

## Ansøgning om midler fra puljen til lokale og tværgående turismeprojekter

### Annoncering

Turisme februar 2019

Det er vigtigt, at alle felter besvares så præcist som muligt af hensyn til behandlingen af ansøgningen.

Der er kun ét log-in til ansøgningskemaet pr. projektansøgning. Derfor anbefaler vi, at I downloader wordudgaven af ansøgningskemaet. Denne version er nyttig, hvis I er flere, der arbejder med at udfylde skemaet. Hent wordudgaven [her](#).

[Budgetvejledningen](#) beskriver, hvordan budgettet udfyldes, herunder hvilke udgifter der gives støtte til.

**Danmarks  
Erhvervsfremmebestyrelse**

## 1. Oplysninger om projektet

### Inden for hvilket indsatsområde søger I om decentrale erhvervsfremmemidler?

- Stærke og attraktive destinationer  
 Kvalitetsoplevelser til turisterne  
 International markedsføring

### Projekttitel

Destination Sydvestjylland – et fælles destinationsselskab

Projektperioden er den periode, inden for hvilken projektet skal gennemføres indholdsmæssigt og økonomisk. Projektperioden kan tidligst være fra datoen for indsendelse af ansøgningen og perioden kan være maksimalt tre år.

### Forventet startdato

01/07/2019

### Forventet slutdato

30/06/2021

Hvilket beløb ansøges der om (DKK)?

2.500.000,00

## 2. Oplysninger om ansøger

### Ansøger

Destination Sydvestjylland, co. BRE

### CVR

30253841

### P-nummer

1013041926

### Telefon

36973510

### E-mail

[eda@bre.dk](mailto:eda@bre.dk)

### Projektansvarlig/kontaktperson

Erik Dam

### Telefon

36973510

### E-mail

[eda@bre.dk](mailto:eda@bre.dk)

### Søges der midler i destinationsudviklingspuljen?

- Ja  
 Nej

Destinationsudviklingspuljen kan kun søges af destinationsselskaber. Destinationsselskaber skal opfylde fem kriterier for at komme i betragtning til en bevilling om tilskud fra destinationsudviklingspuljen. Nedenfor skal du beskrive, hvordan ansøger lever op til disse kriterier.

## 1. Sammenhængende geografi

Esbjerg, Fanø og Tønder Kommuner har til hensigt at etablere en samlet turismedestination, der fremadrettet skal forestå turismeudviklingen på tværs af de tre kommuner.

Kommunerne har, sammen med Varde kommune, siden 2008, finansieret et turismesamarbejde, der i fællesskab har arbejdet med turismeudvikling og markedsføring i regi af Destination Sydvestjylland.

Udover kommunerne har de lokale turist- og erhvervsorganisationer deltaget i dette samarbejde, idet den enkelte organisation har været indgang til det lokale turisterhverv.

Esbjerg, Fanø og Tønder ønsker at bringe turismeudviklingen videre end det tidligere samarbejde, ved at skabe grundlaget for at danne et fælles destinationsselskab, som også fremadrettet vil hedde Destination Sydvestjylland.

De tre kommuner har en naturlig geografisk sammenhæng, ligesom alle tre er en del af sammenarbejdet omkring Nationalpark Vadehavet.

Varde Kommune har valgt at danne en destination med Ringkøbing/Skjern, og det er tanken, at destinationerne fremadrettet kommer til at samarbejde i projekter m.m., der kan være med til at understøtte en samlet udvikling af Vestkystturismen.

## 2. Kritisk masse af turister

Turismesamarbejdet i Destination Sydvestjylland er nået langt via aftaler og fælles projekter. Turismen er vækset betydeligt, og der er etableret en række samarbejder på tværs af værdikæder, der har betydet vækst i omsætningen samt medført flere jobs i turismebranchen. Samlet set har de Esbjerg, Fanø og Tønder kommuner mere end 3.0 mio. overnatninger årligt, mens den årlige turismeomsætning er i størrelsesordenen 3.2 mia. kr.

Med dette projekt ønsker vi at bidrage til fortsat udvikling samt til skabelse af gode rammer for turismen, hvor kommunerne har besluttet at etablere et destinationsselskab, der har til formål at skabe fortsat vækst i turismen hele året rundt. En samlet destination vil sikre retning i udviklingsarbejdet, være samarbejdspartner i forhold til andre destinationer og områder nationalt og internationalt, herunder indgå i et samarbejde på tværs af destinationerne på Vestkysten. Derudover vil destinationen være til stede lokalt, samt fremme og understøtte lokale initiativer, der bidrager til samlet vækst og udvikling.

Destinationen rummer enestående sandstrande på barrierøerne Rømø og Fanø, UNESCO Verdensarv - Nationalpark Vadehavet, Nordens ældste by i form af Ribe, Marsken og Møgeltønder området m.m.

Endelig rummer destinationen Vestkystens eneste storby Esbjerg – Danmarks 5. største by - som giver området en ekstra dimension samt kritisk masse i forhold til kapacitet og investeringer.

Områdets unikke kombination af oplevelsesmuligheder på natur- og kulturområdet sikrer, at der også fremadrettet vil være muligheder for brede og forskelligartede udviklingsindsatser.

## 3. Kommunal basisfinansiering

Kommunerne har hidtil finansieret den lokale turismeindsats samt en fælles indsats via turismeaktiviteter i Destination Sydvestjylland.

Økonomien for det nye destinationsselskab er ikke endelig på plads, men det forventes at midlerne, der hidtil har været målrettet det ovenfor beskrevne arbejde, fremadrettet øremærkes til det nye destinationsselskab.

## 4. Ansvar for den lokale turismefremmeindsats

Projektet har fokus på etablering af en samlet destination, der fremover skal varetage turismeudviklingen på tværs af kommunerne. Destinationen vil få det overordnede ansvar for turismefremmeindsatsen på tværs af de 3 kommuner.

Det vil komme til at ske i et tæt samarbejde med aktørerne, for derved at sikre, at destinationen understøtter erhvervets ønsker og behov.

Derudover vil destinationen bidrage til udvikling og synliggørelse af målrettede lokale initiativer, der kan være med til at udvikle det samlede område og dermed skabe synergi, netværk og innovation på tværs.

Projektet vil også etablere et tæt samarbejde med kommunerne for derved at sikre sammenhæng og samarbejde vedr. kommunale plan- og udviklingsstrategier på turismeområdet. Strategien vil endvidere tage udgangspunkt i Udviklingsplan for Vestkysten

Endelig vil projektet udarbejde en sammenhængende strategi for den nye destination. Strategien vil bygge videre på lokale indsatser samt på de indsatser, der allerede er igangsat i det nuværende turismesamarbejde i Destination Sydvestjylland, samt udvikle nye tiltag, der understøtter aktørernes ønsker og behov.

