

Velkommen til første workshop om nye oplevelser i Destination Limfjorden

SOS Limfjorden
19. januar 2021



Nu da vi ikke kan mødes fysisk...

PRIMUSMOTOR



BRUG CHATTEN

Skriv kort hvem du er, hvor du kommer fra og hvor du sidder/hvordan der ser ud!
Skriv også, hvad du er optaget af lige nu....

Vores digitale opstart i dag

PRIMUSMOTOR

1. 08.45
Rullende ankomst med egen kaffekop ☺
2. 09.00
Velkomst, gennemgang af program. **Check-in** (navn, organisation, lige nu optaget af)
Formål med SOS Limfjorden og projektet
3. 09.30
Break out-session – lær hinanden bedre at kende. To og to
4. 10.45 **Bio-break**

5. 10.50 Introduktion til oplevelser ved Destination Limfjorden.
Hvad kan vi nu? Hvad ønsker vi? Hvad gør andre? Hvad er trends og tendenser, som vi skal tappe ind i? Hvad er styrkerne på destinationen? Målgrupper. V. Kristina
6. 11.15 Input fra rejsebureau, hvad skal der til, for at man kan sælge en pakke?
7. 11.40 Næste step, hvad kan I gøre nu? Hvilken hjælp kan I få? Evaluering af mødet
Næste møde og en lille hjemmeopgave...

Tiden kan variere ☺



Spilleregler i det virtuelle rum

PRIMUSMOTOR

- Vi skal se hinanden – video er tændt 😊
- Ræk hånden op, hvis du har noget på hjertet
- Sæt "mute" til, når du ikke taler
- Husk at slukke for din telefon

- Hvis du, mod forventning, må forlade mødet – vil vi gerne vide det. Besked på chatten til Malene eller Kristina





Primusmotor

PRIMUSMOTOR

Proces- og udviklingskonsulenter med speciale i turisme, oplevelsesøkonomi og fundraising



- Strategi- og projektudvikling
- Udvikling af oplevelsesprodukter
- Styrkelse af forretningen i turismevirksomheder



Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse



Formål med i dag og forløbet....

- At styrke destinationen og jer med nye produkter og/eller pakker. Foråret er en kort proces, da der skal være noget klar til sæsonen.
- Målet er 10 nye produkter/pakker
- At I lærer hinanden og destinationen bedre at kende, så I kan henvise til hinanden og styrke sammenhængskraften
- Tænk i hvordan du kan bidrage og hvad du gerne vil have med dig.



sos Limfjorden

PRIMUSMOTOR

- *Start, Overlevelse og Samarbejde i turismeerhvervet*
- Støttet af Den Danske Erhvervsfremmebestyrelse
- Et forløb for turismevirksomheder og -aktører i Destination Limfjorden
- **Mål**
 - At kickstarte turismen efter Corona
 - At stå sammen om at udvikle den samlede destination og de enkelte virksomheder
 - Udvikle produkter, der kan tiltrække besøgende

Tre aktuelle forløb, SOS Limfjorden

PRIMUSMOTOR

1. Pakker, produkter og forretningsudvikling



2. Green Limfjorden



3. Back to Business

Fælles projekt



**Destination
Himmerland**



Projekt- oversigt

Vidensdag Webinar

November 2020

VDK markedskontorer, Epinion

WEBINAR – Afsætning
(herunder outdoor-turisme og
produktudvikling)

November 2020

Teknologisk Institut og Nordic
Destination

1-til-1 sparring med erhvervskonsulenter

- Samarbejde med lokale erhvervskontorer

Kommende webinarer

- Tema: Kommunikation
(Den Digitale
Værktøjskasse)
i februar 2021

- Tema: Service i en
coronatid i april/maj
2021

Digital værktøjskasse

- Digitale kommunikationsværktøjer
- Opslagsværk
- Guides

Digital ledelseskultur (DLK)

- Markedsføringsforløb
- Krise- og forandringsledelse
- 3 måneders forløb

**Andre indsatser – f.eks.
Erhvervshus Nordjylland**

Rådgivningsbank

- Konkret rådgivning fra eksperter til specifikke behov
- 3 måneders forløb
- Virksomheden bidrager til medfinansiering gennem timer og lønsedler

Der er stadig mulighed
for at deltage

Mål:

- Opnå Green Key mærkning.
- Forbedre konkurrenceevne
- Danmarks mest bæredygtige destination

Møder:

7. Januar

21. januar kl 9-12 online

4. februar kl 9-12 online

4. marts kl 9-13 på Skarrildhus

1:1 sparring efterfølgende



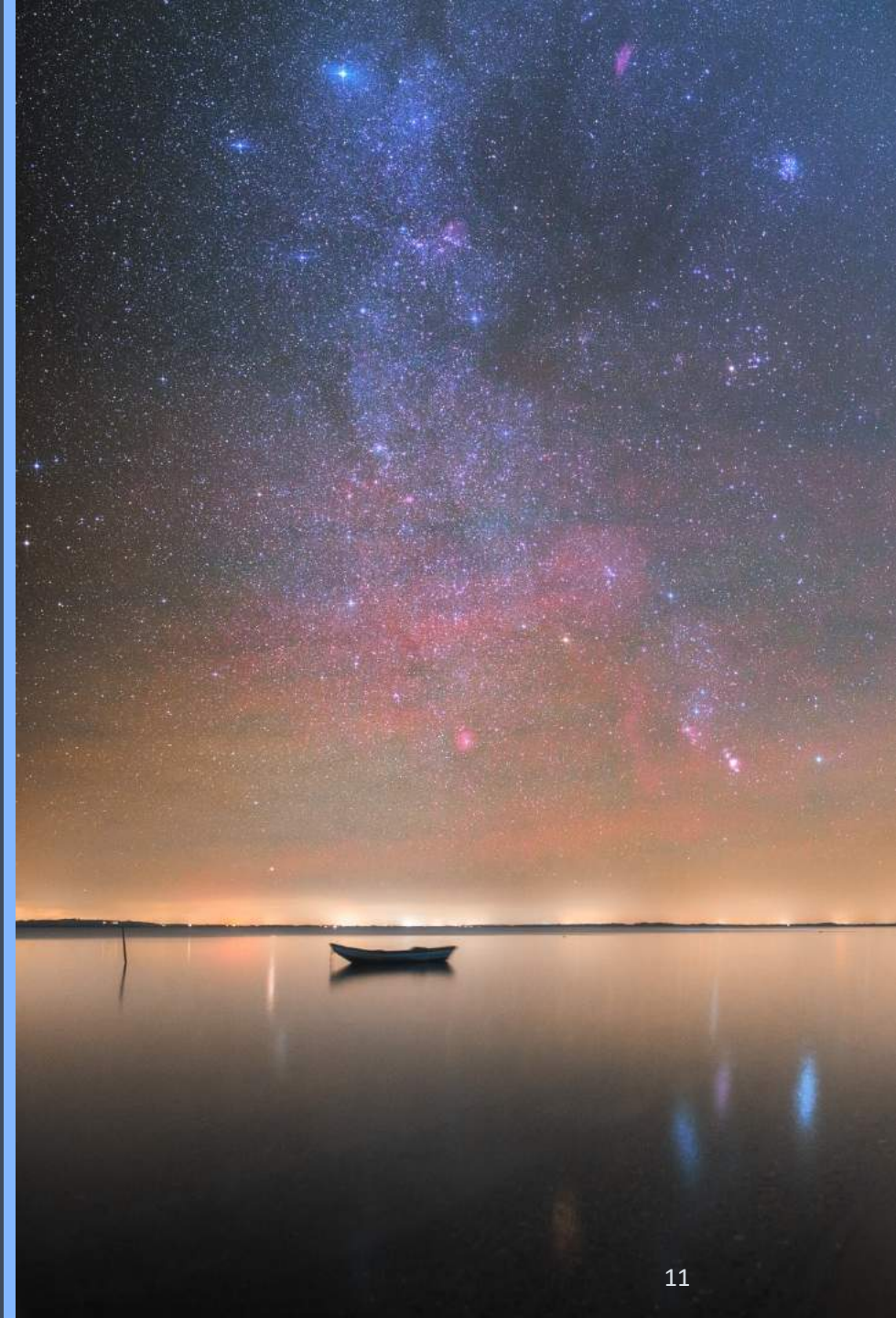
Det er “gratis”

