

2011 – 2015

BEST CASES

I DESTINATION
RINGKØBING
FJORD

En hvidbog af Ringkøbing Fjord
Turisme, private turismeaktører
og Ringkøbing-Skjern Kommune

**BEST CASES
I DESTINATION
RINGKØBING FJORD**

En hvidbog af Ringkøbing Fjord
Turisme, private turismeaktører
og Ringkøbing-Skjern Kommune

1. udgave – 1. oplag

Redaktionen er afsluttet 11.06.15

FOTO

Flying October

Destination Ringkøbing Fjord

Aktører fra området

DESIGN, LAYOUT OG TEKST

Flying October

Bogen er sat med De Archie

Kopiering eller anden hel eller
delvis gengivelse af denne
bog må kun ske med tydelig
kildeangivelse.

BEST CASES

I DESTINATION
RINGKØBING
FJORD

—





Indhold

- 8 Introduktion
Stærke Feriesteder Vest
Et offentligt privat partnerskab som katalysator for projekternes succes
- 13 **MIKRODESTINATION BORK HAVN**
- 14 Best Case 1.1
Klappébassin Bork Havn
Formidlingshytte, kulturhistorisk legeplads og madpakkehus
- 16 Best Case 1.2
Multiskur realiseret i kraft af multisamarbejde
- 18 Best Case 1.3
100 års jubilæumsevent i Bork Havn
- 21 **ENERGIVENLIGE FERIEHUSE**
- 22 Best Case 2.1
Energimærkning og energirenovering
- 24 Best Case 2.2
Magasin om Fremtidens feriehus
- 26 Best Case 2.3 og 2.4
Online platform indbyder til feriehus ejeres deltagelse
Messe med tips og tricks til fremtidens feriehus
- 29 **FREMTIDENS SUPERSTRAND**
- 30 Best Case 3.1 og 3.2
Workshop med involvering af lokale turismeaktører
Mobilt terræntæppe
Adgang for folk på hjul på Søndervig strand
- 32 Best Case 3.3
Porten til Vesterhavet
- 34 Best Case 3.4
Vinterbadefestival i Søndervig
- 36 Best Case 3.5
Ocean Rescue Camp
- 39 **RINGKØBING FJORD OPLEVELSESNET**
- 40 Best Case 4.1
Søndervig Ranch
Handicapvenlige oplevelser på hesteryg
- 42 Best Case 4.2
Boardsportanalyse
Aktiv indsats i etableringen af surf faciliteter på udvalgte surfsteder
- 44 Best Case 4.3
Surfrev ved Hvide Sande
Fede surfbølger gennem offentlig – privat samarbejde
- 46 Best Case 4.4 og 4.5
Surffarm
Surfcafé
- 48 Best Case 4.6
WaterZ
Vandsport som internationalt udstillingsvindue
- 50 Best Case 4.7
Hvide Sande Sportsfisker Center
Lystfiskernes paradys i Hvide Sande
- 52 Best Case 4.8
Hvidesandebike.dk
Cykeludlejning med succes
- 55 **SYNLIGHED**
- 56 Best Case 5.1
Nordsee markedsføring
Massiv indsats på det tyske marked

- 58 Best Case 5.2
Meet Us
Syv film om passionerede lokale skal åbne Ringkøbing Fjord-området
- 62 Best Case 5.3
To presseture med danske og tyske journalister
Masser af god omtale
- 65 SKJERN Å NATURTURISME**
- 66 Best Case 6.1
Skjern Å
Netværksmøder, studieture – fokus på at samle området
- 68 Best Case 6.2
Svinestien
Et rent cykelhotspot!
- 70 Best Case 6.3
Hø-hotel Stald Tanholm
Smukke naturoplevelser!
- 72 Best Case 6.4
Nye kano/kajak faciliteter
ved Ahler Østergaard og Pumpestation Nord
- 74 Best Case 6.5
Skjern Å
Målrettet markedsføring for området
- 77 DEN DIGITALE DESTINATION**
- 78 Best Case 7.1
Ny medlemsstruktur og et stærkt destinationsfællesskab
- 80 Best Case 7.2
Nyt stærkt brand
Fra intetsigende navn til fælles vision, værdier og identitet
- 82 Best Case 7.3
Ringkøbing Fjord Turisme
Fra offline til online
- 84 Best Case 7.4 og 7.5
Digital strategi
for hvidesande.dk
Værdiskabende indhold til hvidesande.dk
Sådan gør vi i praksis
- 86 Best Case 7.6 og 7.7
Individuel digital opkvalificering
Nærvær, ægthed og resultater
Kursusrække for aktører og medarbejdere
Styrket samarbejde og mere viden
- 89 OPLEVELSESBASERET KYSTTURISME**
- 90 Best Case 8.1
Udbud og workshopforløb
Samarbejder på tværs
- 92 Best Case 8.2
Udvikling af potentialeplaner Hvide Sande og Søndervig
Konkrete og aktørinvolverende!
- 94 Best Case 8.3
Rådgiving til lokale restauratører
Gordon Ramsey – på den flinke måde
- 96 Best Case 8.4
Powerevent, værtskabs- og lederkurser
I fællesskab værdsætter vi værtskab

Stærke Feriesteder Vest

Et offentligt privat partnerskab som katalysator for projekternes succes

Det offentlige private partnerskab mellem Ringkøbing Fjord Turisme, udvalgte private turismeerhvervsaktører og Ringkøbing-Skjern Kommune har gennem hele perioden 2011-2015 været et bærende element for projekternes gode effekt.

Partnerskabet blev døbt Stærke Feriesteder Vest – egentlig en udnævnelse af en regional styrkeposition, men en position som Destinationen sagtens kunne genkende sig selv i. Således blev styregruppen og sekretariatet for Stærke Feriesteder Vest, som er vist på næste side, nedsat i efteråret 2010. På dette tidspunkt var der fokus på at udarbejde ansøgninger og derigennem sikre finansiering af en række turismeudviklingsprojekter som kunne understøtte en massiv indsats for turismen i Destinationen. Et arbejde som midt i 2012 blev udmøntet i tre store projekter; hhv. Grøn Vækst projektet ”Oplevelsesudvikling ved Ringkø-

bing Fjord” med en projektsum 10,5 mio. kr. finansieret af Ringkøbing-Skjern Kommune, Region Midtjylland og Grøn Vækst Puljen under EU’s Landdistriktsprogram. Projektet ”Den Digitale Destination” med en projektsum 5,2 mio. kr. finansieret af Ringkøbing-Skjern Kommune, Region Midtjylland og EU’s Socialfond. Og projektet ”Erhvervsmæssig vækst i by og havnemiljøer” med en projektsum 5,4 mio. kr. finansieret af Ringkøbing-Skjern Kommune, Region Midtjylland og EU’s regionalfond. Projekter der alle er gennemført i projektperioden 2012-2015.

Massiv stigning i overnatninger

Målet for turismeudviklingen de sidste år har været øget døgnforbrug og øget antal overnatninger, hvilket tilsammen er med til at øge omsætningen. Men særligt kystturismen er svær at måle grundet de mange feriehuseovernatninger, hvor disse tal først er tilgængelige med flere års forsinkelse. I maj 2015 blev 2014 tal for feriehuse tilgængelige, og heraf ses det at antallet af overnatninger i Ringkøbing-Skjern Kommune er steget med over 200.000, hovedsageligt baseret på en stigning i tyske overnatninger som er destinationens primære marked. Dermed står

Ringkøbing-Skjern Kommune for 60% af stigningen i samtlige turismeovernatninger i Region Midtjylland.

Private investeringer i turismen

Samarbejdet mellem Ringkøbing Fjord Turisme, Ringkøbing-Skjern Kommunes administration og turismeerhvervsaktører har drevet turismeudviklingen de seneste 3 år. Et samarbejde som i høj grad er baseret på gensidig respekt og tillid mellem de enkelte parter. Et samarbejde som har skabt væsentlige resultater. Ud over den overordnede stigning i overnatningstal, opleves der også en stor stigning i private investeringer i turismen. Både mindre virksomheder der i løbet af de sidste tre år har udvidet med nye produkt-udbud, nye aktivitetstilbud på tværs af værdikæderne, men også store investeringer er blevet modnet, som bl.a. Hvide Sande Sportsfisker Center og Søndervig Feriepark. Sidstnævnte kan projektindsatserne naturligvis ikke tage æren for, men vækst i turismen i hele kommunen har også afsmittende effekt på investeringsviljen hos investorer.

Også lokale banker oplever en stigning i efterspørgsel af lån til opstart af nye turismerelaterede virksomheder. Eksempelvis er to surfvirk-

somheder, to rideaktører og en cykeludlejer og et rejsebureau startet op. Således udbydes et væld af nye produkter og aktiviteter gennem nye og eksisterende virksomheder.

