

Resultatkontrakt mellem Region Syddanmark og Fonden Syddansk Turisme

Baggrund

Den erhvervsdrivende fond, Fonden Syddansk Turisme blev stiftet den 1. januar 2008 efter en forudgående beslutning herom i Vækstforum og Regionsråd i Region Syddanmark. Fonden Syddansk Turisme skal fremme turismen og oplevelsesøkonomien i hele den syddanske region i et tæt samarbejde mellem offentlige og private aktører.

Regionsrådet har for 2008 bevilliget kr. 11,6 millioner i tilskud under betingelse af, at der samtidig bliver indgået en resultatkontrakt.

Aftalens formål

Formålet med nærværende kontrakt er at fastlægge resultatmålene for Syddansk Turisme. Der vil i denne kontrakt blive fastlagt mål for både den samlede udvikling af turismen i Region Syddanmark og for de serviceydelser Syddansk Turisme skal levere til sine samarbejdspartnere.

For hvert område vil der blive fastlagt konkrete målbare indikatorer og defineret succeskriterier for den enkelte indikator.

Partnerne

Aftalens partnere udgøres af Fonden Syddansk Turisme og Region Syddanmark. Region Syddanmark er repræsenteret ved Vækstforum og Regionsråd i forening, idet begge instanser skal tilslutte sig aftalen.

Aftaleperiode

Aftaleperioden er 4 år, fra den 1. januar 2008 til den 31. december 2011. Parterne påbegynder den 1. januar 2011 forhandlingerne om ny aftale. Disse forhandlinger færdiggøres i sidste halvdel af 2011, med henblik på ikrafttrædelse den 1. januar 2012. Aftaleperioden er afstemt efter at skabe kontinuitet i erhvervsfremmeindsatsen, som i høj grad involverer mange små og mellemstore aktørers egen planlægning.

Generel målsætning for turismens udvikling i den syddanske region

Udviklingen af turismen i den syddanske region er en sum af mange forskellige faktorer. Flere af disse faktorer vil hverken Vækstforum/Regionsråd eller Syddansk Turisme kunne påvirke. Eksempelvis udviklingen i købekraften hos den tyske forbruger eller danske lovregler omkring investeringer eller planlovgivning.

Den samlede erhvervsfremmeindsats med effekt for den syddanske region udgøres foruden den regionale indsats, udtrykt i nærværende kontrakt, tillige af en national indsats via VisitDenmark. Hertil kommer en lokal indsats i hver af regionens 22 kommuner.

Den generelle målsætning for turismen i den syddanske region består på denne baggrund af to dimensioner:

- Et katalog over prioriterede mål for den regionale udvikling
- For hvert mål tillige fastlæggelse af målemetoder og indikatorer for mål

Mål

A: Vækstmål for turismen i Region Syddanmark

Vækstforum/Regionsråd og Syddansk Turisme er enige om, at turismen i den syddanske region har et betydeligt vækspotentiale. En realisering heraf forudsætter et tæt samarbejde mellem turismens aktører, regionens kommuner, region Syddanmark og Syddansk Turisme samt den nationale turismeorganisation VisitDenmark.

1. Vækst – omsætning og værditilvækst

Der ønskes en stigning i den værdiskabende effekt af turismen i aftaleperioden og frem til 2018. Denne effekt udtrykkes ved omsætningen målt ved en multiplicering af antal overnatninger med døgnforbruget. Der tages udgangspunkt i seneste opgjorte data.

Mål: Omsætning

En fordobling af den samlede omsætning i 2007 fra kr. 8,5 mia. til kr. 17 mia. i 2018. Ved aftaleperiodens udløb i 2011 skal omsætningen være steget mindst 25% målt i løbende priser.

Dette mål søges realiseret med en vækst i antal overnatninger og vækst i døgnforbruget. Ved aftaleperiodens udløb skal der kunne registreres en kontinuerlig stigning i hvert af delmålene frem mod 2018-målet:

Delmål:

1.1 33% stigning i antallet af overnatninger i 2018, og mindst ved aftalens udløb.

