

Beskrivelse af projektansøgninger til den formålsbestemte pulje for regionale oplevelsesprojekter – projektansøgninger til behandling på Vækstforums møde den 25. marts 2008



Dato 14-02-2008

Karin Nygaard Kristensen

Tel. +45 8728 5131

Karin.Kristensen@RU.RM.DK

1-26-82-07

“Ny IT i turismen - digitalisering af turismeinformation og formidling til regionens gæster”

Resumé

Midtjysk Turisme søger at gennemføre et projekt, som vil medvirke til et samlet løft for den regionale turisme indenfor IT og tilgængelighed af eksisterende og nye turismeprodukter, idet der bl.a. fokuseres optimere brugen af de nye digitale kommunikationsformer. Projektet er sat sammen som en paraply over en række underprojekter, som hver især understøtter hinanden. Projektet har en bred lokal, regional såvel som national forankring.

Side 1

Sagsfremstilling

Midtjysk Turisme ansøger om kr. 2.410.000.- fra den formålsbestemte pulje til regionale oplevelsesprojekter til projektet “Ny IT i turismen - digitalisering af turismeinformation og formidling til regionens gæster”.

Projektet vil fungere i tråd med VisitDenmarks idéer i forhold til udvikling af nye metoder og værktøjer for online kommunikation bl.a. med henblik på udvikling af service-/modtageapparatets digitale kompetencer og kommunikation i Region Midtjylland, og projektet spiller således tæt op af den nationale globale kommunikationsstrategi. Her er et af indsatsområderne bl.a. udvikling af nye online marketingværktøjer og metoder til at nå nye målgrupper gennem innovativ markedsføring.

Der fokuseres i projektet på tre indsatsområder:

1. Delprojekt 1 - Tværmedielle databaser: Tværmedielle databasemodeller og integration i medier – fælles databasemodeller med mulighed for eksport af data i alle relevante formater og til alle medietyper (mobil, pda, pc). I

dette indsatsområde indgår fire delprojekter.

2. Delprojekt 2 - Brugerdreven innovation: Brugerdreven innovation, intelligente lokaliteter - IT-relateret brugerinddragelse og innovation.
3. Delprojekt 3 - Oplevelsesorienteret IT-formidling: Oplevelsesorienteret IT-formidling - IT som avanceret kommunikationsredskab, hvor målet er at give brugeren en ekstra oplevelse. I dette indsatsområde indgår to delprojekter.

Disse 3 indsatsområder er tæt forbundet med turismens værdikæde, og løfter i fællesskab hele værdikæden. Der fokuseres endvidere på udnyttelse af forskningsbaseret viden gennem et tæt samarbejde med regionens vidensinstitutioner.

Det samlede projekt vil medvirke til at udvikle nye metoder og værktøjer til at formidle regionens oplevelser og historier, hvor de fysiske oplevelser forstærkes gennem virtuel formidling og moderne kommunikationsformer. Dette skal bl.a. ske gennem brugerdreven innovation i forhold til nye online kommunikationsredskaber.

Projektet fokuserer endvidere på udvikling af tovejs digital kommunikation (CRM) i relation til databaser med henblik på implementering i service-/modtageapparatet i Region Midtjylland, og dermed sikre at der skabes et indhold der møder turisten før og under opholdet.

Det er formålet, at resultaterne for de enkelte delprojekter skal kunne implementeres hos de lokale destinationer og turismeaktører i Region Midtjylland, og dermed højne niveauet for digital kommunikation hos de respektive parter.

Endvidere skal projektet sikre en større forståelse for og forankring af brugen af nye teknologier, samt skabe netværk på tværs af regionen med henblik på kompetenceudvikling indenfor nye teknologier herunder synergier og erfaringsudveksling mellem turisme, kultur og non-turisme.

Initiativet skal ligeledes sikre et højt videns- og kompetenceniveau blandt de IT-ansvarlige indenfor turismen i Region Midtjylland samt understøtte den eksisterende vidensopsamling og videndeling. Dette skal bl.a. ske gennem netværksaktiviteter og formidling f.eks. via konferencer og workshops.

Region Midtjylland har en stærk position indenfor IT med stærke innovationsplatforme og højtuddannet arbejdskraft. Denne position vil være et godt udgangspunkt for udnyttelse af IT i oplevelsesøkonomien, bl.a. med henblik på formidling af regionens oplevelsespotentialer og udvikling af IT-kompetencer i de midtjyske turisme- og oplevelsesvirksomheder.

