Servicedefinition - service er... / service er ikke..., Service kan godt koste penge, Eksempler på god service i din branche, Servicebrainstorm, prioritering og planlægning som du kan bruge fra "i morgen")

Modul 5 - Kundemødet

(Effektiv kommunikation, De tre kommunikationskanaler (mail/telefon/ personlig), Praktisk formidlingsteknik, Ti gode vaner i formidling - sat i system (bl.a. stemme, krop, struktur etc.))

Modul 6 - Produktkendskab i destinationen og regionen

(Værdien af at benytte lokalområdets styrker i samspil med din virksomhed, Hvordan udnytter vi vores lokale fordele, så kunden oplever mere værdi i besøget? Workshop: Lær at gå i dybden med kundens behov - og at koble disse behov sammen med din regionale/lokale styrke)

Den vækstrettede kompetenceudvikling i projektet forventes at involvere op mod 8.000 personer i projektperioden og skabe grundlaget for en realisering af et vækstpotentiale, der svarer til 131 mio. kr. i øget omsætning samt indtil 131 helårsjobs 0-2 år efter projektets afslutning i de deltagende virksomheder. I denne sammenhæng bør det bemærkes, at jobskabelsen ved investering i turismebranchens virksomheder ikke nødvendigvis sker i de deltagende turismevirksomheder, men både i andre turismevirksomheder og virksomheder i andre brancher. Det skyldes at turismeforbruget fordeler sig med kun ca. 33 % på de virksomhedstyper, der er

projektets primære målgruppe og ca. 67 % på detailhandel, andre produkter og transport (jf. Turismens økonomiske betydning i Danmark 2013, VisitDenmark og CRT).

Projektets effektiviteter for jobskabelse og omsætningsstigning svarer derfor kun til en tredjedel af den samlede effekt, hvis effekten hos virksomhederne i de brancher, der indirekte begunstiges af et stigende turismeforbrug skabt af projektet, kunne måles.

Vedrørende andre forhold i projektet:

Statsstøtte:

Projektets støtte til de deltagende virksomheder (SMV) ydes under de minimis forordningen, og der foretages kontrol af om virksomhedens samlede forventede støtte kan rummes under beløbsgrænsen på baggrund af indhentet erklæring fra virksomheden forud for tilsagn om støtte. Der udarbejdes statsstøtterelevans for de enkelte virksomheders modtagne støtte i projektet.

Virksomhedernes behov for efterspørgsel efter projektets ydelser:

En del af argumentationen for iværksættelse af et kompetenceudviklingsprojekt er, at der i målgruppen er en efterspørgsel efter de ydelser projektet tilbyder. I dette projekt sker identifikationen af virksomhedernes vækststrategirelaterede kompetencebehov i visiteringsfasen og det parallelle REM-projekt, "Turismebranchen – fra potentiale til vækst via kompetencer". Med baggrund i resultaterne fra analysen af virksomhedernes vækststrategier og projektets konkrete opsamling af virksomhedernes aktuelle kompetencebehov/-ønsker på regionalt niveau, vil der foreligge en dokumentation for virksomhedernes efterspørgsel. Imidlertid er der et andet og ligeværdigt behov/hensyn, der også skal indgå i vurderingen af projektets relevans: Den efterspørgsel, der er på nationalt og regionalt plan efter vækst i turismebranchen. Her er der tale om at benytte et EU-finansieret projekt som et offensivt redskab til at fremme en ønsket udvikling via en økonomisk tilskyndelsesvirkning. Derfor kan en vurdering af projektet, der alene hviler på virksomhedernes aktuelle efterspørgsel, ikke stå alene, og der er med afsæt i vækstplan og nationale handlingsplaner peget på at netop kompetenceudvikling og professionalisering i turismeerhvervet er afgørende for at skabe den ønskede udvikling.