I kan aflevere til bbim@destinationlimfjorden.dk:

- [Partnererklæring](#)
- [De minimis erklæring](#)
Værdien af statsstøtten er beregnet til 13.000 kr.
- [Timeregistreringsskema](#)
 - Afleveres efter hvert møde/hver måned.I skal bruge timer i projektet svarende til minimum 11.000 kr. (antal timer i projektet ganget med timelønnen)
- Løndokumentation
 - kopi af lønsedler for hver måned man har timer.

Info til jer:

- [Data Protection Notice](#)



Partnererklæring

Jeg bekræfter ved underskrift på denne erklæring,

at jeg tegner virksomheden¹: []

med CVR-nr. []

og p-nummer []

som ønsker at deltage i projektet: [SOS Limfjorden],

der har fået tilsagn om støtte fra de decentrale erhvervsfremmemidler bevilget af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Jeg bekræfter, at jeg:

- Er bekendt med formålet med og indholdet af projektet,
- Er bekendt med, at jeg er økonomisk partner i projektet, fordi de udgifter, jeg via deltagelsen har til fx løn eller ekstern konsulentbistand, indgår i det samlede regnskab for projektet og dermed udgør en del af grundlaget for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses medfinansiering til projektet.
- Er forpligtet til at dokumentere rigtigheden og projektrelevansen af egne afholdte og betalte udgifter til fx ekstern konsulentbistand eller løn, herunder at lønnen faktisk er betalt til den ansatte.
- Skal videregive dokumentationen til:
 - [Destination Limfjorden], som er projektets tilskudsansvarlige partner,
 - Projektets revisorHvis de anmoder om det.
- Er bekendt med Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses og projektholders behandling af mine personoplysninger, samt retsgrundlaget herfor.²

Dato: []

Navn: []

Underskrift:

Partnererklæring

1. Udfyld
2. Underskriv
3. Scan ind
4. Mail til bbim@destinationlimfjorden.dk

Spørgsmål:

Tag fat i Bo på 5194 8802 og bbim@destinationlimfjorden.dk

ERKLÆRING OM DE MINIMIS

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse

Denne erklæring skal anvendes i forbindelse med tilskud ydet som de minimis-støtte med Danmarks Erhvervsfremmebestyrelsens nationale midler. Hvis der i projektet indgår midler fra EU's strukturfonde (regionalfonden eller socialfonden), skal der anvendes en særlig erklæring.

Erklæringen udfyldes af virksomheden forud for bevillingen af støtte, når støtten anses for at udgøre statsstøtte, og hvor støtten skal ydes efter reglerne om de minimis-støtte.¹⁾

Reglerne om de minimis-støtte indebærer, at en virksomhed over en periode på 3 år kan modtage op til 200.000 EUR som de minimis-støtte. Nogle sektorer er undtaget fra at modtage de minimis-støtte. I kan få oplysninger om disse sektorer hos Erhvervsstyrelsen.²⁾

Modtageren af de minimis-støtte skal have besked om, at der er tale om de minimis-støtte fra den, der yder støtten. Før at støtten ydes, skal virksomheden også have en skriftlig meddelelse om det forventede støttebeløb. Det gør det muligt for virksomheden at afgive korrekte oplysninger om tidligere modtaget de minimis-støtte og at vurdere, om den lovligt kan modtage yderligere de minimis-støtte. Oplysningerne fra virksomheden gør det også muligt for den, der yder støtten, at kontrollere om støtteloftet på 200.000 EUR overholdes.

Når I skal opgøre beløbet, skal I tage højde for følgende:

1. den de minimis-støtte, som I skal oplyse om, er den, som jeres virksomhed har modtaget, dvs. har modtaget tilsagn om, i dette og de to foregående regnskabsår, og
2. hvis jeres virksomhed kontrolleres af en anden virksomhed eller omvendt, kan virksomhederne tilsammen modtage højst 200.000 EUR som de minimis-støtte.³⁾

Jeg/vi bekræfter ved underskrift på denne erklæring,

at jeg/vi tegner virksomheden:

virksomhedens navn

CVR- nummer

P-nummer⁴⁾

som vil komme til at modtage støtte gennem projektet:

der har fået tilskud fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelsens nationale midler.

Jeg/vi erklærer:

- i dette regnskabsår og de to foregående regnskabsår at have modtaget tilsagn om i alt:

DKK i de minimis-støtte, og

- at være bekendt med, at det ikke er lovligt at modtage mere end 200.000 EUR i de minimis-støtte inden

De Minimis Erklæring

1. Udfyld
2. Underskriv
3. Scan ind
4. Mail til bbim@destinationlimfjorden.dk

Spørgsmål:

Tag fat i Bo på 5194 8802 og bbim@destinationlimfjorden.dk

Produktudvikling/master classes

PRIMUSMOTOR

○ 19/1: Opstart:

- Hvad er udgangspunktet:
- Mål
- Jer
- Styrkerne på Destinationen
- Målgrupperne

○ Mulighed for 1:1-møde med Kristina og Malene

○ 2. februar:

- Ideudvikling og opstart af konkretisering. Gennemgang af, hvordan pakker/nye produkter skal sælges og markedsføres.

○ Temagrupper får hjælp til konkretisering

○ 23. februar – ændret:

- Pakker/produkter præsenteres internt, fokus på tekster, priser/splitpriser. Klargøring til præsentation
- Temagrupper får hjælp til tekster. Klargøring til lancering. Destination Limfjorden laver opsætning af pakker.