Forbedret forvaltningspraksis

Et andet aspekt er samarbejdet mellem kommunen og erhvervet, hvilket bl.a. har medvirket til at dele af den kommunale forvaltningspraksis er blevet ændret. Der arbejdes for eksempel for en mere effektiv og sæsonafhængig vedligehold af kommunens kyststrækninger; således at eksempelvis strandrensning påbegyndes op til påske hvor turistsæsonen starter og ikke efter en kalender. Kommunen har ligeledes udarbejdet en turismepolitisk redegørelse, som skal gøre det nemmere for udvikling af nye turismetiltag indenfor kystnærhedszonen, og arbejdet med potentialeplanlægning i Hvide Sande og Søndervig danner grundlag for nye turismefaciliteter i forbindelse med de to byer. Dette grundlag har også muliggjort at kommunen har sendt to ansøgninger afsted til Forsøgsordning for Kyst og Naturturisme, hhv. Søndervig Feriepark og Porten til Vesterhavet.

Alt ovenstående arbejde er gennemført i tæt samarbejde

mellem de ansatte i Ringkøbing Fjord Turisme, Ringkøbing-Skjern Kommunes administration og sidst men ikke mindst de turismeerhvervsaktører som brænder for turismen her i Destinationen. Resultatet af det gode arbejde præsenteres som udvalgte Best Cases i denne hvidbog.

Projektets navn

Stærke Feriesteder Vest

Operatørens navn

Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson

MARIA AAEN,
Turismekonsulent,
Tlf. +45 24 89 58 78
Email: maria.aaen@rksk.dk

Mere information

 www.hvidesande.dk

 www.rksk.dk

Effekt

Effekterne af projekterne har styrket samarbejdet. Et samspil der garanterer at private aktører og turistforeningen er med til at udføre politikernes strategi.

Dynamikken mellem aktører, turistforeningen og kommunen skaber resultater.

Stærke Feriesteder Vest har resulteret i Projektet Destination Ringkøbing Fjord – Samarbejdet mellem Ringkøbing-Skjern Kommune og Ringkøbing Fjord Turisme.

Styregruppen for Stærke Feriesteder Vest

Ringkøbing-Skjern Kommune

Kommunaldirektør Niels Erik Kjærgaard

Ringkøbing Fjord Turisme

Tidl. Direktør Ole T. Bøndergaard efterfulgt af

Direktør Lykke Nielsen Høj

Erhvervspartnerne

- Indehaver Anders Thygesen,
Esmarch Feriehusudlejning
- Tidl. Direktør Henning Davidsen efterfulgt af
- Direktør Jakob Rasmussen,
Feriepartner Hvide Sande
- Indehaver Keld Hansen efterfulgt af
- Medindehaver Thomas Hansen,
Superbest Søndervig

Regional repræsentant

- Tidl. Direktør Jens Hausted, Midtjysk Turisme

Sekretariat

Ringkøbing-Skjern Kommune

- Tidl. udviklingschef Peter Donslund efterfulgt af
- Udviklingschef Ann Bjerrehøj
- Turismekonsulent Maria Aaen

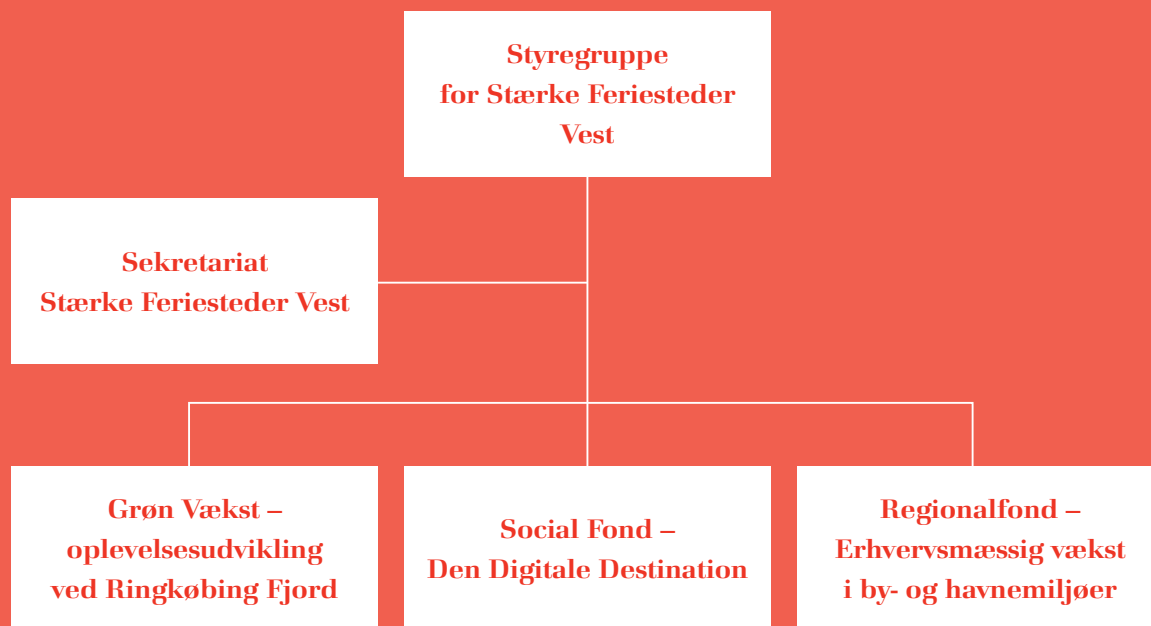
Ringkøbing Fjord Turisme

- Tidl. Projektleder Stine Nybo efterfulgt af
- Projektleder Mette Trads

Midtjysk Turisme

- Tidl. udviklingskonsulent Trine Lundorf efterfulgt af
- Udviklingskonsulent Lone Mark Daubjerg

Organisering



Projektledelse og udførelse

Overordnet projektledelse for alle delprojekter er blevet delt mellem Direktør Lykke Nielsen Høj, Projektleder Mette Trads og Turismekonsulent Maria Aen. Igennem projektperioden har der været ansat en række projektledere, som har stået for projekternes konkrete udførelse.

Projektledere

Henning Bo Madsen, Suzi Elena Apelgren, Carsten Ege Møller, Michael Lund, Asker Geyti og Klaus Kabel Kristensen.

Uden disse menneskers samarbejde og store indsats, var resultatet af projekterne ikke blevet en realitet.

Kapitel 1.

Mikrodestination Bork Hayn



—
Bassinet bliver overdækket, så både fisk og gæster er beskyttet mod sol og regn. Designet af anlægget er i stil med de omliggende fiskerhytter.

‘RESULTATET AF DET STORE ARBEJDE ER BLEVET FANTASTISK. GÆSTERNE FÅR EN MEGET AUTENTISK OPLEVELSE.’

BIRTHE HØST,
Direktør
Feriepartner Bork Havn

—
Legepladsen, opgraderes med redskaber, der leder tanken hen på fjordfiskeriet.

‘KLAPPEBASSINET OG LEGEPLADSEN HAR BESTEMT TILTRUKKET FLERE BØRNEFAMILIER’

ALEX HANSEN,
Formand for
Bork Fiskeriforening



Klappebassin Bork Havn

Formidlingshytte, kulturhistorisk legeplads og madpakkehus

Efter en lang opstartsfasen er Klappebassin på Bork Havn en realitet, efter at Naturstyrelsen har givet tilsagn til dispensation fra strandbeskyttelseslinjen. Bassinet er overdækket, så både fisk og gæster er beskyttet mod sol og regn, og designet af anlægget er i stil med de omliggende fiskerhytter.

Pælene der bærer er utilpassede som stejlepæle og ophængt med ruser og garn, for at lede tanken hen på den nærtliggende stejleplads. Sammen med legepladsen, der er opgraderet med redskaber, der leder tanken hen på fjordfiskeriet, og formidlingshytten i de nye fiskerhytter, skaber Klappebassinet oplevelsesbaseret formidling af fjordens og havnens liv. Klappebassinet understøtter Borks autenticitet og skaber fornyet interesse for ferie i Bork. Klappebassinet danner desuden basis for dagsturisme langt udover højsæsonen.

Tiltagene omkring Klappebassinet har haft en signifikant effekt på de lokale aktørers deltagelse og samarbejde, og utallige nye og gamle idéer bliver nu søsat, genoptaget og målrettet, samt søgt realiseret i samarbejder på tværs af grupperinger i Bork Havn.

En autentisk familieoplevelse

I henhold til målsætningen passer tiltagene perfekt både hvad angår effekt på førstehåndssindtryk og på værdien ”Livet på og ved Fjorden”. Projekterne bygger på – og matcher den autentiske natur- og kulturhistorie, som de søger at understøtte med underholdende formidling. De skønnes at være langtidsholdbare og har allerede vist at have en synergetisk effekt på andre projekter. Tiltagene retter sig desuden primært mod børnefamilier, der er Bork Havns primære målgruppe.