Partnere i projektet:

Projektet vil indgå aftaler om operative partnerskaber med uddannelsesinstitutioner og erhvervsfremmeorganisationer i forhold til opgaver i kompetenceafdækning og -udvikling samt

med lokale turisme- og erhvervsfremmeorganisationer i forhold til opgaver med opsøgende kontakt og præsentation af projektets tilbud.

Det har ikke været muligt at indgå de operative partnerskaber forud for indsendelsen af denne ansøgning på grund af usikkerheden om projektets finansiering og geografiske udstrækning, som har været gældende helt op til ansøgningsfristen. Som bekendt har Dansk Kyst- og Naturturisme imidlertid foretaget en afsøgning af interessen for deltagelse hos en lang række af de ovennævnte organisationer, og det vil være muligt at indgå partnerskabsaftalerne, så snart der foreligger et tilstrækkeligt afklaret grundlag.

Partnerskaber med deltagende virksomheder vil blive etableret løbende i projektets løbetid, efterhånden som den enkelte virksomheds visitering og statsstøttekontrol er afsluttet.

B. Uddybende beskrivelse af projektets output (se hjælpe tekst):

Antal af SMV, der modtager støtte via projektet:

Omfatter private virksomheder, der deltager i projektet som økonomisk partner / statsstøttemodtager. Opgøres på grundlag af udfyldte statsstøtteerklæringer / partnerskabserklæringer på opgørelsestidspunktet. Hvert CVR nr. tæller kun som én virksomhed uanset om der foreligger to erklæringer eller flere afdelinger (p-numre) er oprettet.

Det er projektets vurdering at hovedmålgruppen for projektets indsats især findes indenfor branchegrupperne: Overnatning, restaurant, rejseservice samt kultur og forlystelser.

Ud fra en delvis gennemført analyse af turismebranchens vækststrateginiveau og kompetenceudviklingsbehov, hvor populationen har udgjort ca. 5.500 SMV virksomheder i det område der dækkes af denne ansøgning, vurderes bruttomålgruppen for projektet at udgøre ca. 1.900 virksomheder med formulerede vækstplaner og ca. 200 virksomheder, der er i gang med formulering af vækstplaner. Projektets forventning om at kunne iværksætte vækstrettet kompetenceudvikling i 1.050 virksomheder (ca. 50 %) over en 3½-årig projektperiode vurderes meget realistisk, når henses til at det drejer sig om kompetenceudvikling, som umiddelbart vil kunne fremme implementeringen af virksomhedernes vækststrategi.

Antal deltagere:

Antal personer der har udfyldt startsskema i forbindelse med deltagelse i projektets kompetenceudvikling.

Antallet af personer, der påbegynder kompetenceudvikling i projektet er vurderet til ca. 8.000 baseret fordelt på 1.050 virksomheder med i gennemsnit 7,6 deltagere, svarende til 46 % af de mindst 17.500 personer, der er beskæftiget i virksomheder med formulerede vækstplaner.

C. Uddybende beskrivelse af projektets effekter (se hjælpe tekst):

Antal deltagere med forøget kompetenceniveau umiddelbart efter deltagelsen

Indikatoren er afhængig af om den enkelte person i slidskema angiver at have forøget sit kompetenceniveau. Ud fra erfaringer fra en lang række socialfundsprojekter er det meget vanskeligt, så tæt på afslutningen af et kompetenceforløb, at opnå en besvarelse fra alle deltagere, hvor læringen er fuldt ud erkendt. Derfor er andelen der angiver at have opnået forøget kompetenceniveau (baseret på deltagernes egen vurdering i slidskema) sat til 60 % af deltagernes besvarelser.

Jobskabelse i deltagende virksomheder 2 år efter deltagelsen:

Jobskabelsen hænger sammen med om kompetenceudviklingen fører til en omsætningsstigning i de deltagende virksomheder via implementering af de prioriterede vækst mål. Derfor er der ikke vurderet en jobskabelse i projektperioden, men en omsætningsstigning over tid, der efter projektperioden forventes omsat til nye jobs.