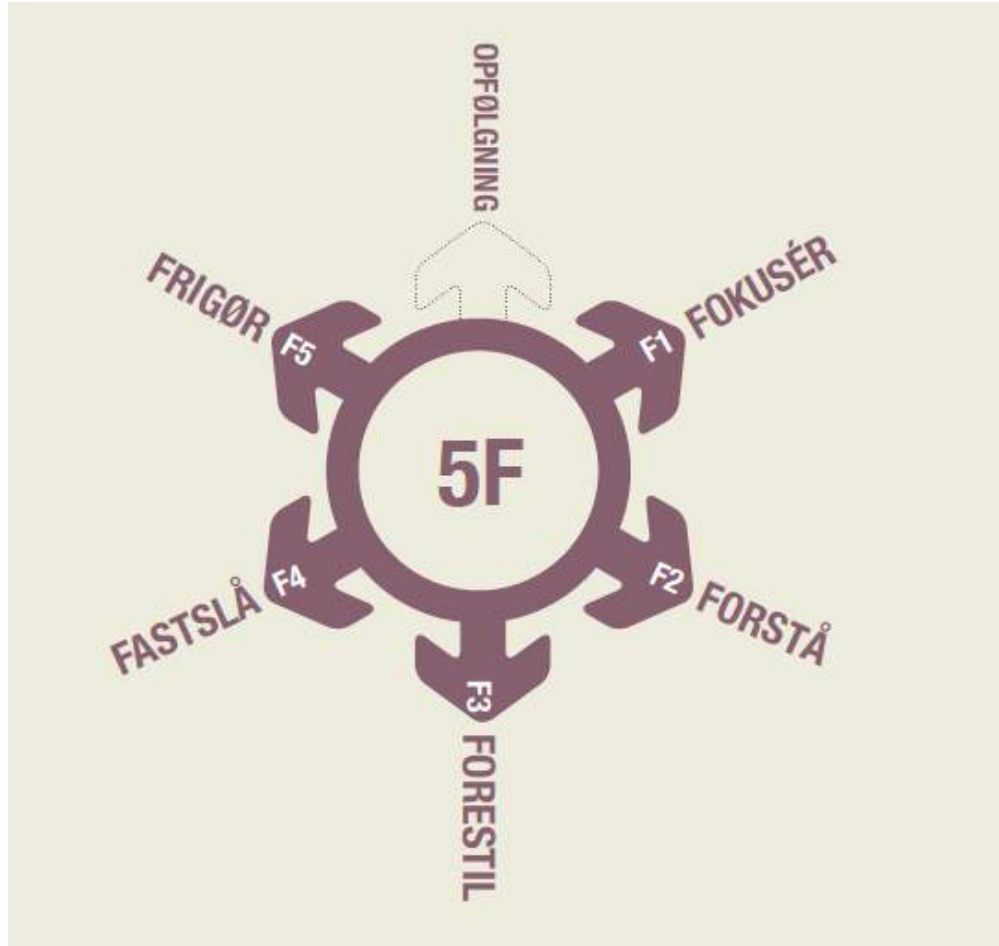
○ Marts (8.):

- Pakker/produkter præsenteres til generalforsamling.



F5-MODELLEN

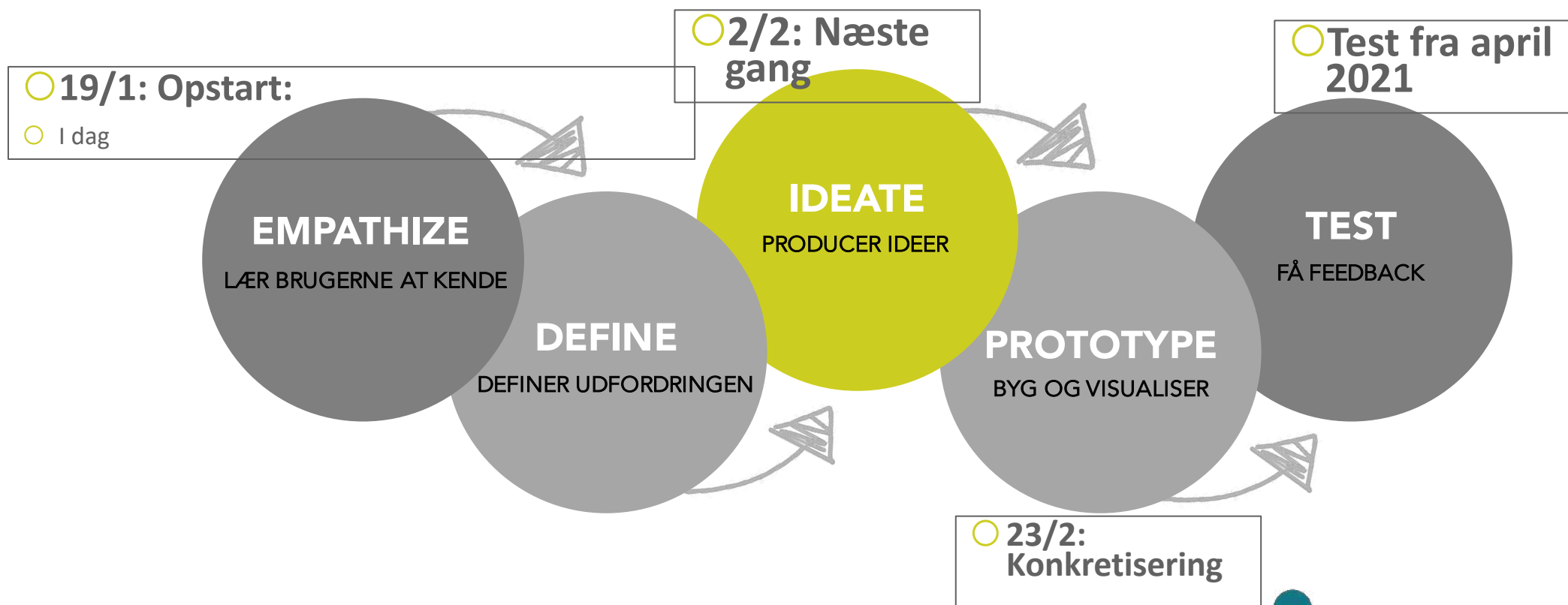
PRIMUSMOTOR



- **F1** – Hvad er målet med forløbet?
- **F2** – Hvem er jeres gæster nu og i fremtiden?
- **F3** – Hvilke nye oplevelser kan I tilbyde gæsterne?
- **F4** – Konkretisering/hvilke ideer og løsninger kan bruges?
- **F5** – Hvad skal der ske nu? Handlingsplaner for salg og markedsføring
- **F6** – Opfølgning efter sæsonen og læring til flere produkter og pakker

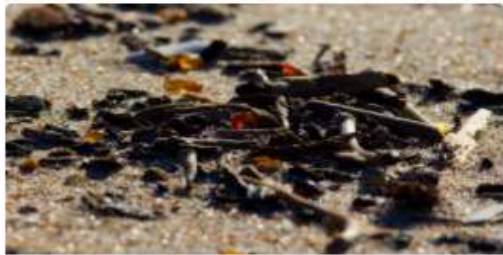
Metoden.....

PRIMUSMOTOR



Hvad taler vi om, når vi siger pakke eller produkt?

PRIMUSMOTOR



Natur

**Ravsafari med
Jyllandsakvariet**

Thyborøn

★★★★★ (12)

Fra 79.