## 5. Specialiserede kompetencer

**Projektledelse.** Destination Sydvestjylland er projektleder på projektet, og sikrer derudover administration og afrapportering. Kommunaldirektørkredsen udgør styregruppen i projektet. Derudover vil der blive nedsat en arbejdsgruppe med deltagelse på tværs af aktørkredsen.

Der vil blive tilknyttet en ekstern eller flere konsulenter til projektet. Konsulenten skal styre processen, og bidrage med at skabe overblik over turismeaktiviteter, dialog med aktørerne, forestå workshops og møder i processen frem mod en egentlig konsolidering, så vi når i mål med en konsolidering i løbet af projektets første 6 måneder.

Sammen med projektledelsen, skal konsulenten bidrage til at sikre løbende dialog og koordinering med styregruppen.

Destination Sydvestjylland (tidligere Sydvestjysk Udviklingsforum) har arbejdet med projektudvikling og projektledelse siden 2001 og konkret kan følgende projekter fremhæves;

- Oplevelsesøkonomi i og omkring den kommende nationalpark Vadehavet (Vadehavsprojektet), Regionalfonden 2008-2011 – budget 21 mio. kr. Startede grundlaget for at arbejde med fælles udvikling af turismeoplevelser og -produkter, i Esbjerg, Fanø, Varde og Vejen kommuner <https://businessregionesbjerg.dk/projekter/vadehavsprojektet/>
- Destination Sydvestjylland, Regionalfonden 2012-2014 – budget 15 mio. kr. – som fokuserede på strategisk samarbejde mellem 6 organisationer: turistforeningerne i Esbjerg, Fanø, Tønder, Varde og Vejen kommuner samt Sydvestjysk Udviklingsforum. <https://businessregionesbjerg.dk/projekter/destination-sydvestjylland/>
- Oplevelser i Vadehavet (OIV) – Region Syddanmarks kulturpulje 2015 - 2017, budget 2.7 mio. kr. – som fokuserede på udvikling af natur og kultur oplevelser i Vadehavsområdet. <https://businessregionesbjerg.dk/projekter/oplevelser-i-vadehavet/>
- Verdensarvssteder i Syddanmark (VIS) – Region Syddanmarks kulturpulje 2016 - 2019, budget 3.0 mio. kr. – som fokuserer på oplevelsesudvikling og synliggørelse af de Syddanske Verdensarvssteder. <https://businessregionesbjerg.dk/projekter/verdensarvssteder-i-syddanmark/>
- Natur Kultur Wattenmeer (NAKUWA) – Interreg 5a 2017 – 2020, budget cirka 12.0 mio. kr. – fokus på udvikling af vandring, cykling, fugle og kulturturisme i Nationalparkerne på begge sider af den dansk / tyske grænse. <https://businessregionesbjerg.dk/projekter/nakuwa/>
- Vestkystens Kultur og Fødevareroplevelser – Regionalt Udviklingsprojekt 2019 – 2020, budget 1.6 mio. kr. - fokus på synliggørelse af fødevarerfortællinger langs Vestkysten. <https://businessregionesbjerg.dk/projekter/vestkystens-kultur-og-foedevareoplevelser/>

Destination Sydvestjylland og de lokale turismeorganisationer har tilsammen en række medarbejdere med relevante kompetencer – IT, forretningsudvikling, markedsføring, salg, innovation, projektledelse og projektadministration m.m.

CV og medarbejder kompetencer kan fremsendes, hvis det ønskes.

## Andre lokale selskaber

---

Et destinationsselskab kan ikke komme i betragtning til en bevilling fra destinationsudviklingspuljen, hvis de deltagende kommuner parallelt med engagementet i destinationsselskabet opretholder andre lokale selskaber, der arbejder med turismefremme og destinationsudvikling.

Finansierer destinationsselskabets ejerkommuner andre lokale selskaber?

- Ja  
 Nej

## 3. Projektresume

---

# Ansøgningskema

Beskriv projektet kort. Kom herunder ind på formålet, de vigtigste aktiviteter og forventede effekter. Maks 1 side

Siden 2008 har Esbjerg, Fanø og Tønder kommune sammen Varde Kommune samarbejdet om turisme og turismeudvikling i regi af Destination Sydvestjylland. Man har arbejdet ud fra en fælles strategi, der havde fokus på at gøre turisme til en god forretning for virksomhederne og dermed for kommunerne med det formål at skabe vækst og udvikling i området.

Esbjerg, Fanø og Tønder kommune ønsker nu at igangsætte en proces der skal føre frem til dannelse af et destinationsselskab, der bygger videre på de opnåede resultater og erfaringer. Udover en egentlig destinationsdannelse, skal processen lede frem til udarbejdelse vision, strategi og handlingsplan, der skal sætte rammen for det kommende selskab, efterfulgt af et vækstprojekt, der skal eksekvere handlingsplanen.

## Processen er opbygget som følger:

Kortlægning og involvering af aktører. På tværs af den samlede geografi vil projektet kortlægge konkrete aktiviteter for derved at danne overblik og få et udgangspunkt for arbejdet. Kortlægningsindsatsen vil involvere såvel kommuner og aktører. Opsamlingen danner baggrund for det videre forløb frem mod udarbejdelse af vision, strategi og handlingsplan.

Parallelt med dette forløb, vil der i regi af kommunaldirektørkredsen blive igangsat en egentlig konsolideringsproces. Kommunaldirektørkredsen definerer samtidig ambitionsniveau og får lavet de nødvendige forventningsafstemninger på tværs af kommunerne.

Projektet vil tilknytte en ekstern konsulent, der sammen med projektledelsen skal sikre udvikling af et strategisk grundlag for destinationsselskabet. Arbejdet involverer en bred kreds på tværs af kommuner og aktører. Arbejdet vil udover et strategisk grundlag endvidere munde ud i en række handlinger / oplæg til handlingsplan.

Endelig vil projektet søge at strukturere indsatserne fremadrettet. Projektet introducerer således en række udviklingsprincipper, som vil blive drøftet og bearbejdet via workshops og møder i processen. Udviklingsprincipperne læner sig op af en række af de principper, der ligger til grund for udviklingsplan for Vestkysten.

Projektet vil arbejde med en egentlig eksekvering af handlingsplanen via et målrettet vækstprojekt, der involverer en bred kreds af aktører. Vækstprojektet vil blive tilpasset konkrete ønsker og behov fra aktørkredsen.

Vækstprojektet forventes at blive opbygget som følger:

- Udvikling af produkt- og oplevelsesudvikling
- Synlighed og digitalisering
- Kapacitets- og investeringsfremme
- Samarbejde og netværk.

## Hvorfor dette projekt

En samling af turismeaktiviteterne forventes af sikre bedre rammer for udviklingen af turismen i området og derved udløse det fulde potentiale for områdets styrkepositioner. Det vil alt andet lige give kritisk masse samt mulighed for at definere fælles retning og udviklingen. Derudover vil projektet sikre rammer for at kunne understøtte den enkelte virksomhed med det formål, at der skabes vækst og udvikling i form af øget indtjening og øget beskæftigelse i virksomheder i branchen.

