



Velkommen til masterclass 2 *Nye oplevelser i Destination Limfjorden*

SOS Limfjorden
2. februar 2021



Chat

Fortæl kort om:

- Hvem du er
- Hvor du kommer fra
- Den vigtigste ting, som du har lavet siden sidst
- Hvilke omgivelser sidder du i?



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

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





PRIMUSMOTOR

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

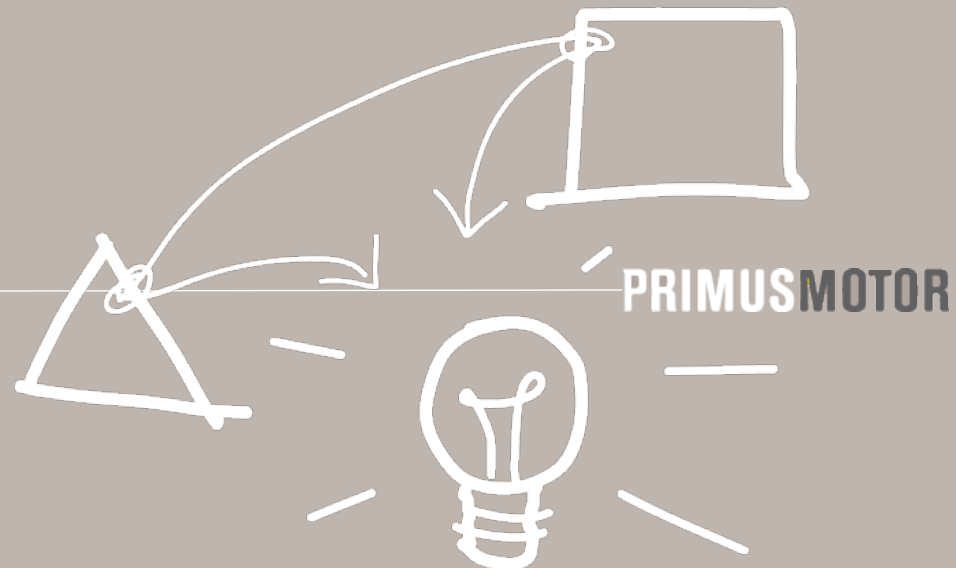
- Strategi- og projektudvikling
- Udvikling af oplevelsesprodukter
- Styrkelse af forretningen i turismevirksomheder



Dagens program

1. 08.45
Rullende ankomst med egen kaffekop 😊
2. 09.00
Velkomst, gennemgang af program.
Check-in. Siden sidst og Skattekisten
3.
Grøn zone: Idéfase og idégenerering
4. **Bio-break**
5. Input fra GoTour. Hvilke krav er der til en pakke og hvordan fungerer systemet?
6. Break out-session opdelt i de tre kommuner. Lyserød zone. Opsamling på skattekister og samarbejde om pakker
7. Præsentation af jeres idéer
8. Næste step, hvad kan I gøre nu? Hvilken hjælp kan I få? Evaluering af mødet
Næste møde og en lille hjemmeopgave...

