

Ansøgningsskema til Region Midtjyllands initiativer og programmer

Vækstprojekt Thorsminde-Thyborøn

1. Oplysninger om ansøger	Dansk Kyst- og Naturturisme, Skeelslundvej 99, 1., 9440 Aabybro CVR-nr.: 36471271
Navn, Adresse, Kontaktperson, tlf, mailadr, CVR nr.	Kontaktperson: Jacob R. Kirkegaard Larsen Mail: jkl@kystognaturturisme.dk - Tlf. 5168 5345
2. Indhold (formål, mål og aktiviteter)	Formålet med vækstprojektet Thorsminde og Thyborøn er, at sætte ekstra hastighed på turismeudviklingen i vestkystområdet fra Thyborøn til Vedersø Klit. De to kystbyer Thorsminde og Thyborøn skal være de to nye primus motorer for udviklingen på Vestkysten jf. Udviklingsplan for Vestkysten. Projektet skal være med til at skabe erhvervsudvikling og øget turismeomsætning i området. Ligesom projektet skal være med til at skabe en øget positiv branding af området. Vækstprojektet skal skabe en skarp ramme for udviklingen i de 2 kystbyer, samt sætte skub på udviklingen af hele destinationen. Visionen for områdets turismeudvikling er, at destinationen skal være et sted, hvor turisten kan få kvalitetsoplevelser med udgangspunkt i to kystbyer med hvert sit særkende, der sammen tilbyder en oplevelse, der er anderledes end resten af vestkystens oplevelsesudbud. Projektets mål og aktiviteter: 1. Udvikle en profil for kystbyerne og destinationen med en tilhørende markedsføringstilgang, der kan skille sig ud på destinationens primære markeder og dermed øge destinationens kendskabsgrad og attraktivitet. 2. Udvikle en professionel tilgang til tiltrækning af investeringer med udgangspunkt i en tydelig udviklingsplan, en skarp profil og en unik fortælling, der gør området tydelig og attraktiv for investorer. 3. Øge overnatningskapaciteten på tværs af destinationen. Det skal ske både via en forøgelse af feriehuskapaciteten, men også via nye overnatningsformer. 4. Udvikle signaturprodukter og -oplevelser med udgangspunkt i destinationens profil og fortælling. Samt skabe et innovationsmiljø, der kan fortsætte med at øge turismeomsætningen efter projektets afslutning. 5. Øge samarbejdet på tværs af de to kystbyers områder, så turisten vil opleve en sammenhængende destination. Forventningerne til effekterne af projektet er overordnet set at: - Antallet af endagsturister og overnatninger øges væsentligt - Tiltrækningen af investeringer skal øges væsentligt - Turismeomsætningen og døgnforbruget skal øges væsentligt - Turisme- og erhvervsudviklingen skal øges væsentligt <i>Se uddybende beskrivelse i bilag 1 - samlet projektbeskrivelse</i>
3. Målgruppe og aktører	Målgruppen for vækstprojektet er turismeaktører, attraktioner, overnatningssteder, spisesteder, erhvervet, turistforeninger mv. kort sagt alle med interesse i udviklingen af turismen i Thorsminde og Thyborøn.

	Målgruppen vil blive involveret i alle vækstprojektets faser og vil blive rekrutteret ved afholdelse af fælles kick-off arrangement, workshops og værdikædesamarbejder. Der vil blive foretaget opsøgende virksomhedsbesøg med det formål, at tilvejebringe fuld information om projektets potentialer for områdets aktører og erhverv. Kommunerne vil sammen med Dansk Kyst- og Naturturisme spille en stor rolle i projektet i forhold til information og herved af interessenter til projektet. Kommunerne vil ligeledes være ansvarlige i forhold til ejerskab og involvering af øvrige kommunale forvaltninger i udviklingsarbejdet.
4. Organisering (Bestyrelse, styregruppe, etc.)	Dansk Kyst- og Naturturisme er projektansøger og varetager projektledelsen af projektet, herunder det overordnede ansvar for projektets fremdrift og økonomi. Ansøgerskonsortiet bag vækstprojektet tæller Dansk Kyst- og Naturturisme, Holstebro Kommune og Lemvig Kommune. Projektet vil blive igangsat og gennemført i perioden november 2018 til november 2020 og organiseres med en styregruppe på det strategiske niveau og en projektgruppe på operationelt niveau. Der nedsættes en direktionsgruppe, en koordineringsgruppe og en projektgruppe, som tilsammen har det overordnede ansvar for projektopfølgning og projektets strategiske retning. Direktionsgruppen har det overordnede ansvar for projektopfølgning og strategiske retning. Direktionsgruppen er projektets beslutningstager på det overordnede plan og træffer bl.a. beslutninger omkring ændringer i aktiviteter, tidsplan og økonomi. Direktionsgruppen består af 3 medlemmer: • Direktøren for Dansk Kyst- og Naturturisme • Direktøren for Kultur og Erhverv, Holstebro Kommune • Kommunaldirektøren, Lemvig Kommune Ved konstituering af Direktionsgruppen udpeges en formand. Deltagere fra koordineringsgruppen og projektgruppen samt evt. andre ressourcepersoner fra de primære partnerorganisationer kan indkaldes som observatører og/eller oplægsholdere ved direktionsgruppemøder efter behov. Koordineringsgruppen fungerer som projektets daglige beslutningstagere på det overordnede plan og træffer bl.a. løbende beslutninger omkring mindre ændringer i aktiviteter, tidsplan og økonomi. Gruppen mødes kvartalsvist til koordineringsmøder i hele projektperioden. Koordineringsgruppen sammensættes af 1 ledelsesrepræsentant fra hhv. Dansk Kyst- og Naturturisme, Holstebro Kommune og Lemvig Kommune, hvor der kan være sammenfald med repræsentanter fra projektgruppen. Projektgruppens opgave er, at koordinere aktiviteter i og på tværs af de 5 hovedaktiviteter. Derudover har projektgruppen det overordnede operationelle ansvar for gennemførelse af projektet, og kan her inddrage samarbejdspartnere og erhvervsaktører efter behov. Slutteligt har projektgruppen ansvar for indstillinger til direktionsgruppen, og deltagerne i projektgruppen kan deltage i direktionsgruppemøderne som ressourcepersoner efter behov.

	Projektgruppen består af mindst 4-6 personer: • 1 projektleder • 1-2 repræsentanter fra Holstebro Kommune • 1-2 repræsentanter fra Lemvig Kommune • 1 repræsentant fra Dansk Kyst- og Naturturisme/Partnerskab for Vestkystturismes sekretariat. Projektlederen får ansvaret for at sikre fremdrift på de respektive indsatsområder og tilhørende aktiviteter på tværs af de to kommuner. Den ansvarlige inddrager ressourcepersoner efter behov og sikrer aftaler med de andre partnere i konsortiet.
5. Effektkæde	Effektkæderne følger skabelonen - og er vedlagt.
6. Forankring efter projektperioden	Vækstprojektet forventes at have afgørende betydning i forhold til at konsolidere destinationssamarbejdet imellem Holstebro og Lemvig kommuner. I forlængelse heraf er det forventningen, at forankringen af projektet er tæt forbundet med det tættere samarbejde på kort sigt, og projektets resultater vil derfor blive en naturlig del af destinationens portefølje og fundament. Udgangspunktet for et samarbejde med en klar profil og målrettet oplevelsesudbud forventes etableret ved vækstprojektets ophør, og der kan herefter arbejdes fokuseret på tiltrækning af investeringer i kapacitet og oplevelser i fællesskab. Der kan skabes et reelt turismemæssigt vækstcenter på Vestkysten i Nordvestjylland.