## 4. Effektkæde

Opstil en effektkæde for projektet. Effektkæden skal vise, hvordan projektet er tænkt at virke, dvs. den **overordnede** sammenhæng mellem projektets aktiviteter, output og effekter. Den mere detaljerede beskrivelse af de konkrete aktiviteter, output og effekter udfyldes under punkt 4.a, 4.b og 4.c.

Effektkædeskemaet må indeholde op til fem hovedaktiviteter, fem output og fem effekter.

Hovedaktiviteter og output definerer ansøger selv, så de matcher det konkrete projekt, ansøgningen vedrører. Tre effekter er foruddefineret (nationale overnatninger, internationale overnatninger samt turismeomsætning), mens ansøger har mulighed for selv at tilføje 1-2 yderligere effekter.

Måltal: Der skal opstilles ét måltal (for hele projektperioden samlet) for hvert output. Måltal for effekterne er opdelt på tre tidsperioder: Effekter, som skabes inden for projektperioden, 1 år efter projektafslutning og 3 år efter projektafslutning. Ventes der ikke skabt effekter i en given tidsperiode skrives "0". Der skal ikke opstilles måltal for aktiviteterne.

En god effektkæde er kendetegnet ved:

- At være kortfattet og overskuelig.
- At tydeliggøre, hvordan projektet er med til at skabe en konkret forandring for målgruppen.
- At bygge på evidens og/eller erfaringer.
- At have specifikke og målbare output og effekter.

Aktiviteter	Navn på aktiviteten
Aktivitet 1	Overblik over turismeaktiviteter lokalt og på tværs
Aktivitet 2	Konsolideringsproces for destinationsselskabet
Aktivitet 3	Udvikling af strategisk grundlag

# Ansøgningskema

Aktivitet 4	Ramme for indsatser fremadrettet – oplæg til handlingsplan
Aktivitet 5	Eksekvering af handlingsplanen – igangsættelse af vækstprojekt

## Output

Indikator og måleenhed	Forventet output i projektperioden
Overblik over destinationens turismeaktiviteter - antal	1,00
Dannelse af destinationsselskab - antal	1,00
Vision og strategisk grundlag for destinationen - antal	1,00
Strategi og handlingsplan for destinationen - antal	1,00
Vækstprojekt - antal	1,00

## Effekter

Indikator og måleenhed	Inden for projektperioden	1 år efter projektafslutning	3 år efter projektafslutning	
Antal skabte danske overnatninger pr. år	0,00	1.000,00	10.000,00	
Antal skabte internationale overnatninger pr. år	0,00	1.000,00	10.000,00	
Skabt turismeomsætning pr. år (DKK)	0,00	1.000.000,00	10.000.000,00	

Her har du mulighed for eventuelt at tilføje 1-2 yderligere effekter.

Indikator og måleenhed	Inden for projektperioden	1 år efter projektperioden	3 år efter projektperioden	

## 4.a Aktiviteter

Uddyb aktiviteterne fra effektkæden. Det er vigtigt, at du beskriver aktiviteterne konkret og angiver præcist, hvem der skal foretage hver enkelt aktivitet. Undgå derfor at formulere aktiviteterne med passive sætninger, som eksempelvis: "Der afholdes en række workshops."

### 1) Overblik over turismeaktiviteter lokalt og på tværs

Siden 2008 har de tre kommuner sammen med Varde Kommune samarbejdet om turisme og turismeudvikling i regi af Destination Sydvestjylland. Man har arbejdet ud fra en fælles strategi, der havde fokus på at gøre turisme til en god forretning for virksomhederne og dermed for kommunerne med det formål at skabe vækst og udvikling i området. Vedlagte Destination monitor viser udviklingen i hhv. turismeomsætning samt i overnatninger.

### Kortlægning & involvering

Der vil blive foretaget en kortlægning af turismeindsatser / turismeaktiviteter på tværs af kommunerne. Det forventes, at kortlægningen tager udgangspunkt i følgende geografiske områder:

- **Tøndermarsken / Højer.** Tønder Kommune og en række fonde har igangsat et udviklingsprojekt, der har til formål at skabe erhvervs- og turistmæssig udvikling i hele Tøndermarsk området. Højer er endvidere udpeget som 1 af 18 stærke feriesteder op langs Vestkysten i Udviklingsplan for Vestkysten.
- **Rømø.** Rømø er udpeget som 1 af 18 stærke feriesteder. Der er udarbejdet en helhedsplan for Rømø. Planen indeholder en række konkrete indsatser med bæredygtig turismeudvikling som udgangspunkt for vækst og udvikling på øen. Tønder Kommuner har i 2019 afsat 2 mio. kr. til igangsætning af målrettede indsatser.
- **Ribe – Mandø.** Turismen i Ribe - Mandø området tager udgangspunkt i Ribe by. Der er fokus på såvel kultur og naturturismen, og der er en række samarbejder på tværs af de forskellige attraktioner og overnatningssteder i og omkring Ribe, bl.a. i regi af Ribe Fælles Markedsføring, der drives af en række af de større aktører i området.
- **Esbjerg.** Esbjerg er Danmarks 5. største by og Vestkystens eneste storby, og har dermed en række tilbud på kultur og shopping området, som er unik for hele Vestkystområdet. Derudover arbejdes der med en række tiltag i form af attraktionsprojekter samt private initiativer.
- **Fanø.** Fanø er udpeget som 1 af 18 stærke feriesteder op langs Vestkysten. Fanøs DNA indeholder såvel den klassiske Vestkystturisme ligesom øen ligger midt i Unesco Verdensarv Vadehavet. Fanø har udarbejdet en udviklingsplan for øen, og der arbejdes med en række aktiviteter og projekter, der vil kunne styrke Fanø turist- og bosætningsmæssigt.
- **Nationalpark Vadehavet / UNESCO Verdensarv Vadehavet.** Nationalpark Vadehavet (NPV) er allerede involveret i turismesamarbejdet i Destination Sydvestjylland via projekter og målrettede initiativer. Der er lige udgivet ny handlingsplan for Vadehavet, der bl.a. opstiller konkrete turismemæssige målsætninger for området, som vil blive inddraget i kortlægningen.
- **Partnerskab for Vestkystturisme (PFV).** I regi af PFV arbejdes der med en række åbningstræk i forbindelse med udrulning af Udviklingsplan for Vestkysten. Herunder bl.a. aktiviteter vedr. branding og Wayfinding, som vil indtænkes i det fremtidige arbejde.

De tre kommuner har et forskelligt fokus på turisme. Derfor vil projektet tage udgangspunkt i kommunernes ønsker og indsatser på turismeområdet.