IDEREJSEN



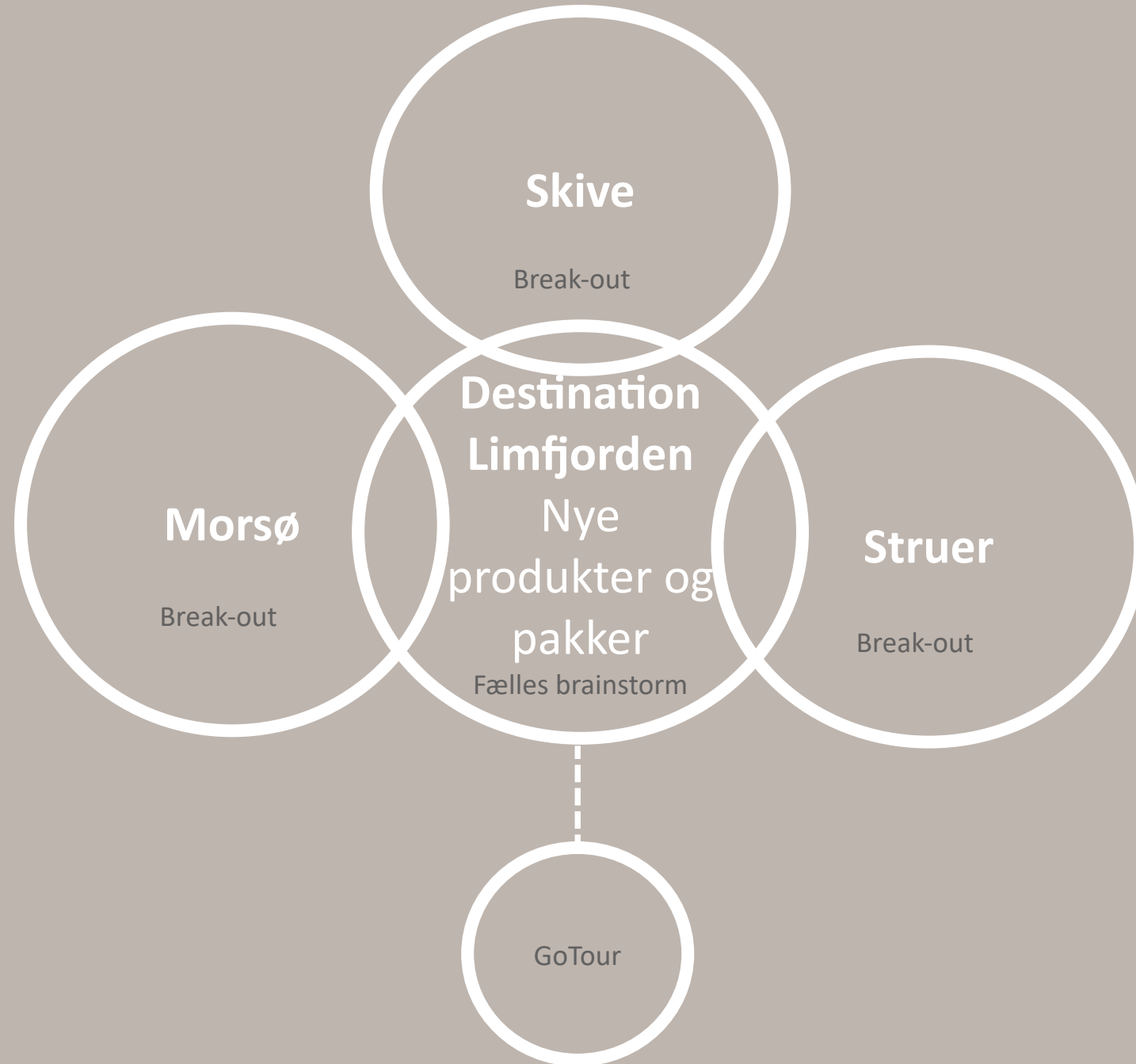
Indlevelse

Åbne

Ordne

Lukke

I dag



Vores mål for i formiddag

PRIMUSMOTOR

- At komme videre med oplevelsesudviklingen med udgangspunkt i arbejdet på masterclass 1
- At starte udviklingen af oplevelsesprodukter/pakker
- At arbejde med at se muligheder i egen forretning og potentielle partnerskaber
- At lære hinanden bedre at kende – måske er der basis for flere fælles oplevelsesprodukter

TÆNK OVER, HVAD DU GERNE VIL TAGE MED DIG....

Hvad kan I tage med fra skærmen i dag? 😊

PRIMUSMOTOR



- Skitsen til et nytænkende oplevelseskoncept
- Ideer til mersalg og gensalg
- Inspiration til at arbejde videre med oplevelsesudvikling
- Kendskab til andre aktører på destinationen

Masterclass 1 – Det strategiske fundament
Jer og jeres virksomheder/attraktioner
SKATTEKISTEN

Masterclass 2 – Skitser til
oplevelseskoncepter

Sparring

Masterclass 3 – Beskrivelser og
prissætning (23. februar)

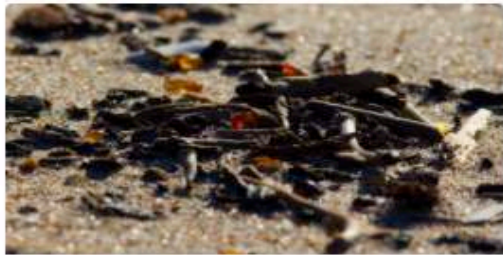
Færdige
oplevelses-
koncepter

Præsentation til marts

Test og opfølgning til
efteråret

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...



