

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.

Kickstart Dansk Turisme: REFRAME & MERSALG ved VESTKYSTEN – STRAKSHANDLINGER.
En håndholdt indsats til akuthjælp og fremtidsskiring til turisterhvervet i Destination Vesterhavet, Destination Nordvestkysten og Business Region Esbjerg

1.2 Projektperiode

Angiv projektets forventede startdato og slutdato.

1-2 år

1.3 Projektidé /resume

Beskriv kort projektideen på max fem linjer

Projektet skal mødegå COVID-19-pandemiens konsekvenser for turismebranchen. Det gøres via en håndholdt STRAKS-indsats, der skaber både mersalg og merrelevans ift. oplevelser og services, som tager højde for den aktuelle situation og de udfordringer, den medfører for områdets mange turismevirksomheder. Projektet skal bidrage til udvikling, afprøvning og salg af oplevelser indenfor natur, kultur og spiseoplevelser, som også er leveringsdygtige på længere sigt. Der er fokus på tilpasning af eksisterende oplevelser og services målrettet nye målgrupper samt udvikling af nye turismeprodukter. Derudover vil der være fokus på gæstespredning og crowd-management samtidig med at gæsterne tilbydes oplevelser, der er unikke for området.

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 inden for indsatserne:

Stedbunden, lokal oplevelsesudvikling samt grøn og bæredygtig turisme

1.5 Kontaktinformation

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

Destination Vesterhavet, Destination Nordvestkysten og Business Region Esbjerg

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 1.250.000 fra Destination Vesterhavet, 1.250.000 fra Destination Nordvestkysten og 1.250.000 fra Business Region Esbjerg.

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 betydeligt fald i antallet af gæster og dermed indtjening grundet COVID-19-pandemien. Det vurderes at der specielt er behov for en særlig indsats på vestkysten, idet turismen i dette område udgør en betydelig andel

af den samlet nationale turismeomsætning og samtidig er af helt afgørende betydning for de lokale samfund i nærområdet.

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 en håndholdt her-og-nu indsats rettet mod enkelte virksomheder og deres akutelle udfordringer. Samtidig arbejdes der med indsatser, som ligger indenfor Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023, Dansk Kyst- og Naturturismes handleplan for outdoor-turisme i Danmark og som følger retningen for den strategiske udviklingsplan for Vestkysten. Indsatsen vurderes derfor at kunne gavne områdets virksomheder her og nu og samtidig styrke områdets tiltrækningskraft på den lange bane, idet der i høj grad er behov for tilpasninger, innovative og kreative løsninger i forhold til retningslinjerne fra regeringen. Lukningen af den dansk-tyske grænse betyder, at ca. 70 pct. af de loyale, tyske gæster må aflyse eller udsætte deres feriebookinger.

1.10 Projektets målgruppe

Beskriv projektets målgruppe – hvem efterspørger dette projekt?

Projektets primære målgruppe er områdets turismevirksomheder dvs. overnatningsvirksomheder, restauranter, attraktioner, oplevelsesudbydere og detailhandel som pt. kæmper med konsekvenserne af COVID-19.

Projektet skal gerne øge omsætningen hos vores lokale erhverv ved at tilpasse rammerne til vores nye virkelighed (reframe). Herunder skal der i høj grad arbejdes med gæstetilfredsen og gæstemobiliteten. Det gælder i forhold til de mange loyale turister, som besøger området år efter år, men i mindst lige så høj grad nye målgrupper, som skal tiltrækkes via udviklingen af outdoorprodukter, flere bæredygtige løsninger og -services samt målgruppespecifikke tilbud. Produktudviklingen tager afsæt i virksomhedernes konkrete behov og i de aktuelle forhold og udfordringer, som COVID-19 skaber.