- Hvilke planer og initiativer er vedtaget / undervejs i kommunerne. Hvilke større projekter i forhold til nye attraktioner, overnatningskapacitet, rekreativ infrastruktur, fysiske områder er der fokus på i kommunerne.
- Endelig arbejdes der i det nuværende turismesamarbejde i Destination Sydvestjylland med en række initiativer og projekter, der alt andet lige skal videreføres i regi af det nye destinationsselskab:
- Der arbejdes i en række projekter i Destination Sydvestjylland regi, der udløber i perioden fra 2019 og frem til 2021. Resultaterne af disse projekter vil skulle forankres i den nye destination.
- Sydvestjyske Smagsoplevelser er et netværk af virksomheder, der samarbejder om synliggørelse af lokale produkter. Indsatserne omkring oplevelsesudvikling og fødevarer vil alt andet lige være en del af det nye destinationsselskabs indsatsområde.
- Sydvestjylland Contentpool er en fælles billede-, film- og tekstdatabase, der har til formål at bringe content i spil overfor en række BtoB målgrupper – journalister, turoperatører, incoming bureauer samt virksomheder. Denne database vil blive forankret i det nye selskab.
- De lokale turistorganisationer arbejder med en række indsatser, som det vil give mening af fortsætte i en ny konstruktion. Bl.a. er der flere steder stærke relationer til en gruppe lokale aktører omkring markedsføring og udvikling, og det vil være af stor betydning, at disse samarbejder kan fortsætte / udvikles i samarbejde med det nye destinationsselskab.
- Markedsførings samarbejde & PR målrettet Tyskland. Det fælles markedsførings samarbejde har været en stor succes med vækst i hhv. omsætning og i overnatninger over de seneste år. Dette samarbejde vil fortsætte i 2020 i et tæt samarbejde mellem to destinationer. Der vil derfor blive arbejdet med målrettede indsatser, der kan sikre videreførelse af samarbejdet.
- På det digitale område arbejdes der med flere forskellige CMS systemer. Derudover barsler VisitDenmark med et nyt CMS system, der forventes implementeret i løbet af 2020. En del af processen skal derfor dedikeres til en analyse af, hvad destinationen vil og skal kunne levere digitalt overfor erhvervet og overfor gæsterne fremadrettet samt på hvilke platforme.
- Der samarbejdes om mødeturisme med udgangspunkt i Esbjerg. Projektet vil kigge på, hvordan denne indsats kan forankres i det nye selskab og derudover undersøge, om og hvordan vi kan koble to forretningsområder.

Der vil blive samlet op på kortlægningsindsatsen og resultaterne vil blive præsenteret overfor styregruppen, ligesom projektet vil inddrage udvalgte virksomheder i denne fase af projektet.

Opsamlingen håndteres via workshops, således, at vi sikrer involvering af- samt inputs fra aktørernes side.

Opsamlingen danner baggrund for det videre forløb vedr. udarbejdelse af det strategiske grundlag for destinationsselskabet (Vision, strategi og handlingsinitiativer), hvorfor der på de forskellige workshops også vil være fokus på, hvordan vi styrker og udvikler samarbejdet på tværs af geografi & værdikæder.

Der eksisterer allerede flere samarbejder, men der vil fortsat kunne arbejdes med nye netværk og initiativer, der kan styrke den samlede turisme i hele området.

## 2) Konsolideringsproces for destinationsselskabet

Parallelt med ovennævnte forløb vil der i regi af kommunaldirektørkredsen blive igangsat en konsolideringsproces, der skal komme med et oplæg til grundlag og struktur for det nye selskab.

Der skal laves en forventningsafstemning på tværs af kommunerne vedr. ambitionsniveau og omfang og processen vil bl.a. indeholde følgende punkter:

- Juridisk grundlag for det nye selskab
- Forankring og struktur for det nye selskab – placering af hovedsæde og lokale afdelinger
- Anbefalinger vedr. ansættelse af ledelse
- Økonomi – herunder overvejelser vedr. eventuelle kontingentstrukturer

## 3) Udvikling af strategisk grundlag

Der vil blive tilknyttet en ekstern konsulent, der sammen med projektledelsen skal sikre udvikling af et strategisk grundlag for destinationsselskabet. Ideelt set vil det være den samme konsulent, som bidrog med kortlægningsindsatsen.

Der vil blive nedsat en eller flere arbejdsgrupper, der med udgangspunkt i kortlægningsindsatsen får til opgave at bidrage til udarbejdelse af visionen samt strategien bag den nye destinationen. Derudover vil der blive udviklet et handlingskatalog, der

Det vil være op til projektledelse, ledelsen i destinationen, kommunerne og konsulenten at tilrettelægge et forløb, der sikrer et fundament for processen, der både skitserer det strategiske grundlag på den lange bane. Parallelt med strategiarbejdet, vil projektet igangsætte et Vækstprojekt i samarbejde med DKNT. Vækstprojektet skal være med til at konkretisere indsatsområderne / handlingerne i strategien.

Endelig vil projektet nedsætte en referencegruppe bestående af Dansk Industri, Dansk Erhverv og Horesta. Derved sikres kobling til erhvervsorganisationerne.

## 4) Ramme for indsatser fremadrettet – oplæg til handlingsplan

Overordnet set har det nuværende samarbejde taget udgangspunkt i en række principper, som følger:

# Ansøgningskema

- Der har været fokus på at sikre gode rammer for udvikling af turismen i området.
- Der har været fokus på, at turismen skal være en god forretning for virksomhederne, så de kan vækste på omsætning og antal ansatte.
- Der har været fokus på at udvikle turisme hele året rundt
- Der har været fokus på udvikling af bæredygtige turismeformer
- Der har været fokus på at understøtte projekter og styrkepositioner, der kan bidrage til at løfte hele destinationen.
- Der har været fokus på en transformation fra offline til online af turismen – ubemandede turistkontorer, apps, sociale medier, digital content.
- Der har været fokus udvikling af kvalitetsturisme – Kunstrunde, fødevarerinitiativer, østersevents, Vadehavssafarier er eksempler på dette.

Derudover har der været samarbejdet omkring målrettede markedsføringskampagner på det tyske marked. Det tyske marked er af væsentlig betydning for området idet 75 % af gæsterne kommer fra Tyskland. Kampagnerne er udarbejdet i samarbejde med Visit Denmark og har udover Destination Sydvestjylland også involveret en række øvrige destinationer op langs Vestkysten.

Denne tilgang matcher langt hen ad vejen de udviklingsprincipper, der ligger bag Udviklingsplan for Vestkysten:

- Koncentrer udviklingen – skab kritisk masse
- Beskyt og benyt – koncentrer udviklingen omkring allerede bebyggede områder og frihold til den uberørte natur.
- Øg døgnforbruget gennem kvalitet – øg kvaliteten hele vejen rundt, både i byer, natur, overnatningssteder, aktiviteter, produkter og service.
- Styrk de lokale særkender og kvaliteter langs Vestkysten og differentier produktet fra sted til sted
- Tænk i flere sæsoner – tænk oplevelsesmuligheder og produkter sammen, så det samme sted og de samme faciliteter kan leve i flere sæsoner og til flere målgrupper.
- Sammentænk investeringer – skab en positiv spiral – sammentænk investeringer, så offentlige og private midler går hånd i hånd.

