

Turistgruppen Vestjylland

Initiativets titel

100 nye ”sunde oplevelsestilbud”

– udvikling af nye turisme- og oplevelsesprodukter for den sunde region.

Resumé

Inden for 4 udvalgte indsatsområder vil Turistgruppen Vestjylland udvikle mindst 100 nye sunde oplevelsestilbud. Vi vil for hvert indsatsområde igangsætte konkrete udviklingsforløb, hvor der udvikles en hel række nye konkrete turisme- og oplevelsesprodukter inden for bl.a. sundhed, kost og fødevarer, velvære og motion. Udviklingsarbejdet samles om dannelsen af temarelevante netværk bestående af innovationspartnere fra kommuner, foreninger, erhverv og vidensmiljøer. De nyudviklede turisme- og oplevelsesprodukter testes og implementeres hos erhvervet i 4 vestjyske kommuner med henblik på at øge omsætningen og skabe beskæftigelse. Fokus vil især være rettet mod at skabe aktivitet og omsætning uden for turismens højsæson til glæde for både off-season-gæster og for yderområdernes lokalbefolkning.

Med udgangspunkt i temaet den ”sunde region” vil projektet færdigudvikle en række helt nye turisme- og oplevelsesprodukter i samarbejde med og til gavn for turisterhvervet og turistområderne i de 4 vestkystkommuner: Ringkøbing-Skjern, Holstebro, Struer og Lemvig. Implicit vil vi trække på disse områders styrkeposition inden for kystturisme og aktiv ferie. De 4 kommuner vil med andre ord fungere som testområder (pilotområde) for projektets udviklingsaktiviteter. Overordnet set vil aktiviteterne i projektet koncentreres om udviklingsforløbene for følgende 4 indsatsområder:

- Temauger:
35 temabaserede oplevelsesprodukter i ugeforløb inden for kultur, natur og aktiv ferie, direkte implementeret hos turistvirksomheder og turistområder.
- Motionsarrangementer & Aktiv Ferie:
15 professionaliseret og internationaliseret motionsarrangementer og 5 nye motionsruter til direkte implementering hos turistvirksomhederne og turistområdernes aktivitetsportefølje.
- Sund Kost & Fødevarer:
Ny kogebog med sunde menuforslag med udgangspunkt i lokale fødevarer til alle selvhusholdingsferieformer (feriehus, ferielejligheder og camping). Ny sundmenu henvendt henholdsvis til målgruppen: børn og målgruppen: voksne, implementeret på 20 restauranter i testområdet.
- Afstressning & Mental Sundhed:
5 helt nye ”sæt” af service og produkydelser (ferieprodukter) med fokus på langsomhed, søvn, fred & ro, mv. til direkte implementering i turistvirksomhedernes produktkatalog.

Turistgruppen Vestjylland

Hovedaktiviteterne for indsatsområderne handler bl.a. om dannelse af netværk med innovationspartnere, konceptudvikling og registreringer samt implementering og test af resultaterne fra produktudviklingsarbejdet.

Formål

Det overordnede formål med projektet - set i forhold til Vækstforums erhvervsudviklingsstrategi – er:

- *at øge virksomheders innovationskompetencer,*
- *at udvikle og formidle nye metoder, der øger innovationskraften i regionens styrkepositioner.*

Med henvisning til Vækstforums handlingsplan for regional udvikling vil vi i projektet arbejde med styrkeposition 5.8 for Innovation: *Oplevelsesøkonomi*. Oplevelsesøkonomien er efter vores vurdering specielt en styrke for regionens yderområder, hvor turismen har en vital betydning for den beskæftigelsesmæssige og økonomiske udvikling. Projektet vil derfor som en afledt effekt kunne skabe *balance* i udviklingen mellem yderområderne og vækstcentrene i den østlige del af regionen.