Projektets navn

Mikrodestination Bork Havn

Operatørens navn

Bork Fiskeriforening

Kontaktperson

ALEX HANSEN

Formand for Bork

Fiskeriforening

Tlf. +45 21 22 13 50

Email: ullaalex@mail.dk

Mere information

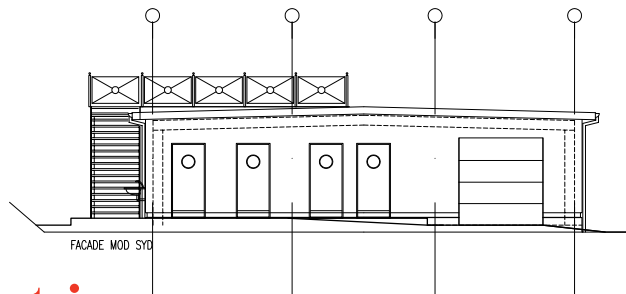
www.feriepartner.dk

www.hvidesande.dk

Effekt

Opgradering af by- og centerområdet

Nøgler til madpakkehuset er blevet udleveret til en række daginstitutioner i lokalområdet. Det der er godt for turister er godt for lokale og omvendt.



Multiskur realiseret i kraft af multisamarbejde

Multiskuret, som er etableret for at imødekomme en række brugere af Bork Havn, er en mere tidsvarende og multifunktionel erstatning af nogle containere, som har stået på lystbådehavnen ydermole på Bork Havn i ca. 20 år. Containerne blev anvendt til grej for Bork Bådelaugs juniorklub og Bork Havn Efterskoles unge sejlere.

Formålet med Multiskuret er at tilgodesee behov hos flere brugere af Bork Havn:

- De unge sejlere skal ikke længere klæde om i tre gamle skibscontainere, men nu får de muligheden for også at få et varmt bad og en kop varm te efter sejladser.
- De ældre sejlere får et sted at opmagasinere deres master.
- Gæster på havnen får nye toilet- og badeforhold.
- Turister får mulighed for at nyde udsigten over den sydlige del af fjorden, samt at få indsigt i den fuglerige og fredede natur i den sydlige del af Ringkøbing Fjord.
- Folk med mobile udfordrin-

ger får muligheder for at få den samme service, som alle andre. Det vil sige udsigt og toiletforhold.

- Lystbådehavnen får et væsentligt løft, både hvad angår service niveau og rent visuelt.

Unikt samarbejde og fælles finansiering

Multiskuret er en udløber af Grøn Vækst projektet Mikrodestination Bork Havn og projektlederens facilitering af netværk og samarbejde med de lokale aktører.

Grøn Vækst har givet støtte til udsigtsplatformen, med trappe, handicaplift samt formidling af natur/kultur med kr. 400.000. Dette beløb er yderligere blevet gearet med 1.8 millioner kr.

Multiskuret er således finansieret af Ringkøbing-Skjern Kommune, LAG-midler og Region Midtjylland, og det har modtaget støtte fra Friluftsrådet, Lokale og Anlægsfonden, Syd Energi Net og Nordea. Desuden har

både Bork Bådelaug og Bork Havn Efterskole givet et pænt beløb hver.

Den økonomiske støtte fra Grøn Vækst har givet meget større værdi og har skabt vækst langt udover det beløb som Grøn Vækst har støttet med.

Projektets navn

Mikrodestination Bork Havn

Operatørens navn

Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson

LARS BÆGAARD
Bork Havn efterskole
tlf. +45 42 18 02 64

Mere information

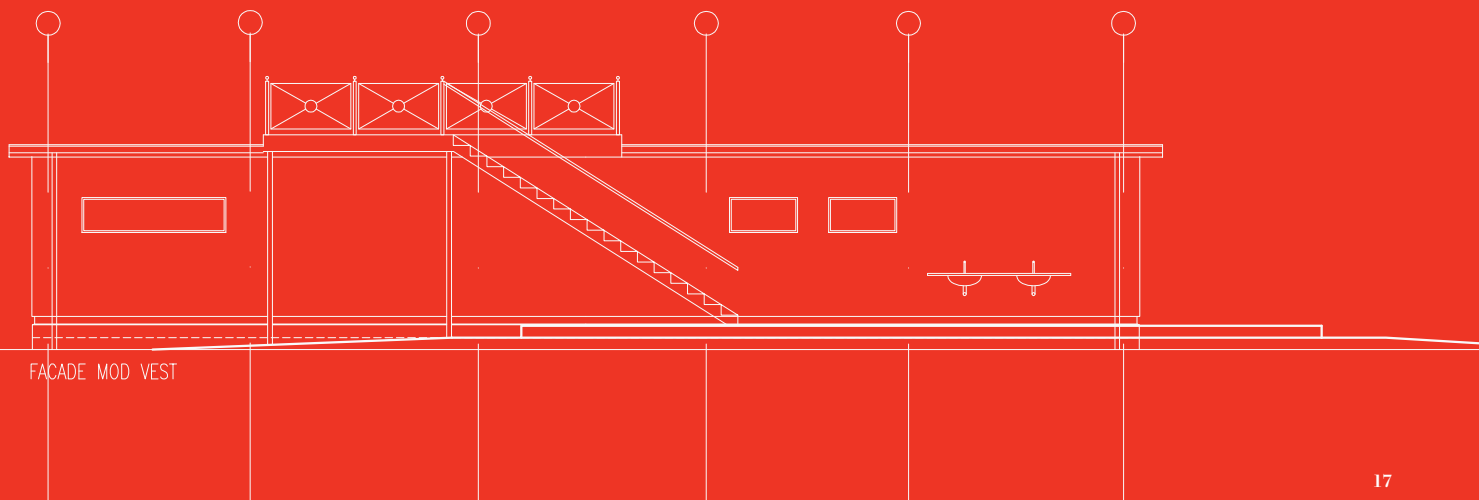
www.hvidesande.dk

Effekt

En ihærdig projektledelse har gjort det muligt at samle mange forskellige partnere af finanseringskilder som muliggør etableringen af byggeriet.

‘Det har været en sej kamp at skabe et sted, der imødekommer en lang række behov for en hel stribe af forskellige brugere af Bork Havn – MEN det allermest særlige, er det helt fantastiske samarbejde, der har fundet sted på kryds og tværs. Kommunens embedsfolk og de lokale aktører, har spillet verdensbold sammen. Og med støtte fra velvillige fonde, der også så det gode projekt i multiskuret – er det lykkedes at nå i mål med en stor sum penge.’

SUZI ELENA APELGREN,
Projektleder





100 års jubilæumsevent i Bork Havn

I forbindelse med fejringen af Bork Havns 100 års jubilæum, besluttede projektledelsen at teste forskellige nye aktiviteter, samt at understøtte aktiviteter og Bork Havn som helhed med en markedsføringsindsats. Formålet var samtidig at støtte de lokale turistaktører i deres udvikling af en årlig tilbagevendende dag, hvor der sættes fokus på Bork Havns mange muligheder.

Det overordnede mål er at øge omsætningen for mikro-

destinationens turistaktører, skabe nye aktiviteter og ikke mindst opnå større synlighed og kendskab. Der er taget udgangspunkt i de målgrupper, der er defineret for Bork Havn i projektet: Børnefamilier og vandsportsaktiviteter.

Programmet for jubilæet bestod af forskellige aktiviteter, der alle blev afholdt af en række lokale aktører. Nogle af aktiviteterne blev udviklet til arrangementet, andre var eksisterende aktiviteter, der i dagens anledning var gratis.

Nye aktiviteter blev afholdt:

- Naturvejledning i samarbejde med Bork Havns Fiskeriforening. Fokus var på det spændende liv, der foregår under fjordens overflade. Aktiviteten var rettet mod børnefamilier og ca. 100 deltog. Naturvejlederen er meget interesseret i at samarbejde om lignende aktiviteter fremover – og det samme er fiskeriforeningen.
- Sliskeræs 2013. Deltagerne var hovedsagligt børn og unge i alderen 13-17. Samlet set havde Sliskeræset 12



—
Slidskeræset tiltrak mange mennesker. Der var 1500 tilskuere, på en lørdag som denne har Bork Havn normalt omkring 150 gæster.

‘DET VAR SUPER! VI HAR SIMPELTHEN FÅET SÅ MEGET ROS FOR ARRANGEMENTET.’