Der er en række af principperne, der har fokus på, hvordan kommunerne hver for sig og i fællesskab kan arbejde med udviklingen af turismens rammebetingelser. Kommunerne har allerede et samarbejde på en række områder, både i forhold til den rekreative infrastruktur, samt i forhold til formidlingsindsatser, og en fælles tænkning i forhold til udviklingsprincipper kan være med til at styrke sammenhængskraften på tværs af destinationen.

Andre af principperne har et mere kommercielt sigte og ligger som sagt i en fin forlængelse af de ting, der allerede er fokus på i turismesamarbejde i Destination Sydvestjylland i dag.

Endelig er der et øget fokus på, hvordan man tiltrækker investeringer til at styrke turismeudvikling. Her vil det være oplagt at igangsætte en fælles indsats i forhold til tiltrækning af investeringer til prioriterede projekter på tværs af kommunerne.

Principperne om udvikling og samarbejde vil indgå i dialogen med aktørerne i forbindelse med strategiprocesen. Strategiprocesen skal munde ud i en række prioriteringer og en samlet strategi og handlingsplan for Destination Sydvestjylland.

Derudover vil vi i processen ligge op til at skabe rum for øget samarbejde på tværs af aktørerne:

- fra nord til syd i destinationen,
- for derved at udvikle nye samarbejder og netværk,
- der kan danne ramme om målrettede samarbejder,
- der kan skabe nye tiltag og produkter,
- der kan styrke den enkelte virksomhed.

## 5) Eksekvering af handlingsplanen – igangsættelse af vækstprojekt

For at kunne realisere visionen er det vigtigt, at der på den korte bane igangsættes en række indsatser (åbningstræk), der inddrager aktørerne så tidligt som muligt i processen. Dette er med til at sikre opbakning, ejerskab og forankring. Derudover sikrer det momentum i en overgangsfase fra det nuværende turismesamarbejde til etablering af en nye destination. Derfor vil projektet parallelt med strategiarbejdet have fokus på en egentlig eksekvering af handlingsplanen.

Det sker i form af et Vækstprojekt, der udvikles i samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme. Vækstprojektet forventes opbygget omkring følgende overskrifter:

**Udvikling af profil- og kernefortælling**

- Synliggørelse og udvikling af lokale brands og styrkepositioner
- Udmøntning af Vestkystbrand lokalt til direkte brug for aktørerne

**Produkt- & oplevelsesudvikling**

- Signaturoplevelser
- Udvikling og tilpasning af produkter og oplevelser med henblik på at styrke kvaliteten i oplevelsen
- Samarbejde på tværs af forretningsområder

**Synlighed & digitalisering**

- Udvikling og sikring af digital sammenhængskraft på tværs af destinationen
- Produktion og distribution af content
- Udvikling af koncepter for PR og markedsføringsamarbejde, med fokus på digital markedsføring

**Kapacitets- og investeringsfremme**

- Aktiviteter, der styrker overnatningsudnyttelsen hele året rundt
- Aktiviteter, der styrker og synliggør turisme projekter
- Aktiviteter, som styrker den internationale tilgængelighed
- Skabelse af koncept og materiale for investeringstiltrækning og investorbearbejdning
- Tal og analyser

**Samarbejde og netværk**

- Skabelse og synliggørelse af netværk og samarbejder på tværs
- Styrkelse og synliggørelse af events

Vækstprojektet vil blive yderligere konkretiseret i projektforslaget. Derved vil der være mulighed for at opsamle og implementere konkrete forslag hen ad vejen. Det vil være op til aktørerne omkring projektet at kvalificere og prioritere målrettede aktiviteter, der kan igangsættes i løbet af 2020.

## 4.b Output

# Ansøgningskema

Uddyb outputtet fra effektkæden og forklar, hvorfor du forventer, at projektets aktiviteter vil resultere i de konkrete output. Bemærk at outputtene skal leveres inden for projektperioden. Forklar også, hvordan du er nået frem til de konkrete måltal for projektets output.

## Aktivitet 1 - Overblik over turismeaktiviteter lokalt og på tværs

Der vil blive afholdt 5 målrettede workshops med deltagelse af en bred gruppe aktører, interessenter og organisationer på tværs af geografien, for at sikre input om igangværende og planlagte turismeaktiviteter, samt opsamle ideer og input til arbejdet fremadrettet.

Der vil blive lavet en opsamling på resultaterne, hvilket skal føre til at der dannes et **overblik over destinationens turismeaktiviteter** til brug for udarbejdelse af strategisk grundlag for destinationsselskabet.

## Aktivitet 2 – Konsolideringsproces for destinationsselskabet

Der vil blive udarbejdet juridisk grundlag for det nye destinationsselskab.

Der vil blive udarbejdet anbefaling om ledelse og forankring og struktur for destinationsselskabet.

Der vil blive udarbejdet overblik over økonomisk grundlag for destinationsselskabet, herunder overvejelser vedr. eventuel kontingentstruktur.

Dette skal føre til at der dannes et **destinationsselskab i samarbejde mellem Esbjerg, Fanø og Tønder kommuner**.

## Aktivitet 3 – Udvikling af strategisk grundlag

Der vil blive nedsat 3-5 arbejdsgrupper, der skal bidrage til udvikling af vision og strategiske grundlag for destinationsselskabet. Endvidere vil der blive gennemført en række interviews med mulige større strategiske samarbejdspartnere.

Dette skal føre til at der udarbejdes **Vision og strategisk grundlag for destinationen**.

## Aktivitet 4 – Ramme for indsatser fremadrettet – oplæg til handlingsplan

Der vil blive udarbejdet en række udviklingsprincipper, der danner ramme for strategien for turismesamarbejdet.

Der vil blive etableret et samarbejde med kommunerne, således af det sikres at kommunernes indsats på turismeområdet understøtter og bidrager til destinationsstrategien og derved sikrer sammenhæng i turismeudviklingen.

Dette skal føre til at der udarbejdes en **strategi og handlingsplan for destinationsselskabet**.

## Aktivitet 5 – Eksekvering af handlingsplanen – igangsættelse af vækstprojekt

Der vil blive gennemført et Vækstprojekt i samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme, for derved af sikre eksekvering af handlingsplanen.

Baseret på ovennævnte grundlæggende aktiviteter og forudsætninger, er det i vækstprojektet, at de direkte effekter vil blive opnået.