1.2 50% stigning i døgnforbruget i 2018, og mindstDøgnforbruget måles på et gennemsnit af kyst-, storby- og mødeturisme.

Kilde: VisitDenmark 2008 og Danmarks Statistik

Beregningsmetoden er baseret på overnatningstal fra Danmarks Statistik (korrigeret for små enheder) multipliceret med turisternes døgnforbrug i Syddanmark, estimeret i den såkaldte TØBBE-model, som gennemføres hvert andet år. Det understreges, at datagrundlaget herfra fremlægges med to års forsinkelse af Afdelingen for turismefaglig viden.

Mål: Værditilvækst

Der ønskes en stigning i værditilvæksten i aftaleperioden.

Værditilvæksten måler hvor meget turistbranchen bidrager til at øge værdien af varer og tjenester. Dette udregnes ved at trække værdien af input som fx råvarer, hjælpestoffer, serviceydelser mv. indkøbt hos andre virksomheder fra omsætningen.

Datagrundlaget for måling af værditilvækst på regionalt niveau forventes at være til rådighed ultimo 2008/primus 2009, hvorefter aftaleparterne fastlægger de årlige mål for værditilvækst.

Vækstmålene skal realiseres under hensyntagen til:

1. Helårsturisme, vækst i ydersæsonen og skuldermånederne skal prioriteres højere end vækst i højsæsonen
2. Geografisk spredning, hvor udgangspunktet er en differentieret udvikling af det potentiale, som den enkelte lokalitet repræsenterer
3. Prioritering af mere forbrugende målgrupper frem for mindre forbrugende

Det er endvidere en forudsætning at væksten:

1. Tilrettelægges og gennemføres på et bæredygtigt grundlag, økonomisk, miljømæssigt og sociokulturelt
2. Foregår med afsæt i en fælles strategi besluttet af Syddansk Turisme og kommenteret af Vækstforum/Regionsråd

Vækstmålingerne foretages af Region Syddanmark, og der regnes i løbende priser, der er kalkuleret med en inflation på 3,5 % p.a. i hele perioden.

B: Mål for samarbejde, udvikling og synlighed i turismefremmeindsatsen i Region Syddanmark

2 Imageskabelse for såvel den syddanske region som helhed som for lokalområderne, understøttende lokale bosætningspolitikker for at afdække effekten af den fælles markedsføring.

Mål: I aftaleperioden udvikles af Region Syddanmark et validt målesystem, som kan repeteres periodisk til måling af attraktiviteten af erhvervsfremmeindsatsen indenfor ferie- og erhvervssturisme for henholdsvis eksisterende kunder og de væsentligste potentielle kundegrupper.

Parterne samarbejder herom, og analysearbejdet finansieres af Region Syddanmark. Når de første analyseresultater foreligger, fastlægges herefter de årlige mål.

3. Kendskab til fælles strategi

I aftaleperioden udvikles og træffes beslutning om en fælles regional strategi. Det er målet, at alle væsentlige aktører gøres bekendt med indholdet og mulighederne heri.

Mål: I aftaleperioden udvikles af Region Syddanmark et validt målesystem, som kan repeteres periodisk til måling af kendskabsgraden til strategien og til, hvorvidt der rent faktisk foregår handlinger med afsæt i den fælles strategi.

Parterne samarbejder herom, og analysearbejdet finansieres af Region Syddanmark. Når de første analyseresultater foreligger, fastlægges årlige mål.

4. Innovation

Konkurrencekraften skal styrkes gennem innovation og differentiering med afsæt i en fælles strategi og ny viden.

Mål: Der foretages en årlig præsentation af innovative tiltag, som matcher den regionale strategi. Præsentationen publiceres i årsberetningen fra Syddansk Turisme, første gang 2009. Registreringen foretages med udgangspunkt i Syddansk Turismes database over samtlige aktører inden for den syddanske turisme.

Når størrelsen heraf er kendt, fastlægger parterne årlige mål.