FRANZISKA HINTZEN
Formand i
Bork Handelsforening

Projektets navn
Mikrodestination Bork Havn

Operatørens navn
Handelsforeningen Bork Havn

Kontaktperson
FRANZISKA HINTZEN
Formand for
handelsforeningen Bork Havn
Tlf. +45 61 46 68 25
Email: franzihintzen@hotmail.com

Mere information

 www.hvidesande.dk

Effekt
Stort samarbejde mellem mange aktører tiltrækker mange besøgende

Tilbagevendende event der tiltrækker mange besøgende og synliggør området.

både med 24 deltagere. Der var omkring 1500 tilskuere og denne del alene vurderes til at have skabt en stor del af omsætningen hos lokale restauratører.

- Tovtrækning mellem Fiske- riforeningen og Bådlaugget. Denne aktivitet tiltrak omkring 500 tilskuere.
- Publikumssejls med Bådlaugget – sat i værk for at promovere lystbådesejls og bådelaugget i Bork. Cirka 50 gæster fik en tur.

Eksisterende aktiviteter blev præsenteret:

- Gratis Stand Up Paddling kursus.
- Gratis kajak – cirka 45 deltagere.
- Udstilling om Bork Havn.
- Turist Fiskeauktion – her deltog omkring 300 gæster.

Et godt resultat

Samlet set var arrangementet en stor succes, og aktørerne fik stor glæde af det nystartede netværk og de mange gæster. Arrangementet gav megen god omtale til Bork

Havn, og viser også, at der sker mange aktiviteter i Bork Havn.

Mikrodestination Bork Havn støttede arrangementet med ca. 25.000 i markedsføring, og 15.000kr til diverse.

Målgruppen var børnefamilier, gæster i sommerhusene og endagsbesøgende. Det estimeres at der dagen igenem var mellem 1500-1700 besøgende.

Kapitel 2.

Energivenlige feriehuse

Energimærkning og energirenovering

I projektet blev der arbejdet målrettet med at kvalitetsudvikle feriehusproduktet, da hovedparten af destinationens overnatninger findes her. Derfor er det centralt, at feriehusene lever op til gæsternes ønske og behov for kvalitet, luksus og energivenlighed, for at destinationen er konkurrencedygtig og kan arbejde for at udvikle helårsturismen. En af de store udfordringer er, at mange af feriehusene ikke er særlig energivenlige.

Målgruppen for projektet er bred. Den primære målgruppe er feriehusejerne og feriehusudlejningsbranchen. Projektet vil også påvirke den sekundære målgruppe turisterne, som vil opleve en bedre kvalitet for feriehusene og mere økonomivennelige energiregninger. Håndværkere er også del af den sekundære målgruppe.

Online energiberegner skaber værdi for flere

Et delmål i projektet var derfor, at udvikle en online og let tilgængelig energiberegner for feriehusejerne, så de kan

optimere husets energivenlighed. Formålet med projektet er ydermere at denne indsats inspirer feriehusejerne til at investere i nye renoveringer. Herigennem kan udlejningsprocenten og -perioden for feriehus øges, så der bliver flere overnatninger, hvilket afføder øget omsætning og indtjening for både feriehusene, feriehusudlejningsbranchen og håndværkere. Desuden vil projektet understøtte en lang række af sekundære turisterhverv i destinationen.

For at udvikle energiberegneren indgik projektet aftale med firmaet Scanenergi. Scanenergi arbejdede sammen med projektlederen og feriehusudlejningsbranchen for at optimere energiberegneren, så feriehusejerne finder den let anvendelig og tilgængelig.

Energirapporter inddrages

Sammen med udviklingen af energiberegneren gennemførtes sideløbende 50 energirapporter inden udgangen af 2. kvartal 2013. Scanenergi udviklede energiberegneren parallelt med gennemførel-

sen af energitjek i forskellige feriehuse, så det var muligt at inddrage erfaringer fra gennemgangen af husenes energiforhold i beregningsmodellen. Projektledelsen aftalte med Scanenergi at energitjek skulle ske under hensyntagen til fordeling på hustyper og geografisk i området.

Energimærkning markedsfører det grønne

I forlængelse af dette, indgik vi også en aftale med Scanenergi om udvikling af en særlig energimærkningsordning for feriehuse. Scanenergi samarbejdede med en række udlejningsbureauer om udviklingen, for at øge destinationens konkurrenceevne og markedsføre vores feriehusprodukt gennem denne ordning.

BÆRE- DYGTIGHED

Bæredygtighed handler om at gøre det, som er bæredygtigt for både mennesker og miljø. Mange gæster kommer til kysten for at opleve den særlige natur, som findes her. I dette kapitel giver vi nogle bud på, hvordan man kan tage hensyn til feriehusenes omgivelser, så også fremtidige generationer kan glædes over havbrus, hede og kyster.

Projektets navn

Energivenlige Feriehuse

Operatørens navn

Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson

MARIA AAEN

Turismekonsulent i

Ringkøbing-Skjern Kommune

Tlf. +45 24 89 58 78

Email: maria.aaen@rksk.dk

Formål og effekt

Fælles indsats for energivenlige feriehuse, Samarbejdsaftale med energiselskabet Scanenergi. Energimærkning og energirenovering af feriehuse med henblik på øget anvendelse og udlejning af husene på helårsbasis.

”Hvert år sender RAH en graf over husets elforbrug, og her var det tydeligt at se springet. Det faldt fra cirka 38.000 til 30.000 kWh om året. Det er en ren solstrålehistorie,” siger Frede Nygaard, Feriehusejer.

‘Det er vigtigt, at feriehusene lever op til de krav destinationens gæster har til overnatning og ophold. Samtidig er det en udfordring, at feriehusgæsterne får en stor energiregning for ophold i skuldærsæsonen. Det fordrer ikke ligefrem vækst i helårsturismen. Derfor er et projekt som dette vigtigt for destinationen’.

LYKKE NIELSEN HØJ

Turistdirektør i Ringkøbing Fjord Turisme



‘MAGASINET HAR FÅET GOD OMTALE FRA DE FERIEHUSEJERE JEG HAR VÆRET I KONTAKT MED EFTER UDSENDELSEN. JEG KAN OGSÅ SE FLERE BRUGERE PÅ VORES HJEMMESIDE OG ENERGIBEREGNER’.

HENNING BO MADSEN
Projektleder



Magasin om Fremtidens feriehus

For at nå ud til alle kommunens feriehusere på deres bopæl, blev der i samarbejde med et reklamebureau udarbejdet et annoncefinansieret magasin om fremtidens feriehus.

Magasinets indhold blev planlagt i tæt samarbejde mellem projektets medarbejdere og bureauet, mens omfanget blev gjort afhængig af annoncemængden. Det var forud besluttet at annoncer kun måtte udgøre 25 pct. af magasinet. Resultatet blev et magasin på 68 sider med inspirerende og oplysende artikler. Indledningsafsnittet har borgmesterforord, projekttale, og gode historier om vestkystferie fra H.C. Andersens tid til i dag og trofaste tyske gæster. Derefter behandles temaerne Energi, Bæredygtighed; Livet i fritidshuset; Teknik og Udlejning. Magasinet indeholder også to gratis adgangsbilletter til forårets feriehusmesse i Søndervig.

Gode illustrerende fotos og et interview med livsstilseksperter Christine Feldthaus gjorde magasinet ekstra interessant for læseren.

Magasinet kan også læses på www.fritidshusejer.dk

Konceptet med annoncefinansieret magasin og en del af artiklerne er allerede blevet udbredt til Thisted Kommune.

Projektets navn
Energigivne Feriehuse

Operatørens navn
Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson
MARIA AAEN
Turismekonsulent i
Ringkøbing-Skjern Kommune
Tlf. +45 24 89 58 78
Email: maria.aaen@rksk.dk

Mere information
www.fritidshusejer.dk

Formål og effekt
Magasinet har givet bedre muligheder for udlejning af feriehuse hele året gennem energiforbedringer.





Online platform indbyder til feriehusejeres deltagelse

En ny og målrettet hjemmeside har set dagens lys. Den har fået navnet www.fritidshusejer.dk og har været en central del i projektet Energigivne Feriehuse.

Projektlederne havde haft dialog med repræsentanter for lokale feriehusgrundejerforeninger omkring udvikling af en ny web-plattform i form af en hjemmeside rettet mod fritidshusejere.

Udvikling af den tekniske løsning stod et lokalt digitalt bureau for, og derefter har projektlederne sørget for indholdet på siden. Plattformen

indeholder inspiration samt tips & tricks til forbedring af huset, så det både bliver billigere og mere attraktivt at bo i huset for ejer og fremtidige lejere. Plattformen er samtidig et forum, hvor feriehusejere kan møde andre feriehusejere og udveksle gode erfaringer. Plattformen gør det ydermere nemt, at finde den rigtige håndværker til en opgave i forbindelse med renovering eller opgradering af feriehusene.

Ansatte hos Ringkøbing Fjord Turisme er uddannet til at fungere som webmaster på platformen. Det giver mulig-

hed for løbende udvidelser og opdatering.