Omsætningsstigningen er beregnet ud fra at virksomheder, der har gennemført en dækkende kompetenceudvikling af personale med kundekontakt inden for service og værtskab, opnår en omsætningsstigning på 5 % via mersalg til eksisterende gæster fra første sæson efter deltagelsen. Omsætningen pr. virksomhed er sat til et gennemsnit på 10 mio. kr./år, og det forudsættes at 10 % af virksomhederne har service og værtskab som hovedindsatsstema i den vækstrettede kompetenceudvikling. De resterende 90 % af de deltagende virksomheder forventes at opnå omsætningsstigninger som følge af innovation og effektiviseringer på 2 %, men tidligst 2 år efter deltagelsen.

D. Uddybende beskrivelse af projektets aktører (se hjælpe tekst):

Dansk turisme er i høj grad kendetegnet ved mange små virksomheder, samt af at hele tre fjerdedele af turismebranchens ansatte er kortuddannede eller ufaglærte, som ofte kun er sæsonansatte. Samtidig er turisme et komplekst fagområde, der involverer mange sektorer, og har mange delbrancher i værdikæderne. En konsekvens af dette er, at der ikke i store dele af branchen er tradition for efter- eller videreuddannelse samt at deltagelse af udviklingsprojekter først i de senere år har fundet indpas i branchen.

Projektets metode til at skabe interesse og engagement i udvikling af de menneskelige ressourcer i branchen er baseret på mangeårige erfaringer fra de vstdanske regioners gennemførelse af socialfundsprojekter, der primært har haft til formål at afhjælpe aktuelle kompetenceudfordringer i virksomhederne. Desuden har der under regionalfondsprogrammet samt KUP været gennemført udviklingsprojekter, hvor branchens afhængighed af destinationens værdikæde har været omdrejningspunktet. I disse forløb har det været en afgørende faktor, at projektholder eller den lokale tovholder har opbygget et tillidsbaseret samarbejde med den enkelte virksomhed og har en anerkendt indsigt i efterspørgsel, målgrupper, markeder og salgskanaler. Dette projekt

tager fat på en ny dimension ift. udvikling af turismebranchen, nemlig en individuel indsats i den enkelte virksomhed for at realisere vækstpotentiale, men fortsat med udgangspunkt i den nødvendige sammenhæng med destinationens samlede udbud.

En række operatører har gennem tidligere og igangværende projekter (bl.a. NICE og Viden & Vækst) opnået samarbejdsrelationer, der er nødvendige for at opnå en dialog om virksomhedens forretningsudvikling og prioritering af kompetenceudvikling i konkurrence med øvrige presserende opgaver i den daglige drift. Derfor er projektets operative niveau baseret på, at der samarbejdes med lokale tovholdere, der både med hensyn til etablerede samarbejdsrelationer til erhvervet og geografisk nærhed kan tilgodese projektets intentioner om en effektiv og landsdækkende indsats.

E. En sammenfattende, kort og udtømmende beskrivelse af projektet (se hjælpe tekst):

Danske Turismekompetencer er et landsdækkende udviklingsprojekt, der vil videreudvikle, koordinere og styrke kompetenceudviklingsindsatsen for turismeerhvervet. Projektet udmærker sig ved at gå på tværs af de tre forretningsområder i dansk turisme – Storbyturisme, Erhvervs- og Mødeturisme og Kyst- og Naturturisme – samt uddannelsesudbydere, destinationer og organisationer om det fælles mål at styrke dansk turismes konkurrenceevne.

Der ønskes således gennemført et ambitiøst kompetenceudviklingsforløb, der imødekommer nogle af de væsentligste udfordringer, som dansk turisme står overfor netop nu, det gælder eksempelvis gæsternes oplevelse af manglende sammenhæng mellem kvalitet og pris, innovationsevne og sikring af markedsandele.