Sejlads - Tapas/Vincruise på
Limfjorden



fra 399,00 DKK

Book

Vandkantssafari og Vandkantsbuffet
på Sallingsund Fægekro



fra 1.195,00 DKK

Book

Guidet vandretur med fokus på skaldyr
i Skaldyrhovedstaden Nykøbing M.,
inkl. et måltid muslinger (Dansk Skal...



fra 350,00 DKK

Book

I den bedste verden: En oplevelse ud over det sædvanlige (Hvor I bruger jeres styrker på destinationen). Den foregår gerne i skulder- eller lavsæsonen = **En oplevelse som gæsten husker og som kan give jer en god indtjening!**

Eksempler på pakker/produkter

PRIMUSMOTOR

Take Away

Aften Take-Away

Torsdag – søndag kl. 17.00 – 20.00

Bestil på 31 70 94 62

Rimmet laks

Røgeost creme – Smilende æg – Grønt

85,-

Rørt Tatar

Pommes – Aioli – Salat

165,-

Dampede Muslinger

Fritter – Urter – Aioli

135,-

Confiteret Andelår

Kartoffelkompot – Rodfrugt crudité

165,-

Dagens fisk

Kartoffelkompot – Basquaes

235,-

Ud i det Blå og møde kunsten

KUNSTHAL CHARLOTTENBORG LANCERER CYKELRUTE TIL KUNSTOPLEVELSER I SAMARBEJDE MED ROSKILDE KOMMUNE OG MUSEET FOR SAMTIDSKUNST

Kunsthall Charlottenborg lancerer landsdækkende BIKE ART: kuraterede cykelruter til offentlige kunstværker af samtidskunstnere i hele landet. I dag lanceres den nye cykelrute i Roskilde kurateret af Roskilde Kommune og Museet for Samtidskunst. Her kan man opleve kunst fra cyklen og få fornøjelsen af et lysende kraftvarmeværk, en hyldest til Roskilde bysbarn Lise Nørgaard, en 800 kilo tung gigant-skulptur.

 Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse

Kunstnere instruerer

do it
((home))

 Destination
Limfjorden

Eksempler på oplevelsespakker, Hærvejen

PRIMUSMOTOR



Poll

○ Hvad giver dig lyst til at være med i et projekt?



Poll-svarmuligheder

PRIMUSMOTOR

- 1. Jeg vil gerne have nye værktøjer
- 2. Jeg vil gerne møde nye kolleger på destinationen
- 3. Jeg vil gerne bidrage med min viden
- 4. Jeg vil gerne have redskaber til at udvikle produkter
- 5. Jeg er nysgerrig
- 6. Jeg har meget at bidrage med
- 7. God kommunikation
- 6. Andet

Lær en makker at kende-runden (i grupper á to og to)

PRIMUSMOTOR

15 minutter + 15 min. opsamling

HUSK at lytte – du skal præsentere din makker 😊



Break-out-session, Interview, to og to

PRIMUSMOTOR

1. Dig og det sted du
kommer fra



En god case, som andre kan
lære af



Inspiration til nye
oplevelser



Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse



Interview to og to. 15 min. i alt. Husk at skrive ned

PRIMUSMOTOR

- Kort om dig og din virksomhed
- Hvad brænder du for i dit arbejde?
- Hvilken forskel gør I for gæsterne?

- Nævn en god og konkret case, hvor I har udviklet et nyt produkt/en ny oplevelse/en ny ret/en måde at servicere på. Hvad skete der helt konkret?
- Hvilken konkret forskel gjorde I for gæsterne?
- Hvad har du lært af det til en anden gang?

- Hvordan påvirker Coronapandemien din virksomhed?
- Har du på baggrund af Corona overvejet nye produkter, fx Take Away eller naturoplevelser?

- Fortæl om en butik, restaurant, museumsoplevelse aktivitet, der har givet dig en WOW-oplevelse. Hvad var det helt særlige? Kan vi overføre det til nye oplevelser ved Limfjorden?



Interviewopsamling

PRIMUSMOTOR

- Opsamling fra breakout room





PRIMUSMOTOR

PRIMUSMOTOR

LAD OS TAGE EN LILLE KAFFEPAUSE/BIO-BREAK 😊





Destination Limfjordens strategi, STYRKER, målgrupper, mål + trends og tendenser

Strategiske fokusområder

- Strategisk fokus på:

Fælles markedsføring, produkt-, aktør-, og destinationsudvikling samt gæsteservice i de tre kommuner Skive, Morsø og Struer.

Mål: at synliggøre Limfjorden som en attraktiv feriedestination i endnu højere grad, sætte konkrete initiativer i værk, støtte lokale turismevirksomheder med vækstsmål samt sørge for opdateret viden og analyser vedrørende turismeerhvervet

Skabe flere arbejdspladser indenfor turisme i samspil med eksisterende og omkringliggende turismeinitiativer.

Målgrupper: "Det gode liv" og børnefamilier

Målgrupper

“Det gode liv” og børnefamilier

Formål at øge kendskabet til Destination Limfjorden som turistdestination og skabe øget interesse for at besøge destinationen – både til dagsture og flere dages besøg med overnatning.

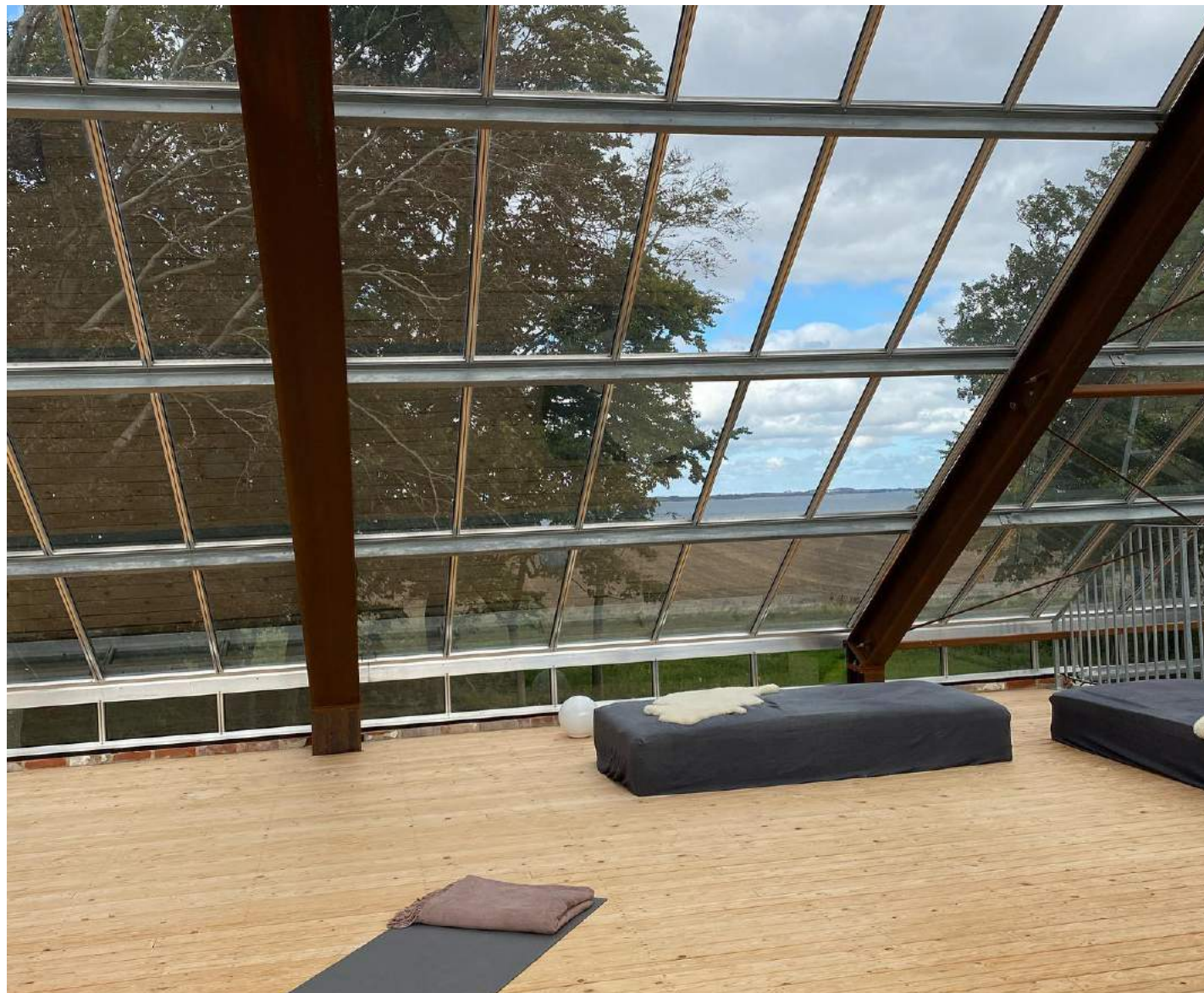
Målgruppen for de brandingaktiviteter er danske turister.