Plattformen indbyder til feriehusejeres deltagelse både gennem brug af energiregneren, indlæg til sidens forum og opfordringer til at foreslå nyt indhold.

Det forventes at der løbende vil være flere feriehusejere, der anvender siden, og at de vil inspireres til at energirenovere og optimere kvaliteten i deres feriehus, således at flere vil leje feriehuset. Hermed vil det understøtte fokus på at øge feriehusudlejningen i destinationen.



Messe med tips og tricks til fremtidens feriehuse

En messe for feriehusejere har gjort feriehusejere opmærksomme på energirenovering og energimærkning af feriehuse, således at feriehusene er attraktive hele året rundt.

33 stande, bestående af lokale erhvervsfolk, håndværkerforretninger, arkitekter, feriehusbureauer m.fl., var under messen med til at gøre feriehusejere klogere på energibesparelser, udbygninger, renovering, indretning m.m., der kan være med til at forlænge udlejningssæsonen og dermed skabe flere overnatninger.

Messen blev afholdt på Beach Bowl i Søndervig den 17. – 18 april 2014. Ca. 8000 besøgte messen.

Projektets navn

Energivenlige Feriehuse

Operatørens navn

Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson

MARIA AAEN

Turismekonsulent i

Ringkøbing-Skjern Kommune

Tlf. +45 24 89 58 78

Email: maria.aaen@rksk.dk

Mere information

www.fritidshusejer.dk

Projektets navn

Energivenlige Feriehuse

Operatørens navn

Ringkøbing-Skjern Kommune

Mere information

www.fritidshusejer.dk

Effekt

Messen var godt besøgt af ca. 800 gæster og de lokale håndværkere fik efterfølgende flere henvendelser.

‘JEG HAR MODTAGET
DIN HENVENDELSE
VEDRØRENDE
ENERGIBEREGNEREN.
GODT INITIATIV,
JEG PRØVEDE DEN
STRAKS.’

FORMAND FOR
LOKAL GRUNDEJERFORENING.

Kapitel 3.

Fremtidens Superstrand

‘Havde egentlig aldrig tænkt over, at stranden egentlig er andet end sand og vand. Men selvfølgelig er det oplagt at arbejde med oplevelser, styrke kvaliteten på stranden og sætte fokus på at stranden tiltrækker turister. Innovativ tankegang og udvikling i turismen – det er det, der er brug for her i byen.’

JENS
Lokal aktør, Hvide Sande

Workshop med involvering af lokale turismeaktører

Formålet med at involvere lokale tursimeaktører er, at udvikle bæredygtige projekter med afsæt i strandenes stedbundne potentialer. De nye bæredygtige projekter skal være af international karakter, så strandene kan tiltrække internationale turister, have fokus på høj badesikkerhed og være god markedsføring for destinationen. Målet er at skabe mersalg i byerne og at knytte feriehusområderne bedre til strandene.

Ultimo oktober blev der inviteret bredt ud til en workshop, hvor mere end 85 interesserede dukkede op. Workshoppen var annonceret bredt gennem aviser, lokal samt DR's regionale radio, hjemmesider og artikler. På selve workshoppen lavede TV-MidtVest et direkte indslag,

hvor endnu flere blev inviteret til at deltage i udviklingen af destinationen for at fordre vækst.

Sammen om idéudvikling

Idéen med wokshoppen var at generere en stor mængde idéer, hvoraf nogle kunne udvikles og arbejdes videre med i projektet. Mere end 800 idéer kom på bordet – nogle helt eller delvist sammenfaldende.

Efter workshoppen etableredes to aktørgrupper for både Søndervig og Hvide Sande. Begge grupper viste stort engagement i forskellige projekter – deltagerne så mulighed for at tiltrække flere internationale og danske gæster til destinationen.

I projekt Fremtidens Superstrand er øget kvalitet i strandproduktet i fokus, og derfor er netop den lokale forankring og ejerskabet yderst vigtig. Ved involvering og engagering af lokale aktører opnår projektet et bredt ejerskab, samtidig med at feriehusudlejere ser de nye superstrande som god markedsføring og en medvirkende faktor til at udvikle kvalitet og sikre vækst i turismeerhvervet.

Resultatet af projektet

Superstrand vil generere flere internationale gæster, større omsætning og indtjening i både primære og sekundære turismeerhverv. Afledt af dette, vil projektet skabe flere arbejdspladser og højne badesikkerheden.

—
 Indvielse af Søndervig
 Terræntæppe med Jason
 Watt, forår 2014

Mobilt terræntæppe Adgang for folk på hjul på Søndervig strand

Efter en succesfuld ansøgningsproces hos Naturstyrelsen, lykkedes det for projekt Fremtidens Superstrand i samarbejde med de lokale aktører og kommunens "strandfolk" at få tilladelse til, at nedlægge et mobilt "terræntæppe" ved nedgangen til én af områdets mest populære og aktive badestrande Søndervig strand, der er under de meget strenge regler om Klitfredning. Terræntæppet giver adgang til stranden for rollator- og kørestolsbrugere, dårligt gående samt familier med barne- og klapvogne.

I forbindelse med terræntæppet bliver der vendte- og opholdspladser, som giver mulighed for aktiviteter som f. eks. strandgudstjenester og "Wellness on the beach" – et andet af Projekt Superstrands nye produkttilbud.

Den lange ansøgningsperiode betød at terræntæppet fik en kort sæson i 2013 som test, mens den i 2014 var tilgængelig i hele højsæsonen. Terræntæppet er klar til sæsonen 2015 og fremover.

God effekt forudses

Vi kan endnu ikke vurdere effekten, men det er en kendt og hyppig forespørgsel fra turisterne blandt turistfolk og sommerhusudlejere, som spørger: "Hvor kan vi komme på stranden med hjul?"

Vi forudser, at mange vil vælge Søndervig strand på grund af disse forbedrede adgangsforhold, og dermed resultere i flere turister på destinationen – med flere overnatninger, øget omsætning og indtjening som effekt.



Projektets navn
 Fremtidens Superstrand

Operatørens navn
 Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson
 KELD HANSEN
 Formand for
 Søndervig Centerforening
 Tlf. +45 29 61 78 95
 Email: post@sondervig.dk

Effekt
 Lettere adgang for
 kørestolsbrugere og
 barnevogne til stranden og
 vandkanten.

Porten til Vesterhavet

Porten til Vesterhavet er endnu ikke realiseret, men er under udvikling ud fra idéen om, at skabe et strandcenter i yderste klitrække til servicering af strandens gæster, oplevelse igennem formidling af natur og kultur og mulighed for et ude- og indendørs udsigtspunkt/café året rundt.

Porten til Vesterhavet bygger på områdets stedbundne potentialer; naturen, kulturen, strandturismen, og har som formål at varetage alle strandgæstens forskellige behov.

Porten til Vesterhavet sigter mod at blive landets første Superstrandcenter, og vil derved klart differentiere destinationen fra andre kystdestinationer.

Det brede samarbejde

Projektet er et unikt samarbejde mellem en privat erhvervsmand, Fremtidens Superstrand, Ringkøbing-Skjern kommune, de lokale turismeaktører, grundejere og naturorganisationer som Dansk Ornitologisk Forening, Naturstyrelsen og Friluftsrådet.