**Vækstprojektet** forventes opbygget omkring følgende overskrifter:

- Udvikling af profil- og kernefortælling
- Produkt- & oplevelsesudvikling
- Synlighed & digitalisering
- Kapacitets- og investeringsfremme
- Samarbejde og netværk

## 4.c Effekter

Uddyb effekterne fra effektkæden og forklar baggrunden for, at projektets output forventes at skabe disse effekter. Forklar også, hvordan du er nået frem til de konkrete måltal for effekterne, meget gerne med udgangspunkt i situationen i dag (baseline). Hvis der i annonceringen fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse er nævnt specifikke effekter, som projektet skal skabe, er det afgørende, at du kan forklare, hvordan dit projekt vil bidrage til at skabe disse effekter.

### Effekter

Aktivitet 1 – 2 forventes at føre til dannelse af et nyt destinationsselskab, der fremadrettet vil være ansvarlig for turismeudviklingen på tværs af Fanø, Esbjerg og Tønder Kommuner.

Aktivitet 3 forventes at føre til udarbejdelse af vision og strategisk grundlag for det nye destinationsselskab. Derudover forventes aktiviteterne at føre til udarbejdelse af samarbejdsprincipper med kommunerne bag destinationsselskabet.

Aktivitet 4 forventes af føre frem til udvikling konkrete bud handlingsinitiativer på tværs af destinationen i form af en handlingsplan i tæt dialog med aktører og kommunerne

Aktivitet 5 fører frem til eksekvering af handlingsplanen ved gennemførelse af et målrettet vækstprojekt i samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme.

Samlet set forventes aktiviteterne at kunne bidrage i øget vækst i turismeforbrug samt i antal øgede overnatninger, for derved at bidrage til de nationale mål på området. Tallene vil blive synliggjort via løbende Destination Monitor målinger, som varetages af VDK i samarbejde med en række toneangivende destinationer.

## 4.d Risikoanalyse



# Ansøgningskema

Beskriv projektets vigtigste risici og barrierer for gennemførelsen. En risiko kan eksempelvis være, at det viser sig sværere end forventet at danne partnerskaber eller rekruttere virksomheder til projektet. Det er vigtigt, at du overvejer og beskriver, hvordan du har tænkt dig at minimere projektets risici.

Der er en række barrierer forbundet med projektet.

De tre kommuners arbejde med turisme er meget forskellig. Derudover varierer betydningen af turismen fra kommune til kommune. Det fordrer derfor, at kommunerne kan få lavet en forventningsafstemning og et oplæg til destinationsdannelsen, som kan vedtages politisk i de 3 byråd.

Det er vigtigt at sikre opbakning af aktørerne. Manglende opbakning vil betyde, at det vil blive svært at sikre et levedygtigt destinationsselskab på sigt. Projektet vil derfor arbejde på inddragelse og involvering af aktørerne.

## 4.e Projektets partnere og deres rolle

Oplys samtlige partnere, som vil bidrage til at udføre projektet (udover ansøger). For hver partner oplyses navn, CVR-nummer og p-nummer. Bemærk, at der vil blive stillet krav om partnererklæringer, når et projekt har modtaget tilsagn.

Nedenfor oplyses de fem væsentligste partnere. Eventuelle resterende partnere skal vedhæftes i bilag.

Partnerens navn	Partnerens CVR-nummer	Partnerens p-nummer
Destination Sydvestjylland co. BRE	30253841	1013041926
Esbjerg kommune	29189803	1003330912
Fanø kommune	31210917	1003331051
Tønder kommune	29189781	1003326862
Dansk Kyst- og Naturturisme	36471271	1020004378

Beskriv præcist hver enkelt partners (inkl. ansøgers) konkrete rolle i at gennemføre projektets aktiviteter og indfri dets formål. Kom herunder ind på, hvilke kompetencer projektansøger og partnere har for at udføre projektet. Vedhæft i afsnit 11 projektlederens CV. Hvis projektlederen endnu ikke kendes, bedes I her beskrive, hvilke krav I stiller til en kommende projektleder

**Destination Sydvestjylland co. BRE**, 3025 3841, 1013041926

Overordnet projektleder samt ansvarlig for administration af projektet.

DestinationSydvestjylland vil desuden være udførende ift. koordinering med den/de eksterne konsulenter der tilknyttes projektet.

Ligeledes er DestinationSydvestjylland kontakten mellem kommunerne og øvrige partnere, interessenter og virksomheder.

**Esbjerg kommune**, 29189803, 1003330912

**Fanø kommune**, 31210917, 1003331051

**Tønder kommune**, 29189781, 1003326862

Kommunaldirektørerne i de tre kommuner vil være ansvarlig for konstitueringsprocessen og samtidig sikre forankring i de tre kommuner. Derudover vil kommunerne stille medarbejdere til rådighed, der skal være med til at sikre koblingen til kommunerne.

**Business Esbjerg** (Visit Esbjerg, Visit Fanø og Visit Ribe), 30164210, [1014844917](#), [1021588519](#), [1014844933](#)

Deltage i udvikling af alle projektets faser. Dialog med- og involvering af virksomheder. Bidrage til opsamling af aktiviteter i Esbjerg Kommune samt deltage i workshops.

Deltagelse i styregruppe / følgegruppe.

**Dansk Kyst- og Naturturisme**, 36471271, 1020004378

DKNT vil indgå i styregruppe eller følgegruppe. DKNT vil sammen med projektledelsen være ansvarlig for gennemførelse af Vækstprojektet, samt bidrage med faglige inputs i forhold til udvikling af samme. DKNT vil bindeled til øvrige Vestkystdestinationer, så vi derved sikrer sammenhæng på tværs af kysten.

## 4.f Projektets målgruppe

---

Beskriv projektets målgruppe med udgangspunkt i effektkæden. Vær opmærksom på, om der er særlige krav til målgruppen i annonceringen fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Projektet har følgende målgrupper.

Virksomheder og turismeaktører: Her vil der være tale om en række attraktioner, overnatningsvirksomheder, servicevirksomheder, (restauranter, transport, logistik, events, netværk) samt andre turismevirksomheder, der ønsker at være med til at definere den fremtidige turismeindsats i det nye destinationsselskab, og som vil være med til at udvikle produkter og tilbud i fællesskab med destinationen.

Administrativ og politisk målgruppe: Som er de kommunale embedsmænd samt byrådene i de tre kommuner, der i sidste ende skal godkende dannelsen af destinationsselskabet. Der vil derfor løbende blive arbejdet med information og kommunikation overfor denne målgruppe.

## 5. Erhvervslivets opbakning til projektet

---

Beskriv erhvervslivets opbakning til projektet, herunder i hvilken grad erhvervslivet har udtrykt behov for eller direkte efterspurgt projektets aktiviteter. Erhvervslivets efterspørgsel må meget gerne underbygges med konkrete undersøgelser og analyser, fx fra brancheorganisationer.

Ansøger skal endvidere oplyse, hvorfor det er nødvendigt at støtte projektet med offentlige midler.