Aktiviteter målrettet udenlandske markeder håndteres via Visit Denmark.

Der arbejdes med tematiske målgrupper snarere end med aldersgrupper.

Kommunikationsaktiviteterne rettes mod en eller flere af disse danske målgrupper:

- **Børnefamilier**
- **Vandrere og andre outdoor-interesserede** (“light” eller “hardcore”)
- **Livsnydere** – som sætter pris på god mad, slow living, etc.
- **Sejlere**



MARKEDSFØRING

Turismeerhvervet

- Koordinering med Destination Limfjordens projektteam ifm. produktioner (kampagnesider, fotoshots, videooptagelser, pressebesøg, analyseprojekter, etc.)
- Deltagelse i netværksforum



Destination Limfjorden

- Ansvarlig for planlægning, eksekvering og evaluering af alle aktiviteter
- Koordinering med erhvervet ifm. produktioner (kampagnesider, fotoshots, videooptagelser, pressebesøg, analyseprojekter, etc.)
- Ansvarlig for drift af platforme (website, SoMe kanaler og billed-/videodatabase)
- Ansvarlig for budgetstyring og afrapportering
- Ansvarlig for afholdelse af arrangementer i netværksforummet

Bekymringer og forbehold

Corona påvirker rigtig mange danskernes ferievalg

For **37%** af de, der forventer at holde ferie i DK, har corona indflydelse på overvejelser om valg i forbindelse med ferien

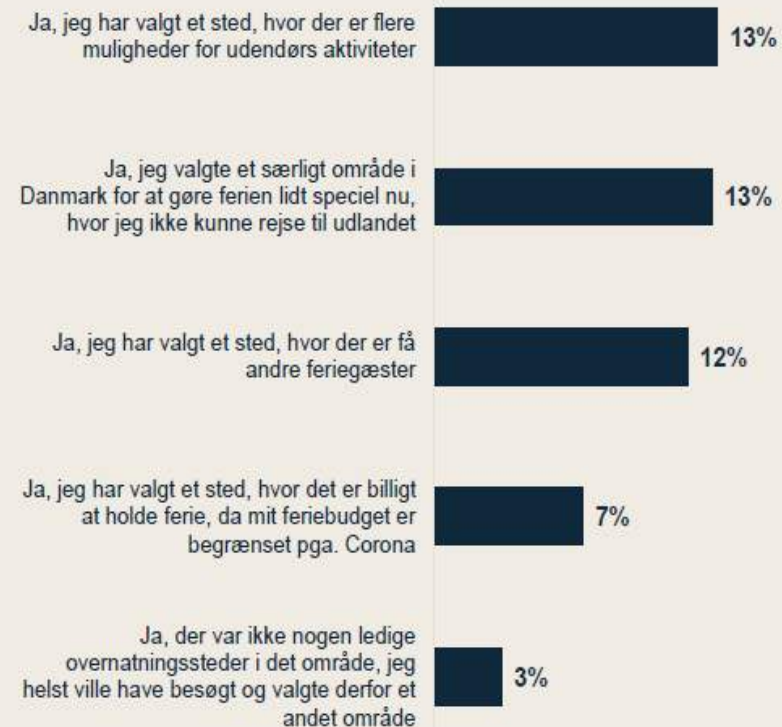


11

(n=792). Kun blandt dem, der forventer at holde ferie i Danmark.

Har Corona en indflydelse på, hvor du har valgt eller overvejer at holde din ferie? Vælg alle de udsagn, der passer.

(n=789). Kun blandt dem, der vil holde ferie i Danmark



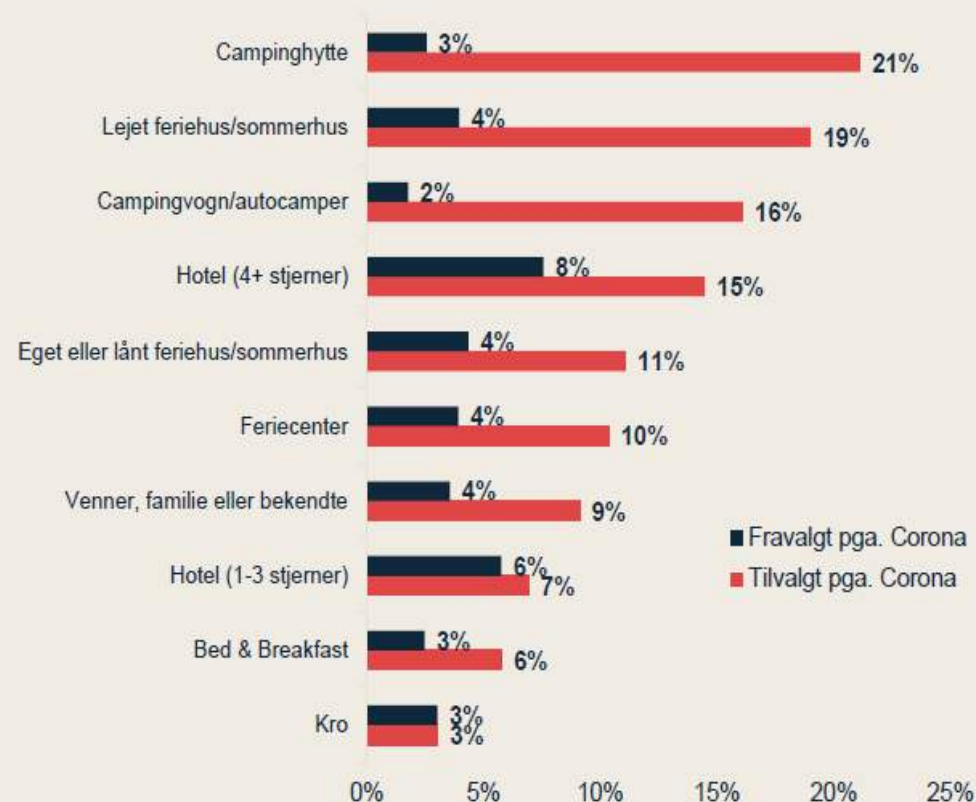
Danskerne søger mod overnatningsformer, hvor de ikke skal dele med andre