7. Udgifter fordelt på opgavetyper (evt. projektledelse, aktiviteter, ekstern konsulent, markedsføring, etc.) <i>Regneark kan vedlægges</i>	Opgavetyper:	Beløb i 1000 kr.			
		2018	2019	2020	I alt
	Projektleder/projekttimer	121.417	830.500	676.933	1.628.850
	Eksterne konsulenter	-	1.440.000	510.000	1.950.000
	Rejseomkostninger	-	147.500	83.500	231.000
	Møder, adm. og revision	6.821	141.725	141.604	290.150
	I alt	128.238	2.559.725	1.412.038	4.100.000
8. Udgifter fordelt på hovedaktiviteter	Hovedaktivitet:	2018	2019	2020	I alt
	Profil og Kernefortælling	41.517	631.600	245.083	918.200
	Kapacitets og investeringsfremme	7.838	859.525	399.188	1.266.550
	Produkt & Oplevelsesudvikling	26.350	430.100	283.600	740.050
	Synlighed og Digitalisering	41.350	471.400	382.250	895.000
	Samarbejde og Vidensdeling	11.183	167.100	101.917	280.200
	I alt	128.238	2.559.725	1.412.038	4.100.000
9. Finansiering <i>Se nærmere budget i projektbeskrivelse</i>	Finansiering:	2018	2019	2020	I alt
	Regionale erhvervsudviklingsmidler - Region Midtjylland	53.432	858.219	588.349	1.500.000
	Dansk Kyst- og Naturturisme	21.373	343.288	235.340	600.000
	Lemvig Kommune inkl. timer	26.716	429.109	294.174	750.000
	Holstebro Kommune inkl. timer	26.716	429.109	294.174	750.000
	Fonde og andre partnere		500.000		500.000
	I alt	128.238	2.559.725	1.412.038	4.100.000
10. Underskrift	Dato				
	Underskrift				

31/8-2018

 JENS HALDSTED, direktør



 **DANSK
KYST & NATUR
TURISME**

VÆKSTPROJEKT THORSMINDE-THYBORØN



HOLSTEBRO
KOMMUNE



Lemvig Kommune

midt
regionmidtjylland

INDHOLDSFORTEGNELSE

Baggrund	3
Lemvig og Holstebro kommuner	4
Projektformål.....	6
1) Udvikling af Profil og Kernefortælling	6
1.1 Kortlægning af kystbyernes DNA.....	7
1.2 Udvikling af Profil og Kernefortælling	8
2) Kapacitet og investeringsfremme	8
2.1 Strategisk kystbyudvikling via investeringsfremme	9
2.2 Styrket kapacitetsudnyttelse	10
3) Produkt- og oplevelsesudvikling (Natur og livsnyder).....	11
3.1 Potentialeanalyse og målgruppebeskrivelse	12
3.2 Udvikling af signaturprodukter og Værdikædesamarbejder	13
4) Synlighed & digitalisering	14
4.1 Medejskab af fælles brand via content.....	14
4.2 Sådan Bringes de nye produkter på markedet	15
4.3 Digital sammenhængskraft.....	15
5) Samarbejde og vidensdeling	16
Organisering	17
Effektkæde.....	18
Forankring efter projektperioden.....	18
Økonomi	19

BAGGRUND

Kystbyerne Thorsminde og Thyborøn har et stort uudnyttet vækstpotentiale inden for turisme og er i "Udviklingsplan for Vestkysten - En fælles ambition for turismen frem mod 2025", udarbejdet i regi af Partnerskab for Vestkystturisme, udpeget som to af de nye stærke feriesteder på Vestkysten. Udviklingsplanen konkluderer, at såfremt vækstmålene for den samlede vestkystsatsning skal realiseres, er det nødvendigt at få flere kystbyer i spil, hvorfor der er behov for et udviklings- og vækstprojekt i byerne.

Udviklingen af stærke og attraktive destinationer i udvalgte geografiske områder med en tydelig profil og brand, større kritisk produktmasse, mangfoldig overnatningskapacitet og vækstpotentiale er aktuelt et centralt indsatsområde i nationale strategier for at skabe vækst og udvikling i dansk kyst- og naturturisme.

Kystbyerne Thorsminde og Thyborøn er karakteriseret ved at være vækstbobler med et stort uforløst potentiale og kan defineres som værende i opstartsfasen. Der er her mulighed for at arbejde fokuseret og systematisk med udvikling og etablering af to nye turismevækstområder. Kystbyerne Thorsminde og Thyborøn har dog ikke den samme markedsmodenhed som eksempelvis Hvide Sande, Blåvand mv. Det betyder på den ene side, at der stadig er behov for udvikling, men på den anden side giver det også en unik mulighed for, at skabe en destination, der tilbyder noget andet end resten af Vestkysten evt. med en mere skarp profil. Dog stadig med udgangspunkt i Danmarks turistattraktion #1: Vestkysten. Udviklingen af vækstområderne vil tage udgangspunkt i Dansk Kyst- og Naturturismes viden og erfaringer fra øvrige vækstprojekter.

Målet er, via en koncentreret indsats omkring kystbyerne Thorsminde og Thyborøn, at skabe en ny, attraktiv og innovativ stærk destination, der kan fungere som et nyt vækstlokomotiv på den danske Vestkyst - på sigt i både et nationalt og internationalt perspektiv.

Kystbyerne Thorsminde og Thyborøn bindes sammen af Vestkysten, Nisum Fjord og naturen og særligt Geopark Vestjylland. Området differentierer sig på den "uberørte, rå og autentiske natur og kultur". Her kan man finde ro og koble af i ordets egentlige betydning og være aktiv i den spektakulære natur. Særligt naturen er områdets hovedattraktion. Adgangen til rekreative og kommercialiserede oplevelser i naturen og på vandet skal styrkes og kombineres med overnatning og services. Samtidigt skal oplevelsesudbuddet udvikles og tilpasses både nuværende og kommende målgrupper.

Vækstprojektet vil som en tværgående indsats have fokus på bæredygtig turisme både i forhold til udvikling af produkter og oplevelser. Der vil blive taget udgangspunkt i de stedbundne ressourcer, som skaber værdi for aktører og mennesker i kystbyerne. Projektet vil omfatte klimadagsordenen og områdets styrkeposition inden for dette område.

Der vil blive taget udgangspunkt i stedernes eksisterende styrkepositioner og potentialer. Der skal skabes merværdi ved at kombinere produkter og oplevelser på nye og innovative måder. Der skal arbejdes med målrettede oplevelser inden for natur, kultur og fødevarer - baseret på veldefinerede målgruppebeskrivelser.

Aktørinvolvering vil være afgørende for vækstprojektets succes, da det i sidste ende er aktørerne, der tegner området og skaber det billede som potentielle gæster har. Det er derfor vigtigt at dette element

adresseres, således at de lokale aktører både bidrager til udarbejdelsen af projektets opgaver og tager ejerskab for projektets output.

LEMVIG OG HOLSTEBRO KOMMUNER

Lemvig og Holstebro har stor erfaring og tradition for samarbejde om turismeudvikling. Samarbejdet omfatter bl.a. Partnerskabet Enjoy Limfjorden, Naturpark Nissum Fjord, Geopark Vestjylland mv. Ambitionen i nærværende vækstprojekt er at skabe et tættere og mere forpligtende destinationssamarbejde på tværs af kommunerne - et nyt vækstcenter på Vestkysten.

Konkret ønskes denne vision realiseret ved at udnytte de forretningsmæssige potentialer og synergieffekter, der er i koblingen mellem Vestkysten, naturen og de to kystbyer Thorsminde og Thyborøn.

Der er i de to kommuner stor fokus på turismen som indsats. At der er kritisk masse og et turismemæssigt vækstpotentiale afspejles tydeligt i de meget flotte vækstrater i de kommercielle overnatninger særligt i perioden 2008 - 2016, hvor Holstebro Kommune oplevede en stigning på 46% og Lemvig Kommune en stigning på 33%.

Overnatningsmæssigt bygger Lemvig og Holstebro på et fundament af kapacitet, der primært relaterer sig til klassisk kystferie. Der fremkommer en stærk koncentration af særligt feriehuse og camping. Samt hoteller i specielt Holstebro kommune.

- Samlet set havde Lemvig og Holstebrokommuner 1,43 mio. overnatninger i 2017.
- I 2015 skabte turismen 1.765 årsværk og en samlet turismeomsætning på 1,4 mia. kroner i Lemvig og Holstebro kommuner

Baggrunden for at etablere destinationssamarbejdet mellem Lemvig og Holstebro kommune er helt oplagt den geografiske nærhed og en naturlig sammenhængskraft i de produktmæssige værdikæder i krydsfeltet mellem kysten/vandet, naturen og kystbyerne.

