

Skabelon til beskrivelse af projektidé

(max 3 sider når udfyldt)

Stamdata om ansøger og projekt

1.1 Projektets titel

Skriv en kort og sigende titel for projektet.

REFRAME OG MERSALG VED VESTKYSTEN – LOKALE & TVÆRGÅENDE TURISMEPROJEKTER.

En håndholdt indsats til akuthjælp og fremtidssikring til turisterhvervet i Destination Vesterhavet, Destination Nordvestkysten og Business Region Esbjerg

1.2 Projektperiode

Angiv projektets forventede startdato og slutdato.

01.10.2020-30.09.2022

1.3 Projektidé /resume

Beskriv kort projektideen på max fem linjer

Projektet skal imødegå COVID-19-pandemiens konsekvenser for turismebranchen. Dette gøres via implementering af en række lokale og tværgående turismeprojekter, der skaber både mersalg og merrelevans ift. Oplevelser og services. Projektet skal bidrage til udvikling, afprøvning og salg af oplevelser og produkter, som også er leveringsdygtige på længere sigt. Der er fokus på tilpasning af eksisterende oplevelser og services, aktivering af nye målgrupper samt udvikling af nye turismeprodukter. Derudover vil der være fokus på gæstespredning og crowd-management, bl.a. gennem digitalisering.

1.4 Hvilke indsatsområde(r)/fokusområde(r) adresserer projektet?

Beskriv kort hvilket af de nævnte indsatsområder i annonceringen, som projektet retter sig mod, og hvordan.

Projektets indsatser ligger primært indenfor indsatserne:

Grøn og bæredygtig turisme, stedbunden/lokal oplevelsesudvikling, viden- og databaseret udvikling samt innovativ brug af teknologi og international markedsføring

1.5 Kontaktinformation

Angiv organisationens navn og adresse, samt navn, e-mailadresse og telefonnummer på kontaktpersonen.

Projektejer

Destination Nordvestkysten – Kontakt: Martin Storgaard, tlf. 41911985, email: mrs@visitnordvestkysten.dk

Partnere:

Destination Vesterhavet

Business Region Esbjerg

Dansk Kyst og Naturturisme/Partnerskab for Vestkystturisme

1.6 Projektets udgifter

Giv et overslag over projektets samlede udgifter.

Kr. 7.500.000

1.7 Projektets finansiering

Giv et overslag over projektets samlede finansiering, herunder forventet finansiering fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

7.500.000 heraf 3.750.000 fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse og 1.084.000 fra Destination Vesterhavet, 1.084.000 fra Destination Nordvestkysten, 1.084.000 fra Business Esbjerg og 500.000 kr. fra Dansk Kyst- og Naturturisme

1.8 Projektets geografi

Beskriv den geografiske fordeling af projektets aktiviteter og forventede effekter. Beskriv også, hvis der er væsentlig geografisk forskel på projektets aktiviteter, fx fordi der er vurderet at være behov for en særlig indsats i nogle egne af landet.

Projektets aktiviteter og dets effekter vil primært gavne turisterhvervet langs vestkysten i de 3 destinationer, der pt. lider under et betydelig fald i antallet af gæster og dermed indtjening grundet COVID-19-pandemien. Lukningen af den dansk-tyske grænse har medført at ca 70% af de tyske gæster har aflyst eller udsat deres feriehusbookinger. Det vurderes at der specielt er behov for en særlig indsats langs vestkysten, idet turismen i dette område udgør en betydelig andel af den samlede nationale turismeomsætning og er af afgørende betydning for lokalsamfundene.

Projektbeskrivelse

1.9 Projektets baggrund

Beskriv erfaringer fra tidligere/igangværende initiativer på området. Beskriv kort om der er kendskab til tilsvarende initiativer og herunder resultater af tilsvarende projekt- regionalt – nationalt.