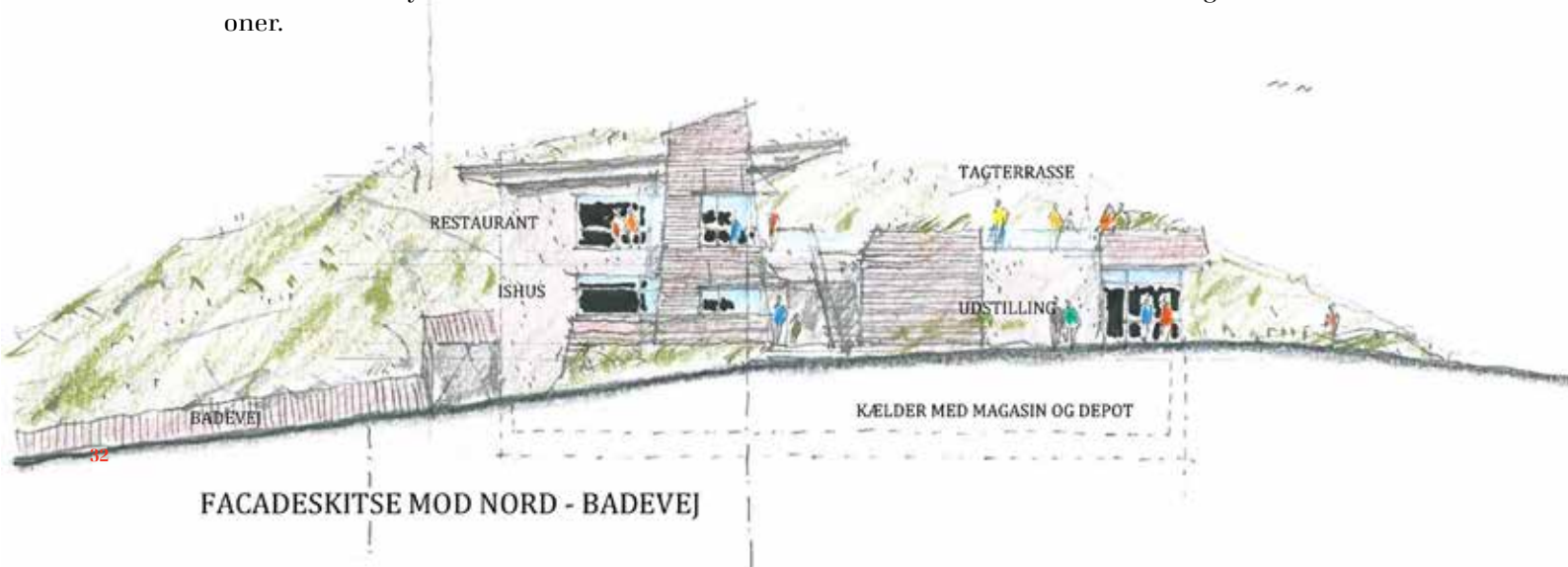
Udtaget af Realdania

Projektidéen blev udtaget som forprojekt til Realdanias kampagne "Stedet Tæller – kvalitet i kysternes turistbyer". Endelig projektplan er tilsendt Realdania, og der afventes svar i oktober 2015, på hvorvidt "Porten til Vesterhavet" udtages til realiseringsfasen.

Forventningerne er høje

I bekræftende tilfælde forventes projektet at blive et unikt tilløbstykke året rundt, for strandgæster, naturturister og kulturturister, i og med én af idéerne er Danmarks eneste "on-location formidling" af klitternes, klitfogedernes og hjelmplantningens historie, Søndervigs historie som Danmarks ældste Vesterhavs Badestrand med cykelsti fra Ringkøbing direkte ud til stranden, samt eneste indendørs fugleobservation ved stranden på fuglenes trækroute langs Vestkysten.

Projektet har ligeledes nydt stor opmærksomhed fra Videnscenter for Kystturisme og andre brancheorganisationer.





‘Ofte er det en kold fornøjelse at forsøge at stå i læ ved en klittop, men det er jo i og efter et stormvejr der er størst mulighed for at se spændende fugle.

Jeg tror det kunne blive et “hit” hvis man fik mulighed for at se på havtræk eller bare se havet, når det blæser allermest fra sådan et “observationssted”. Også for andre end ornitologer.’

LARS HOLM HANSEN
Dansk Ornitologisk Forening

Projektets navn

Fremtidens Superstrand

Operatørens navn

Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson

MARIA AAEN,
Turismekonsulent,
Tlf. +45 24 89 58 78
Email: maria.aaen@rksk.dk

Effekt

Et unikt udkigspunkt som bliver det naturlige besøgssted for endagsturister der skal en dag til stranden, og for alle turister i lokalområdet. Et sted man lige skal omkring i løbet af ferien.

Øge hele strandoplevelsen, både kvaliteten gennem et bedre grundprodukt og gennem udbud af aktiviteter.

Markedsføre Søndervig som “den moderne badeby”.



REDNINGSTÅRN PÅ STRANDEN

‘DET BLEV EN OVERVÆLDENDE
SUCCE. VI HAVDE HÅBET PÅ
30–40 DELTAGERE. DER ER HELT
KLART SKABT EN NY TRADITION
I SØNDERVIG.’

DORTE FRYDENDAHL
Nøgleaktør fra 2013



Vinterbadefestival i Søndervig

Vinterbadefestival i Søndervig er et nyt tilbud til destinationens nytårsgæster. Formålet er at skabe øget omtale og opmærksomhed på området som feriedestination og ikke mindst at kunne tilbyde gæster aktiviteter udenfor højsæsonen.

Holmslands Klit Turistforening og Søndervig Centerforening

Projektet er en event udviklet og arrangeret af Holmslands Klit Turistforening og Søndervig Centerforening. Projektet Fremtidens Superstrand gav støtte til at sikre badesikkerheden omkring arrangementet ved at finansiere livredderne under eventen.

Vinterbadefestivalen blev afholdt første gang d. 31.

december 2013 med ca. 300 deltagere. I 2014 tiltrak eventen ca. 800 badende og 3-4.000 tilskuere. Det viste sig, at badegæsterne kom langvejs fra, og eventen tiltrak alt fra børnefamilier, over unge strandløver, til de ældre turister.

Vinterbadefestivalen er således blevet en stor succes og er med til at forlænge turistsæsonen i Søndervig og skaber omsætning i butikkerne i en ellers stille periode. Festivalen afholdes igen i 2015.

Arrangementet er gratis, og i 2014 blev deltagerne efter den kolde dukkert i Vesterhavet budt på champagne, østers og kransekage, der delvis var sponsoreret af de lokale forretninger: Ejvinds

bageri, fiskeforretningen Edgar Madsen og SuperBest i Søndervig.

Stærkt aktørsamarbejde og stort output

Projektet er stærkt fordi erhvervsaktører og frivillige arbejder sammen om at tiltrække turister til området.

Det er en forholdsvis beskedne udgift med et enormt output. Omkostningerne løber op i ca. 10.000,-

Værdifuld synlighed på landsdækkende TV

Eventen 2013 blev bragt i regional radio og TV samt i landsdækkende TV prime time Nytårsaften og var givetvis med til at tiltrække deltagere fra hele Danmark i 2014.



‘Vinterbadefestivalen trækker både tilskuere og badende. Det stiller efterhånden store og omfattende krav til hvordan sikkerheden og infrastrukturen gribes an. Netop sikkerheden bliver udfordringen de kommende år.’

KATRINE FRANDBSEN
Destinationsmanager Holmsland Klit
Turistforening fra 2014

Projektets navn

Fremtidens Superstrand

Operatørens navn

Søndervig Centerforening &
Holmsland Klit Turistforening

Kontaktperson

KELD HANSEN
Formand for
Søndervig Centerforening
Tlf. +45 29 61 78 95
Email: post@sondervig.dk

Mere information

www.vinterbadefestival.dk

Effekt

Arrangementet tiltrak vinterbadere fra udlandet f.eks. nogle friske kvinder fra Köln, der havde valgt at holde nytårsferie i Søndervig for at kunne deltage i Vinterbadefestivalen.

"Besøgstallene væksted markant fra år 2013 til 2014" fortæller Katrine Frandsen

Ocean Rescue Camp

‘Konceptet er super godt og giver værdi for lokale og turister. Børnene udvikler et strækt netværk og knytter venskaber. Nogle af børnene, der var med første år, var også med sidste år.’

MICHAEL HARMARK
Driftsleder ved Ringkøbing
svømmehal.

Ocean Rescue Camp er et kursus for børn som foregår mandag til fredag fra kl. 10-13. Basiskurset er for børn i alderen 8-15 år. Advanced-kurset er for øvede deltagere i alderen 12-16 år. Formålet er at ruste børn og unge til at færdes sikkert på og ved Vesterhavet.

Deltagerne lærer havsvømning, fysisk træning, brug af kystlivredderudstyr, rescue-board og torpedo bjærgning, afprøvning af teorien omkring hestehuller, strøm

og fralandsvind, førstehjælp alene og med udstyr.

Tidspunktet er vigtigt

En udfordring er tidspunktet for campen. “Jeg tror, vi vil have nemmere ved at få livreddere og kunne agere pasningsordning for de lokale, hvis campen foregår i uge 31 og 32. Men det må vi jo finde ud af.” fortæller Michael Harmark, driftsleder ved Ringkøbing svømmehal.



Projektets navn

Fremtidens Superstrand

Operatørens navn

Ringkøbing Svømmehal / DGI

Kontaktperson

MICHAEL HARMARK

Driftsleder ved Ringkøbing
Svømmehal

Tlf. +45 97 32 26 76

Email: rsh@mail.dk

Effekt

I 2013 deltog 11 børn mens i
2014 var det en fordobling på
22 børn.

Konceptet har været så stor
en succes at det er blevet
udbredt til kystdestinationer
f.eks. Skagen og Nr. Vorupør i
Nordjylland.



Kapitel 4.

Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet



Søndervig Ranch

Handicapvenlige oplevelser på hesteryg

For at udnytte Ringkøbing Fjords store oplevelsespotentialer og skabe nye faciliteter og oplevelser for rideturister, har projektet Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet indgået et samarbejde med Søndervig Ranch om at skabe aktive naturoplevelser for rideturister.