Gennemføres af Syddansk Turisme.

Der foretages en måling af innovation og kreativitet i virksomhederne, målt ved andelen af virksomheder som angiver at være produkt-eller processinnovative.

Gennemføres af Region Syddanmark. Parterne fastlægger årlige mål.

5 Kompetenceniveauet i branchen skal hæves.

Mål: I aftaleperioden udvikles af Region Syddanmark et validt målesystem, som kan repeteres periodisk til måling af kompetenceniveauet blandt branchens aktører. Det specificerer kompetencer i forhold til tre dimensioner: Kommercielle kompetencer, service og formidling.

Parterne samarbejder herom, og analysearbejdet finansieres af Region Syddanmark. Når den første analyse foreligger, fastlægger parterne årlige mål, herunder en stillingtagen til nødvendigheden af at opstille specifikke mål for dele af regionen.

6 Fælles markedsføring

Omkring de prioriterede indsats er Syddansk Turisme initiativtager til og operationel partner på en række markedsføringstiltag. Målingen heraf gennemføres som en kundetilfredshedsanalyse og en aktørtilfredshedsanalyse.

Mål: I aftaleperioden udvikles af Syddansk Turisme et validt målesystem, som kan repeteres periodisk til måling af kendskabsgraden, tilfredsheden hermed og omfanget af deltagelsen i de fælles markedsføringstiltag. Målingen gennemføres på henholdsvis turister og turisterhverv.

Parterne samarbejder herom, og analysearbejdet finansieres af Syddansk Turisme. Når den første analyse foreligger, fastlægger parterne årlige mål, herunder en stillingtagen til nødvendigheden af at opstille specifikke mål for dele af regionen.

7 Supplerende projektf finansiering

Syddansk Turisme er det regionale turismefremmeorgan, som skal sikre udvikling og fremdrift regionalt af turismen i Region Syddanmark. Syddansk Turisme er strategisk koordinerende og på enkelte prioriterede tværregionale indsatsfelter operationelt udførende. Som den fælles organisation for turisme- og oplevelshvervet er det formålet at Syddansk Turisme bidrager til et tæt og forpligtende samarbejde med involverede aktører. For at geare den regionale finansiering mest muligt aftales et mål for tilvejebringelse af supplerende projektf finansiering.

Ud over det årlige driftstilskud fra Vækstforum/Regionsråd skal der tilvejebringes supplerende projekttilskud til Syddansk Turismes arbejde og gennemførelse af de nedenfor nævnte prioriterede, operative fire indsatser. Disse midler kan for eksempel tilvejebringes fra EU-programmer, statslige støtteordninger, fonde, VisitDenmark, kommunerne i Region Syddanmark samt øvrige offentlige og private aktører.

Mål: Det årligt tilvejebragte supplerende projekttilskud opgøres årligt. Det årligt tilvejebragte beløb skal være stigende for hvert af årene i aftaleperioden og skal i 2011 udgøre mindst 40 mio. kr. Dette beløb omfatter ikke midler fra kilder som Vækstforum har indstillingsret til, dvs. programmerne for Den Europæiske Regionalfond og Den Europæiske Socialfond i Danmark samt de regionale erhvervsudviklingsmidler.

Der udvikles i samarbejde mellem Region Syddanmark og Syddansk Turisme et måleværktøj, der kan måle summen af de aktiviteter, der finder sted i den syddanske region til fremme af turismen.

Årligt driftstilskud

Syddansk Turisme forpligter sig til at etablere et sekretariat, lokaliseret på adressen Teglgårdsparken 101, Middelfart i lejede lokaler med de fornødne spidskompetencer således at sekretariatet:

- besidder faglige, ajourførte og teoretiske kompetencer på et niveau, som er inspirerende og supplerende i forhold til størstedelen af regionens aktører
- opbygger og vedligeholder tætte relationer til branchens aktører, videnscentre, kommuner, øvrige relevante offentlige myndigheder, øvrige regioner, VisitDenmark, brancheorganisationer m.fl.
- indsamler, akkumulerer og bearbejder viden til gavn for hele branchen og tillige formidler denne på en forståelig og engagerende facon til turismens aktører
- rådgiver Vækstforum, og assisterer Regional Udvikling med turismefaglig viden, bl.a. i vurderingen af indkomne ansøgningsers sammenhæng med turismestrategien efter fælles standarder
- bidrager til at forstærke samarbejdsalliancer med regionens uddannelsesinstitutioner, herunder Syddansk Universitet (blandt andre Center for Turisme,

Innovation og Kultur (TIC), Institut for forskning og Udvikling i Landdistrikter (IFUL) og BrandBase) samt erhvervsakademierne

- o tager initiativ til, koordinerer og leder en strategiproces, involverende turismens aktører og kommunerne i deres lokale planlægning

Vækstforum investerer årligt et driftstilskud som bidrag til opretholdelse af ovennævnte sekretariat.

Beløbet udgør 2008 kr. 7.024.000,-.

For hvert af de tre efterfølgende år i aftaleperioden udbetales et tilsvarende tilskud. Årets tilskud udbetales primo januar måned. Tilskuddet reguleres en gang årligt, med første regulering januar 2009. Reguleringen følger væksten i pristallet det forudgående år opgjort af Danmarks Statistik.

Syddansk Turisme kan på eget initiativ supplere ovennævnte finansiering med midler fra andre investorer.

Aktuelt prioriterede operative indsats

I aftaleperioden vil Syddansk Turisme i samarbejdet med Vækstforum og Regionsråd supplerende til ovennævnte, fokusere sin indsats om nedenstående fire prioriterede tværregionale temaer, som et middel til i særlig grad at realisere de opstillede mål.

Udvælgelsen heraf er begrundet i "Strategi for udvikling af turismen i Syddanmark med fokus på oplevelser, der giver mening", hvor der tillige er en mere udførlig beskrivelse af den enkelte indsats.

Den enkelte indsats vil typisk strække sig over en årrække, 3-5 år. I planlægningen og gennemførelsen inddrages regionens væsentlige aktører på forpligtende måde, herunder tilvejebringelse af den samlede finansiering.

Aktivitetsniveauet på de fire indsats vil afhænge af omfanget af tilvejebragt supplerende projektf finansiering.

"Leg og Læring"

Indsatsen omfatter to målgrupper:

- o børnefamilier
- o voksne uden børn

Temaet "Leg og Læring" skal udvikles, som en unik syddansk kompetence, der skaber regionen øget konkurrenceevne og tiltrækker et mere købedygtigt publikum. Indsatsen indeholder såvel: Udviklingstiltag, markedsføring, iværksætter og innovation.

"Mødeinnovation"

Indsatsen fokuserer på tre forhold:

- I. Vækst i antallet af internationale møder, konferencer og kongresser i samarbejde med SDU, OUH, regionens byer m.fl.
- II. Mødeinnovation – udvikling og implementering af nye innovative mødeformer, med henblik på at styrke regionens konkurrenceevne.
- III. Opbyggelse af et regionalt kongresservice/modtagesystem i samarbejde med regionens største byer, m.fl.

”Det gode, sunde Liv”

Indsatsen omfatter målgruppen voksne turister uden børn. Indsatsen skal videreudvikle eksisterende tiltag omkring sundhed, wellness, gastronomi samt inspirere til innovation. Målet er en turisme med et større vidensindhold, en forebyggende tilgang og med udgangspunkt i en naturfaglig empiri, som appellerer til et mere købestærkt kundesegment og differentierer regionens udbud kvalitetsmæssigt fra konkurrerende tilbud ikke mindst fra udlandet.

Kompetenceudvikling ”Oplevelsernes Academy”

I samarbejde med relevante vidensinstitutioner og regionens væsentligste uddannelsesinstitutioner tilrettelægges et formaliseret samarbejde ”Oplevelsernes Academy”, hvor målet er en kompetencemæssig opgradering af ledere og medarbejdere beskæftiget i turisme- og oplevelsesøkonomien, hvor opdrejningspunktet er værdiskabelse gennem oplevelsesudvikling.