Der er *betydelige* ændringer i forhold til normalen i de overnatningstilbud danskerne vælger

12

Tilvalg (n=51-211). Kun blandt dem, der har valgt en forventet overnatningsform
Fravalg (n=581-741). Kun blandt dem, der ikke har valgt overnatningsformene

Er der nogle overnatningsformer, som du ville/ikke ville have valgt under normale omstændigheder, men som du netop har fravalgt/valgt i år pga. Corona?



Der er stor forskel på, på trygge danskerne er ved forskellige typer af oplevelsestilbud



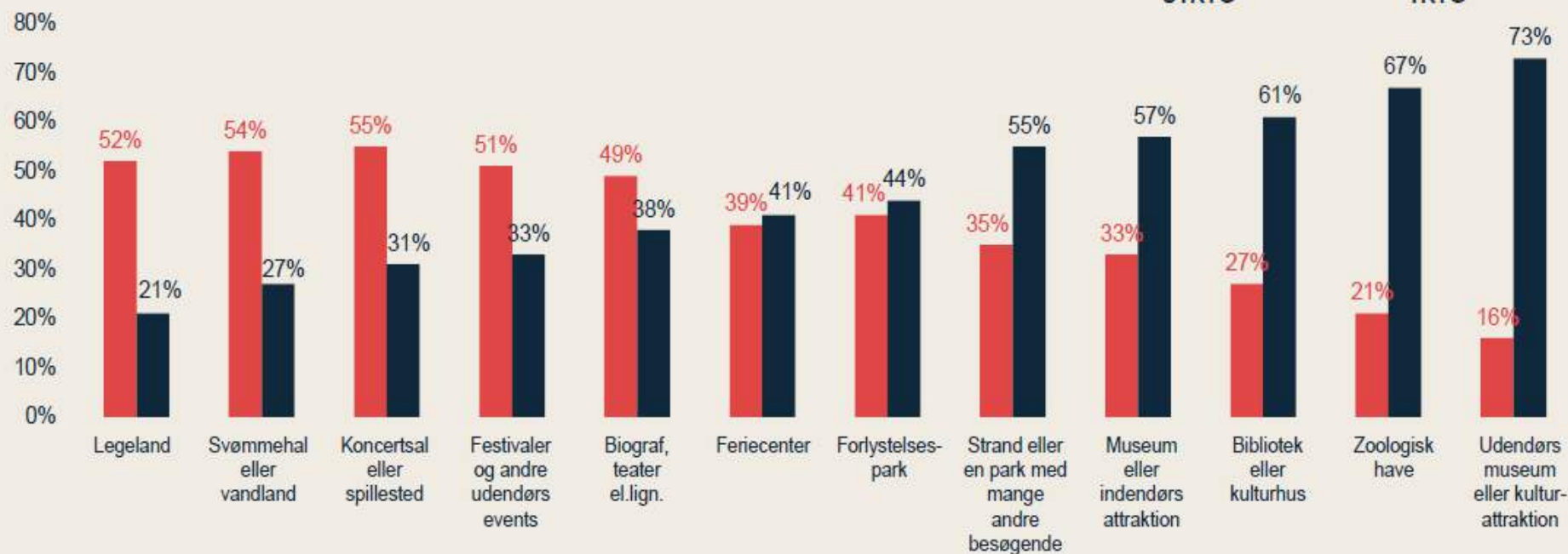
Hvor tryg eller utryg ville du være ved at besøge nedenstående steder ift. Corona-smittefare, forudsat at de overholdt myndighedernes restriktioner og retningslinjer?



Helt eller delvist
UTRYG



Helt eller forholdsvis
TRYG



Bæredygtighed

Har corona-krisen haft en påvirkning på danskernes følelser og holdninger til miljø og bæredygtighed?

52%

af danskerne svarer at corona-krisen har gjort dem opmærksomme på, at vi skal passe bedre på hinanden og vores klode



36%

af danskerne vil holde ferie på stort set samme måde som før corona-krisen



- 
- A person is fishing in a fjord at sunset. The water is calm, reflecting the orange and yellow sky. A forested hillside is visible on the left. The person is standing in the water, holding a fishing rod.
- UNIKKE STYRKEPOSITIONER:
 - Limfjordens oplevelser på, i og ved Fjorden
 - Limfjordens mad og gastronomi
 - Limfjordens kultur og natur