Samarbejdet har blandt andet resulteret i et opstigningshus med en kørestolsrampe, som gør det muligt for handicappede og kørestolsbrugere at stige på hesten og således

give dem mulighed for at opleve den fantastiske natur i området.

Om Søndervig Ranch
Søndervig Ranch er et ridecenter i Søndervig, hvor det er muligt både at blive trækket rundt på deres trækketursbane, ride en tur på ridebanen i et lukket stisystem eller komme med på en guidet ridetur langs strandkanten.

**Projektets navn**

Ringkøbing Fjord
Oplevelsesnet

Operatørens navn

Søndervig Ranch

Kontaktperson

SØREN OG LOUISE
LODBERG

Søndervig Ranch
Tlf.: +45 20 71 90 54

Email: mail@sondervigranch.dk

Mere information

www.sondervigranch.dk

Effekt

”Opstigningshuset har medført, at vi har fået flere handicappede og gangbesværede gæster, der roser, at vi har faciliteter, der gør det lettere for dem at komme på hesten. Vi er rigtig glade for denne løsning.”
Fortæller Louise Lodberg, ejer af Søndervig Ranch.



Boardsportanalyse

Aktiv indsats i etableringen af surffaciliteter på udvalgte surfsteder

Området omkring Ringkøbing Fjord har på baggrund af en række stedbundne faktorer et meget stort potentiale for boardsport. Den geografiske placering, hvor der både er gode adgangsmuligheder til Nordsøen og dermed surfing, samt til den lavvandede Ringkøbing Fjord, hvor vindforholdene ofte er yderst optimale for kite- og windsurfere.

Som et led i satsningen på boardsport har Destination Ringkøbing Fjord og Ringkøbing-Skjern Kommunes afdeling for ekstern udvikling og analyse samarbejdet om at gennemføre en undersøgelse af boardsport-turisternes adfærd, samt hvordan de oplever deres ferie.

En analyse skal sikre, at der arbejdes mere strategisk med at udvikle boardsport i Ringkøbing-Skjern Kommune, med afsæt i eksisterende kunders behov og ønsker.

Analysen synliggjorde at 91% af de adspurgte surfere er meget tilfredse eller tilfredse med at komme på ferie i området. Samtidig vil 58% af de adspurgte surfturister anbefale området i en sådan grad, at de kan betegnes som ambassadører.

Analysen viste dog også, at hvis man vil øge det samlede tilfredshedsniveau for hele området, skal faciliteterne ved de forskellige surfsteder forbedres. Derfor har man i Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet arbejdet aktivt med at skabe nye faciliteter for surfturister, i form af:

- Tilskud til opstart af surfcafé
- Udarbejdelse af en analyse og etablering af et surfrev
- Tilskud til sauna ved Kabelpark
- Tilskud til faciliteter ved ny virksomhed, der tilbyder overnatning og undervisning til surfere.

Projektets navn

Ringkøbing Fjord
Oplevelsesnet

Operatørens navn

Destination Ringkøbing Fjord

Kontaktperson

RINGKØBING FJORD
TURISME

Tlf.: +45 70 22 70 01

Email: turist@hvidesande.dk

Mere information

 [Boardsportsanalyse](#)

Effekt

Med analysen har man fået et analytisk grundlag at arbejde ud fra og har således kunne målrette nye initiativer og faciliteter baseret på eksisterende kunders behov og ønsker.



Surfrev ved Hvide Sande

Fede surfbølger gennem offentlig – privat samarbejde

Hvide Sande Havn har samarbejdet med Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet og Hvide Sande Surfklub v/Kristian Rønn med henblik på at forbedre og optimere forholdene for bølgesurfing inden for havnens område. Ønsket var at reetablere de gode surf forhold ved sydmolen i Hvide Sande, der forsvandt efter opførelsen af den nye sydmole og samtidig forbedre badesikkerheden mellem molerne.

Formålet med det offentlig-private samarbejde har været at afdække mulighederne for, at de uddybnings- og oprensningsaktiviteter, der udføres i indsejlingssektoren og yderhavnen til Hvide Sande havn, kan planlægges, så de kan bidrage til at forbedre forholdene for bølgesurfing – særligt i området mellem Søndre Ledemole og den nye Sydmole. Havnens tilgang har været at være positiv og

bidrage i den udstrækning, at kerneaktiviteterne – oprensning og sikring af optimale besejlingsfold – sikres højeste prioritet.

Dertil kommer, at surf-interesserne som udgangspunkt skal sidestilles med hensynet til bade-interesserne inden for havnens område. Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet og Hvide Sande Surfklub har udvist stor respekt for ovennævnte hensyn, og arbejdet har på dette grundlag ført til en aftale om at gennemføre forsøg med etablering af et sandrev i området mellem de to moler.

Sandrevets etablering som udmunder i forbedrede surf forhold forventes at betyde:

- Flere surf og SUP turister (paddelsurf og stand-up paddling)
- Forøget brandingværdi af hele området
- Forøget salg, udlejning og surfskolelektioner solgt fra

Westwind Surfcafe og områdets andre surfaktører.

- Mere afledt salg fra områdets andre turistaktører
- Forbedret badesikkerhed, der igen vil føre til flere gæster og gladere/tryggere gæster
- Flere overnatninger
- Mulighed for at afholde regulære surfevents, bl.a. vil eventet Waterz kunne opgraderes via surf/SUP konkurrence.



Projektets navn

Ringkøbing Fjord
Oplevelsesnet

Operatørens navn

Hvide Sande Havn

Kontaktperson

RINGKØBING FJORD
TURISME

Tlf.: +45 70 22 70 01

Email: turist@hvidesande.dk

Mere information

www.hvidesande.dk

Effekt

De nye faciliteter og tiltag har medført et øget grundprodukt og en højere kvalitet for surfturister.

Fakta om projektet

Sandrevet etableres ved hjælp af en sandpumpe, som ligger i Hvide Sande for at holde indsejling fri for sand.

Projektet har kostet 150.000 DKK til en konsulentrapport, som Hvide Sande Havn ønskede inden de gik ind i projektet. Denne udgift skal ses i sammenhæng med de min-

3-5.000.000 DKK det vil koste at etablere et kunstigt rev.

Målgruppen er surf – og SUP turister og lokale, både begyndere og øvede og ikke mindst badegæster, som nu får en flad badezone uden brækkende bølger.

Projektet er kommet i stand gennem et samarbejde mellem Hvide Sande Havn,

en gruppe surfere, TRYG Fonden og Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet. Etableringen af sandrevet indenfor molen er første del af projektet, som følges af ”modellerede” sandrevler syd for molen, som dels skal give wind- og kitesurferne endnu bedre bølger og samtidig også her give bedre badesikkerhed.

Surffarm

Projektet ønsker at udnytte Ringkøbing Fjords store oplevelsespotentiale for aktiv vandsport og kommercielle naturoplevelser.

Derfor har projektet Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet givet tilskud til en nyetableret surfvirksomhed udmøntet i indkøb af en trailer, således

at der kan afholdes surfskole lige netop der hvor vindforholdene på en given dag er bedst. Således bruges hele Ringkøbing Fjord som legeplads for de mange surfurister, der kommer til Destination Ringkøbing Fjord.

Surfcaféen er etableret i to containere på en parkeringsplads i Hvide Sande med let adgang til Nordsøen og surfstedet In between. Parkeringspladsen er ejet af Hvide Sande Havn og udlejer arealet til West Wind Nord.



Surffarm tilbyder undervisning og udlejning af udstyr inden for wind- og kitesurfing samt SUP. Surffarm ligger uden for Ringkøbing, og har fokus på tyske surfurister.

Projektets navn
Ringkøbing Fjord
Oplevelsesnet

Operatørens navn
Surffarm

Kontaktperson
RINGKØBING FJORD
TURISME
Tlf.: +45 70 22 70 01
Email: turist@hvidesande.dk

Mere information
 www.surffarm.dk

Effekt
De nye faciliteter og tiltag har medført et øget grundprodukt og en højere kvalitet for surfurister.





Surfcafé

Projektet Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet har givet tilskud til opstart af en surfcafé på Tungevej i Hvide Sande.

Gennem surfcaféen er det muligt for West Wind Nord at tilbyde områdets surfturister og andre interesserede udlejning af surfudstyr og strandstole, undervisning samt et hyggeligt surfmiljø tæt på et attraktivt surfsted.

Surfcaféen er et yndet sted for både lokale og turister

som et mødested om sommeren, hvor det er muligt at hænge ud og få en god kop kaffe eller is.

Formålet med projektet, er at servicere surfturisterne der hvor de færdes med mulighed for udlejning af udstyr, undervisning samt forplejning.