Formålet med projektet er samtidig gennem udvikling af basiskoncepter at skabe et grundlag for videreudviklingen af konkrete turisme- og oplevelsesprodukter og herigennem skabe vækst og jobs for turisterhvervet. Slutprodukterne skal give danske og udenlandske gæster og lokalbefolkningen nye sunde oplevelser og interesser og derigennem skabe mere omsætning hos turistvirksomhederne. Samtidig vil målet med produktudviklingen være at øge kapacitetsudnyttelsen udenfor højsæsonen og dermed skabe større omsætning inden for oplevelsesøkonomien generelt i regionen.

Mål

Det overordnede mål med projektet er, gennem koordineringen af samspillet mellem en række innovationspartnere inden for kommuner, erhverv og foreninger, at skabe en række helt nye turisme- og oplevelsesbaserede produkter. Under dette hovedmål kan der opstilles en række indsatsmål for projektet:

1. *Temauger*: Efter 3 år har projektets hovedaktiviteter skabt øget omsætning i turismens lavsæsoner i forårs- og efterårsmånederne. Innovationssamspillet og netværk mellem erhverv, kommuner og foreninger er optimeret omkring udviklingen af nye konkrete aktiviteter. Temaugerne er gennem projektet implementeret i den enkelte turistvirksomheds produktportefølje.

Turistgruppen Vestjylland

2. *Motionsarrangementer & Aktiv ferie:* Projektet har efter 3 år skabt mere innovativ viden omkring det at skabe et bæredygtigt økonomisk grundlag for motionsarrangementer i regionen. Projektet vil bl.a. have genereret konkrete kravspecifikationer for et motionsarrangements bæredygtighed – målt på professionalitet og international orientering. I 2010 vil disse motionsarrangementer være en naturlig del af turistvirksomhedernes udbud af internationale oplevelser.
3. *Sund kost & Fødevarer:* Målet er at projektet vil have muliggjort det for turistvirksomheder at kunne bringe sunde fødevarer (ala ”De fire årstider”), produceret af lokale fødevarerproducenter direkte til døren hos de gæster, som bor i feriehus, camping eller i ferielejlighed. Mindst 20 restauranter vil have en ny *sund-menu* henvendt til henholdsvis til børn og voksne på menukortet. Præsentationsmateriale med portrætter af lokale fødevarerproducenter og mindst 1 kogebog med menuforslag til ferie-selvholdningen vil være at finde i feriehuset, på campingpladsen eller i ferielejligheden i testområderne.
4. *Afstressning & Mental sundhed:* I 2010 udbyder flere turistvirksomheder 1-5 konkrete produkter under temaet afslapning, søvn og langsomhed (væk fra hverdagens stress) med en pakke af tilkøbsmuligheder eksempelvis fra ekstra gode puder og dyner, litteratur, øde beliggende feriehus, forslag til afstressende gåture i naturen og på stranden, etc.

Baggrund og indhold

Baggrunden for projektet er, at dansk og international økonomi i stigende grad drives af en efterspørgsel efter oplevelser. Vækstpotentialet inden for turisme- og oplevelsesområdet er særlig udtalt i yderkommunerne i Vestjylland, hvor turismen har en vital økonomisk og beskæftigelsesmæssig betydning for udviklingen. De 4 vestjyske kommuner omtalt i resuméet er således udviklings- og testområde for projektet.

Indholdet i projektet tager udgangspunkt i en ”tilbagevenden” til ideen om at ferie handler både om den mentale og fysiske sundhed. Gennem udvikling, konceptualisering og en internationalisering vil dette initiativ gøre det attraktivt for både virksomheder (kommerciel basis) og forbrugere at udnytte de muligheder, som potentielt findes i regionen for sunde oplevelser. Formålet med projektet i denne sammenhæng er, at gøre det nemmere, mere tilgængeligt og mere oplagt at være sund i regionen i forbindelse med en kortere eller længere ferie. Projektet vil med andre ord kæde behovet for sundhed i ferien sammen med at kunne imødekomme erhvervets behov for nye oplevelsesbaserede produkter. Projektet vil implicit skabe nye basiskoncepter for udviklingen af nye

Turistgruppen Vestjylland

konkrete oplevelsesprodukter delt op i de 4 konkrete indsatsområder: "Temauger", "Motionsarrangementer & Aktiv Ferie", "Sund kost & Fødevarer i ferien" samt "Afstressning & Mental sundhed".