Turismen i Lemvig kommune er kendetegnet ved en høj tilfredshed med destinationen og høj kapacitetsudnyttelse af feriehuse (66%af 2.280 feriehuser). Den centrale udfordring for kommunen turismemæssigt er, at der mangler kobling mellem overnatningssteder, kyst og byer.

Turismen i Holstebro kommune er kendetegnet ved en høj tilfredshed med destinationen og en lav kapacitetsudnyttelse af feriehuse (44%af 2.680 feriehuser). Den centrale udfordring for kommunen turismemæssigt er, at der er for få kommercielle overnatninger, lavt antal tilgængelige feriehuse (begrænset overnatningskapacitet) samt lille udbud af oplevelser.

Et tættere samarbejde om udvikling af kystbyerne Thorsminde og Thyborøn er nødvendigt for at skabe et stærkt brand og en markedsposition som en kystdestination med natur og ro, unikke oplevelser og et i særklasse attraktivt sted at gøre ophold. Samarbejdet cementeres af, at der er tale om en række fælles udfordringer og potentialer, der løses bedre i et fælles tværkommunalt samarbejde.

Vækstprojektet vil omfatte følgende hovedindsatser:

1. Udvikling af Profil & Kernefortælling

- Udvikling og test af unik profil og kernefortællinger for hhv. Thorsminde og Thyborøn, samt den destination, som kystbyernes fælles vestkyststrækning udgør.

2. Kapacitets- og Investeringsfremme

- Udarbejdelse af strategisk-fysisk investeringsplaner for de to kystbyer og tilhørende områder
- Aktiviteter til styrket overnatningskapacitetsudnyttelse. Herunder både sæsonudvidelse og øget udlejning
- Skabelse af koncept inkl. materialer for professionel investeringstiltrækning og investorbearbejdning

3. Produkt- & Oplevelsesudvikling

- Udvikling og test af signatur produkter og oplevelser
- Skabelse af innovationsnetværk til øget produkt- og oplevelses innovation op imod kystbyernes og destinationens profil og målgrupper.

4. Synlighed & Digitalisering

- Udmøntning af Vestkystbrand (jf. Udviklingsplan for Vestkysten) lokalt til direkte brug for aktørerne.
- Udvikling af markedsføringskoncepter, der er tilpasset kystbyernes og destinationens profil og målgrupper.
- Udvikling og sikring af digital sammenhængskraft på tværs af destinationen.

5. Samarbejde & Vidensdeling

- Samarbejde i projektet og sikring af kommunikation og vidensdeling om projektet i regi af vestkystpartnerskabet og nationalt.



Model 1: Projektmodel

Projektmodellen (th) afspejler at en fælles profil og kernefortælling udgør fundamentet for det konkrete arbejde i udviklingsindsatserne omkring kapacitet- og investeringsfremme, produkt- og oplevelsesudvikling samt synlighed og digitalisering. På samme vis er samarbejde og vidensdeling et tværgående element, som skal sikre forankring bredt i erhvervet og sammenhæng på tværs af aktiviteterne.

I forhold til projektets organisatoriske del er det vigtigt at understrege, at målet på den korte bane også er at skabe en træningsbane for et tættere samarbejde. Ikke mindst pga. Det Nationale Turismeforums anbefalinger om færre, større og mere professionelle destinationer med kritisk masse, men også grundet de fælles indsatser Naturpark Nissum Fjord, Geopark Vestjylland og deltagelsen i Partnerskabet Enjoy Limfjorden.

Det bliver en vigtig del af vækstprojektet at inkludere turismeaktører på tværs af kommunerne, således at nye samarbejder kan etableres mellem erhvervet, attraktioner og overnatningsudbydere. Samtidig med at der bygges ovenpå allerede etablerede samarbejder.

PROJEKTFORMÅL

Formålet med vækstprojektet er at sætte ekstra hastighed på turismeudviklingen i vestkystområdet fra Thyborøn til Vedersø Klit (herefter destinationen). De to kystbyer Thorsminde og Thyborøn skal være primus motorer for udviklingen jf. Udviklingsplan for Vestkysten.

Projektet skal være med til at skabe erhvervsudvikling og øget turismeomsætning i området. Ligesom projektet skal være med til at skabe en øget positiv branding af området.

Vækstprojektet skal skabe en skarp ramme for udviklingen i de 2 kystbyer, samt sætte en høj hastighed på udviklingen og sikre et tættere samarbejde i hele destinationen. Sammenlignet med udviklingsperioden for nogle af de mere modne destinationer langs Vestkysten, så er det ambitionen at vækstprojektet skal være med til at skære årtier af udviklingsperioden for Thorsminde og Thyborøn.

Visionen for områdets turismeudvikling er, at destinationen skal være et sted, hvor turisten kan få kvalitetsoplevelser med udgangspunkt i to kystbyer med hver sine særkendetegn, der sammen tilbyder en oplevelse, der er anderledes end resten af vestkysten.

Projektet skal:

1. Udvikle en profil for kystbyerne og destinationen med en tilhørende markedsføringstilgang, der kan skille sig ud på destinationens primære markeder og dermed øge destinationens kendskabsgrad og attraktivitet.
2. Udvikle en professionel tilgang til tiltrækning af investeringer med udgangspunkt i en tydelig udviklingsplan, en skarp profil og en unik fortælling, der gør området tydelig og attraktiv for investorer.
3. Øge overnatningskapaciteten på tværs af destinationen. Det skal ske både via en forøgelse og styrket udnyttelse af feriehuskapaciteten, men også via nye overnatningsformer.
4. Udvikle signaturprodukter og -oplevelser med udgangspunkt i destinationens profil og fortælling. Skabe et innovationsmiljø, der kan fortsætte med at øge turismeomsætningen efter projektets afslutning.
5. Øge samarbejdet på tværs af de 2 kystbyers områder, så turisten vil opleve en sammenhængende destination.

Forventningerne til effekterne af projektet er overordnet set at:

- Antallet af endagsturister og kommercielle overnatninger skal øges væsentligt
- Tiltrækningen af investeringer skal øges væsentligt
- Turismeomsætningen skal øges væsentligt
- Turismeerhvervsudviklingen skal øges væsentligt

Se de udspecificerede mål i efterfølgende beskrivelser og vedlagte effektkæde for projektet.

1) UDVIKLING AF PROFIL OG KERNEFORTÆLLING

Formålet med indsatsområdet er at udvikle en tydelig, unik kernefortælling og dermed en profil for destinationen og de 2 kystbyer: Thyborøn og Thorsminde. Udviklingsarbejdet vil tage udgangspunkt i de rammer som Udviklingsplan for Vestkysten er med til at sætte.

En skarp profil og kernefortællinger er vigtige for kystbyernes udvikling, da det er med til at sætte rammerne og retningen for både markedsføring, turismeerhvervsudviklingen, produktudviklingen og den fysiske udvikling i kystbyerne og destinationen. Det er derfor vigtigt at kunne fortælle det unikke ved kystbyerne og destinationen på en let kommunikerbar måde, som f.eks. via visuelle stemningseffekter eller velskrevne tekster.

Udviklingen af fælles profil og kernefortælling vil tage udgangspunkt i eksisterende styrkepositioner samt de mange igangværende udviklingsaktiviteter i kystbyerne. De lokale aktører/faciliteter skal kunne relatere til fortællingen, så de vil ønske at bidrage til, at udbrede kernefortælling og dermed være med til at skabe en profil for den samlede destination, som vil stå helt skarpt og attraktivt for destinationens målgruppe(r) og markeder.

Det er vigtigt, at der er respekt for at skabe individuelle og unikke kernefortællinger for Thorsminde og Thyborøn, da det er synergien mellem de to kystbyprofiler, der samlet skaber en destination, der kan give gæsten unikke oplevelser, der er særligt for denne del af Vestkysten. Og dermed en destination med en profil, som skiller sig ud fra resten af Vestkysten.