Syddansk Turisme forpligter sig til at stille erfaringer og viden herom til rådighed, erhvervet i det omfattende projekt: Oplevelsesudvikling i Danske Attraktioner (ODA) gennemført 2003-2008.

Aktiviteterne tilrettelægges og afvikles under hensyntagen til, at regionens turisme er koncentreret i destinationer, geografisk placeret i yderområderne.

Administration af aftalen

Det løbende samarbejde mellem Syddansk Turisme og afdelingen for Regional Udvikling, Region Syddanmark

Parterne afholder koordinerende møde én gang månedligt. Begge parter er repræsenteret ved 2-3 ledende medarbejdere, hvoraf den ene fungerer som kontaktperson.

Der udarbejdes kortfattede beslutningsreferater, ligesom kontaktpersonerne i ugen forinden mødernes afholdelse i fællesskab udarbejder en dagsorden. Møderne afholdes på skift hos parterne. Der fastlægges mødedatoer for et år af gangen. Den mødearrangerende part forestår mødeledelsen og referatudarbejdelsen.

Måling og evaluering

Når målesystemerne er udviklet og de første analyseresultater foreligger, og senest den 1. september 2009, aftaler parterne de årlige vækstmål for Mål 1 - værditilvækst, 2, 3, 4, 5 og 6 for aftaleperioden.

De opnåede resultater på målene evalueres årligt, første gang inden udgangen af 2009. Evalueringen foretages i samarbejde mellem Syddansk Turisme og Region Syddanmark. Region Syddanmark indkalder til møderne.

Ændring af aftalen i aftaleperioden

Parterne kan aftale ændringer i nærværende aftale, forudsat der er enighed herom. Efter hver evaluering suppleres aftalen med en Allonge, som tillige er at betragte som en ændring af aftalen.

Opsigelse af aftalen

Aftalen ophører med udløbet af aftaleperioden. I aftaleperioden kan aftalen kun opsiges såfremt den ene af parterne kan dokumentere væsentlig misligholdelse. Forinden påstand om væsentlig misligholdelse fremføres, skal der skriftligt over for modparten fremføres en begrundelse herfor, og det påhviler parterne, gennem mødeafholdelse inden for 4 uger fra modtagelsen, at søge utilfredsheden afhjulpet og indgåelse af en revideret aftale.

Er dette ikke muligt, kan aftalen opsiges såfremt væsentlighedskriteriet er opfyldt.

Underskrift og dato

Dato:

Vækstforum

Syddansk Turisme

Tillæg til Resultatkontrakt – Allonge I

Projekttilskud 2008

Regionsrådet tiltrådte den 20. december 2007 indstilling fra Vækstforum for Region Syddanmark om, at bevilge Fonden Syddansk Turisme et samlet tilskud på 14.161.000 kr. plus moms i perioden 1. januar 2008 til 31. december 2008. (se nedenfor).

Tilskuddet skal anvendes til at sikre, udvikle og fremme Region Syddanmarks vækstmuligheder inden for erhvervs- og ferieturisme samt oplevelsesøkonomi- og industri, og til omkostninger ved fusion af to eksisterende turismeudviklingsorganisationer.

Tilskuddet er fordelt således:

2.510.000 kr. til engangsomkostninger ved stiftelsen af den nye fond

7.024.000 kr. til driftstilskud

4.627.000 kr. til projekttilskud

I det efterfølgende beskrives hvorledes projekttilskuddet kr. 4.627.000 anvendes i kalenderåret 2008. Beløbet udtrykker tilskudsniveauet til projekter fra de tidligere amter til de fusionerede selskaber.