COVID-19-pandemien udløser en lokal krisesituation, hvor der er behov for håndgribelige løsninger rettet mod enkelte virksomheder og deres aktuelle udfordringer. Samtidig arbejdes der med indsatser, som ligger indenfor Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023, Dansk Kyst- og Naturturismes handlingsplan og som følger udviklingsprincipperne fra Udviklingsplan for Vestkysten. Indsatsen vurderes at kunne gavne områdets virksomheder her og nu og samtidig styrke områdets tiltrækningskraft på den lange bane.

1.10 Projektets målgruppe

Beskriv projektets målgruppe – hvem efterspørger dette projekt?

Projektets primære målgruppe er områdets turismevirksomheder som pt. kæmper med konsekvenserne af COVID-19. Projektet skal gerne øge omsætningen hos de lokale erhverv, ved at tilpasse rammerne til den nye virkelighed (reframe). Herunder skal der i høj grad arbejdes med nye målgrupper og gæstemobilitet, som skal tiltrækkes via udviklingen af outdoorprodukter, flere bæredygtige løsninger og -services samt målgruppespecifikke tilbud. Produktudviklingen vil tage afsæt i virksomhedernes konkrete behov og i de aktuelle forhold og udfordringer, som COVID-19 skaber. Derudover fokuseres der i projektet på gæstetilfredshed og anbefalinger. Det gælder i forhold til de mange loyale udenlandske turister, der plejer at besøge området år efter år, men som I år overvejer andre muligheder.

1.11 Projektets hovedaktiviteter

Beskriv de konkrete aktiviteter, der igangsættes for at løse de beskrevne udfordringer/problemer.

Konkrete aktiviteter:

1. REFRAME & MERSALG: OPDATERET COVID19 GÆSTESERVICE - NYE VÆRKTØJER "SAMMEN OG HVER FOR SIG": Gæste- og crowdmanagement der udvikles med det formål at sprede gæstemængden, ved at undervise alle destinationernes servicemedarbejdere i at henvise til flere gæsteoplevelser i området. Fx loyalitetskort-koncepter, app-løsninger mv. Helt specielt skal servicemedarbejderne klædes på med viden og værktøjer til at kunne yde særlig Covid19 gæsteservice. Der arbejdes med gæstespredning og crowd management og indsatsen skal sikre, at gæsterne får mulighed for at opleve områdets unikke natur og kulturtilbud på en COVID-19-venlig måde.
2. REFRAME & MERSALG – NYE UNIKKE SPISE, NATUR -OG KULTUROPLEVELSER "SAMMEN OG HVER FOR SIG": Den konkrete situation betyder nedlukning af områdets mange spisesteder og natur- og kulturoplevelser. Der er derfor behov for udvikling, afprøvning og synliggørelse af nye koncepter, der gør det muligt for aktørerne at nå gæsterne på andre måder. Fx natur-take away, picnic-kurve, drive-in, sommerhus-måltidskasser m.fl. fx i form af madpakker eller take away-kasser med lokale fødevarer. Herunder udvikling af vandre- og cykelprodukter som pakker, der kobler ture på egen-hånd-services og forplejning samt unikke kulturtilbud, der omhandler nye COVID-19 venlige oplevelsestilbud, fx Nat på museet, hvor små grupper får mulighed for en unik oplevelse, der også på sigt har brandværdi for Vestkysten.