Figur 1. Indsatsområdernes idé og indhold

Indsatsområde	Idé og indhold
1. Generelt	Generelle udviklingsopgaver som falder helt uden for eller ind under alle indsatsområder, eksempelvis regnskab, projektstyring, koordinering mv.
2. Temauger	Ved temauger forstås en eller flere årligt tilbagevendende perioder, hvor der indenfor en uge sættes fokus på et bestemt tema som f.eks. lystfiskeeri, ridning, surf, sejlads, motion i naturen, sund kost etc. Temaugen kan foregå enten i et enkelt lokalområde eller i mange forskellige områder af Regionen i samme uge. Temaugen kan have forskelligt indhold under hensynstagen til det enkelte lokalområdes muligheder.
3. Motionsarrangementer & Aktiv Ferie	Udbudet af oplevelser inden for idræt og motion er bredt funderet i regionen. I dette indsatsområde vil vi arbejde med udviklingen af et basiskoncept for opgearingen, internationaliseringen og professionaliseringen af flere idrætsarrangementer. Set som oplevelsesprodukter findes her et stort potentiale. Mange motionsarrangementer er i dag ikke på et niveau, hvor man er gearret til eksempelvis at modtage internationale gæster. Ideen er at udvælge de idrætsarrangementer, som har mest potentiale for en videreudvikling - dernæst inddrage foreningerne bag arrangementerne og hjælpe dem videre i deres arbejde.
4. Sund kost & Fødevarer i ferien	<i>Det skal være nemmere</i> at købe, tilberede og indtage sund kost. Mulighederne for at købe fedtfattigt eller økologisk mad er begrænset, når man ferierer i regionen, derfor udvikles koncepter for sunde menuer, indkøb af økologiske fødevarer mv. Målet er nem og hurtig adgang til sund mad for feriegæster i selvhusholdninger (camping, feriehus, ferielejligheder mv.). Aktiviteter inkl. "Kogebog for selvhusholdninger i ferielandet", "Mulighederne for at bestille pakker med sunde fødevarer", Restaurantsamarbejde vedr. sundmenu målrettet børn vs. voksne.
5. Afstressning & Mental sundhed	<i>Det skal være nemmere</i> at koble af i løbet af ferien. Initiativet vil udvikle såkaldte afstressningstilbud omkring åndelighed, langsomhed, søvn, sanser, stilhed, relationer, viden, æstetik osv. Målet er 5 konkrete tilkøbspakker til overnatningen.

Turistgruppen Vestjylland

Tidsplan – og hovedaktiviteter for de 4 indsatsområder

Den samlede tidsplan for projektet er 1. januar 2008 – 31. december 2010.