1.11 Projektets hovedaktiviteter

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

Konkrete aktiviteter:

1. REFRAME & MERSALG I BYERNE: Hovedparten af destinationernes butikker har åbne, men oplever et stort fald i deres omsætning pga. COVID19. De har brug for STRAKS-hjælp, hvor vi foreslår, at der i hver by udvikles en fælles drive-in, der i løbet af dagen kan udbyde varer. Om morgenen et brødsalg, midt på dagen f.eks. boghandleren med spil og malergrej og om aftenen take-away, for mange butikker, der ligger på gågaderne har ikke drive-in mulighed. Desuden kan der udvikles en fælles digital platform for egnsspecifikke og lokale råvarer langs Vestkysten med dertilhørende professionel hjælp til logistik. Det er er logistikken, der er den største udfordring for at drive sådan en platform.
2. REFRAME & MERSALG - DIREKTE STØTTE TIL ENKELTVIRKSOMHEDER – OMLÆG FORRETNING TIL COVID19-SIKRET: Lige som skolerne, der er åbnet i en ny udgave, så noget lignende sikkert blive nødvendigt for restauranter, attraktioner mv. For der kan måske gå 2-3 år, før en vaccine er klar til masseudbredelse, hvorfor der nok længe vil være behov for at tænke alternativt. F.eks. har skolerne og børnehaver opsat telte for at kunne holde bedre afstand og indført en masse tvungen håndvask, mere udendørsundervisning og digital undervisning osv. I forhold til restauranter, attraktioner mv. kunne man eksempelvis lave en task force i samarbejde med det lokale Erhvervshus, som kunne hjælpe med implementering af tiltag, såsom voucherprogrammer, COVID19 parathedstester eller som arbejder med virksomhedernes forståelse af den nye virkelighed.
3. REFRAME & MERSALG COVID19-VENLIGE EVENTS: Pga. af bl.a. forsamlingsforbud og afstandskrav bliver der skåret drastisk ned på events denne sæson – events som ellers er med til at tiltrække gæster samt skabe omsætning for områdets turismeaktører. Derfor er det relevant at arbejde med udvikling og afholdelse af events, hvor man er samme, men hver for sig. Det kan eksempelvis være digitale events, hvor deltagerne deltager i samme aktivitet og konkurrer mod hinanden uden at de behøver deltage på samme tid eller drive-in koncerter. Der tages afsæt i eksisterende nøgleevents og hvordan de kan gennemføres i en Covid-venlig version eller ersattes med nye alternativer der samtidig bidrager til at tiltrække (og sprede) gæster og skabe lokal omsætning.

4. REFRAME & MERSALG MÅLRETTET UDVALGTE MÅLGRUPPER: Opsøgende dialog med udvalgte sammenslutninger og patientforeninger. Der tages kontakt til udvalgte foreninger og sammenslutninger og indledes en dialog om målgruppespecifikke behov i forbindelse med ferie. I tæt samarbejde med turismeerhvervet udvikles konkrete produkter og ferietilbud, der imødeser målgruppens behov. Det tætte samarbejde skal sikre, at de udviklede ferietilbud formidles og sælges direkte til målgruppen. Der kunne eksempelvis være tale om Danmarks Lærerforening, 3F fordelsprogram, Ældre Sagen og Dansk Handikap Forbund.

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. Bl.a.
- 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.

DKNT er projektleder for Destination Vesterhavet, Destination Nordvestkysten og Business Region Esbjerg. Hver af de 3 destinationer udvælger en projektleder, som deltager i en task force til at udvikle og implementere projektet. Projektet "REFRAME & MERSALG VED VESTKYSTEN – STRAKSHANDLINGER" gennemføres med økonomisk medfinansiering fra hver destinations kommuner.

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.

Der samarbejdes med de øvrige destinationer på Vestkysten i regi af Partnerskab for Vestkystturisme, med Dansk Kyst- og Naturturisme i forhold til udviklingselementerne og VisitDenmark i forhold til kommunikationen omkring Vestkysten. Her med særligt fokus på den fælles wayfinding langs Vestkysten og udbredelsen af Vestkystbrandet.

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