3. REFRAME & MERSALG – DATAINDSAMLING & VIDENSDELING: Afsøgning af muligheden for at udvikle digital crowd-sourcing dataplatform, hvor vi indsamler data fra vores aktører til gavn for vores aktører, således at der kan arbejdes mod en meromsætning på et langt mere velfunderet vidensgrundlag.
4. REFRAME & MERSALG – IMPLEMENTERING AF FÆLLES DIGITAL STRATEGI FOR WAYFINDING OG CROWD MANAGEMENT: Udvikling af en professionel og sammenhængende digital tilstedeværelse for hele Vestkysten, som flugter med den øvrige kommunikation og den fysiske wayfinding, som gæsterne møder i byer og landskab. Herunder en indsats, som øger opmærksomheden blandt lokale aktører, så de orienterer sig mod Vestkyst-brandet ift. sociale medier. Samtidig udvikles digitale løsninger, som guider og hjælper gæster til at opleve Vestkysten som et stort mulighedsrum, hvor man kan bevæge sig på langs og på tværs – både i forhold til områder med mere plads, men også til skjulte skatte og unikke oplevelser på specifikke tidspunkter. Udviklingen skal ske i tæt samarbejde med turismeerhvervet og digitale eksperter.
5. REFRAME & MERSALG: FORRETNINGSUDVIKLING AF 100% BÆREDYGTIGE FERIEHUSE: Fremtidens gæster langs Vestkysten vil stille nye ønsker og krav til vores traditionelle feriehusprodukt. Bæredygtighed er ikke kun miljø og klima, men også social og økonomisk bæredygtighed og en samlet ferieoplevelse, hvor service, oplevelser og mødet med lokalområdet samlet opfattes bæredygtigt og trygt. Projektet skal innovativt arbejde med ferieformen og samspelet mellem alle elementerne, der indgår i feriehusoplevelsen og derigennem tilbyde nye bæredygtige produkter til et forandret marked med nye ønsker og værdier.
6. REFRAME & MERSALG: INTERNATIONAL MARKEDSFØRING: Før vi for alvor kan tale om emner, såsom mersalg og gæstemobilitet, er det helt essentielt at vi først sikrer, at der er kunder i butikken. I den kommende tid vil vi uden tvivl opleve en markant skærpet konkurrencesituation i takt med at Europa åbner op igen, hvorfor det bliver endnu mere vigtigt at vi får fortalt den gode fortælling om en ferie langs den danske vestkyst. Sker det ikke vil vi tabe markedsandele til de enkelte landes hjemmemarkeder samt vores nabolande, hvilket vi simpelthen ikke har råd til i disse tider. Derfor skal vi være klar med et markedsførings- og PR beredskab til at kickstarte vores nærmarkeder så snart tiden er til det.

1.12 Projektets effekter

Beskriv de forventede effekter ved at gennemføre projektet.

Det forventes at projektet har følgende effekter:

Mersalg/omsætning hos erhvervet igennem en 'reframing' af den eksisterende måde at tænke turisme ved Vestkysten under de givne Covid19-omstændigheder. Dette opnås ved følgende underliggende effektmål:

- En forøgelse i antallet af danske gæster og deres forbrug
- Øget gæstemobilitet med tilhørende merforbrug langs Vestkysten
- Succesfuld tiltrækning af eksisterende loyale internationale gæster, når grænserne åbner igen, samt nye målgrupper.
- Succesfuld udvikling af nye produkter/oplevelser, der tiltrækker gæster i den aktuelle situation samt øger deres forbrug og styrker områdets attraktivitet på længere sigt.
- En videreførelse af den bæredygtige oplevelsesudvikling der bidrager til, at destinationen på kort og lang sigt kan imødegå efterspørgslen efter et mere bæredygtigt ferieprodukt.

1.13 Projektets partnere

Nævn hvilke hovedpartnere, der skal deltage i gennemførelsen af projektet.

Destination Nordvestkysten er projektejer og tovholder for gennemførelsen af projektet. Fra hver af de tre destinationer, samt Dansk Kyst- og Naturturisme/Partnerskab for Vestkystturisme indgår medarbejderressourcer og timer. Hver af de 3 destinationer samt partnerskab for vestkystturisme udvælger en projektleder, som deltager i en task force til at udvikle og implementere projektet. Projektet "REFRAME & MERSALG VED VESTKYSTEN – LOKALE & TVÆRGÅENDE TURISMEPROJEKTER" gennemføres med økonomisk medfinansiering fra hver destinations kommuner samt Dansk Kyst- og Naturturisme. Derudover samarbejdes med VisitDenmark omkring kommunikation og markedsføring.

Områdets turismeerhverv skal indgå som tætte samarbejdspartnere i forhold til projektets konkrete indsatser. Det er afgørende for projektets succes at indsatserne gennemføres så tæt på den enkelte virksomhed, som muligt.

Den udfyldte skabelon sendes til: de@erst.dk
Vi vender tilbage med svar så hurtigt så muligt.