For at sikre fremdrift og involvering af aktørerne i strategiprocesen, vil projektet parallelt med strategiarbejdet igangsætte et Vækstprojekt, der har til formål at igangsættes konkrete handlinger, der skal understøtte samarbejdet og det strategisk grundlag. Vækstprojektet gennemføres i et samarbejde med Dansk Kyst og Naturturisme (DKNT), der også er partner i projektet.

Der samarbejdes allerede i dag med en række interessenter. Interne interessenter og aktører fra området vil blive involveret i den ovennævnte proces. Derudover vil der blive lagt op til et fortsat eller øget samarbejde med en række strategisk vigtige eksterne samarbejdspartnere fremadrettet også:

- **Øvrige Vestkystdestinationer.** Derved sikres fortsat samarbejde omkring udvikling og markedsføring af den samlede Vestkyst.
- **Nationalpark Vadehavet UNESCO Verdensarv (NPV).** Vadehavet er grænseoverskridende og der er etableret et tæt samarbejde mellem Danmark, Holland og Tyskland i forhold til at bevare og udvikle området. Der er bl.a. udarbejdet en strategi for bæredygtig turisme, der danner baggrund for turismeudviklingen i Vadehavet.
- **Dansk Kyst og Naturturisme (DKNT) og Partnerskab for Vestkystturisme (PFV).** Udviklingsplan for Vestkystturismen udstikker en række anbefalinger og rammer for udviklingen af turismen. Projektansøger og kommunerne har selv bidraget til udvikling af planen, og vil også fortsat samarbejde med både DKNT og PFV i forhold til realisering af planen.
- **Visit Denmark (VDK).** VDK er ansvarlig for den internationale markedsføring af Danmark. Der eksisterer i dag allerede et tæt samarbejde med markedskontoret i Hamborg i forhold til PR og markedsføring på det tyske marked. Dette samarbejde vil blive yderligere udbygget fremover. Endelig vil vi søge øget strategisk samarbejde med VDK i København, for derved at bidrage til en målrettet udvikling af turisme og rammerne for turismen i Danmark.

Projektet vil kontakte- og etablere samarbejde med relevante uddannelsesinstitutioner, der kan bidrage til udvikling af turisme via målrettet erhvervsamarbejde.

Der er generel god opbakning lokalt fra erhvervslivet til projektet. Mange af virksomhederne deltager eller har deltaget i de store strukturfondsprojekter, som danner ramme for det turismesamarbejde der arbejdes med i dag. Derudover er en række af virksomhederne involveret i turismeudviklingen via advisory boards, erhvervsråd, målrettede projekter m.m.

Fig. virksomheder og organisationer har tilkendegivet deres støtte til projektet:

### Støtterklæringer:

CHRISTEL SEYFARTH art knit

Danhostel Ribe

Dansk Cykelturisme

Dansk Erhverv, Oplevelse & Velfærd

ECH Park

# Ansøgningskema

---

Fiskeri- og Søfartsmuseet

Kunstrunden Sydvestjylland

Nationalpark Vadehavet

Novasol

Ribe Byferie Resort

Ribe Kunstmuseum

Sol og Strand Fanø

Vadehavscenteret

## Interesstillægninger:

Dansk Industri

Det har været en udfordring at indhente støtteerklæringer, da mange er på påskeferie.

Såfremt vi modtager støtte til projektet, vil der kunne indhentes støtteerklæringer fra yderligere aktører.

Uden offentlig støtte til projektet, vil vi ikke kunne gennemføre samme i det nævnte omfang. Projektstøtten vil gøre det muligt at udarbejde det gode fundament for det nye destinationsselskab, der skaber ejerskab og forankring fremadrettet.

## 6. Projektets nyhedsværdi

---

Beskriv nyhedsværdien i projektet. Det er meget vigtigt, at projektet ikke overlapper med allerede eksisterende indsatser. Du skal derfor beskrive, hvordan dit projekt hænger sammen med allerede eksisterende projekter/indsatser inden for samme emneområde.

Det er nyt i Sydvestjylland at tage skridtet fra et stærkt turismesamarbejde til et destinationsselskab, som på tværs af de tre kommuner, skal arbejde målrettet på at opbygge samarbejde på tværs af hele destinationen.

Denne indsats vil alt andet lige give øget værdi til de mange lokale samarbejder på tværs af kommunerne – idet destinationsselskabet kan gennemføre større indsatser til gavn for udviklingen i hele området.

Endelig er det nyt, at det nye destinationsselskab også søger at komme tættere på kommunerne og det planarbejde, der ligger til grund for en målrettet udvikling af turismeerhvervet.

## 7. Projektets geografi

---

# Ansøgningskema

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.

Der er således etableret et tæt samarbejde på tværs af kommuner og aktører. Derudover er det lykkedes at tiltrække projektmidler, der har styrket turisme i hele området. Projekterne har bl.a. medvirket til etablering af nye attraktioner som fx Vadehavscenret og Tirpitz, digitalisering af turistsericen, målrettede markedsføringskampagner, udvikling af smagsoplevelser og events, udvikling af content og etablering af nye samarbejder.

Kommunerne og de lokale turismeorganisationer har desuden fokus på turismeudvikling lokalt. Tøndermarsk Initiativet, prioriterede feriesteder som Fanø og Rømø, Esbjerg Strand, lokale markedsføringsamarbejder, turismeservice, virksomhedsnetværk, konkrete udviklingsprojekter m.m. gennemføres således i lokalt regi i dag.

I Esbjerg er der derudover fokus på erhverv- og mødeturisme, hvor der er etableret et tæt samarbejde med en række aktører med det formål at skærpe erhvervs- og mødeprofilen for Esbjerg under paraplyen Meet & More og dermed sikre vækst- og udvikling, samt øget omsætning hos aktørerne. Aktører fra de øvrige kommuner har også vist interesse for at deltage i dette samarbejde.

Endelig har kommunerne bidraget til udarbejdelse af Udviklingsplanen for Vestkysten i regi af Partnerskab for Vestkystturisme. Udviklingsplanen giver en række værktøjer og anbefalinger til styrkelse af Vestkysten med udgangspunkt i stærke destinationer og feriesteder, sammenhængende planlægning samt målrettet udvikling på en række områder med det formål at sikre kapacitet, øget kvalitet, nye overnatningsformer, der matcher gæsternes ønsker og behov.

Projektet skal naturligvis, ligesom det nye destinationsselskab, dække over alle 3 kommuners samlede geografi.

Kortlægningsaktiviteten tager udgangspunkt i lokale projekter og tværkommunale aktiviteter, som destinationen på sigt skal overtage, og projektet vil derfor også have et øget fokus på de områder indenfor hver kommune, hvor der allerede i dag er turismerelevant aktivitet.

I og med projektet dækker 3 forskellige kommuner og en række forskelligartede projekter og indsatser, så vil det givetvis ikke være muligt at følge nøjagtig samme tilgang til det hele. Dette har man for øje og tager højde for i forbindelse med projektets opstartsfasen

## 8. Statsstøtte

Ansøges der om tilskud, som vil give deltagervirksomheder (eller projektpartnere) en direkte eller indirekte konkurrencefordel på markedet (fx i form af tilskud til køb af rådgivning, udstyr mv.)?

