

# Leveranceaftalen 2019

---

Nærværende leveranceaftale tager udgangspunkt den strategi VisitVestsjælland vedtog i november 2016. Den overordnede vision i strategien er at skabe muligheder for turismeerhvervet, muligheder for aktørerne for at vækste, muligheder for kommunerne for at styrke beskæftigelsen og samarbejdet på tværs af de tre kommuner.

I forlængelse af lov om erhvervsfremme, og dermed de fremtidige rammer for konsolidering af den kommunale turismefremme, er der igangsat en proces omkring konsolidering af turismeindsatsen imellem Odsherred, Kalundborg, Slagelse og Sorø Kommune. I lyset af denne proces, er den overordnede forventning i denne leveranceaftale, af VisitVestsjælland påtager sig en aktiv rolle i forbindelse med sammenlægningen af turismeindsatsen i de fire kommuner i et fælles destinationsselskab.

I forbindelse med destinationsdannelsen, ansøges den Nationale Destinationsudviklingspulje om medfinansiering til arbejdet omkring den fremtidige organisering, formulering af den fælles fremtidige strategi samt udarbejdelse af handlingsplan for eksekvering af den fælles strategi. I forbindelse med strategiarbejdet, henstiller ejerkredsen til at VisitVestsjælland afsøger mulighederne for inddragelse af FNs verdensmål i formuleringen, og at udvalgte verdensmål specifikt indtænkes i handlingsplanen.

VisitVestsjælland skal være den afgørende facilitator for at skabe sammenhængskraft på tværs af de tre ejerkommuner, at skabe en styrket fælles attraktionskraft samt at skabe en gennemslagskraft, som den enkelte aktør ikke kan opnå alene.

Med udgangspunkt i VisitVestsjællands tre strategiske spor

- kyst og natur
- kultur, historie og købstadsliv
- gastronomi og egnsunikke produkter

er det destinationsselskabets kerneopgaver

- at styrke sammenhængskraften mellem aktørerne på tværs af hele destinationen
- at understrege, synliggøre og videreudvikle destinationens stedbundne kvaliteter og værdier
- at bidrage til forretnings-, produkt- og kompetenceudvikling ude hos destinationens aktører

## Leverancer

Med udgangspunkt i VisitVestsjællands kerneopgaver, er følgende aktiviteter udvalgt som leverancereferencer for 2019:

- **Aktørinvolvering** – brobygning imellem aktører
- **Aktørkendskab** – synliggørelse af vores stedbundne værdier
- **Forretningsudvikling** – udvikling af vores aktørers forretningspotentialer, ikke mindst erhvervsturismen
- **Kommunikation** – opbygning af lokal stolthed, synliggørelse af produkter og stedbundne værdier

Aktivitet	Mål
Aktørinvolvering	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Min. 110 NETVÆRKSpartnerskaber ved udgangen af 2019 – pt 75 stk.</li> <li>• Afholdelse af min. 4 NETVÆRKSpartnermøder med deltagelse af min. 40 i gns.</li> <li>• Partnertilfredshed: Der er i januar 2019 foretaget en tilfredshedsanalyse for 2018 som danne baseline. Følgende parametre er udvalgt som målepunkter: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ "Samarbejde alt i alt": +90% (89% for 2018)</li> <li>○ "Anbefale til andre": +90% (92% for 2018)</li> <li>○ "Værdi for min virksomhed": +80% (76% for 2018)</li> </ul> </li> <li>• Min. 3 af FNs verdensmål indarbejdes i handlingsplanen for strategien for det nye destinationsselskab</li> </ul>
Aktørkendskab	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kendskab til top 20 aktører/events i vores område, lokalt og regionalt kendskab – baseline etableres primo marts 2019.</li> </ul>
Forretningsudvikling	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Udarbejdelse af procedure for samarbejde med Erhvervshuset – agerer brohoved imellem aktørerne, den kommunale erhvervsindsats og Erhvervshuset. Deadline 30. juni 2019.</li> <li>• Dataopsamling: Ansvarliggøre Erhvervshuset omkring etablering og løbende drift af kvalitativ dataopsamling fra et repræsentativt udsnit af turismeaktører i destinationen, for derigennem at have et "real time" billede af vækstudviklingen i destinationen. Deadline 1. oktober 2019.</li> <li>• Erhvervsturisme – <i>Copenhagen Countryside</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Antal af partnere ved udgangen af 2019 + 15 stk. (pt 9 partnere)</li> <li>○ Afholdelse af min. 4 partner netværksmøder</li> <li>○ Oparbejdelse af database af mødebookere - + 500 stk.</li> </ul> </li> </ul>
Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Min. 30 pressemeddelelser optaget i lokale medier</li> <li>• Min. 8 pressemeddelelser optaget i regionale medier</li> <li>• Min. 3 pressemeddelelser optaget i nationale medier</li> <li>• Udsendelse af min. 6 "branchenyhedsbreve" til min. 200 modtagere</li> <li>• Min. 10% outbound click fra vores website, ud af samlet antal unikke besøgende – 6,7% i 2018 (11.400 af 171.000)</li> </ul>