Udviklingen af en stærk profil og kernefortællinger sker gennem to delindsatser, som beskrives nedenfor.

1.1 KORTLÆGNING AF KYSTBYERNES DNA

En nærmere kortlægning af kystbyernes DNA skal sikre, at den nødvendige baggrundsviden er på plads til at gennemføre hele projektet, men især at arbejdet med at udvikle en profil og kernefortællinger tager afsæt i byernes eksisterende kerneoplevelser og styrkepositioner.

Aktiviteter:

1. Desk research: Kortlægning og opsamling af viden fra tidligere udførte del analyser – Tilfredshedsanalyser, Lokale master-, kultur og udviklingsplaner; Udviklingsplan for Vestkysten; mv.
2. Kendskabsanalyse: Der gennemføres en analyse, der skal give information om, hvad gæsterne kender byerne og destinationen for? Der tages udgangspunkt i kystbyernes nuværende primære gæster: Tyskere og danskere. Analysearbejdet vil ske via en online spørgeskemaundersøgelse til afgrænsede målgrupper i Tyskland og Danmark. Aktiviteten skal ligeledes kortlægge destinationens nuværende kendskabsgrad og attraktivitet samt fastlægge et koncept til at følge op på udviklingen efter projektets afslutning.
3. Identificering af lokale unika: Hvad er unikt for byerne set med de lokales øjne? Der indsamles viden om kystbyerne og destinationens særlige kendetegn set med de lokales øjne. Vidensindsamlingen sker gennem 10 Interviews med lokale ildsjæle i hver kystby.

Output:

- a) En beskrivelse af karakteristika for de 2 kystbyer og deres fælles geografiske del af Vestkysten. Fokus lægges på de unikke særtræk.
- b) Destinationens nuværende kendskabsgrad og attraktivitet
- c) Koncept til opfølgning på udviklingen af destinationens kendskabsgrad og attraktivitet efter projektets afslutning.

1.2 UDVIKLING AF PROFIL OG KERNEFORTÆLLING

Aktiviteten skal udvikle profil og kernefortællinger for de 2 kystbyer og den samlede destination. Forløbet planlægges således, at profil og kernefortællinger kan testes mod de primære målgrupper/markeder og de lokale aktører løbende i projektperioden. Processen skal sikre et resultat, der rammer målgruppen og at der er et lokalt medejerskab, der sikrer at profil og kernefortællingen udbredes og bruges i de lokale aktørers markedsføring og produkt- og oplevelsesudviklingsarbejde.

Aktiviteter:

1. Målgruppeudvælgelse, analyse og beskrivelser med afsæt i Kystbyernes DNA: Destinationens primære målgruppe fastlægges og der udvikles en række personaer, der er kendetegnede for målgruppen. Der tages udgangspunkt i eksisterende veletablerede personaer, fx hos VisitDenmark m.fl. I løbet af projektet vil personaerne blive tilpasset iht. feedback fra testperioderne.
2. Udvikling af Profil og Kernefortællinger for hhv. Thyborøn, Thorsminde og den fælles destination med udgangspunkt i materialet Kystbyernes DNA og målgruppe-personaer.
3. Profil og kernefortællinger testes løbende via det etablerede Advisory Board (jf. indsats 5) For at sikre lokalt medejerskab, sammenhæng til den lokale DNA og skabe de første lokale ambassadører.
4. Der gennemføres en markedsprøvning, der er repræsentativ for kystbyernes nuværende og fremtidige målgruppe og udvikles et markedsprøvningskoncept, der gør det muligt, at teste profil og kernefortælling, markedsføring og nye signaturprodukter mod målgruppen i løbet af projektet - og efter projektets afslutning så den innovative proces fortsætter. Konceptet vil blive tilpasset og udviklet løbende igennem projektperioden.

Output:

- a) Gennemtestede Profil og Kernefortællinger i tekst, billeder og evt. visuelle eksempler for hhv. Thyborøn, Thorsminde og den fælles destination. Disse skal videreudvikles under indsats 4.
- b) Markedsprøvningskoncept til test af nye signaturprodukter og nye markedsføringskoncepter.

Indsatsen trækker på eksisterende testede og fungerende personaer med relation til destinationens kernemålgrupper/markeder, bl.a. hos VisitDenmark. Herudover sikres en stærk koordinering med udvikling af fælles kernefortælling på tværs af hele vestkysten, jf. Udviklingsplanen.

2) KAPACITET OG INVESTERINGSFREMME

Formålet med indsatsen er først og fremmest at sikre en strategisk retning for kapacitetsopbygning, herunder skabe interesse hos relevante operatører og tiltrække de rette investeringer til opbygning af kommerciel overnatningskapacitet koncentreret omkring kystbyerne Thorsminde og Thyborøn. Nye investeringer i overnatningskapacitet bliver en central driver for at indfri de to kystbyers markante potentiale som vækstbomber på den danske vestkyst - en strategisk retning for investeringer skal således pejle retningen for udvikling af fremtidens stærke kystbyer.

Initiativet skal sikre en professionalisering af arbejdet med investeringsfremme med lokal forankring. Udgangspunktet er, at der skal tænkes i et sortiment af overnatningsmuligheder, der afspejler destinationens profil og kernefortælling. Den samlede ambition er som udgangspunkt at tiltrække nye danske og udenlandske målgrupper inden for livsnyderoplevelser.

Den kommercielle, kystnære kapacitet i de to kommuner består i dag hovedsageligt af feriehuse, primært koncentreret omkring Vejlby Klit i nord og Vedersø Klit/Husby Klitplantage/Fjand mod syd. Den totale feriehusmasse udgør i alt ca. 5.000 huse, hvoraf det estimeres, at 35% udbydes til kommerciel udlejning (COWI, 2017)¹. Dermed tegner de to kommuner sig generelt for et relativt lavt antal tilgængelige feriehuse til udlejning.

Holstebro Kommune og Lemvig Kommune udmærker sig imidlertid ved at have oplevet den største procentuelle vækst i antallet af kommercielle overnatninger på tværs af Vestkysten, hhv. 46% og 33%² vækst i perioden 2008-2016 (COWI, 2017). På trods af dette har de to kommuner stadig et lavere antal kommercielle overnatninger sammenlignet med de større destinationer og tegner sig tilsammen for kun ca. 8%³ af de samlede overnatninger på Vestkysten. Særligt Lemvig Kommune synes at savne overnatningstilbud og er et af de områder med færrest feriehuse - til gengæld er de feriehuse, der udlejes, præget af høj kapacitetsudnyttelse, hhv. 44% (2.690 feriehuse) og 66% (2.280 feriehuse) jf. Udviklingsplan for Vestkysten).

Generelt er de to kommuner kendetegnet ved et ensidigt overnatningstilbud og er udfordret på udbud af kommerciel tilgængelighed i den eksisterende overnatningskapacitet. Indsatsen omkring kapacitetsudvikling sætter dermed fokus på to områder:

- a) Strategisk kystbyudvikling - investering og kapacitetsudvikling i Thorsminde og Thyborøn.
- b) Styrket kapacitetsudnyttelse - øget udlejning og forbrug i feriehuse samt omdannelse af arealer i forbindelse med camping og lystbådehavne.

Det primære fokus lægges på strategisk kystbyudvikling, da denne vurderes som en afgørende forudsætning for indfrielse af vækstambitionerne på længere sigt. Kapacitetsudviklingen skal afspejle kystbyernes kulturelle DNA og trække på udviklingen af profil/kernefortælling samt identificering af målgruppe (jf. indsats 1). Begge delindsatser vil endvidere bygge på erfaringer fra DKNT's øvrige vækstprojekter og nationale program vedr. kapacitetsudvikling og investeringsfremme.

2.1 STRATEGISK KYSTBYUDVIKLING VIA INVESTERINGSFREMME

Princippet om en koncentreret udvikling fra Udviklingsplan for Vestkysten er centralt for denne indsats. Det handler om at udvikle Thorsminde og Thyborøn som to af fremtidens nye stærke feriesteder på Vestkysten ved at opbygge to bymæssige knudepunkter, der skaber grundlag for større kritisk masse. Dette skal ske gennem udbygning, fortætning og samling af funktioner, oplevelser, overnatning og services.