Med stiftelsen af Syddansk Turisme 2008 bliver de operative aktiviteter i de fusionerende selskaber sammenlagt. Aktiviteterne fra tre selskaber samles i enhedsorganisationen Syddansk Turisme. Yderligere bliver de operative aktiviteter tilpasset og justeret i forhold til en ny samlet strategi. Konsekvenserne i 2008 heraf er:

- **Nyt Kommunikationskoncept**

Fokus ændres fra geografi til tværregionale prioriterede temaer/projekter med afsæt i en ny fælles strategi. Sammen med eksternt bureau, Nørgaard Mikkelsens reklamebureau udarbejdes et nyt kommunikationskoncept. Der foretages fotooptagelser sommeren 2008 som understøtter den fremtidige tematiske markedsføring.

- **Fra off til on-line**

Markedsføringen ændres fra traditionel off-line til at være langt mere on-line (web, dialog og relationsorienteret). Etablering af nye tematiske webportaler, som matcher de prioriterede temaer. Hvor traditionelt print og brochurer (off-line) har udgjort en væsentlig del af markedsføringen, bygger denne fremtidig meget mere på digitale løsninger (on-line).

- **Kampagneoplæg 2009**

Oplæg til markedsføringskampagner til sæsonen 2009 præsenteres overfor regionens ca. 2000 aktører den 2., 3. og 4. september 2008 ved tre kick off arrangementer i henholdsvis Esbjerg, Haderslev og Odense, materialet præsenteres tillige i direct mail, som udsendes den 10. august. Kampagnerens indhold og afvikling, niveau ca. 10 millioner kr., foregår i driftsbudgettet for 2009 og er primært finansieret af deltagende aktører.

- **Fælles værktøjer**

"Digitalt Oplevelseskort" implementeres i efteråret 2008 hos lokale turistorganisationer og hos enkeltvirksomheder, således at det er operationelt den 1. januar 2009. Der gennemføres en testfase involverende: Fanø, Vejle og Det sydfynske Øhav.

- **MICE**
Etableres én fælles internetplatform, ligesom der opbygges én ny fælles kommunikationsplatform, hvor erhvervsturisme og ferieturisme gensidigt understøtter hinanden. I samarbejde med Visit-Denmark gennemføres et kompetenceforløb omkring nye mødeformer. I samarbejde med OUH, Region Syddanmark og de fire-seks største byer i regionen afsøges mulighederne for etablering af en fælles servicefunktion omkring markedsføring og afvikling af større internationale kongresser, såkaldt PCO'er. Udbygning af samarbejde om salg og bookingservice til samlet at omfatte ca. 50 virksomheder.

- **Innovationsmiljøer**
Etablering af nye konsortielignende netværk. Nye erhvervs- og vidensgrupperinger omfattende hele regionen omkring fremtidige tværregionale temaer/projekter indenfor indsatsområderne "Leg og Læring", "Mødeinnovation", "Det gode, sunde liv" og "Oplevelsernes Academy". Konsortierne vil opbygge specialiserede innovationsmiljøer, hvor viden om internationale trends og værktøjer opsamles, udvikles og udbredes til syddanske aktører indenfor oplevelsesøkonomien. Denne netværksdannelse forløber forud for og kvalificerer en eventuel efterfølgende ansøgningsrunde.

Ovennævnte gennemføres i 2008. Sammen med etableringen af det fælles domicil i Middelfart er dette den nødvendige forudsætning for, at Syddansk Turisme fra den 1. januar 2009 kan gennemføre og koordinere en række supplerende indsatser omkring tværregionale indsatser i tæt samarbejde med turismens aktører og i betydelig grad tillige medfinansieret af disse.

Den endelige fusionering vil dermed være gennemført i løbet af 2008 også for de operative opgaver. Aktiviteterne fra de fusionerende selskaber er tilpasset en ny virkelighed. Året 2008 er præget af denne overgang.

Budget for ovenstående:

<i>Beløb i 1000 kr.</i>	Løn	Udgifter Eksterne udgifter	I alt
Nyt Kommunikationskoncept	200	350	550
Fra off til on-line	700	650	1.350
Kampagneoplæg 2009	100	200	300
Fælles værktøjer	600	100	700
MICE	750	450	1.200
Netværksdannelse	427	100	527
I alt			4.627

Slut.