

Region Midtjylland
Regional Udvikling
Skottenborg 26
8800 Viborg
Att.: Afdelingsleder Erik Sejersen

1. december 2008

Ansøgning om procesmidler for Midtjysk Turisme 2009

Baggrund

Fonden Midtjysk Turisme indgik i 2008 en 3-årig resultatkontrakt med Region Midtjylland.

Resultatkontrakten fastlægger en 3-årig basisbevilling, samt årlige procesbevillinger. Resultatkontrakten beskriver Fonden Midtjysk Turismes opgave som værende at løse en række regionale strategiske udviklings- og koordineringsopgaver i et tæt samarbejde med turisterhvervet, turistforeninger, destinationer, kommunerne og regionen, samt i forhold til det nationale og tværregionale niveau.

Resultatkontrakten beskriver de ydelser som Fonden Midtjysk Turisme skal levere for de af Regionsrådet bevilgede midler - fordelt på basis- og procesmidler. Basismidlerne bevilges for en treårig periode, mens procesmidlerne forhandles og bevilges årligt.

Procesmidlerne anvendes til gennemførelse af konkrete og særlige indsatsområder som *ikke* er dækket via basistilskuddet.

Som udgangspunkt for gennemførelse af konkrete projekter sker dette i samarbejde mellem Midtjysk Turisme, de lokale turistdestinationer og aktørerne, eller udliciteret til lokale turistdestinationer og aktører.

Midtjysk Turisme vil fortsat i 2009 lægge op til en decentral opgaveløsning, hvor Midtjysk Turisme har den koordinerende og igangsættende rolle i forhold til sikring af:

- en overordnet handlingsplan,
- oprettelse af partnerskaber omkring konkrete initiativer
- tilvejebringe tilstrækkelige ressourcer i den decentrale opgaveløsning

Erhvervspolitisk rationale

Med procesbevillingen i 2009 vil Midtjysk Turisme sætte særligt fokus på 4 overordnede erhvervspolitiske indsatser, der er i overensstemmelse med Vækstforums handlingsplan 2009 samt med VisitDenmarks fælles strategi for dansk turisme.

Det drejer sig om følgende erhvervspolitiske indsatser med fokus på turismeudvikling:

- **Kompetenceudvikling**
Formål: at sikre en professionalisering af turisterhvervet gennem øget fokus på udvikling af forretningsmæssige potentialer og serviceudvikling.
Mål: at tiltrække flere værdiskabende gæster, samt at tiltrække, fastholde og udvikle medarbejdere i turisterhvervet.
- **Kvalitetsudvikling**
Formål: at sikre produkt- og oplevelsesudvikling med fokus på kvalitet, der kan måles sig en international konkurrence.
Mål: at tiltrække flere værdiskabende gæster og skabe international synlighed.
- **Organisationsudvikling**
Formål: at foretage en evaluering af turismeorganiseringen i Region Midtjylland, for at sikre en model for en bedre facilitering af samarbejde mellem aktørerne i turismen og den brede oplevelsesøkonomi. Samt udarbejde handlingsplan for den herpå følgende proces, der skal sikre udvikling af målrettede forretningsmodeller på tværs af aktører.
Mål: at skabe større og mere bæredygtige destinationer samt øge sammenhængen og samarbejdet mellem disse.
- **Videnplatform**
Formål: at afdække og opbygge viden til brug for udvikling af turisme- og oplevelsesøkonomien. Herunder opsamling og formidling af viden fra igangsatte aktiviteter / projekter.
Mål: at omsætte teoretisk viden om markeder og trends til praktik og handling på at skabe nye forretningsmuligheder indenfor turismen- og oplevelsesøkonomien.

Turismefaglige indsatsområder 2009

Midtjysk Turisme vil for procesmidlerne i 2009 arbejde med 5 turismefaglige indsatsområder i samspil med ovenstående erhvervspolitiske indsatsområder.

- Strategisk destinationsudvikling

Formål: Inspirere og give konkrete redskaber til destinationsudvikling i de destinationer, der arbejder på at skabe en international markedsplatform som turismedestination.

Mål: At indsatserne medvirker til, at minimum de to udpegede superhelårsdestinationer, samt mindst 1 af øvrige destinationer har igangsat aktiviteter, der understøtter deres langsigtede strategier for sæsonudvikling.

