

Effektkæde for projektet: Vækstprojekt Djursland-Aarhus

Aktiviteter

BUILDING CAPACITY

- Udvikling og test af koncepter til investorfremme indenfor og/eller på tværs af overnatningstyperne hotel, feriehus, feriecentre og camping
- Indsatser til øget kapacitetsudnyttelse af feriehus og forretningsudvikling af campingpladser
- Opsøgende salgsarbejde – herunder deltagelse på relevante investeringskonferencer og messer

BUILDING MARKETS

- Understøttende kommunikation og destinationsmarkedsføring i tilknytning til nye ruter

BUILDING BRANDS

- Gennemførelse af markedsaktiviteter på prioriterede turismemarkeder
- Udvikling af nye oplevelsesprodukter og værditilbud gennem involvering af interessenter og virksomheder

BUSINESS INTELLIGENCE

- Anvendelse af lokationsbaserede gæstedata som videns- og beslutningsgrundlag i relation til de prioriterede indsatse

Output

BUILDING CAPACITY

- Prospektkatalog udarbejdet og 4-6 koncepter for investorfremme testet
- Deltagelse på 3-5 investeringskonferencer og messer
- Kommunikationsmateriale til øget kapacitetsudnyttelse udarbejdet og distribueret
- Besøgskoncept udviklet og min 4 investorbesøg gennemført
- Opnået dialog med 10 potentielle investorer om konkrete investeringsprospekter
- Gennemført udviklingsforløb med deltagelse af 7-10 campingpladser
- Vidensbank med data om markedsperformance oprettet

BUILDING MARKETS

- Gennemført understøttende kommunikation og destinationsmarkedsføring i tilknytning til udvikling af nye ruter (fly/færge) eller fastholdelse af minimum 7-10 ruter.

BUILDING BRANDS

- Der er udviklet 1-3 nye oplevelseskoncepter med afsæt i synergier på tværs af kyst/natur og by.
- Markedsaktiviteter målrettet min. to prioriterede internationale markeder gennemført

BUSINESS INTELLIGENCE

- Nyt koncept for anvendelse af lokationsbaserede gæstedata udviklet og afprøvet som videns- og beslutningsgrundlag i relation til de prioriterede indsatse kapacitetsudvikling, infrastruktur, markedsføring og business intelligence

Effekter

Projektets effekter er primært langsigtede. Der henvises til projektbeskrivelsens afsnit 2.3 for en uddybning heraf. Ansøger anbefaler i forlængelse heraf, at Vækstforum monitorerer projektet i 2025.

Følgende er projektspecifikke effekter, som kan måles ved udgangen af 2019:

- Der er skabt et stærkt, forretningsbaseret og markedsdrevet udgangspunkt for innovation, tiltrækning af nye investeringer og operatører med interesse i at opbygge og drive kommerciel overnatningsforretning
- Turisterhvervet og investorer har opnået en bedre og mere relevant information om turisternes adfærd, som kan bruges i udviklingen af turistprodukterne og tiltrækning af investorer til kapacitetsudviklingen i området