Danske Turismekompetencer opkvalificerer både ledere og medarbejdere i de virksomheder, der har vækstplaner og -potentiale, samt arbejder for, at flere medarbejdere opnår formelle kompetencer via samarbejde med erhvervs- og brancheorganisationer og uddannelsessektoren.

Det brede samarbejde bag projektet skal resultere i, at kompetenceudvikling målrettet turismeerhvervet bliver en integreret og prioriteret del af uddannelsesinstitutionernes uddannelsestilbud fremadrettet. Projektet har, udover at være et kompetenceudviklingsprojekt med målbare succeskriterier, således også karakter af at være et læringsprojekt i forhold til uddannelsesudvalgenes arbejde samt uddannelsesinstitutionernes opgave med at sammensætte, afprøve og kvalificere, hvilken type uddannelsestilbud, turismeerhvervet efterspørger.

Samlet er der tale om et projekt, der vil øge virksomhedernes konkurrenceevne via opkvalificering af allerede ansatte og på sigt skabe et forbedret rekrutteringsgrundlag blandt nyuddannede, som har kompetencer svarende til arbejdsmarkedets krav.

F. Uddybende om projektets additionalitet (se hjælpe tekst):

Branchens sammensætning med mange små virksomheder, mange kortuddannede eller ufaglærte og en generelt manglende tradition for efter- eller videreuddannelse samt for deltagelse i erhvervsfremmeinitiativer indebærer, at der er behov for en særlig motivation og støtte, hvis der skal opnås et vækstrettet kompetenceløft i turismeerhvervet.

Derfor er EU-støtten til dette projekt afgørende for dels at få branchens virksomheder til at prioritere efteruddannelse af allerede ansatte, som en afgørende faktor i skabelsen af vækst og beskæftigelse i virksomheder med vækststrategier og -potentiale.

Alle projektets indsatser er således supplerende i forhold til aktørers og deltageres normale drift, og indsatserne ville ikke kunne gennemføres uden støtten.

G. Udbudsregler/tilbudslov – herunder markedspris og miljøhensyn ved offentlige indkøb (se hjælpe tekst):

Dansk Kyst- og Naturturisme følger nedenstående retningslinjer for varetagelse af sparsommelighedshensyn og udbudsregler, herunder markedsafsøgning i forbindelse med indkøb af tjenesteydelser i projektet:

Ydelser mellem 10.000-100.000 kr.:

Her kan sammenlignes med kendte priser for fuldt sammenlignelige opgaver, som er indhentet indenfor det seneste år.

Alternativt indhentes 2 – 3 tilbud uden annoncering for at kunne dokumentere markedspris og udvist sparsommelighed.

Ydelser mellem 100.000 og 500.000 kr.:

Her sker der offentliggørelse af opgaver på egen hjemmeside for at sikre gennemsigtighed også i forhold til entrepriser, der ikke overstiger Tilbudslovens grænse på kr. 500.000 eller er undtaget for annonceringspligt iht. udbudsdirektivets bilag II B. Tildelingskriterier og –procedure er normalt nærmere beskrevet i den konkrete tilbudsansøgning.

I alle tilfælde følges de grundlæggende EU-retlige principper om ligebehandling, ikke-diskrimination, gennemsigtighed, fri bevægelighed og proportionalitet.

Ydelser over 500.000 kr. og op til EU's tærskelværdier for udbud:

Her følges lovens regler for procedurer om annonceringspligt for bilag II A – tjenesteydelser samt for de bilag II B – tjenesteydelser, der måtte have grænseoverskridende interesse.

Ydelser over EU's tærskelværdi for udbud (pt. 1.541.715 kr, ekskl. moms)

Her følges reglerne for EU-udbud.