Thorsminde og Thyborøn er ikke i samme grad som nogle af nabobyerne mod syd udfordret af en "turismehistorik", der har trukket udviklingen i en bestemt retning. Via en strategisk indsats omkring investeringsfremme og kapacitetsudvikling vil indsatsen rette sigtekornet mod at finde formlen for fremtidens feriesteder på vestkysten – feriesteder hvor det er godt at bo og besøge, og hvor udviklingen af natur, lokalsamfund og turisme går hånd i hånd. Med en fokusering og koncentration af udviklingen i de to kystbyer skaber man feriesteder, der er levedygtige hele eller i større dele af året.

¹ Kortlægning og Analyse af Danmarks Vestkyst, COWI 2017, s. 51

² Holstebro: Antal overnatninger 2008: 467.000 og 2016: 684.000. Lemvig: Antal overnatninger 2008: 579.000 og 2016: 768.000

³ Holstebro og Lemvig kommuner tegner sig i 2016 tilsammen for 1.452.000 af Vestkystens 17.304.000 overnatninger

Indsatsen har fokus på at sammentænke investeringer og få offentlige og private midler til at arbejde i samme retning samt sikre, at myndighederne går forrest ved at prioritere og investere i særligt udvalgte områder. Der skal sættes en retning, der viser, hvor og hvordan man ønsker at investere, og dermed skaber større sikkerhed hos private investorer.

Det primære formål er således at tilvejebringe en strategisk-fysisk plan for investeringer samt at udvikle et dybdegående prospektmateriale for investorer og operatører, der dokumenterer et antal relevante prospekter og rammer for udvikling af ny overnatningskapacitet.

Aktiviteter:

1. Med inspiration fra tyske masterplaner udarbejdes en strategisk-fysisk investeringsplan, der bygger videre på eksisterende planlægning samt evt. potentialeplaner og implementeringen af disse. Investeringsplanen indeholder som udgangspunkt en kortlægning, synliggørelse og dokumentation af nye/udvidede udviklingsområder med mulighed for ny overnatningskapacitet i/omkring kystbyerne Thorsminde og Thyborøn. Der udarbejdes detailplan for et antal prioriterede udviklingsområder i forbindelse til byerne, der tager højde for nødvendige investeringer i turismeinfrastruktur og sammenhæng til øvrige offentlige/private investeringer, fx klimasikring.
2. Der udarbejdes professionelt prospektmateriale på relevante prospekter i relation til kapacitetsopbygning. Materialet målrettes investorer og operatører og gøres tilgængeligt via den nationale investeringsportal "Invest in Coastal Denmark" i regi af DKNT. Endvidere integreres en metode for en løbende lokal opdatering af prospekter fremadrettet på baggrund af erfaringer fra bl.a. Vækstprojektet Vestkystens Turismevækstklynge og Vækstprojekt Djursland/Aarhus.
3. Der gennemføres et opsøgende salgsarbejde, som realiseres gennem dialog med potentielle investorer. Endvidere udarbejdes en plan for investorbesøg, som har til formål at sikre en større ensartethed, koordination og professionalisme i forhold til håndtering af investordialogen. Konkret tilpasses koncepter fra den nationale investeringsfremmeindsats til forholdene i Thorsminde og Thyborøn.

Output:

Arbejdet forventes at resultere i en strategisk investeringsplan, fremlagt og godkendt politisk. Derudover vil der være skabt et styrket lokalt samarbejde omkring investeringsfremme, der er udarbejdet minimum 5-6 professionelle prospekter på ny overnatningskapacitet og igangsat en konkret dialog om minimum 3 kapacitetsprojekter med investorer og/eller operatører. Det er ikke forventningen, at kapacitetsprojekterne opnår realisering på kort sigt.

Indsatsen trækker, som nævnt, på det nationale initiativ vedrørende investeringsfremme hos Dansk Kyst- og Naturturisme, herunder vil der i særlig grad kunne trækkes på og udveksles erfaringer med tiltrækning af investorer og operatører fra vækstprojekterne "Vestkystens Turismevækstklynge", "Djursland/Aarhus" og "Blokhus/Løkken".

2.2 STYRKET KAPACITETSUDNYTTELSE

Foruden investeringer i ny overnatningskapacitet omkring kystbyerne, ligger der naturligvis også et stort potentiale i at sikre bedre udnyttelse af eksisterende kapacitet. De ca. 3.000 privatejede feriehus, der i dag ikke udbydes til udlejning, udgør således en væsentlig del af det potentiale, der bør realiseres i forhold til at øge den kommercielle overnatningskapacitet særligt i sommerhøjsæsonen.

Der iværksættes derfor en styrket indsats, der skal motivere feriehusejerne til øget udlejning, øge kendskabet til, hvad turisterne efterspørger ift. vedligehold og faciliteter samt styrke kommunikationen mellem feriehusejer og turisterne, der lejer huset, om oplevelsesmuligheder inden for destinationen. Det kunne eksempelvis være mindre guides/sommerhusmapper der præsenterer oplevelser på tværs af de to kommuner, som opdateres og er tilgængelige i det enkelte feriehus.

Herudover arbejdes med der udvikling af ny kapacitet på eksisterende arealer i forbindelse til campingpladser og rekreative havnearealer. Der opbygges netværk på tværs af aktører inden for camping og lystbådehavne. I henhold til Udviklingsplanen for Danmarks Vestkyst indledes en dialog med ejere af eksisterende campingpladser omkring en samlet vurdering i forhold til udviklingspotentialer som grundlag for en prioritering og differentieret kapacitetsudvikling. Herudover tages stilling til, hvilke muligheder lystbådehavne og andre potentielle rekreative havnearealer i Thorsminde og Thyborøn udgør, og om disse kan bringes bedre i spil i forhold til det samlede turistprodukt.

Aktiviteter/output:

1. Der udarbejdes en plan for kommunikation og markedsføring over for feriehusejere med henblik på at få flere feriehus på udlejningsmarkedet. Det kunne være informationsmateriale og/eller informationsmøder om, hvordan de kan øge deres udlejningspotentiale og indtægt, herunder hvordan man i højere grad kan udnytte deleøkonomiske udlejningskanaler/-platforme.
2. Der arbejdes med feriehusbaserede koncepter for sæsonudvidelse samt oplevelseskommunikation til feriehusejere med henblik på at øge døgnforbruget hos lejere af feriehuset.
3. Der gennemføres et udviklings-/netværksforløb ifa. 3-4 workshop for overnatningsaktører. Forløbet har til formål at opbygge netværk og produktkendskab på tværs af geografi og forretningsområder. Der arbejdes med innovative overnatningsformer, forretningsudvikling, myndighedshåndtering samt tiltrækning af finansiering.

Både opbygning af kapacitet på eksisterende arealer samt bedre udnyttelse af feriehus eksekverer direkte på tiltag i Vestkystplanen under indsatsområdet "Differentieret overnatningskapacitet". Der trækkes på viden/værktøjer fra DKNT's projekt "Feriehus i nye rammer" i forhold til arbejdet med camping og lystbådehavne samt erfaringer fra vækstprojekt "Vestkystens Turismevekstklynge" samt "Vækstprojekt Djursland/Aarhus" i forhold til øget kapacitetsudnyttelse i feriehusene.

3) PRODUKT- OG OPLEVELSESUDVIKLING (NATUR OG LIVSNYDER)

Indsatsen produkt- og oplevelsesudvikling indeholder først og fremmest ambitionen om at udvikle nye kyst- og naturprodukter samt oplevelser i særklasse som led i udmøntningen af en fælles profil og kernefortælling på tværs af de to kommuner. Der vil som udgangspunkt være fokus på at udvikle synlige og lettilgængelige naturoplevelser og livsnyderoplevelser på kommercielle vilkår. Produkterne og oplevelsesudviklingen vil blive målrettet segmenter identificeret via arbejdet med profil og kernefortælling med udgangspunkt i kerneressourcerne natur, kultur og fødevarer og med særligt fokus på livsnyderoplevelser.