Figur 2: hovedaktiviteter og tidsplan

Tidsplan	Indsatsområde	Hovedaktiviteter
Jan.2008 – Aug. 2008	1. Generelt 2. Temauger 3. Motionsarrangementer & Aktiv ferie	Ad1: Ansættelse af projektkoordinator (nyansat med særlige kvalifikationer). Regnskab føres løbende gennem alle faser og perioder. Ad 2: Opstart 2 temauger. Basiskoncept udvikles, temaer udvælges, netværksdannelse, Vidensindsamling, projektpartnere identificeres. Ad 3: Opstart registreringsfase, parametre identificeres, Netværk, Basiskoncept.
Sep. 2008 – Feb. 2009	2. Temauger 3. Motionsarrangementer & Aktiv ferie 4. Sund kost & Fødevarer i ferien	Ad 2: Videreplanlægning af indhold for temauger, konkretisering, temaugebasiskoncept fastlægges, synliggørelse og PR. Ad 3: registrering igangsættes, udvikling af nye ruter for motion og aktiv ferie påbegyndes, nyt netværk, kontakt til idrætsarrangementer, udvælgelse. Ad 4: Arbejdsgruppe dannes bl.a. ekstern konsulent bistand fra ernæringseksperter eller lignende, basiskoncepterne fastlægges, arbejde med menuer og kagebog påbegyndes.
Mar.2009 – Aug. 2009	2. Temauger 3. Motionsarrangementer & Aktiv ferie 4. Sund kost & Fødevarer i ferien	Ad 2: Afholdelse af 2 temauger (test), evaluering, næste 3 temauger fastlægges. Ad 3: Udvalgelse af 15 arrangementer, invitation, parametre og grundprincipper fastlægges. Ad 4: Videre planlægning af aktiviteter, Kommunikationsstrategi fastlægges, basiskoncepter, designmanual udarbejdes, præsentationsmateriale for lokale fødevarerproducenter m.v.
Sep. 2009 – Feb. 2010	2. Temauger 3. Motionsarrangementer & Aktiv ferie 4. Sund kost & Fødevarer i ferien 5. Afstressning & Mental sundhed	Ad 2: Videreplanlægning til konkrete aktiviteter til 3 nye (tests) temauger, konkrete aktiviteter til 2 første temauger, Aktivitetsindhold, plan for synliggørelse, PR, mv. Ad3: Fælles markedsføringsplatform planlægges inkl. designmanual, Internetsøgefunktion, booking mv. Ad 4: Produktion af kagebog planlægges, Arbejdsgruppen udvælger og fastlægger menuer til kagebog og restauranter, Netværksdannelse: innovationspartnere udvælges og arbejdsgruppe nedsættes for udviklingen af basiskoncept for "fødevarer-bestillingspakker til feriehus og campingspladser mv. Koordinator sikrer sammenhæng mellem kagebogmenuer og muligheder for levering af fødevarer mv. Ad 5: Udvikling af koncepter for oplevelsesbaserede produkter, Innovationspartnere udvælges, designmanual for tema udvikles.

Turistgruppen Vestjylland

Mar. 2010 – Aug. 2010	2. Temauger 5. Afstressning & Mental sundhed	Ad 2: Afvikling af alle 5 temauger i forskellige lokalområder, evaluering og tilpasning af basiskonceptet for fremtidige temaugaeafviklinger, produktudvikling i samarbejde med innovationspartnere mv. Ad 5: Plan for videreudvikling og markedstest af afstressning-i-ferienkoncepter planlægges med arbejdsgruppen, Konkrete pakker for ferieophold under temaet "sov godt", "Åndlighed", "Slowness" mv. planlægges for og i samarbejde med innovationspartnere.
Sep. 2010 – dec. 2010	1. Generelt 2. Temauger 3. Motionsarrangementer & Aktiv ferie 4. Sund kost & Fødevarer i ferien 5. Afstressning & Mental sundhed	Ad 1: Endeligt regnskab og afrapportering. Ad 2: Delprojektet evalueres endeligt - manual og basiskoncept for planlægning og afholdelse af temauger fastlægges, Erfaringer samles til videreformidling og vidensdeling - det planlægges hvordan temaugerne kan bredes ud til partnere i hele regionen, Innovationskompetencer hos innovationspartnere vurderes. Ad 3: PR og informationsstrategi for de 5 udvalgte motionsarrangementer fastlægges, projektet evalueres og samles op på produktudviklingsprocessen mv. Ad 4: Kogebog færdiggøres, udgives og profileres (information og PR), Den videre produktudvikling vurderes i samarbejde med innovationspartnere, mv. Ad 5: Evaluering, Den videre produktudvikling vurderes i samarbejde med innovationspartnere, mv.