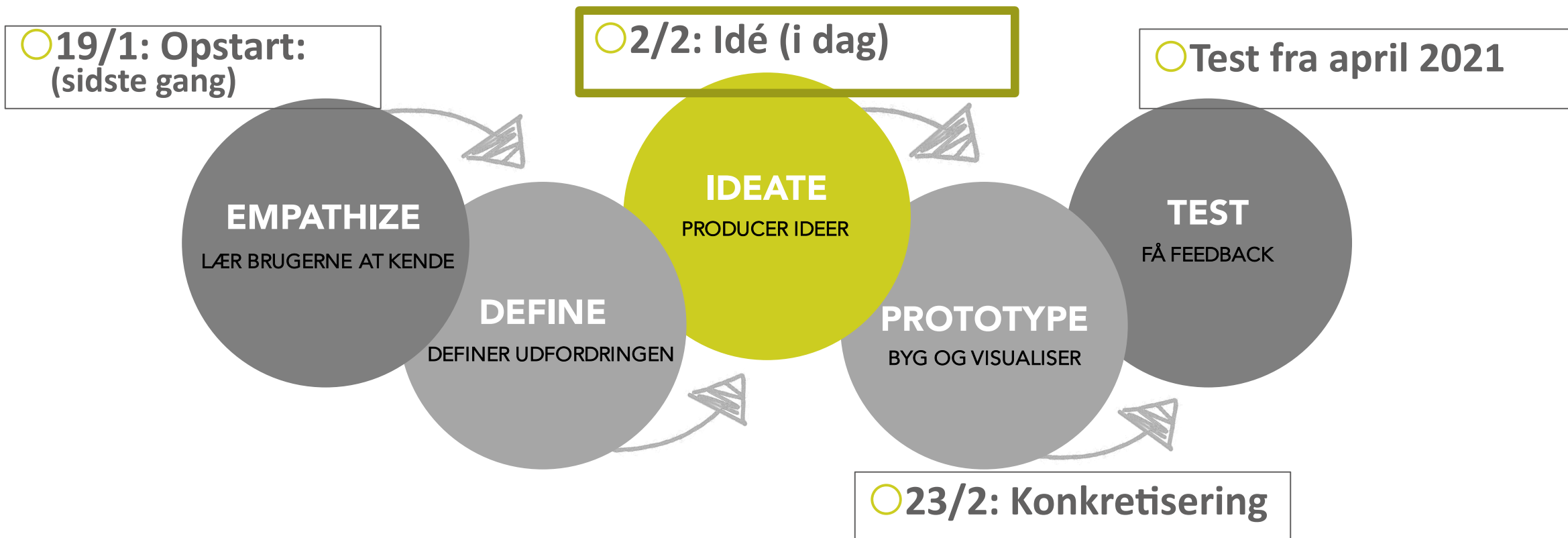
fra 350,00 DKK

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!**

Metoden.....

PRIMUSMOTOR



Afstemning: Hvad fik I ud af hjemmeopgaven?

1. Jeg har tænkt over en ny ting, som jeg vil tilbyde, når coronaen er ovre
2. Jeg er blevet inspireret til at tage fat i nye samarbejdspartnere
3. Jeg fik en AHA-oplevelse, da jeg læste skattekisten

1. Hvad har du/I fået ud af hjemmeopgaven? (Multiple Choice)

Jeg har tænkt over en ny ting, som jeg vil tilbyde, når coronaen er ovre (9/18) 50%



Jeg er blevet inspireret til at tage fat i nye samarbejdspartnere (17/18) 94%



Jeg fik en AHA-oplevelse, da jeg læste skattekisten (7/18) 39%



Andet (Skriv i chatten) (1/18) 6%



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 Erhvervsfremmebestyrelses 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 Erhvervsfremmebestyrelses 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



Hvad var det nu det var?

Destination Limfjordens strategi, STYRKER og målgrupper

Strategiske fokusområder og målgrupper

- **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



Hanne (64), Jens (62) Borg

Drømmer om...

Et ekstra livsbekræftende afbræk fra hverdagen, hvor de kan hygge sig sammen med gode, lokale råvarer og vin, naturudflugter, og nye bekendtskaber.

Den optimale ferie:

Når Hanne og Jens ikke er på sommerferie i Spanien, nyder de at tage en uges kystferie i Danmark i efteråret. Hygge, god mad og vin, naturudflugter og nye bekendtskaber er nøgleordene for parrets perfekte ferie i Danmark.

Et feriehus tæt på både vand og by, er den prioriterede overnatningsform. På den måde kan parret både tage på gåture langs vandkanten, hvor Hanne kan samle rav, og Jens tage billeder af kysten. Og så er der ikke langt ind til byen, hvor parret nogle aftener spiser en god frokost eller middag. Både Hanne og Jens er meget livlige og festlige personligheder, og elsker at møde nye mennesker. Derfor tager de sommetider på bar inde i byen, hvor de ofte falder i snak med andre par som også er på ferie.

Hanne mangler ikke noget, men kan alligevel godt lide at lade sig inspirere af de lokale butikker, hvorfor nogle af eftermiddagene går med at "lure" i disse.

Motivation og behov:

Da Hanne og Jens er vant til at rejse i udlandet, er det især fokuset på de danske værdier, som tiltrækker parret når de skal holde en ekstra ferie i Danmark.

Det er derfor vigtigt, at feriens rammer består af den smukke danske natur – og især strand, kyst og hav. Derudover har muligheden for at kunne nyde lokale råvarer, stor indflydelse på Hanne og Jens' valg af feriedestination i Danmark.

Et dynamisk byliv, hvor der er mulighed for at møde nye mennesker, er også en væsentlig motivationsfaktor når parret skal beslutte hvor i Danmark ferien skal afholdes.