- Ja  
 Nej

## 9. Budget og finansiering

Budgetskemaet skal give et samlet overblik over projektets udgifter og finansiering. Udgifter og finansiering skal opstilles som forklaret i [budgetvejledningen](#). Udgifter og finansiering opstilles for den samlede projektperiode. Hvis du opnår tilsagn til projektet, vil du blive bedt om at indsende et periodeopdelt budget.

### Indsæt støtteprocent

50,00

## Udgifter

Udgifter	Beløb i kroner
Direkte lønomkostninger	3.087.000,00
Ekstern konsulentbistand	1.325.340,00
Anlæg og anskaffelser (udstyr, materialer m.m.)	0,00
Revision	32.000,00
18 pct. overhead af de direkte lønomkostninger	555.660,00
Samlede udgifter	5.000.000,00

## Kontante tilskud

# Ansøgningskema

Finansieret med	Beløb i kroner
Kontant offentlig finansiering	400.000,00
Kontant privat finansiering	0,00
Total kontant finansiering	400.000,00

## Decentrale erhvervsfremmemidler

Tilskud fra decentrale erhvervsfremmemidler (DEM)

### DEM - tilskud

2.500.000,00

Egenfinansiering beregnet - skal fordeles nedenfor

2.100.000,00

## Restfinansiering og budgetkontrol

Egenfinansiering - offentlig	Beløb i kroner
Kontant finansiering	1.000.000,00
Anden finansiering	1.100.000,00
Egenfinansiering - privat	
Kontant finansiering	0,00
Anden finansiering	0,00
Samlet egenfinansiering	2.100.000,00
Samlet finansiering	5.000.000,00

Budgetbalance - udgifter og finansiering

Dine udgifter og finansiering balancerer

## Budgetforudsætninger

Angiv forudsætningerne for de omkostninger, du ønsker at modtage tilskud til, fx antal medtagne timer og timesatser.

Budget og tidsplan findes vedhæftet

## 10. Projektets forankring efter tilskudsperiodens ophør

Beskriv, hvordan læring og erfaring fra projektet forventes at blive forankret og videreført efter tilskudsperiodens ophør, herunder hvem der påtager sig ansvaret for, at det sker.

Aktiviteterne fra projektet forventes fremadrettet forankret i destinationsselskabet; Destination Sydvestjylland, med støtte fra Esbjerg, Fanø og Tønder kommuner.

## 11. Bilag

Vedhæft projektleders CV samt eventuelle andre bilag til ansøgningen.

*Systemet er ikke kompatibel med OpenDocument formater.*

01 Bemyndigelse EDA og WAB.pdf 32 KB

02 Hensigtserklæring om destinationssamarbejde med logoer\_CaseNo19-3246\_3293349\_v1.pdf 1 MB

03 Ansøgning Destination Sydvestjylland.pdf 358 KB

03 Budget Destination Sydvestjylland.pdf 145 KB

03 Tidsplan Destinationsprojekt.pdf 107 KB

04 Partnererklæring Business Esbjerg.pdf 285 KB

04 Partnererklæring Dansk Kyst- og Naturturisme.pdf 110 KB

04 Partnererklæring Destination Sydvestjylland.pdf 316 KB

05 CV Erik Dam.pdf 134 KB

06 Støtterklæringer og interssetilkendegivelser samlet.pdf 4 MB

07 Destinationsmonitor - Destination Sydvestjylland.pdf 253 KB

## 12. Databeskyttelsesforordningen og databeskyttelsesloven

Databeskyttelsesforordningen og databeskyttelsesloven skal overholdes af tilsagnsmottager og projektets eventuelle partnere.

Tilsagnsmottager og projektets eventuelle partnere er selvstændigt dataansvarlige. Det betyder bl.a., at tilsagnsmottager og partnere skal informere alle medarbejdere og deltagere på projektet om, at der behandles personoplysninger om dem, og om deres rettigheder efter databeskyttelsesforordningen.

Denne information skal gives til alle deltagere og medarbejdere på projektet på det tidspunkt, hvor personoplysningerne indsamles. I kan læse mere om kravene til oplysningspligten i Datatilsynets "Vejledning om de registreredes rettigheder" fra juli 2018, der er tilgængelig på [www.datatilsynet.dk](http://www.datatilsynet.dk). Oplysningspligten skal opfyldes både, når personoplysningerne indsamles fra den registrerede selv, og når de indsamles fra andre end den registrerede. I kan finde en skabelon til oplysningspligt [her](#).

I kan læse om Erhvervsstyrelsens behandling af jeres personoplysninger [her](#).

Jeg accepterer hermed at have læst og forstået ovenstående.

## 13. Medsignering

Ansøgningen skal signeres af projektejer og tegningsberettiget.

Hvis du er både projektejer og tegningsberettiget signerer du ansøgningen i forbindelse med, at du indsender den til Erhvervsstyrelsen, og der er således ikke behov for medsignering. Vælg Nej til medsignering og gå videre til opsummering og indsend nedenfor.

Hvis du ikke er projektejer eller tegningsberettiget vælg da Ja til medsignering nedenfor. I næste menu vælger du deadline for medsignering og angiver email-adressen på de personer (*projektejer og/eller tegningsberettiget*), der skal medsignere ansøgningen. Efter angivelse af email-adresse(r) vælger du opsummering og indsend. Der vil tilgå en email til de angivne personer, med link til deres signering af ansøgningen. Ansøgningen vil først tilgå Erhvervsstyrelsen når signering er gennemført.

Skal ansøgningen medsigneres?

Ja

Du finder medsigneringsmodulet ved at scrolle ned i bunden og klikke på fanebladet "Medsignering er påkrævet" i menuen.

## Medsignering er påkrævet

# Ansøgningskema

---

Blanketten skal være underskrevet af alle medunderskrivere senest efter 30 dage. Det er den 30. dag der er deadline. Du kan vælge at:

Blanketten skal være underskrevet inden 30 dage

- Ja  
 Nej

Angiv en deadline

Du har valgt at angive en tidligere deadline. Husk alle medunderskrivere skal have underskrevet senest på datoen.

E-mail på medunderskriver

For at angive flere medunderskrivere brug da dropdown eller klik på plus-ikonet

Tak for din indsendelse.

Din blanket er sendt til Erhvervsstyrelsen d. 16-04-2019 15:10:15.

Tak for din ansøgning. Du vil i nær fremtid modtage et kvitteringsbrev fra Erhvervsstyrelsen, som bl.a. oplyser, hvornår du kan forvente, at din ansøgning er behandlet.

**Kvitteringsoplysninger:**

Blanket ID: 561687

Indsendt: 16-04-2019 15:10:15