9. Økonomiske partnere i projektet

Kontraktansvarlig partner (overført fra hovedmenuens pkt. 4 Stamoplysninger)

Navn	DEN ERHVERVSDRIVENDE FONDE DANSK KYST- OG NATURTURISME
CVR nummer	36471271
CVR-P nummer	1020004378
Selskabsform	Erhvervsdrivende fond
Adresse	Niels Bohrs Vej 30
Postnr.	9220
By	Aalborg Øst
Region	Nordjylland
Branche (NACE kode)	8413
Branche beskrivelse	Administration af og bidrag til erhvervsfremme
Telefon	26933053
Email	okn@kystognaturturisme.dk

Samlet forventet antal af økonomiske partnere

Angiv nedenfor det samlede forventede antal af økonomiske partnere i projektet inklusiv den kontraktansvarlige partner (se hjælpe tekst)

Antal	1050
-------	------

Vigtigste økonomiske partnere

Vælg nedenfor antal af vigtigste økonomiske partnere (max 4), udover den kontraktansvarlige partner (se hjælpe tekst)

Antal økonomiske partnere (max 4)	Ingen økonomiske partnere (udover kontraktansvarlig partner)
-----------------------------------	--

10. Oplysninger om Statsstøtte

Oplysning om tidligere ydet statsstøtte.

Du bedes angive, hvor vidt du eller en af de andre økonomiske partnere - eller øvrige statsstøttemodtagere – pr. d.d. skylder at tilbagebetale støtte, der i henhold til kommissionsbeslutning er erklæret i strid med reglerne om det indre marked.

Nej

Hvis projektet indebærer, at virksomheder eller institutioner modtager offentlig støtte til kommercielle aktiviteter (se hjælpe tekst), skal der for hver enkelt støttemodtager gives en række oplysninger, inden den enkelte støttemodtager påbegynder sin deltagelse i projektet. Oplysningerne anføres i dette skema, såfremt støttemodtagerne er kendte på ansøgningstidspunktet.

Bliver identiteten af støttemodtagerne først kendt, efter indsendelsen af ansøgningen, skal tilsvarende oplysninger indsamles, før den enkelte statsstøttemodtager påbegynder sin deltagelse i projektet. Undladelse af oplysningerne om den enkelte støttemodtager kan medføre, at projektet ikke anses som støtteberettiget

Indebærer projektet offentlig støtte til kommercielle aktiviteter? Ja

Statsstøtte og projektets økonomiske partnere.

Du har angivet følgende økonomiske partnere i projektet (inklusive dig selv som kontraktansvarlig). Angiv for hver enkelt om de deltager i støttede kommercielle aktiviteter (ved at sætte flueben i kolonnen for kommercielle aktiviteter):

Nr.	CVR-P nummer	Navn	Sæt flueben ved støttede kommercielle aktiviteter
1	1020004378	DEN ERHVERVSDRIVENDE FONDE DANSK KYST- OG NATURTURISME	-
2	-	-	-
3	-	-	-
4	-	-	-
5	-	-	-

Andre virksomheder og institutioner end ovennævnte

Vælg antal virksomheder/institutioner som er kendte på ansøgningstidspunktet (dog maksimalt 15) Ingen

11. Økonomi

Søges der anden støtte til projektet?

Nej

Valg af kontoplan

Socialfonden 18%

Indsæt støtteprocent (max 50%)

50,00

Socialfonden 18% kontoplan

Udgifter	
Udgifter til intern projektgennemførelse	
10. Projektarbejde, standardsats	0,00
20. Projektarbejde, faktisk løn	11.465.900,00
40. Ekstern konsulent bistand	7.080.000,00
50. Revision	207.500,00
60. Andet	0,00
70. Øvrige udgifter 18%	3.375.612,00
79. I alt	22.129.012,00
10% udgifter	
80. Maskiner og udstyr	0,00
90. Køb af patenter, knowhow og licenser	0,00
98. Interim justeringskonto 10%	0,00
99. I alt	0,00
Driftsudgifter i alt	22.129.012,00
Deltagerløn og Deltagerunderhold	
100. Deltagerløn, standardsats	2.005.512,00
110. Deltagerløn, faktisk løn	20.123.500,00
120. Deltagerunderhold, standardsats	0,00
130. Deltagerunderhold, faktisk udbetaling	0,00
139. I alt	22.129.012,00
Samlede udgifter	
149. Samlede udgifter	44.258.024,00
150. Indtægter (indsæt nul eller negativ værdi)	0,00
199. Samlede støtteberettigede udgifter	44.258.024,00
Finansiering	
500. EU medfinansiering	22.129.012,00
Deltagerfinansiering	
510. Statslig deltagerfinansiering	0,00
511. Regional deltagerfinansiering	0,00
512. Kommunal deltagerfinansiering	0,00
513. Privat deltagerfinansiering	22.129.012,00
514. Deltagerfinansiering fra offentligt lignende	0,00