Grundet parrets ønske om at have mulighed for både at spise ude, tage på bar, og kunne gå ture ved vandet, har de behov for at feriehuset ikke ligger længere væk end rimelig gåafstand.

Muligheden for at kunne besøge kulturhistoriske seværdigheder i nærheden, er en yderligere motivationsfaktor i forhold til valget af feriedestination.



Familien Andersen

Louise (35), Søren (35), Laura (8),
Lucas (5)

Drømmer om...

En jordnær ferie med fokus på danske og familiære værdier.

Den optimale ferie:

Er for familien Andersen 1,5 uges familieferie, hvor de opholder sig i en hyggelig familiehytte på en campingplads i Skagen.

Her står hygge, afslapning og kvalitetstid med hinanden øverst på ferielisten.

Familiens hverdag er normalt meget hektisk, hvorfor det at geare helt ned i tempo og nyde livet, nuet og hinanden hører til sjældenhederne, og derfor skal dyrkes fuldt ud i ferien.

Campingpladsen er en god løsning for familien, da Laura og Lucas er livlige børn og nyder at lege med alle de andre børn på campingpladsen.

Også Louise og Søren kan lide at der er mulighed for at falde i snak med nogle andre mennesker, som de kan nyde et glas rødvin med når børnene er lagt i seng.

Familieudflugter til stranden og i naturen er desuden prioriteret. Børnene nyder at gå på jagt efter dyr, hvorefter Søren entusiastisk belærer børnene om dyrenes anatomi.

Motivation og behov:

Det er meget afgørende for familien, at feriestedet har rolige og trygge omgivelser. På den måde kan Louise og Søren med god samvittighed læne sig tilbage, og have tillid til, at børnene kan lege frit på campingpladsen uden at skulle overvåges konstant.

Familien motiveres af en campingplads, som kan tilbyde rene og pæne faciliteter – det skal ikke være *for* primitivt.

Desuden er det væsentligt, at der er mange børnevenlige aktivitetsmuligheder – både på selve campingpladsen, men også i feriestedets nærområde. Skulle det danske sommervejr blive gråt og vådt, er det motiverende med muligheder for at tage i eksempelvis badeland.

Familien Andersen stiller desuden krav til feriedestinationen om, at hav, kyst og grøn natur er indenfor rimelig rækkevidde.

INSPIRATIONSOPLÆG – turismetrends

PRIMUSMOTOR

Og...helt nye trends som følge af Corona, fx actionferier med teenagere, flere oplevelser i naturen etc.