Grundproduktet

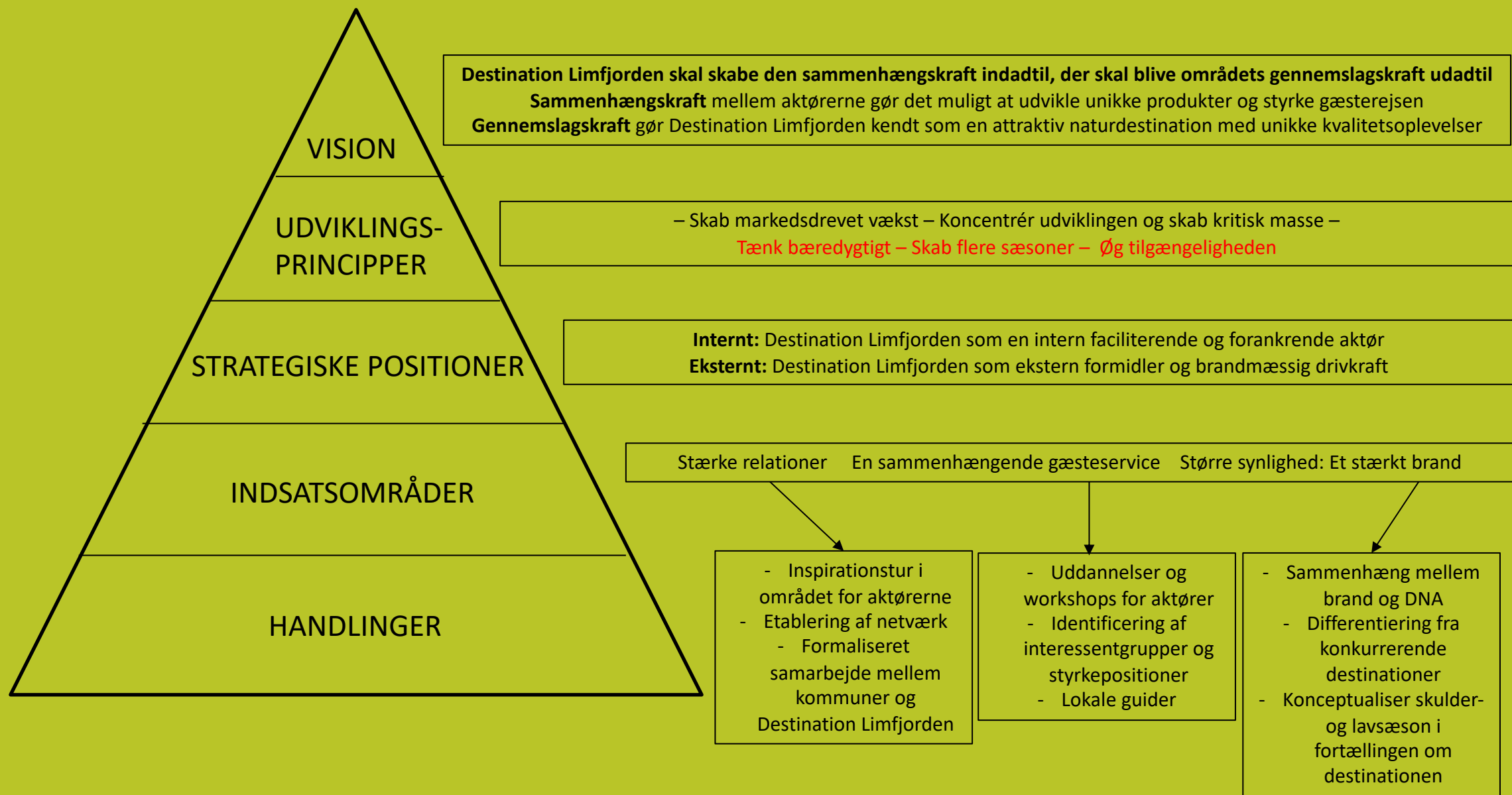
- Autentiske oplevelser
- Infrastruktur
- Wayfinding
- Videreudvikling af styrkepositionerne
- Sammenhængen på tværs
- Potentiale udvikling: certificering af stisystemer, sammenhængende havneprodukt
- Produktudvikling på tværs

Vigtige input fra nogle af jeres kolleger



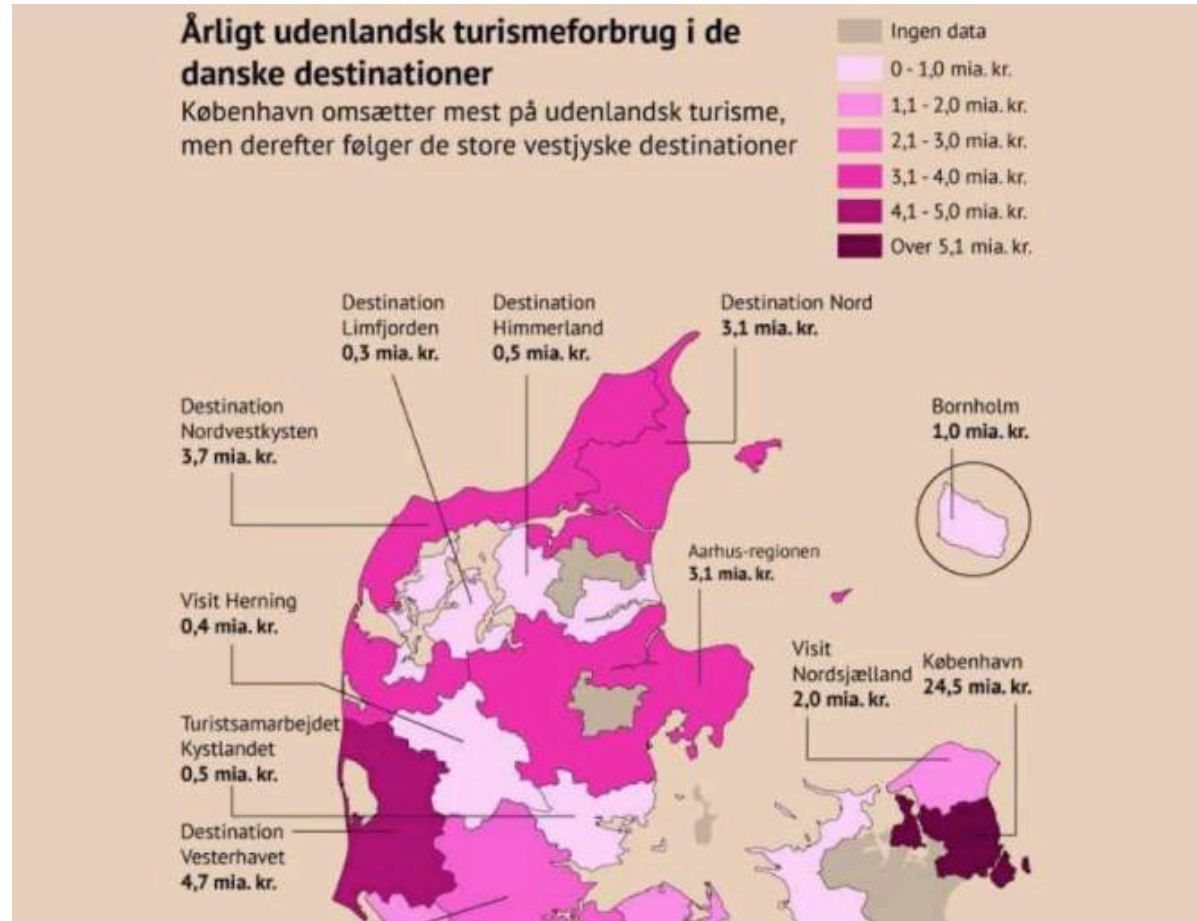
<https://youtu.be/n8my7Qj3E0I>

DESTINATION LIMFJORDENS STRATEGI



Vi har meget mere potentiale...

PRIMUSMOTOR



Hvad siger rejsebureauet, der skal sælge oplevelserne?

PRIMUSMOTOR

- Hvad er Topas Rejser for en størrelse?
- Hvilke trends ser vi - også som følge af Corona, fx at vi som danskere også søger nogle af de aktive oplevelser vi kan få i udlandet
- Eksempler på nogle af jeres produkter
- Hvad er det I kigger på, når I skal have nye produkter på hylden?
- (Fx bagagetransport, at man kan få en madpakke med etc.)
- Hvis du skulle give et bud på, hvordan man kan tænke en super attraktiv pakke i Danmark, der indeholder "andet" end vandring eller cykling - og måske noget med Limfjorden og skaldyr - hvad skulle det så være?