Effekt: Øget økonomisk og ressourcemæssig lokal opbakning fra kommune og privat erhverv til gennemførelse af konkrete initiativer

- Afsætning/markedsudvikling

Formål: Øget international afsætning og profilering af midtjyske oplevelsesprodukter, forøget samarbejde mellem aktører, der bearbejder ens målgrupper, at skabe flere direkte bookbare produkter, samt at forøge kompetenceniveauet om international afsætning hos produktudbydere

Mål: At bringe minimum 3 produkter med international kvalitet ud på det internationale marked

Effekt: Målbare på kort sigt: Booking af overnatninger, salg af oplevelsesprodukter, vækst i online bookbare produkter på internationale platforme

- Turismeinformation

Formål: Redefinering af arbejdet med turismeinformation og turismekommunikation i Midtjylland

Mål: Organisations- og forretningsudvikling for de lokale aktører (TB'er), maksimering af oplevelser via information for gæsten, øget omsætning i det lokale private turisterhverv

Effekt: Udvikling af konkrete redskaber til det lokale arbejde med gæstetilpasset turismeinformation og -kommunikation, samt igangsættelse af lokale organisationsudviklingsprocesser på destinationer og TB'er

- Oplevelsesrum

Formål: At skabe ny tilgang til og nye forretningsmæssige platforme mellem offentlige og private aktører indenfor større sammenhængende oplevelsesprodukter (set i et gæsteperspektiv)

Mål: At medvirke til etablering af min. 1 nyt oplevelsesrum eller sammenhængende oplevelsesrum med et fælles offentligt/privat forretningsgrundlag,

samt at deltage i etableringen af et oplevelses/økonomisk forretningsgrundlag i de to kommende nationalparker i Midtjylland

Effekt: Oplevelsesbaseret forretningsudvikling

- Oplevelsesværdikæder

Formål: Sætte fokus på nye værdikæder (bredt defineret i det samlede erhvervsliv), inspirere til indarbejdelse af livskvalitet/livsglæde i værdikæderne, udvikle basisprodukternes betydning og status i værdikæderne

Mål: At sikre en opgradering af regionens basisprodukter i forhold til nye værdiskabende målgrupper, at sikre innovativ oplevelsesbaseret forretningsudvikling i forhold til ny markedsefterspørgsel, samt at der sikres forøget fokus på forretningsmæssig udnyttelse og synergi af potentielle muligheder i værdikæderne. Frembringelse af produkter til det internationale marked

Effekt: Nye midtjyske produkter, der afspejler markedets efterspørgsel, samt øget kvalitet i basisprodukter (se separat notat om basisprodukter). Brobygning på tværs af turisme og non-turisme erhverv

Samspil mellem erhvervspolitisk rationale og turismefaglig indsats

Midtjysk Turismes handlingsplan for konkrete indsatser i 2009 definerer, at alle projekter og indsatser vil skulle leve op til dobbeltbundne mål – det vil sige, at en konkret indsats vil have mål for såvel det erhvervspolitiske rationale som for den turismeudviklingsmæssige effekt.

Økonomi

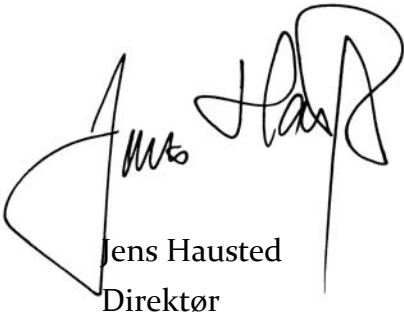
Budget for regionale procesmidler 2009

Strategisk destinationsudvikling	0,70 mio. kr.
Afsætning / markedsudvikling	0,50 mio. kr.
Turisme information	0,35 mio. kr.
Oplevelsesrum	0,35 mio. kr.
Oplevelses værdikæder – den hele ferieoplevelse	0,70 mio. kr.
I alt	2,60 mio. kr.

Midtjysk Turisme ansøger Region Midtjylland om en finansiering på i alt kr. 2.600.000,- til procesaktiviteter 2009.

Med venlig hilsen

Fonden Midtjysk Turisme



Jens Hausted
Direktør