Kystbyerne Thorsminde og Thyborøn er en del af Geopark Vestjylland og Naturpark Nisum Fjord. Ligeledes er Vestkysten og Limfjorden helt centrale elementer for udvikling af oplevelser på og ved vandet. Derfor

danner den uberørte og rå natur en vigtig ramme for udvikling af oplevelsesbaseret ferie til gæster og turister.

Formålet er at udvikle det samlede produkt- og oplevelsesudbud på tværs af stederne og at styrke det kommercielle udbytte af oplevelserne i området. Der skal skabes et mere sammenhængende ferieområde med stærke og kommercielle signaturprodukter og -oplevelser på tværs af stederne Thorsminde og Thyborøn. Vestkysten er en stor attraktion for feriegæsterne i kystbyerne i dag. Men der er et stort uudnyttet potentiale i at få udviklet nye kommercielle oplevelser eller få styrket de eksisterende oplevelser ved at kombinere dem på nye måder samt ved at etablere et sammenhængende udbud på tværs af de to steder.

Udviklingen af nye produkter og oplevelser vil tage udgangspunkt i følgende elementer:

- En afdækning af områdets attraktivitet og gæsternes tilfredshed samt udvælgelse af målgrupper, hvorom produkt- og oplevelsesudviklingen skal koncentreres. Aktiviteten knyttes tæt til profil og kernefortælling (indsatsområde 1)
- En nytænkende tilgang til aktørinvolvering i udviklingen af signaturprodukter og oplevelser
- Test/afprøvning og forankring af nye produkter og oplevelser

3.1 POTENTIALEANALYSE OG MÅLGRUPPEBESKRIVELSE

For at sikre en efterspørgselsdrevet produkt- og oplevelsesudvikling, skal der indledningsvist foretages en potentialeanalyse med udgangspunkt i de gennemførte tilfredshedsanalyser af kystbyerne. Det er vigtigt, at udviklingen tager afsæt i gæsternes/turisternes efterspørgsel og forslag til manglende oplevelser i området. De tidligere gennemførte potentialeanalyser på kystbyerne og i Geopark Vestjylland vil ligeledes blive gennemgået samt tidligere års gæsteanalyser.

Formålet med potentialeanalysen er at identificere de specifikke tiltag der skal igangsættes for at fjerne eventuelle mangler i forhold til gæsteoplevelsen samt de indsatser og udviklingstiltag, der sikrer, at potentialet indenfor eksempelvis livsnyderkategorien udnyttes.

Potentialeanalysen for livsnyderoplevelser kan tage udgangspunkt i følgende:

- Livsnyderoplevelser kan tage udgangspunkt i såvel natur, kultur som fødevarer (madoplevelser)
- Analysen kan bestå i kvalitative interviews med livsnydersegmentet
- Afdækning af eksisterende livsnyderoplevelser og kombinere/samtænke dem på nye og utraditionelle måder
- Koble projektet til "Vestkystens Kultur- og fødevareroplevelser" og skabe merværdi mv.

Output:

Beskrivelse af målgruppernes krav og forventninger til signaturoplevelser med udgangspunkt i kystbyernes og destinationens profil og kernefortælling samt kortlægning af potentialerne for nye signaturoplevelser/-produkter.

3.2 UDVIKLING AF SIGNATURPRODUKTER OG VÆRDIKÆDESAMARBEJDER

Der skal udvikles nye signaturprodukter og -oplevelser og de skal samskabes med aktørerne og øvrige interessenter. Metoden vil være workshops og værdikædesamarbejder og dermed skabelse af erhvervsnetværk.

Projektet skal udvikle en metode til løbende test af de udviklede produkter mod destinationens målgrupper, som innovationsnetværket kan benytte efter projektets afslutning.

De enkelte tests skal både fungere som en kvalificering af oplevelserne, samt som en markedsføring af nyudviklingen. Der skal under testene arbejdes med udvælgelse af Selling Points i forhold til den videre markedsføring. Denne afprøvning har til formål at afdække, om oplevelsen indfrier målgruppens rejsemotiver og forventninger.

Testresultaterne fremlægges løbende for projektets advisory board, som en del af forankringen.

Produktudviklingen vil tage udgangspunkt i følgende:

1. Naturen (Vesterhavet, Geopark Vestjylland, Naturpark Nisum Fjord, Limfjorden)
 - a. Vandring
 - b. Oplevelser på vandet (surfing, kajak, lystfiskeri)
 - c. Profil strande
 - d. Naturture med fx traktorbussen på Vestkysten
 - e. Havne og maritime-oplevelser (havne hop, bo i båd, sejlture)
2. Kulturen
 - a. Guidede ture, busture, loyalitetsprogrammer mv.
3. Fødevarer (madoplevelser)
 - a. Fødevareruter, fødevaremarkeder, åbne gårde og gårdbutikker, lokale fødevarer på menukortet, østers og skaldyr, madskoler
 - b. Fødevareevents

Det skal være udgangspunktet, at der tænkes i overnatning i forbindelse med såvel produkt- som oplevelsesudvikling. Overnatningstilbuddet i oplevelsespakkerne/koncepterne bør gøres mangfoldigt og fleksibelt (pris og kvalitet) - og være online bookbart på den eksisterende bookingplatform. Der skal tænkes i sæsonudvidelse og både lang- og kortferie tilbud. I forhold til events skal der tænkes på tværs af kystbyerne for, at skabe større synlighed og øget kritisk masse, både i forhold til attraktivitet og aktørdeltagelse.

Aktiviteter:

Der skal anvendes oplevelsesbaseret forretningsudvikling som metode, som konkret udmøntes via en række workshops, som vil være åbne for alle interesserede. Første workshop får karakter af et kick-off arrangement, hvor alle lokale erhvervsdrivende og borgere orienteres om projektet og inviteres ind i det videre forløb omkring oplevelsesudvikling. Øvrige workshops målrettes mere specifikke netværk og temaer.

Der etableres som del af indsatsen 3 værdikædesamarbejdsnetværk: et i Thyborøn og et i Thorsminde samt et fælles netværk på tværs af kystbyerne. Temaerne for netværkenes workshops vil blive delt op i henhold til oplevelsestemaerne, hhv. et natur-, et kultur- og et fødevarer. Netværkene vil være åbne for alle interessenter, der ønsker at bidrage til udviklingen herunder borgerforeninger og frivillige mv. Udvikling af

et nyt produkt eller oplevelse vil blive suppleret med viden om målgrupper, oplevelsesbaseret produkt- og forretningsudvikling, markedsføring, test og kommercialisering.

Vidensdeling på tværs af kystbyerne vil blive vægtet højt og indgå som et element i projektorganiseringen.

Output:

- Der er etableret 3 værdikædesamarbejdsnetværk med deltagelse af minimum 20 aktører på tværs af de to kommuner og minimum 10 nye oplevelsesprodukter er bragt i spil blandt deltagerne som led i oplevelsestest og forankring.
- 6-10 nye signaturoplevelser/-produktet er testet og forankret lokalt i aktørnetværk. Produkterne er tilgængelige på eksisterende bookingplatforme og synliggjort via markedsføring.
- Destinationens aktører har fået adgang til en metode til at teste nye produkter inden for markeds lancering

4) SYNLIGHED & DIGITALISERING

Indsatsen synlighed og digitalisering handler helt overordnet om at integrere og aktivere det fælles brand og kernefortælling for hele Vestkysten (Partnerskab for Vestkystturisme) ned på lokalt niveau. Brand og fortælling skal med andre ord hentes ned på kystby og aktør-niveau, og derfra have luft under vingerne og aktiveres lokalt. Med øje for digital sammenhængskraft på tværs og et praktisk how-to fokus, skal aktørerne få medejerskab og selv skabe merværdi ud af det vigtige arbejde med brand og kernefortælling.