Relation til de 6 kriterier i Erhvervsudviklingsstrategiens handlingsplan

Projektets initiativer og temaer har et regionalt fokus. Som udgangspunkt startes projektets udviklingsarbejde i de 4 vestjyske kommuner: Lemvig, Struer, Holstebro og Ringkøbing-Skjern. Geografisk dækker projekter disse områder. Projektet har dog et større geografisk sigte, idet at de aktiviteter, som udvikles gennem projektets initiativer, på sigt vil kunne udvides til samtlige kommuner i regionen.

- (1) Projektet vil gennem en bred netværksdannelse og involvering af både private virksomheder, kommuner og foreninger favne bredt over forskellige brancher, fag, parter og geografi.
- (2) Projektet sigter mod at styrke igangværende initiativer og videreudvikle disse i en erhvervs-mæssig og kommerciel retning. Projektet vil udvikle nye produktkoncepter som især vil styrke turisthvervet muligheder for produktudvidelse.
- (3) Projektets kerne er at udnytte yderområdernes styrke inden turisme og oplevelser til at vækst og udvikling.
- (4) Projektet vil udvikle turisme- og oplevelsesprodukter til både det danske og internationale marked, hvilket nødvendiggøre et internationalt perspektiv.

Turistgruppen Vestjylland

(5) Projektet metode til innovation inden for udviklingen af turisme- og oplevelsesprodukter handler i sin kerne om at skabe et privat-offentligt samspil – eksempelvis om afviklingen af temauger, hvor alle lokale styrker, viden, ydelser mv. skal fusioneres for at skabe nye innovative kompetencer.

(6) Projektet finansieres via de involverede kommuners tilskud blandet med privat erhvervsfinansiering af forskellige underaktiviteter samt regionens tilskud og en ansøgning til EUs Regionalfond.

Overvågning af initiativets fremdrift

Turistgruppen Vestjyllands bestyrelse bestående af de 4 deltagende vestkystkommuner har ansvaret for overvågningen af **den generelle fremdrift** af initiativet. Styregrupperne for innovationspartneretværkene overvågnings fremdriften af initiativets enkelte indsatsområder – bl.a. sammenholdes effekt og milepæle løbende med plan og mål for projektet.

Målgruppe

Projektets indsats, aktiviteter og effekt i form af nye konkrete turisme- og oplevelsesprodukter er henvendt direkte til turisterhvervet. Målgruppen for projektet er samtidig innovationspartnere bl.a. i:

- ”Vestkystkommunernes” afdelinger for udvikling, erhverv, natur & miljø og kultur & fritid.
- De vestjyske turisterhverv, herunder turistbureauer, feriehusudlejningsvirksomheder, campingpladser mv.
- Idrætsforeninger overalt i lokalområderne.
- Vidensmiljøer inden for ernæring, sundhed og motion.

Målgruppen for de turisme- og oplevelsesbaserede produkter, som kommer ud af projektet, er:

1. de turistvirksomheder som vil kunne udbyde nye produkter
2. de danske og udenlandske gæster, som skal købe oplevelserne.

Organisering/aktører

Lidt om os

I det daglige benytter Turistgruppen Vestjylland sig af 16 års projektudviklingserfaring. Vores projekter har vundet national og internationale anerkendelser (herunder Turismens Fællesråds Initia-

Turistgruppen Vestjylland

tivpris, Havfrueprisen og Skandinavien Travel Award). Vores samarbejde omkring projekterne har brudt grænserne for offentligt og privat samspil – og har givet os kontakter fra embedskontorerne til erhvervsliv og til vidensinstitutioner og foreninger – ikke bare i Vestjylland men i hele Danmark. Det er især erfaringerne fra Handicapferieprojektet (2001 -), Træfpunkt, og North Sea Beach Marathon (2000 -), som med fordel kan inddrages i dette projekt.