Samtidig er det væsentligt i den fremtidige kommunikation med turisterne at skabe et indhold, der møder turisten ikke bare under ferieplanlægningen, men også via modtage-/serviceapparatet i løbet af turistens ophold på destinationen, således at de turismerelevante informationer kommer tættere på turisten.

Projektet skal ses i sammenhæng med VisitDenmarks arbejde med udvikling af nye metoder og værktøjer for online kommunikation bl.a. med henblik på udvikling af service-

/modtageapparatets digitale kompetencer og kommunikation i Region Midtjylland, og projektet spiller således tæt op af den nationale globale kommunikationssatsning.

Budget

Delprojekt 1 Tværmedielle databaser	5.060.000 kr.
Delprojekt 2 Brugerdreven innovation	1.520.000 kr.
Delprojekt 3 Oplevelsesorienteret IT-formidling	1.565.000 kr.
I alt	8.145.000 kr.

Finansieringsplan

Region Midtjylland	2.410.000 kr.
Visit Denmark, lokale aktører, kommuner, erhverv	5.735.000 kr.
I alt	8.145.000 kr.

Den nationale medfinansiering sker gennem den nationale globale kommunikationssatsning, nemlig regeringens "Handlingsplan for offensiv global markedsføring af Danmark", der bl.a. udmøntes via VisitDenmark. VisitDenmark har som led i ovennævnte handlingsplan for offensiv global markedsføring af Danmark fået ansvaret for at udmønte i alt 60 mio. kr. fra 2007-2010 til at styrke kendskabet til Danmark som turistmål.

Administrationens bemærkninger

Dette projekt med underprojekter vil være med til virkelig at give den midtjyske turisme et mærkbart løft indenfor informationsteknologi. Endvidere vurderes det, at de af Region Midtjylland anvendte midler virkelig geares med projektets andre finansieringskilder. Administrationen bemærker, at en regional forankring af de statslige midler til offensiv global markedsføring er mere perspektivrigt end blot at medfinansiere direkte markedsføring af Danmark for Visit Denmark. Det er administrationens vurdering, at projektet lever op til kriterierne for de regionale oplevelsesprojekter jvf. Vækstforums Handlingsplan 2007-2008 afsnit 5.8 Oplevelsesøkonomi og 5.8.1 Digitalt understøttede oplevelser. En anden af projektets væsentligste styrker ligger i opbygningen af en række delprojekter under en fælles paraply, hvor hver enkelt delprojekt udvikles lokalt i regionen, men vil blive anvendt bredt over hele regionen.

Administrationen kan derfor indstille, at der ydes tilskud til ansøgningen som ansøgt.

Bilag:

Ansøgning fra Midtjysk Turisme om tilskud til projektet "Ny IT i turismen - digitalisering af turismeinformation og formidling til regionens gæster"

” Tiden er afgørende - den teknologiske Rejse fra 1847 – 1900”

Resume

Dansk Landbrugsmuseum på Gammel Estrup og Fregatten Jylland ansøger Region Midtjylland om tilskud projektet ”Tiden er afgørende - den teknologiske Rejse fra 1847 – 1900”.

Ansøgeren præsenterer projektet som en digitale tidsmaskine, hvor publikum på samme tid står over for et autentisk museumsmateriale og i direkte kontakt med et virtuelt univers, der afspejler den historiske situation, museumsgenstanden udspringer af. Projektet sigter både imod at forbedre museernes formidling og deres markedsføring og tilbud til fremtidens publikum.

Projektet falder i tre faser, hvoraf der søges om tilskud til det første: Etablering af en prototype til en standardinstallation til interaktiv formidling af kulturhistorisk viden. Projektet udvikler ny formidlingsteknologi, som kan udbredes til andre attraktioner. Det samlede budget for projektet er 2.645.000 kr. Der ansøges om 1.645.000 kr.

Sagsfremstilling

Dansk Landbrugsmuseum på Gammel Estrup og Fregatten Jylland ansøger Region Midtjylland om 1.645.000 kr. fra Puljen til Regionale Oplevelsesprojekter til 1. fase af projektet: ” Tiden er afgørende - den teknologiske Rejse fra 1847 – 1900”.

Ansøgeren præsenterer projektet som det 21. århundredes digitale afløser for museumsmontren – den digitale tidsmaskine, hvor publikum på samme tid står over for et autentisk museumsmateriale og i direkte kontakt med et virtuelt univers, der afspejler den historiske situation, museumsgenstanden udspringer af.

Projektet er i udviklingsfasen rettet mod de 12-18 årige, og målet er at skabe attraktiv formidling for en målgruppe, der traditionelt er vanskelig at nå, og at opstille en prognose for formidling og markedsføring af museerne for fremtidens publikum.