4.1 MEDEJERSKAB AF FÆLLES BRAND VIA CONTENT

Udgangspunktet er det fælles brand og kernefortælling for hele Vestkysten – det skal ud og arbejde og ”oversættes” via den lokale profil og kernefortælling (Indsats 1) således, at materialet kan bruges lokalt og i aktørernes egen markedsføringsindsats. Denne ”kobling” kommer ikke af sig selv. Processen vil her blive direkte adresseret - ud fra en praktisk og aktørnær-tilgang.

Produktion af content (film, visuelt udtryk, still billeder i tårnhøj kvalitet) til test mod udvalgte målgrupper bruges i dialog med lokale aktører for at skabe medejerskab af fælles kernefortællinger, brand og udtryk. Content-materialet skal altså kunne bruges af aktørerne – testes, evalueres og tilpasses – med klart øje for at brand og kernefortælling bliver aktiveret og anvendt derude på markedet. Det vil styrke aktørernes eget arbejde, profil og egne produkter – men det vil også skabe mange lokale ambassadører, der kan hjælpe med at få det store fælles brand og kernefortælling endnu længere ud.

Aktiviteter:

1. Små film af kyststrækningen og de to kystbyer, et visuelt udtryk og en billedserie produceres.
2. Fælles dialogmøder med Advisory Board om brand og kernefortælling med udgangspunkt i content afholdes.
3. En-til-en hjælp med at aktivere brand og kernefortælling lokalt hos mindst 25 aktører gives. Eksempelvis: Kobling af fælles filmmateriale med understøttende lokalt materiale og film fra DKNT.

Output:

Produktion 9 billedserier, 3 visuelle udtryk og 3 korte film til test og dialog med mindst 25 lokale aktører. 25 lokale aktører får direkte hjælp til at integrere det fælles brand og kernefortællingen.

4.2 SÅDAN BRINGES DE NYE PRODUKTER PÅ MARKEDET

Med nye unikke produkter, nyt skarpt content og medejerskab af fælles brand og kernefortælling er de lokale aktører nået rigtigt langt – men hvordan bringes de nye produkter i spil og bliver synlige over for de rette målgrupper?

Her bliver øvelsen at udvikle nye markedsføringsmetoder og koncepter til destinationens målgrupper (det kan være alt fra co-branding, viral marketing, "ambassadører", bloggere, youtubere, partnerskaber på tværs af brancher, nye medier, influenzers, med videre).

Aktiviteter:

1. Indhente ekspertviden på markedsføring, der matcher den høje målsætning for produkternes indhold
2. Udvikling af nye markedsføringskoncepter
3. Test af de nye markedsføringskoncepter (overfor udvalgte målgrupper i udvalgte markeder)

Output:

Udvikling og test af mindst 6 nye markedsføringskoncepter, som lokale aktører kan tage til sig efterfølgende.

4.3 DIGITAL SAMMENHÆNGSKRAFT

Digital sammenhængskraft mellem kystbyerne og aktørerne er afgørende for at give gæsterne den bedste modtagelse og oplevelse. Gæster navigerer ikke i forhold til kommunegrænser og gæsten skal have de informationer de skal bruge, når de skal bruge dem, og hvor de skal bruge dem.

Her vil indsatsen i høj grad være bundet op på de mange aktiviteter, aktører og events i Thorsminde og Thyborøn – og baglandet herunder byerne Holstebro og Lemvig.

Koordineringen og den digitale sammenhængskraft vil på den korte bane skabes via dialogmøder og indsigt i hinandens aktiviteter, aktører og eventkoordinering, med videre. Et fælles online aktivitets - og event overblik vil bl.a. blive etableret.

På den lidt længere bane vil en digital kobling af turistinformation på tværs af kommunerne, øge gæstetilfredsheden og døgnforbruget via kendskab til udbuddet af kvalitetsoplevelser, samt indebære nødvendigheden af fælles udvikling og investering i både hardware og software.

Det er afgørende, at den digitale sammenhængskraft bindes op på arbejdet med brand og kernefortælling. Fokus skal være på oplevelser, der styrker profilen.

Samtidig hænger det tæt sammen med synliggørelsen mere generelt, jævnfør 4.1 og 4.2.

Aktiviteter:

1. Indhentning af data – hvordan bevæger gæsterne sig – og hvor får de deres informationer henne.
2. Fælles kortlægning af oplevelsesfyrtårne i hele området, store og mindre events (fælles eventkalender) som bakker op om fælles brand og kernefortælling.

3. Fælles møder med aktørerne, hvor viden bliver delt om hvad man kan opleve hvorhenne lgen: Med henblik på at give gæsterne en bedre oplevelse – og via digitale værktøjer synliggøre oplevelsesmuligheder af høj kvalitet samt aktørerne. Dette vil – som nævnt - ske med øje for de events og arrangementer, der bakker op om fælles brand og kernefortællingen.
4. Med baggrund i erfaringerne herfra vil der blive udarbejdet en plan for hvordan en digital forankring kan ske i en tid, hvor den teknologiske udvikling går meget stærkt? Hvilke digitale platforme er relevante om 2-5 år?

Output:

Øget døgnforbrug og gæstetilfredshed via bedre digital sammenhængskraft ved konkret sammenhængende digitalt oplevelses- og aktøroverblik.

5) SAMARBEJDE OG VIDENSDDELING

Hvis vækstpotentialet på tværs af Thorsminde og Thyborøn skal udnyttes og udvikles til et sammenhængende ferieområde ud fra gæstens perspektiv er samarbejde mellem og involvering af erhvervet helt essentielt. Det er erhvervet, der er den primære driver for vækst, og det er via involvering af erhvervet, man kan arbejde direkte med kvaliteten i det oplevede ferieprodukt, skabe produktsammenhænge på tværs af transport, overnatning, service og oplevelser, herunder tilgængeliggøre og udvikle kommercielle oplevelser i naturen.

Derfor arbejdes der i projektet med opbygning af et tværkommunalt erhvervssamarbejde - med naturlig deltagelse af kommuner og destinationssamarbejder. Samarbejdet har et tværgående og langsigtet perspektiv i forhold til de konkrete udviklingsindsatser. Deltagelse og inddragelse af virksomhederne i området er helt centralt for projektets succes.

Metodetilgangen er derfor at bringe virksomheder og aktører sammen om aktiviteter, der på kort sigt kan ses som "ufarlige", logiske og værdiskabende, for dermed at få kendskab til hinanden samt finde mulige samarbejdsområder og opbygge fælles viden.

Endvidere har indsatsen på tværs af de to kommuner betydning for eksekvering af indsatsområdet "Stærke feriesteder" i Udviklingsplanen på Vestkysten, og udbredelse af projektets resultater er derfor yderst vigtige – både lokalt, (tvær-)kommunalt/-regionalt og nationalt. Indsatsen har således også til formål at afdække og formidle viden på tværs af hele projektet. Den skabte viden skal anvendes løbende i projektet f.eks. ved kontinuerlig formidling til offentlige og private aktører i de to kommuner. Derudover skal indsatsen sikre en kobling til andre relevante indsatser – herunder specielt udveksling af viden med andre vestkystkommuner samt sikre national erfaringsudveksling med partnere fra de øvrige vækstprojekter.

Aktiviteter/output:

- 1) Der etableres et Advisory board af centrale erhvervsrepræsentanter fra hhv. Thorsminde og Thyborøn. Medlemmerne skal være med til at sikre et erhvervsmæssigt sigte og lokal forankring af aktiviteterne. Boardet benyttes bl.a. som "lokal fokusgruppe" til sparring og test af projektets output, fx i forbindelse med udvikling af profil og kernefortælling. Der afvikles halvårslige møder i Advisory Boardet i projektperioden.