Cykelturisme

Slow tourism

Bæredygtig turisme

EN GREN AF OUTDOOR: CYKELTURISME

Hver 5. turist i DK er en cykelturist – 1.7 millioner cykelturister årligt

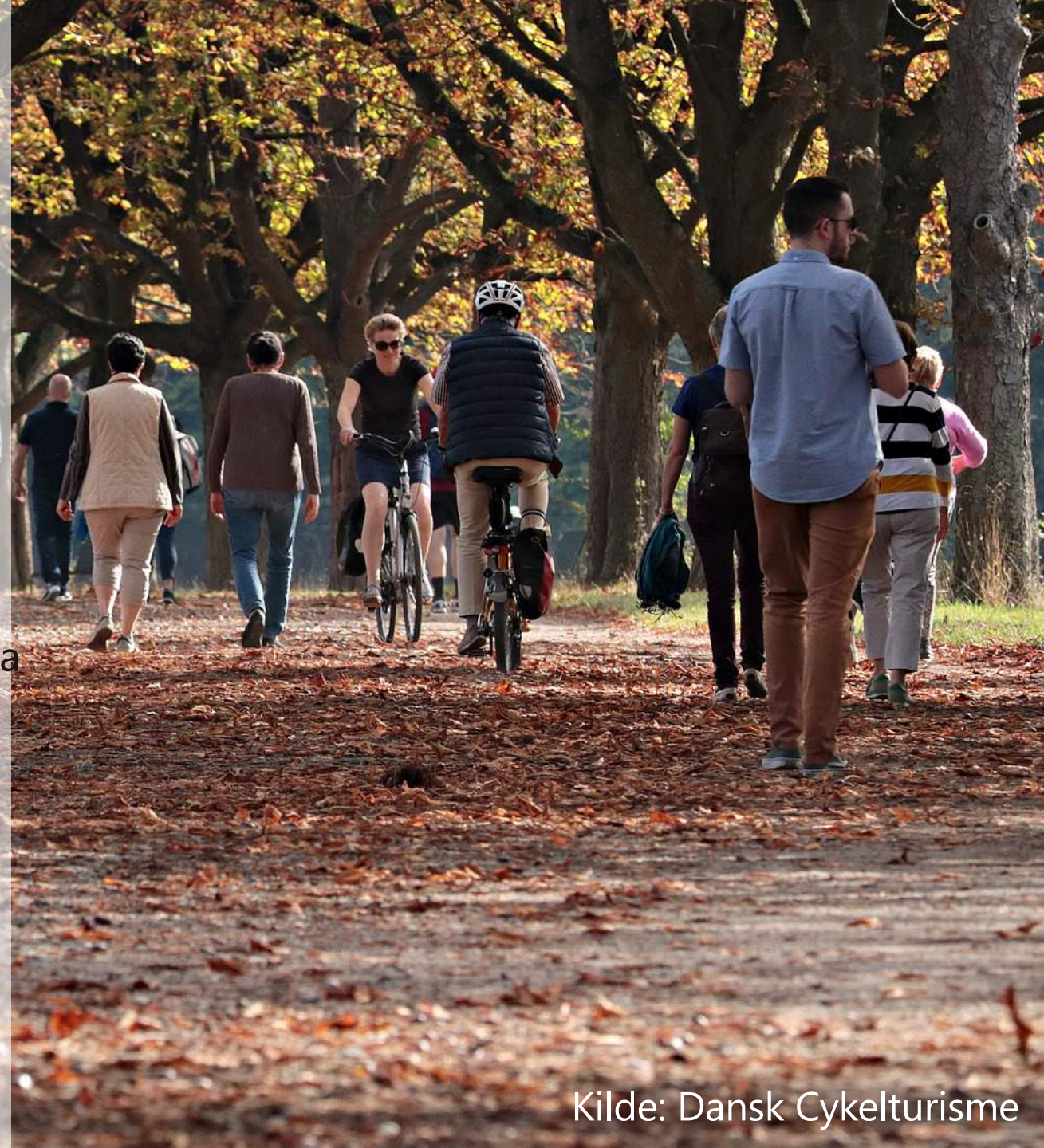
Omsætning på 7.8 mia. kroner

40 % danskere, 40 % tyskere, resten kommer især fra Norge, Sverige og Holland

Adresserer tre af vores store udfordringer: Klima, trængsel og fedme-epidemi

”Når vi ser på cykelruter og faciliteter og sammenligner os med andre lande i Europa, viser det sig, at vi er et u-land.”

Direktør for Friluftsrådet



Kilde: Dansk Cykelturisme

SLOW TOURISM

PRIMUSMOTOR

- Rejse kortere afstande, langsommere transportmåder, bruge mere tid ét sted, rejse tæt på hjemmet
- Modgift mod stigende hastighed i et globalt samfund
- Forskellig motivation: Økonomiske, miljømæssige eller særlig interesse i at rejse med et bestemt transportmiddel
- Mindset: Rejsen er en del af oplevelsen
- Komme i kontakt med lokale og give noget igen
- Spise lokal mad for at komme i forbindelse med kulturen



Limfjordsbussen: Nykøbing Mors, Fur og Glyngøre

BÆREDYGTIG TURISME

PRIMUSMOTOR

Bæredygtig turisme er et højaktuelt emne, som bliver definerende for fremtidens turismeudvikling. Bliver inkluderet i den nationale strategi for turisme.

Bæredygtig turisme relateres især til klimaudfordringer og CO2-udslip

- Undgå flyrejser
- Dyrke bæredygtige aktiviteter på destinationen (fx vandring og cykling).
- Økologiske fødevarer
- Lokalt fokus på genanvendelse

Bæredygtig rejseadfærd kan også være at blive hjemme!

Bæredygtighed er sjældent udslagsgivende som rejsemotiv. Parametre som 'afslapning og rekreation' samt 'værdi for pengene' er derimod udslagsgivende.

Især kvinder, unge og veluddannede prioriterer bæredygtighed

SAMARBEJDE



Nødvendigt at samarbejde tættere i branchen

Skabe digital innovation, sammenhæng i værdikæden og et fælles videngrundlag

Samarbejde om at dele og distribuere indhold på de digitale platforme

Gul zone

Hvad var det nu styrkepositionerne er?

A person is silhouetted against a sunset sky, fishing in a calm fjord. The water reflects the orange and yellow light of the setting sun. A forested hillside is visible on the left side of the frame.

• 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

Grøn zone

Nu skal vi udvikle idéer...