VELKOMMEN TIL PETER KNUDSEN

Destination Limfjorden, en uopdaget skattekiste

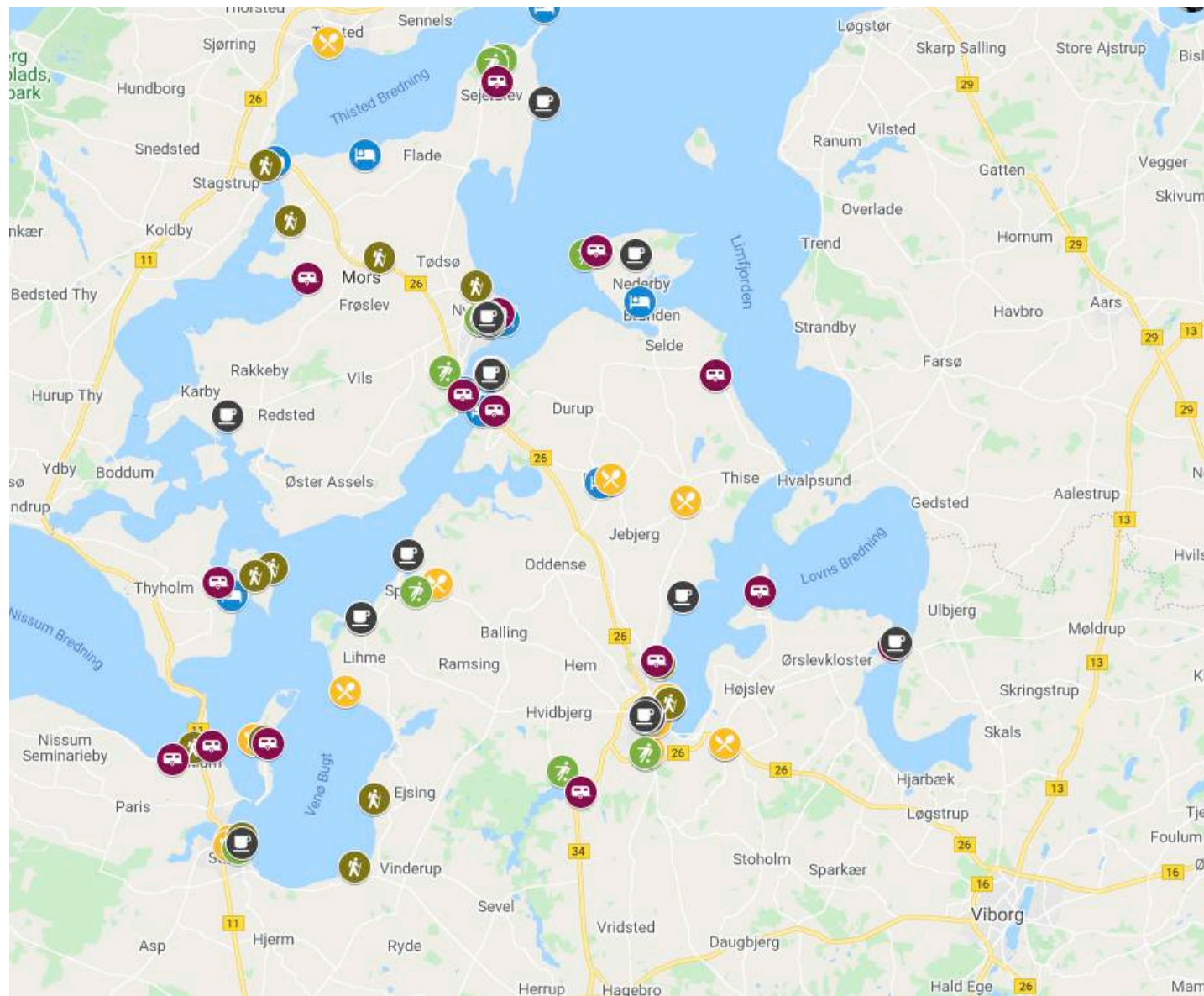
PRIMUSMOTOR

VIL VI GERNE HAVE JERES SKATTE...

Interaktivt kort med overblik over
turistattraktioner i Limfjorden

Tilgå via nedenstående link eller lav dit eget

https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=10eY-Xwz18MxqUQLLhkeGbyOFV_Y4gmX4&usp=sharing



Skattekisten til nye oplevelser

Virksomhedsnavn:

Dit navn og titel:

Hvilken kommune er I fra?

PRIMUSMOTOR

Hvem er vores
gæster/målgrupper?

Hvad er det særlige ved
jeres sted? (vær gerne
helt specifik)

Hvilke oplevelser
drømmer jeg om at
tilbyde til mine gæster?

Hvem vil jeg gerne
handle med/udvikle
oplevelser med? Hvilke
kompetencer er der
brug for?

Hjemmeopgave til næste gang...

PRIMUSMOTOR

Tænk over 1 ting, som du selv kan tilbyde, lige når Coronaen er overstået

Tænk over 1 ting, som du kan gøre med det samme – fx take away eller oplevelser i det fri

Lav et lille kort over området med en radius på ca. 10 km. Hvilke attraktive muligheder kunne du knytte dit produkt op til?



Picnic with Bubbles

Vi tilbyder lækre luksus picnic kurve, som man kan tage med ud og nyde i den skønne natur på en af de mange bænke omkring kroen. Gå en tur på naturstien omkring Møllesøen, på junglestien eller hjertestien, og afhent kurvene når I har samlet appetit til at nyde disse lækre specialiteter. En sjov detalje er, at kurvene er indkøbt i Anglongving Village, en lille landsby i det nordlige Cambodia, hvor de er flettet på stedet.

I tilfælde af, at vejrguderne ikke viser sig fra deres bedste side, kan man sidde i ly under BaoBab træet (hvor der er plads til op til 24 personer) eller i kroens Toguna, hvor der også er et par hængekøjer til en efterfølgende slapper, imens man lytter til fuglesang. Læs mere om både Togunaen og BaoBab træet [her](#).

Picnic kurven består af:

Wrap med hjemmerøget laks og grønt tilbehør. Små frikadeller på spyd med cherrytomater. Marineret kartoffelsalat med friske krydderurter. Pizza snegle. Hjemmebagt rugbrød og flutes. Hjemmebagt kage og frugt. Incl. i prisen er en lille flaske mousserende vin samt kildevand. (øl og vand kan til købes).

En anderledes oplevelse for dem der elsker naturen ...

Luksus picnic kurv (bestilles til min. 2 personer)

Pris pr. pers. kr. 148,-

Fælles base: Send gerne skemaerne til Bo

PRIMUSMOTOR

Vi samler
skemaerne/Skattekisterne og
sender til jer

Praktisk info fra Bo omkring
skemaer og underskrifter m.v.



Bo Bredal Immersen

Projektkonsulent

E-mail

bbim@destinationlimfjorden.dk

Telefon

Mobil: +45 5194 8802

Tak for nu....Chat....

PRIMUSMOTOR

- Hvad tager du med dig fra mødet i dag?
- Fik du det udbytte i dag, som du besluttede dig for i morges?




Vi ses igen lige om lidt – den 2. februar 2021 😊
Tjek hjemmesiden for andre gode tiltag, fx Green Limfjorden den 21. januar.

Vi sender jer et link til at booke 1:1 møder á 1 times varighed med Kristina og Malene

PRIMUSMOTOR

 [primus-motor.com](https://www.primus-motor.com)

 hello@primusmotor.com

 +45 82 30 70 00

CVR NR. 30 90 15 92

 www.linkedin.com/company/primusmotoraps/

 www.facebook.com/PrimusMotorApS

Malene Stub Selmer