- 2) Der gennemføres en studietur som led i indsamling af viden vedrørende strategisk udvikling af kystbyer og oplevelsesprodukter. Turen er endvidere et centralt element i at opbygge nye og styrke eksisterende erhvervsrelationer på tværs af de to kommuner.
- 3) Information om projektets aktiviteter og resultater kommunikeres løbende via forskellige medier. Under hele projektet er projektinformation tilgængelige på partnernes respektive hjemmesider, viden udbredes løbende gennem nyhedsbreve (minimum 3 nyhedsbreve med national fokus i projektperioden), udsendelse af minimum 2 pressemeddelelser omkring projektets resultater.
- 4) Der afholdes hhv. et kick off arrangement og et afsluttende seminar med deltagelse af offentlige myndigheder, erhvervsaktører, foreninger og lokale borgere.
- 5) Projektets partnere deltager aktivt i partnernetværket under Partnerskab for Vestkystturisme samt et forløb til erfarings- og videndeling, der etableres på tværs af vækstprojekter under Dansk Kyst- og Naturturisme.

ORGANISERING

Dansk Kyst- og Naturturisme er projektansøger og varetager projektledelsen af projektet, herunder det overordnede ansvar for projektets fremdrift og økonomi. Ansøgerkonsortiet bag vækstprojektet tæller Dansk Kyst- og Naturturisme, Holstebro Kommune og Lemvig Kommune.

Projektet vil blive igangsat og gennemført i perioden november 2018 til november 2020 og organiseres på det strategiske niveau med en direktionsgruppe og en koordineringsgruppe mens der nedsættes en projektgruppe på operationelt niveau.

Der nedsættes en direktionsgruppe og en koordineringsgruppe, som tilsammen har det overordnede ansvar for projektopfølgning og projektets strategiske retning.

Direktionsgruppen mødes 2 gange i projektperioden til uddybende orientering om projektets fremdrift. Herudover kan gruppen indkaldes i forbindelse med beslutninger om evt. større strategiske ændringer i projektet. Direktionsgruppen består af 3 medlemmer

- Direktøren for Dansk Kyst- og Naturturisme
- Direktøren for Kultur og Erhverv, Holstebro Kommune
- Kommunaldirektør, Lemvig Kommune

Repræsentanter fra koordineringsgruppen deltager i møderne. Deltagere fra projektgruppen samt evt. andre ressourcepersoner fra de primære partnerorganisationer kan indkaldes som observatører og/eller oplægsholdere efter behov.

Koordineringsgruppen fungerer som projektets daglige beslutningstagere på det overordnede plan og træffer bl.a. løbende beslutninger omkring mindre ændringer i aktiviteter, tidsplan og økonomi. Gruppen mødes kvartalsvist til koordineringsmøder i hele projektperioden. Koordineringsgruppen sammensættes af 1 ledelsesrepræsentant fra hhv. Dansk Kyst- og Naturturisme, Holstebro Kommune og Lemvig Kommune, hvor der kan være sammenfald med repræsentanter fra projektgruppen.

Projektgruppen har til opgave at koordinere aktiviteter i og på tværs af de 5 hovedaktiviteter. Derudover har projektgruppen det overordnede operationelle ansvar for gennemførelse af projektet og kan her inddrage samarbejdspartnere og erhvervsaktører efter behov. Slutteligt har projektgruppen ansvar for

indstillinger til koordineringsgruppen og deltagerne i projektgruppen deltager som ressourcepersoner i koordinerings- og direktionssmøderne efter behov.

Projektgruppen består af mindst 4-6 personer:

- 1 projektleder
- 1-2 repræsentanter fra Holstebro Kommune
- 1-2 repræsentanter fra Lemvig Kommune
- 1 repræsentant fra Dansk Kyst- og Naturturisme / Partnerskab for Vestkystturismes sekretariat.

Projektlederen får ansvaret for at sikre fremdrift på de respektive indsatsområder og tilhørende aktiviteter på tværs af de to kommuner. Den ansvarlige inddrager ressourcepersoner efter behov og sikrer aftaler med de andre partnere i konsortiet.

Projektlederen får ansvaret for at sikre fremdrift på de respektive indsatsområder og tilhørende aktiviteter på tværs af de to kommuner. Den ansvarlige inddrager ressourcepersoner efter behov og sikrer aftaler med de andre partnere i konsortiet.

EFFEKTKÆDE

Effektkæde for vækstprojektet er vedlagt - se bilag.

FORANKRING EFTER PROJEKTPERIODEN

Vækstprojektet forventes at have afgørende betydning i forhold til at konsolidere destinationssamarbejdet imellem Holstebro og Lemvig kommuner. I forlængelse heraf er det forventningen, at forankringen af projektet er tæt forbundet med det tættere samarbejde på kort sigt og projektets resultater vil derfor blive en naturlig del af destinationens fundament og portefølje. Udgangspunktet for et samarbejde med en klar profil og målrettet oplevelsesudbud er etableret og der kan arbejdes fokuseret på tiltrækning af investeringer i kapacitet og oplevelser i et fællesskab. Der kan skabes et reelt turismemæssigt vækstcenter på Vestkysten i Nordvestjylland.

ØKONOMI

Vækstprojektet har et budget på i alt 4,1 mio. kr. Dansk Kyst- og Naturturisme finansierer med 600.000 kr., som skal medfinansieres fra hhv. Region Midtjylland og de to kommuner. Under forudsætning af at Region Midt medfinansierer med 1,5 mio. kroner, medfinansierer de to kommuner med hver 750.000 kr. i perioden 2018 - 2020.

Projektbudget:

Omkostninger fordelt på typer	2018	2019	2020	Sum
Projektledelse, projektansatte, projekttimer	kr. 121.417	kr. 830.500	kr. 676.933	kr. 1.628.850
Aktiviteter/ekstern konsulenthjælp	kr. -	kr. 1.440.000	kr. 510.000	kr. 1.950.000
Rejseomkostninger	kr. -	kr. 147.500	kr. 83.500	kr. 231.000
Møder, administration og revision	kr. 6.821	kr. 141.725	kr. 141.604	kr. 290.150
I alt	kr. 128.238	kr. 2.559.725	kr. 1.412.038	kr. 4.100.000
Omkostninger fordelt på hovedaktiviteter	2018	2019	2020	Sum
Hovedaktivitet 1: Udvikling af Profil og Kernefortælling	41.517	631.600	245.083	918.200
Hovedaktivitet 2: Kapacitets og investeringsfremme	7.838	859.525	399.188	1.266.550
Hovedaktivitet 3: Produkt- og Oplevelsesudvikling	26.350	430.100	283.600	740.050
Hovedaktivitet 4: Synlighed & Digitalisering	41.350	471.400	382.250	895.000
Hovedaktivitet 5: Samarbejde og vidensdeling	11.183	167.100	101.917	280.200
I alt	128.238	2.559.725	1.412.038	4.100.000
Finansiering	2018	2019	2020	Sum
Regionale erhvervsudviklingsmidler - Region Midtjylland	kr. 53.432	kr. 858.219	kr. 588.349	kr. 1.500.000
Lemvig Kommune	kr. 26.716	kr. 429.109	kr. 294.174	kr. 750.000
Holstebro Kommune	kr. 26.716	kr. 429.109	kr. 294.174	kr. 750.000
Dansk Kyst og Naturturisme	kr. 21.373	kr. 343.288	kr. 235.340	kr. 600.000
Fonde og andre partnere		kr. 500.000		kr. 500.000
I alt	kr. 128.238	kr. 2.559.725	kr. 1.412.038	kr. 4.100.000
Finansiering forsat - Uddybning af medfinansiering: Lemvig Kommune	2018	2019	2020	Sum
Kontant beløb	kr. 9.216	kr. 291.609	kr. 174.174	kr. 475.000
Timer*	kr. 17.500	kr. 137.500	kr. 120.000	kr. 275.000
I alt	kr. 26.716	kr. 429.109	kr. 294.174	kr. 750.000
Finansiering forsat - Uddybning af medfinansiering: Holstebro Kommune	2018	2019	2020	Sum
Kontant beløb	kr. 9.216	kr. 291.609	kr. 174.174	kr. 475.000
Timer*	kr. 17.500	kr. 137.500	kr. 120.000	kr. 275.000
I alt	kr. 26.716	kr. 429.109	kr. 294.174	kr. 750.000

*Timer: Timerne går til udførsel af opgaver i projektet. Derudover kommer tid til deltagelse i Direktionsgruppen, møder i Koordineringsgruppen og projektgruppen, som er ud over projektbudgettet.