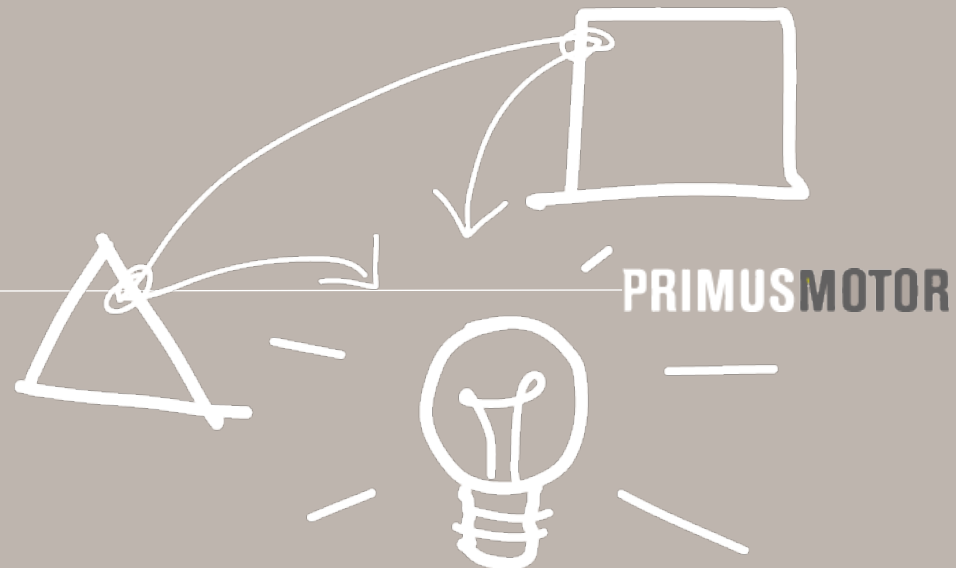
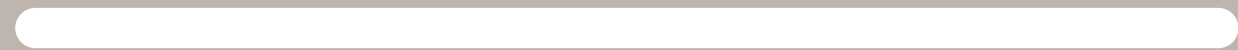
Find papir og kuglepen frem
Husk at skrive så vi alle kan læse
det 😊

TØM HOVEDET FOR IDEER



Har du tænkt på
noget hjemmefra?

IDEREJSEN



Indlevelse

Åbne

Ordne

Lukke

BRAINSTORMING – DE GYLDNE REGLER

PRIMUSMOTOR

- Være positiv og sig ”ja og så kunne man også...”
- Jo flere ideer, jo bedre
- Vær åben og deltag
- Del tiden - lad alle komme til orde
- Det er tilladt at kombinere og forbedre ideer

Grøn zone: Skriv ideerne ned

— PRIMUSMOTOR

- Del evt. papiret op i felter
- Beskriv kort, hvad ideen går ud på
- Lav evt. en lille tegning, der viser ideen

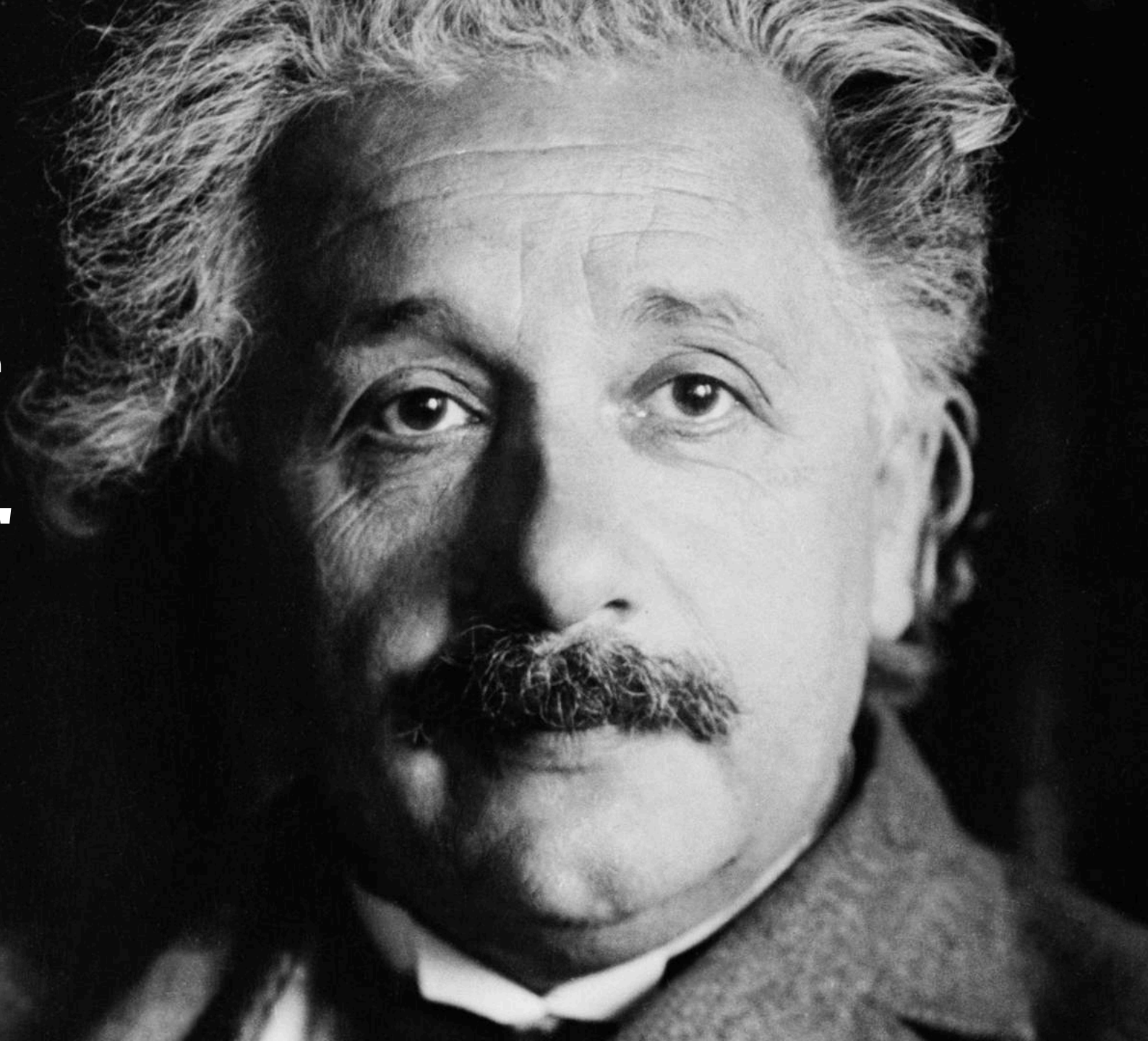
En udflugt for mænd hvor de først skal tappe deres egen øl og bruge den til "beer yoga" i naturen.