Samarbejdet med offentlige og private aktører, vidensinstitutioner, lokale foreninger og erhvervsliv har altid været et fast omdrejningspunkt i de projekter Turistgruppen Vestjylland har gennemført. Det bedste eksempel er projektet *Handicapferie i Vestjylland – tilgængelighed for alle*. Projektet er et forbillede for, hvordan man bringer et projekt fra ide til virkelighed. Erfaringerne fra North Sea Beach Marathon forventes især at kunne bruges i forbindelse med at samle idrætsforeningerne omkring forskellige fælles initiativer (temauger, feriekoncepter, events, mv.), herunder planlægning, professionalisering internationalisering og afvikling af motionsarrangementer.

Innovationspartnere i projektet (parter og netværksdeltagere)

Det er et fast mål, at kommunerne er aktive innovationspartnere i projektet, derfor vil vi inddrage vores faste samarbejdsaftale med vestkystkommunerne (Ringkøbing-Skjern, Holstebro, Lemvig og Struer). Ydermere vil projektet aktivt inddrage repræsentanter for foreninger, restauranter, overnatningsvirksomheder og turistforeninger i projektets udviklings- og forankringsfase. Turistgruppen Vestjylland er en netværksorganisation med et mangeårigt samarbejde med både kommuner, foreninger og erhverv. At optimere et privat/offentlige samspil for at fremme turismen er en central del af Turistgruppen Vestjyllands strategi og formål.

Som innovations- og netværkspartnere vil vi inddrage følgende:

- AktivDanmark under VisitDenmark ved Anders Hübholt Sørensen
- Overnatningsvirksomheder (camping, hotel, feriehusudlejning, feriecentre mv.),
- Restauranter,
- Motions- og idrætsforeninger/organisationer,
- Turistområderne ved Turistbureauerne,
- Turist- og Handelsstandsforeninger,
- Kost-, motions- og ernæringseksperter,
- Mfl.

Til sammenligning kan vi oplyse at Turistgruppen Vestjylland i Handicapprojektet fortsat har mere end 600 netværksdeltagere. Indsatsen i dette og andre projekter (Træfpunkt, mv.) styres og koordineres af Turistgruppen Vestjylland – også efter projektmidlerne er brugt!

Turistgruppen Vestjylland

Effekt

For de enkelte indsatsområderne (se indsatsmål) har vi opstillet følgende resultatkrav til den effekt projektet bør få for målgruppen:

1. Temauger

Under indsatsmålet omkring temauger vil resultaterne være, at der efter 3 år gennem projektet udviklet vil være minimum 5 forskellige temauger inden for *aktiv ferie* i minimum 5 forskellige lokalområder. Disse temauger er testet og afviklet i ugerne fra marts til juni og fra oktober til november. I alt 35 temauger afvikles gennem projektforløbet og alle temauger indgår i Turistvirksomhederne og turistområdernes produktportefølje.

2. Motionsarrangementer & Aktiv ferie

I 2010 er minimum 15 motionsarrangementer blevet professionaliseret og internationaliseret – resultatet er bl.a., at deltagerantallet for de enkelte arrangementer udvidet med 40%. De 5 stærkeste arrangementer er samlet omkring en fælles markedsføringsplatform for international profilering. I 2010 vil der gennem projektets indsats på motionsområdet være udviklet, beskrevet og tilgængeliggjort 5 nye motionsruter i de mest turisttungeområder i Vestjylland. Ruterne vil bl.a. kunne trækkes ud fra Internettet og downloades direkte ned på en mobilenhed. Projektet vil have udviklet, beskrevet og tilgængeliggjort nye *aktiv ferie* ruter inden for vandring, ridning, cykling, løb mv.

3. Sund kost & Fødevarer

I 2010 lanceres en ny kogebog (selvholdninger) med sunde menuforslag til ferien i feriehus, lejlighed eller på camping. I 2010 har projektet udviklet profilmateriale til præsentation (portrætter) af lokale fødevarerproducenter. I 2010 er der gennem projektet etableret et samarbejde om udviklingen af et basiskoncept for en ”sund menu” for henholdsvis voksne og børn. I 2010 udbyder minimum 20 restauranter i udviklingsområdet en ”sund menu”. I 2010 vil der i projektet være udviklet konkrete løsninger for tilkøb af sunde fødevarer pakker ved bookning af et feriehus.