519. I alt	22.129.012,00
Kontante tilskud	
520. Kontante Statslige tilskud	0,00
521. Kontante Regionale tilskud	0,00
522. Kontante Kommunale tilskud	0,00
523. Kontante Private tilskud	0,00
524. Kontante tilskud fra offentligt lignende	0,00
525. Kontante statslige tilskud fra Erhvervsstyrelsen	0,00
529. I alt	0,00
530. Egenfinansiering beregnet - skal fordeles nedenfor:	0,00
531. Statslig egenfinansiering	0,00
532. Regional egenfinansiering	0,00
533. Kommunal egenfinansiering	0,00
534. Privat egenfinansiering	0,00
535. Offentlig lignende egenfinansiering	0,00
539. I alt	0,00
599. Samlet finansiering	44.258.024,00
Noter:	
- 20. Projektarbejde, faktisk løn	<i>Posten omfatter projektledelse, administration og arbejde med alle projektaktiviteter, dokumentation og rapportering: I alt: 787 timer à 400 kr. (314.800 kr.) + 3.900 timer à 275 kr. (1.072.500 kr.) + 12.107 timer à 350 kr. (4.237.780 kr.)= 5.625.080 kr. Samt i partnerregi: Kompetenceafdækning:5.250 timer à 350 kr.(1.837.500 kr.) + Uddannelse: 11.438 timer à 350 kr. (4.003.300 kr.) = 5.840.800 kr. I alt: 11.465.880 kr.</i>
- 40. Ekstern konsulent bistand	<i>Konsulentbistanden omfatter kompetenceafdækning i 300 virksomheder: (2.100 timer á 1.200 kr.)= 2.520.000 kr., planlægning og udformning af programmer: 300 vsh. à 4 timer: (1.200 timer à 800 kr.) = 960.000 kr. samt gennemførelse af kompetenceudvikling (150 forløb á 20 katedertimer: (3.000 timer à 1.200 kr.)= 3.600.000 kr. - I alt: 7.080.000 kr.</i>
- 50. Revision	<i>Revisionsudgiften er beregnet ud fra Deloitte's prisliste: Start, projektbesøg, 7 perioderegnskaber, projektreghnskab samt 8 stk. partnerrevision (207.500 kr.).</i>
- 100. Deltagerløn, standardsats	<i>Erfaringsbaseret estimat over andel af deltagerløn, som beregnes med standardsats - vurderet til (716 deltagere à i gens. 25 timer): 17.900 timer á 111,75 kr. : 2.000.325 kr.</i>
- 110. Deltagerløn, faktisk løn	<i>Deltagerløn, faktisk løn er baseret på at ca. 6.600 deltagere (efter frafald og evt. mgl. dokumentation) indgår i kompetenceudvikling à i gennemsnit 25 timer. I alt: 165.000 timer à i gens. 121,99 kr./time: 20.123.500 kr.</i>
- 513. Privat deltagerfinansiering	<i>Svarer til den angivne deltagerløn under konto 139.</i>
Validering af budget 18%	
Deltager udgifter og finansiering	Ja
Samlede udgifter og samlet finansiering	Ja

12. Økonomi fordelt på perioder

Forbrug fordelt på halvårsperioder

Procentdel der forventes anvendt i perioden: Sep. 2016 - Feb. 2017	5
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Mar. 2017 - Aug. 2017	10
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Sep. 2017 - Feb. 2018	15
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Mar. 2018 - Aug. 2018	20
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Sep. 2018 - Feb. 2019	25
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Mar. 2019 - Aug. 2019	15
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Sep. 2019 - Dec. 2019	10

13. Øvrige oplysninger

Bæredygtig udvikling

Bidrager gennemførelsen af projektet positivt til en bæredygtig udvikling på miljøområdet?