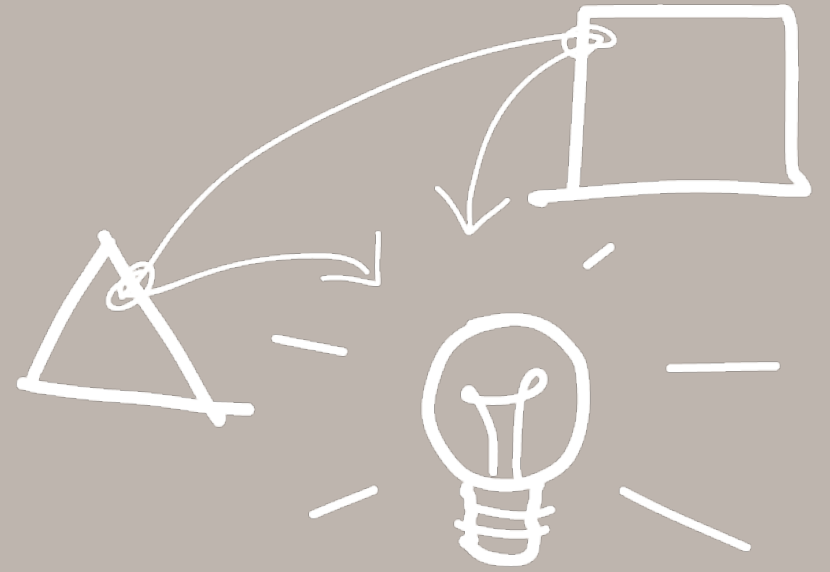
En cykeltur for hele familien hvor man lejer en eldreven familieladcykel, og cykler fra Skive midtby til Glyngøre, hvor familien besøger Glyngøre Kulturstation, fanger skaldyr og tilbereder en skaldyrssuppe i det fri. Overnatning på Pinenhus.

Parophold: Wellnessophold på Tambohus og en tur til Struer, hvor man går turen ved Den Grønne Ring.

**“Hvis ideen IKKE
er absurd i første
omgang, er der
intet håb for den”**

Albert Einstein





Er I klar?

Hvad nu, hvis gæsterne
strømmede til
Destination Limfjorden?

Hvilke oplevelser skulle
der til, for at gøre
oplevelsen
uforglemmelig?



Kig på alle dine ideer

Kan du lave én ide ud af to, fx cykeltur med familien og lav keramik på den lokale café?

Udvælg dine tre bedste ideer og skriv dem i chatten. Skriv gerne bogstavet

M = Mors

ST = Struer

S = Skive

Eksempel: S: Cykelsafari fra Skivehus langs Karup Å med naturvejleder

LAD OS TAGE EN LILLE KAFFEPAUSE/BIO-BREAK ☺



GoTours præsentarer

Oplæg v. Lars

I kommer i tre grupper

PRIMUSMOTOR

Facilitatorer:

Kristina: Struer

Malene: Skive

Bo: Mors

Vi medbringer: Kort over kommunen,
”skattekisten” og I medbringer jeres tre ideer 😊

Husk links fra chatten.