4. Afstressning & Mental sundhed

Efter projektet vil innovationspartnere have udviklet 5 helt nye oplevelsesbaseret turistprodukter for en afstressende ferie i feriehus, på en campingplads eller for en miniferie på et hotel, vandrehjem, feriecenter eller kro. Produktet vil bl.a. være et sæt af serviceydelser og –faciliteter, som bliver udbudt som tilkøbsmuligheder i forbindelse med booking af en ophold. Et katalogtilæg be-

Turistgruppen Vestjylland

skriver mulighederne for at slappe af på stranden, i naturen, ved fordybelse på museum, eller med en god bog i feriehuset osv.

Finansiering/budget

Turistgruppen Vestjylland ansøger om kr. 800.000 fra Vækstforum i Region Midtjylland til initiativets udviklingsdele.

Indtægter

Region Midtjylland	Egenfinansiering	EU's Regional Fond
<i>Udvikling</i>	<i>Markedsføring mv.</i>	
800.000	700.000	1.500.000

Udgifter

	Samlet
Løn (Nyansat projektkoordinator)	950.000
Løn (Administration, styring, regnskab mv.)	550.000
Annoncering, erfaringsudveksling	373.000
Evaluering	90.000
Rejser, kost og logi (studieture, transport mv.)	75.000
Materialer, udstyr og forbrugsartikler	89.200
Netværksdannelse, seminarer, møder mv.	235.000
Ekstern konsulent bistand	233.500
Køb af eksterne tjenesteydelser	334.300
Revisionsudgifter	70.000
Samlet projektbudget	<u>3.000.000</u>

Turistgruppen Vestjylland

Finansiering

Region Midtjylland: kr. 800.000

EU Mål 2: kr. 1.500.000

Kommuner eller andre offentlige tilskud: kr. 700.000¹

Forankring efter projektperioden

Efter projektet vil samtlige udviklingsaktiviteter være implementeret hos de enkelte netværkspartnere – det samme vil selve samspillet om innovationen gennem projektet. Turistgruppen Vestjylland derefter påtage sig rollen tovholder. Som konsulent vil Turistgruppen Vestjylland sikre aktiviteterne fortsatte eksistens efter projektperioden. Som eksempel kan vi nævne projektet **Træfpunkt for børn**, som nu ca. 5 år efter projektperiodens afslutning, kører videre med Turistgruppen Vestjylland som tovholder og koordinator og med turisterhvervet og især turistområderne som aktive innovationspartnere.

Formidling

Målet er at projektets resultater skal udbredes. Med regionens tilskud vil vi, at de erfaringer og de produkter og aktiviteter, som er udviklet i projektet bliver formidlet videre fra testområdet til hele regionens turistområder og erhverv. Når testperioden er overstået vil benyttelsen/udnyttelsen af de nye turist- og oplevelsesbaserede produkter fra udviklingsarbejdet være åbnet for nye netværksdeltagere. Turistgruppen Vestjylland vil som tovholder sikre denne forankring efter projektperioden.

Evaluering

- Projektkoordinatoren (Turistgruppen Vestjylland) vil have ansvaret for evalueringen af hvor mange af de konkrete effektmål, vi når undervejs, og har nået efter projektperioden.
- Turistgruppen Vestjylland vil evaluere på samarbejdsparterne fra turisterhvervet, turistområdernes, kommunerne mv. tilfredshed med projektet og dets effekt og resultater.
- Kundernes/gæsternes tilfredshed med turist- og oplevelsesprodukterne evalueres løbende ud fra produkttests, surveys og gennem Internetbaserede brugerundersøgelser.

¹ Turistgruppen Vestjylland har de 700.000 kr. i offentlig medfinansiering fra kommunerne og AktivDanmark på plads!