Ingen effekt

Besvarelsen bedes uddybet

Der vurderes ikke at være tale om nogen registerbar effekt.

Lige muligheder og ikke-diskrimination: personer med handicap

Bidrager gennemførelsen af projektet positivt til lige muligheder og ikke diskrimination for personer med handicap?

Ingen effekt

Besvarelsen bedes uddybet

Projektet bidrager ikke i sig selv til bedre muligheder for personer med handicap, men giver samme adgang til kompetenceudvikling, som øvrige ansatte i virksomhederne tilbydes.

Lige muligheder og ikke-diskrimination: etnisk oprindelse

Bidrager gennemførelsen af projektet positivt til lige muligheder og ikke-diskrimination m.h.t. etnisk oprindelse?

Ingen effekt

Besvarelsen bedes uddybet

Der kan ikke argumenteres for en positiv effekt, men projektet giver lige adgang for alle i målgruppen uanset etnisk oprindelse.

Lige muligheder og ikke-diskrimination: ligestilling mellem mænd og kvinder

Bidrager gennemførelsen af projektet positivt til lige muligheder og ikke diskrimination mellem mænd og kvinder?

Ingen effekt

Besvarelsen bedes uddybet

Da målgruppen er allerede ansatte i turismebranchen er kønsfordelingen blandt de potentielle deltagere i projektet givet, men der kan være en positiv effekt ift. kvinders karrieremuligheder såfremt den andel der deltager i projektet svarer til kvindernes overrepræsentation i branchen. Da deltagerkredsen ikke er kendt på forhånd, er det imidlertid ikke angivet nogen forventet effekt.

Virksomhedsengagement

Bidrager projektet til et stærkt engagement fra private virksomheder?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Projektet er baseret på en direkte involvering af private virksomheder i en vækstrettet kompetenceudvikling for den enkelte virksomhed. Derfor er et stærkt engagement en betingelse for projektets succes.

Offentlig-private partnerskaber

Bidrager projektet til at skabe samspil mellem den offentlige og den private sektor med henblik på at udnytte fælles potentialer og skabe løsninger på et højere niveau?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Projektet gennemføres i et samspil mellem det private erhvervsliv, brancheorganisationer og det offentlige uddannelses- og erhvervsfremmesystem. Erfaringsopsamling og vidensdeling på basis af projektet er en forudsætning for den nødvendige forankring af uddannelsesmetoder og læringsmål, der forventes at ske i et fortsat samarbejde mellem erhvervslivet og uddannelsessystemet.

Samordning og koordinering

Bidrager projektet til at samordne og koordinere regionens mange aktiviteter med henblik på at sikre synergi og undgå overlap og parallelsystemer?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Som et landsdækkende projekt med fokus på koordinering af alle relevante aktørers interesse i turismebranchens kompetenceløft er det målet at tage udgangspunkt i den enkelte ansattes kompetencebehov ift. at medvirke til realisering af den enkelte virksomheds markedspotentiale, uanset geografi og organisatorisk tilknytning.

Fokusering

Bidrager projektet til at samle kræfterne i større og perspektivrige initiativer, der synligt og markant løfter regionen på udvalgte områder?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Regeringens Vækstplan fra 2014 indeholder en klar målsætning om, at turismebranchen skal have et gennemgribende kompetenceløft, og at samarbejdet mellem uddannelsesinstitutionerne og turismeerhvervet skal udvides og styrkes. Det er denne målsætning projektet ønsker at indfri gennem en landsdækkende indsats, hvor det er virksomhedernes og destinationernes vækspotentiale og markedsrelevans, der er sikrer et forretningsmæssigt perspektiv.