I grupperne skal I vælge fire ideer. Måske når I kun
at konkretisere én ide 😊



Lyserød zone: kategorisering

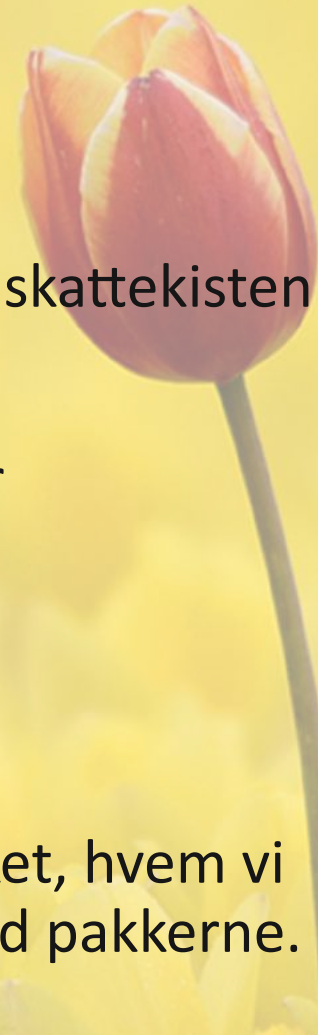
Præsenter DIN EGEN bedste ide for gruppen

Bo, Kristina og Malene præsenterer ideer fra skattekisten

Kategoriser og byg videre på hinandens ideer

Vælg de fire bedste ideer

Begynd at udfylde arkene...skriv gerne på arket, hvem vi må kontakte, så vi kan hjælpe jer færdige med pakkerne.



Lad os høre
jeres
bedste idé

Vi forestiller os at...

Afstemning: Hvad fik du ud af øvelsen?

1. Jeg fik god inspiration til at tage med mig ind i grupperummene
2. Jeg synes det var svært at udvælge de bedste idéer
3. Jeg er virkelig nysgerrig på, hvordan vi arbejder videre med idéerne
4. Selvom jeg ikke fik alle idéerne med, kan jeg bruge dem alligevel

1. Hvad har I fået med nu??(Multiple Choice)

Jeg fik god inspiration til at tage med mig ind i (16/17) 94%

Jeg synes det var svært at udvælge de bedste idéer (8/17) 47%

Jeg er virkelig nysgerrig på, hvordan vi arbejder videre med idéerne (14/17) 82%

Selvom jeg ikke fik alle idéerne med, kan jeg bruge dem alligevel (8/17) 47%

Andet (skriv i chatten) (0/17) 0%

HJEMMEOPGAVE

- Saml op på jeres ide sammen med kollegerne der hjemme
- Arbejd videre med at konkretisere jeres oplevelsesprodukt – hvad har jeres kolleger af gode input?
- Book et møde med de andre i gruppen og måske også andre "leverandører" til jeres pakke, og udfyld alle arkene, så I har fire oplevelser med til næste gang
- Malene, Bo og Kristina tager kontakt til en fra idegruppen omkring et onlinesparringsmøde den 12., 15. eller 16. februar.

Program for den 23. februar

PRIMUSMOTOR

Gennemgang af jeres produkter /præsentation

Præsentation af markedsførings- og salgsplan, Destination Limfjorden

Sidste detaljer af jeres oplevelsesprodukter, inkl. beskrivelse og splitpriser
Klargøring til oprettelse i GoTours skabelon

Intern drejebog til samarbejdspartnere i oplevelsen/pakken

Drøftelse af lanceringsevent til marts....

I er vigtige
- ved fælles hjælp kommer VI LÆNGST

Hvad tager du med dig fra i dag?

PRIMUSMOTOR

- Hvad tager du med dig fra mødet i dag?
- På en skala fra 1-10, hvor klar er du til at videreudvikle på en ny pakke eller oplevelse?
- Fik du det udbytte i dag, som du besluttede dig for i morges?
- Skriv i chat eller 'unmute' dig selv 😊



Fælles base: Send gerne idéark til Bo & rå idéer til Morten

PRIMUSMOTOR

Skulle I sidde med nogle idéer I ikke havde med ud i break-out rummene, men som I synes er gode og måske er blevet endnu bedre, da I hørte de andres idéer, så tag kontakt til Bo.

Tag gerne billeder af jeres mange idéer som I skrev ned på jeres papir, og send dem til Morten på
mh@primus-motor.com



Bo Bredal Immersen

Projektkonsulent

E-mail

bbim@destinationlimfjorden.dk

Telefon


Mobil: +45 5194 8802


Tak for i dag – vi ses til sparringsmøderne og alle sammen den 23. februar

Kontakt os

PRIMUSMOTOR

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

 hello@primusmotor.com

 +45 82 30 70 00

CVR. 30 90 15 92

 www.linkedin.com/company/primusmotoraps/

 www.facebook.com/PrimusMotorApS