Projektets fase 1 sigter mod etablering af en prototype til en fremtidig standardinstallation til interaktiv digital formidling af kulturhistorisk viden. I projektet inddrages en fokusgruppe af børn og unge i alderen 12-18 år.

Fase 2 og 3 handler om videreudvikling af en standardiseret formidlingsinstallation, der kan tilbydes andre kulturinstitutioner.

Prototypen eller kerneinstallationen skal udvikles for hvert af de to museer og give to forskellige bud på fortællingen om den teknologiske udvikling i sidste halvdel af 1800 tallet. Installationen består kort fortalt af en platform for museumsgenstande, hvor der samtidigt kobles til et virtuelt univers, der på den ene side med lys, lyd, lugte, osv. retter sig mod publikums sanser og på den anden side – med film, billeder, spil og webopkobling – retter sig mod et bredt historisk univers, der på sigt både retter sig mod museernes egne og andre museers samlinger. Teknisk set vil der til hver af de to installationer blive tale om afviklingsteknik, projektorer, touch-skærme, sensorer og databaser med indholdselementer.

Fremstillingen af særlige historiske cases, som vil blive tilpasset den IT-baserede formidlingsform, tager afsæt i to konkrete levnedsløb: En søofficer og en landbokone.

Ud over de to museer er CAT-Productions, Århus og ExCITe –center for oplevelsesøkonomi, kreative industrier og teknologier, Ålborg Universitet, partnere og bidragydere til projektet.

De to museer ønsker på sigt at inddrage mange andre museer i samarbejdet om en fælles database og en sammenhængende IT- baseret formidling af kulturarven.

Budget

	2008	2009
Interne timer	460.000 kr.	390.000 kr.
Eksterne konsulenttydelser	415.000 kr.	
Udstyr, materialer mm.	100.000 kr.	650.000 kr.
Grafisk materiale, markedsføring (ekstern)	25.000 kr.	150.000 kr.
Programmering mm. (ekstern)	80.000 kr.	450.000 kr.
I alt	1.080.000 kr.	1.565.000 kr.

Budget i alt i projektperioden : 2.645.000 kr.

Finansieringsplan

	2008	2009
CAT-productions	110.000 kr.	140.000 kr.
ExCITE	70.000 kr.	30.000 kr.
Dansk Landbrugsmuseum	140.000 kr.	185.000 kr.
Fregatten Jylland	140.000 kr.	185.000 kr.
Region Midtjylland	620.000 kr.	1.025.000 kr.
I alt	1.080.000 kr.	1.565.000 kr.

Projektet egen finansiering i alt 1.000.000 kr.

Tilskud fra Region Midtjylland i alt 1.645.000 kr.

Administrationens bemærkninger

Det er administrationens opfattelse at projektet lever op til kriterierne for regionale oplevelsesprojekter samt de kriterier, der er formuleret i Vækstforums Handlingsplan 2007-2008, j. afsnit 5.8 Oplevelsesøkonomi og 5.8.1 Digitalt understøttede oplevelser.

Der er tale om et projekt, som i høj grad bidrager til brugen af IT i synliggørelsen af regionens oplevelsespotentiale. Der er tale om et projekt, der på sigt henvender sig til et bredt publikum, men som i udviklingsfasen er rettet mod gruppen af 12-18årige. Der er tale om en aldersgruppe, der traditionelt er svær at fange i forhold til formidling af kulturarven, men som samtidig råder over betydelige kompetencer i forhold til anvendelse af avanceret IT. Projektets forretningsmæssige potentiale er således dobbelt, idet der både er tale om en mere målrettet formidling og markedsføring og idet der er tale om udvikling af et formidlingskoncept, der i høj grad kan udnyttes kommercielt.

Projektet falder i høj grad i tråd med andre lignende initiativer på området, F.eks. CAVI's projekt om Byens Digitale Liv, der ligeledes er prækvalificeret til oplevelsespuljen og de midtjyske museers projekt Midtjysk Oplevelsesproduktion, der af Vækstforum er indstillet til godkendelse som et Internationalt Oplevelsesfyrtårn. Under forudsætning af, at sidstnævnte projekt realiseres, bør det undersøges hvorvidt erfaringer og viden fra "Tiden er afgørende" kan kanaliseres og formidles gennem dette projekt.

Bilag:

Ansøgning fra Danmarks Landbrugsmuseum og Fregatten Jylland om tilskud til projektet "Tiden er afgørende - den teknologiske Rejse fra 1847 - 1900"