Globalisering

Bidrager projektet til perspektiv i forhold til globaliseringens muligheder og omsættes disse muligheder til konkurrencemæssige fordele?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Uddannelsestemaet digitalisering er netop begrundet i den øgede internationalisering på turismemarkedet, hvor øget digitalisering giver nye muligheder for erhvervet, men også betyder nye udfordringer.

Globaliseringen stiller store krav til virksomhedernes viden om digital tilstedeværelse og tilrettelæggelse af digitale strategier, ligesom der er et stort behov for øget viden om forskellige målgruppers medievaner. Derfor er kompetenceudviklingen i projektet på bl.a. dette felt i høj grad med til at styrke branchens internationale konkurrenceevne.

Samfinansiering

Bidrager projektet til bredt ejerskab og fælles prioritering af ressourcer - til de initiativer og udviklingsaktiviteter Vækstforum igangsætter?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Projektet involverer en bred interessentkreds og sikrer et stort engagement fra de deltagende virksomheder, som investerer i kompetenceudviklingen af medarbejderne.

Vækst i yderområder

Kommer projektet hele regionen til gode ved at satse på brobygning til yderområdernes særlige styrker og potentialer, til gavn for hele regionen?

Ingen effekt

Besvarelsen bedes uddybet

Det er sandsynligt at flertallet af deltagere vil være fra yderområderne, idet mange af turismens mest attraktive destinationer ligger her. Imidlertid er deltagerkredsen ikke afgrænset på forhånd, hvorfor der ikke er angivet en forventet effekt.

14. Information om persondataloven

Alle projektmedarbejdere og deltagere, der er tilknyttet et regionalfonds- eller socialfondsprojekt, skal give samtykke til, at personoplysninger om dem registreres og behandles i det it-system, der stilles til rådighed af Erhvervsstyrelsen. Det gør de ved at godkende "Samtykkeerklæring til behandling af personoplysninger".

Den kontraktsansvarlige partner har ansvaret for, at alle personer, der er tilknyttet projektet godkender samtykkeerklæringen.

Hvis en person med tilknytning til projektet ikke vil godkende samtykkeerklæringen, kan der ikke gives tilskud fra Regionalfondens eller Socialfondens til personens deltagelse i projektet.

Med markering i nedenstående afkrydsningsfelt bekræfter jeg - som ansøger/kontraktsansvarlig partner - at have gjort mig bekendt med og accepteret betingelserne i Information om persondataloven (tryk her)

Samtidig forpligter jeg mig til at sikre, at eventuelle økonomiske partnere i projektet er gjort skriftligt bekendt med og har accepteret betingelserne i "Information om persondataloven".

Ved at sætte flueben i boksen giver du, som kontraktansvarlig partner, dit samtykke til ovenstående.

Ja

15. Erklæring og underskrift

Med underskrift bekræfter vi, at de afgivne oplysninger, er korrekte og retvisende.

Man skal underskrive den PDF, man modtager på email (den adresse der står opgivet under pkt. "1 Bruger profil").

På hver side nederst i PDF'en står anført bruger-id, versionsnr. og tids- og datostempel for indsendelsen.

Udskriver man en PDF i den venstre menu under punktet "2. Se ansøgning i PDF" står anført nederst i PDF, at det er et Udkast. Det er den PDF med tids- og datostempel, der skal underskrives og indsendes.

Den projektansvarlige samt den/de tegningsberettigede	Navn	Underskrift
Den projektansvarlige	Ove Knudsen	
1. Tegningsberettiget	Jens Hausted	
2. Tegningsberettiget	Henrik Höhrman	
3. Tegningsberettiget	-	
4. Tegningsberettiget	-	
5. Tegningsberettiget	-	
6. Tegningsberettiget	-	