

Strategisk indsatsområde	Leverancer	Effekt	Langsigtet effekt
Større sammenhæng i destinationen på tværs af aktører og kommuner	<p>Selskabet sikrer mindst tre årlige lejligheder til, at samtlige aktører i destination kan mødes på tværs.</p> <p>Selskabet stiller generelt op, når samarbejdende aktører inviterer.</p> <p>Selskabet er synligt og agerer med troværdighed i forhold til alle interessenter.</p>	<p><i>Hvordan ændrer resultatet aktørernes muligheder?</i></p> <p>Gennem opbygning af tillid og samarbejde, skabes der produktive relationer aktørerne imellem.</p> <p>Disse relationer er en forudsætning for økonomisk bæredygtige værdikæder i form af produkter, som sælges på kommerciel basis.</p> <p>Måling sker gennem en brugeranalyse af aktører og kommuner ultimo 2017. Desuden følges der op i ejerdialogen.</p>	<p><i>Langsigtet effekt i henhold til strategien. Kan måles i 2022***</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4% årlig vækst i erhvervsturisme</li> <li>• 3,5% årlig vækst i omsætningen fra danske turister</li> <li>• 3% årlig vækst i omsætningen fra udenlandske turister</li> </ul> <p>2.128 mio. DKK i turismeomsætning – svarende til en tilvækst på 403 mio. DKK siden 2014</p>
Netværk, forretnings-, og produktudvikling i erhvervet i tråd med brandet	<p>Der tilbydes to årlige workshops for alle interesserede aktører med det formål, at aktørerne sammen udvikler turismeprodukter, som styrker produktbredden. Herunder fokus på pakketering af sammenhængende oplevelser, der er digitalt bookbare</p> <p>Selskabet faciliterer ad hoc netværk, når der ses konkrete potentialer, der giver anledning til det (fx.: cykelturisme, lystfiskeri).</p> <p>Selskabet er ejerkommunernes fælles vidensressource på turismeområdet, og deler ud af denne viden.</p>	<p>Flere produkter, øget salg.</p> <p>15-20 virksomheder deltager i workshops og Der udvikles 20 nye produkter i hele destinationen, herunder også produkter, der er sammensat på tværs af kommunegrænserne.</p> <p>Flere muligheder for turisterne i destinationen.</p> <p>Disse indsatser øger aktørernes muligheder for at kunne dele turisterne i destinationen. Hermed skabes der større kendskab til hinanden og mulighed for at turisterne besøger flere steder, når de er i destinationen.</p>	
Bedre udnyttelse, øget kapacitet og kvalitet af overnatningsstederne	Der gennemføres en opsøgende indsats for at sikre flere sommerhuse til udlejning.	Øges udlejningen af sommerhusene og antallet af overnatninger i destinationen, har det stor betydning for turismeomsætningen.	

	<p>Der afholdes minimum et møde for sommerhusejere. Dette sker i samarbejde med udlejningsbureauer</p> <p>Der arbejdes videre med udvikling af erhvervsturismen, så kapacitetsudnyttelsen øges.</p> <p>Der udvikles pakker, hvor der tilbydes overnatning i tilknytning til større arrangementer, eksempelvis Storebælts Naturmarathon, Hornfiskefestivalen.</p>	<p>Turismeforbruget for erhvervsturisme skal øges med 4% pr år I 2014 var omsætningen på 564 mio. kr.</p> <p>Der ses et øget salg af overnatningspakker i forbindelse med konkrete events. Baseline 2016: 0 *</p>	
<p>Branding og markedsføring af den samlede destination</p>	<p>Der udgives en avis, som åbner op for oplevelser i hele destinationen</p> <p>Der skabes bedre sammenhæng i kæden fra branding, over hjemmesidehits og til reelt salg.</p> <p>Der gennemføres – sammen med aktørerne - en udvikling af det fysiske værtskab, - at fx butikker og restauranter ansvarliggøres i forhold til at vise turisterne nye muligheder.</p>	<p>Turisterne inspireres positivt til aktiviteter i hele destinationen.</p> <p>Flere turister i destinationen. Baseline: Samlet overnatningstal for 2016 var 465.000. Hertil kommer overnatning i feriehus. **</p> <p>Mere salg hos erhvervsaktørerne (øget turismeomsætning og øget jobskabelse). I 2014 var den samlede omsætning på 1.725 mio. kr. og antallet af årsværk estimeret til 2250</p>	

*\*Der er ikke tidligere blevet målt på dette. Skal vi kunne måle dette, skal kommunerne ved evt tilsagn til events bede om tal, med mindre vores bookingsystem benyttes – så vil vi kunne følge op. Vores bookingsystem bliver brugt til hornfiskefestival.*

*\*\*Feriehusovernatningerne for 2016 udkommer i starten af april 2017*

*\*\*\*Da omsætningstallene udkommer med to års forsinkelse, kan tallet for 2020 først måles i 2022.*