Projektets navn
Ringkøbing Fjord
Oplevelsesnet

Operatørens navn
West Wind Nord

Kontaktperson
RINGKØBING FJORD
TURISME
Tlf.: +45 70 22 70 01
Email: turist@hvidesande.dk

Mere information
[West Wind Surf Café](#)

Effekt
De nye faciliteter og tiltag har medført et øget grundprodukt og en højere kvalitet for surfturister.



Effekt

WaterZ har indgået et samarbejde med Sport Event Danmark, der sikrer eventen et stort løft. Samarbejdet har bl.a. medført, at U20 verdensmesterskabet i windsurfing bliver afviklet under WaterZ i 2015. "Vi er utroligt glade for det samarbejde, som vi har indgået med Sport Event Danmark omkring WaterZ. Deres støtte giver os god arbejdsro til at fokusere på at udvikle et godt og solidt event, hvor der vil være aktiviteter for alle." fortæller projektleder Katrine Frandsen, WaterZ.

Arrangementet giver flere overnatninger i den pågældende periode.

Projektleder Katrine Frandsen er overbevist om, at eventen med tiden vil skaffe flere arbejdspladser i Ringkøbing-Skjern Kommune.

**‘VI ØNSKER AT
UDVIKLE WATERZ
TIL AT BLIVE
NORDEUROPAS
STØRSTE
VANDSPORTS-
EVENT.’**

KATRINE K. FRANSEN
Projektleder

WaterZ

Vandsport som internationalt udstillingsvindue

Der er i projektet Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet givet tilskud til eventen WaterZ, for således at støtte op om et arrangement, der er med til at brande området internationalt som en attraktiv board-sport destination.

WaterZ er et stort internationalt arrangement indenfor vandsportsgrenene: windsurfing, wakeboarding, kiteboarding og SUP (stand up paddle) med udgangspunkt i de flotte omgivelser i Hvide Sande ved den jyske vestkyst. Under arrangementet er der forskellige konkurrencer og aktiviteter for både nybegyndere og professionelle på vandet.

WaterZ har resulteret i en stigning af gæster, som tager til området for at dyrke vandsport. Det har genereret overnatninger i perioden det bliver afholdt, men også i løbet af sæsonen. I perioden hvor eventen bliver afviklet, øges omsæt-

ningen i byens butikker og eventen giver specialbutikkerne i området en kundekreds som strækker sig over et større geografisk område. Arrangementet arrangeres i et samarbejde mellem Ringkøbing-Skjern Kommune, Sport Event Danmark, Holmsland Klit Turistforening samt West Wind Nord, West Wind Syd og Kabelparken. Dertil kommer mange frivillige, der hjælper til med at afvikle selve eventen.

Fakta om projektet

Arrangementet blev første gang afholdt i 2010 i Hvide Sande. Ved eventen benyttes både Fjord, Havn og Hav. Eventen løber af stabelen den første weekend i september og har en varighed af 4-10 dage. 2015 er budgettet på ca. 750.000, det forventes at stige de kommende år. Det forventede deltager antal i 2015 er 300-350. Målet på sigt er ca. 1000 deltagere og mellem 5.000 og 15.000 tilskuere.

Projektets navn
Ringkøbing Fjord
Oplevelsesnet

Operatørens navn
Den Selvejende Institution
WaterZ

Kontaktperson
KATRINE KOCK FRANSEN
Projektleder WaterZ
Tlf.: +45 21 28 31 08
Email: kafr@feriepartner.dk

Mere information

 www.waterz.dk

Hvide Sande Sportsfisker Center Lystfiskernes paradisi i Hvide Sande



‘Vi er utrolig stolte af resultatet, og af at kunne tilbyde vores gæster de fine faciliteter.’

HENNING DAVIDSEN
Projektprojektansvarlig for
Hvide Sande Sportsfisker Center

Hvert år ankommer der skønsmæssigt omkring 200.000 lystfiskere til Hvide Sande for at fiske. Blandt andet fordi det er relativt nemt at få et fisketegn i Danmark i forhold til Tyskland. Lystfiskeri er således en stor aktivitet i Hvide Sande – specielt i sluseområdet. Lystfiskerne er især ude efter de sild, der om foråret og efteråret trækker ind i fjorden og på en travl dag, kan der stå op til 2.000 lystfiskere i området.

Sportsfisker centeret har som formål i højere grad at servicere netop denne gruppe turister, idet de fysiske faciliteter for lystfiskerne ikke har været optimale i området. Der har manglet let tilgængelige offentlige toiletter, borde og bænke, rensefaciliteter, legeplads, afskærmning m.v. Desuden har der manglet faciliteter til at bortskaffe fiskeaffald og generelt har området ikke været indbydende. Centrets formål er derfor at tilbyde lystfiskerne bedre service og faciliteter.

Et resultat af potentialeplanerne

Sportsfisker Centeret er resultatet af et længerevarende udviklingsforløb i demonstrationsprojektet Erhvervs-mæssig vækst i tilknytning til by- og havnemiljøer. I demo-projektet blev der udarbejdet en samlet turismepotentialeplan for Hvide Sande og Søndervig baseret på en række workshops hvor turistaktører, kommunens planafdeling og konsulenter deltog. Der blev oprettet et antal grupper, der hver især arbejdede med et emne.

Det fremgår af blandt andet turismepotentialeplanen og byens website, at lystfiskeri er et vigtigt indsatsområde i byen og at det giver mening at operere med en bredere værdikæde, så lystfiskerne tilgodeses med overnatningsmuligheder, bedre faciliteter ved havneområdet, flere tilknyttede oplevelser og bedre formidling af fiskeriet i bred forstand.



Sportsfisker centeret er anlagt på et areal nord for Afvandingslusen i Hvide Sande. Bygningen indeholder formidling, opholdsrum og rensefaciliteter, der stilles til rådighed for lystfiskere og andre besøgende. Lystfiskere skal betale et mindre beløb for brug af faciliteterne. Indtægterne herfra indgår i den selvejende institution Hvide Sande Sportsfisker Center, som har til formål at forbedre og udbygge faciliteterne for lystfiskerne, så det bliver endnu mere attraktivt at besøge Hvide Sande og omegn.

Sportsfisker Centeret er gennemført på tværs af to projekter, hvor Oplevelsesbaseret Kystturisme har finansieret processen og Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet har finansieret de fysiske faciliteter.

Gennemført med stort lokalt engagement

Hvide Sande Havn stiller arealet, hvorpå centeret er anlagt, gratis til rådighed. Derudover har fem investorer stillet start-

kapital til rådighed og Ringkøbing-Skjern Kommune har givet tilskud til etableringen af bygningen via kommunens gearingspulje. Projektet er således resultatet af et stort lokalt engagement, vilje og tro på projektet samt økonomisk risikovillighed.

Hvide Sande Sportsfisker Center er den første fysiske manifestation af potentialeplanen, og det er planen at søge fondsmidler til at realisere de øvrige fysiske tiltag, der er foreslået i turismepotentialeplanerne.

Planer for fremtiden

Der er planer om at opgradere opholdsarealerne rundt om Sportsfisker centeret. Der tænkes installationer af høj, nytænkende arkitektonisk kvalitet som indbyder til leg og ophold for de gæster, der ikke står med en fiskestang i hånden.

Dele af teksten er fra Hvidbogen "Oplevelsesbaseret Kystturisme", og forfattet af Michael Ruby, Kong Gulerod.

Projektets navn

Oplevelsesbaseret Kystturisme
Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet

Operatørens navn

Den selvejende institution
Hvide Sande Sportsfisker
Center

Kontaktperson

HENNING DAVIDSEN
Projektleder
Tlf.: +45 40 89 11 66
Email: henning.davidsen@feriepartner.dk

Mere information

www.hvidesande.dk

Formål og effekt

En gammel udslidt lagerbygning har fået et almennyttigt formål og indbydende autentisk fremtoning.

Etableringen af centeret har betydet, at der er blevet skabt en indtægtskilde som kan bidrage til den fremtidige udvikling af Hvide Sande.

Der er blevet skabt et årsværk i projektet.

Nye faciliteter af høj kvalitet for lystfiskere og deres familie.

Hvidesandebike.dk

Cykeludlejning med succes

Hvidesandebike.dk indkøbte med støtte fra projektet 100 cykler + diverse ekstraudstyr til udlejning centralt i Hvide Sande. Samtidig etablerede operatøren et samarbejde med de 4 lokale sommerhusbureauer således, at der kan bookes cykler via sommerhusbureauernes hjemmesider, når der bookes sommerhuse. Cyklerne leveres direkte til det lejede sommerhus før gæsterne ankommer.

Om projektet

Cykeludlejningen foregår centralt i Hvide Sande.

Projektet modtog 100.000 DKK til indkøb af cykler fra Projekt Ringkøbing Fjord Oplevelsesnet.

Projektet giver alle turister i området mulighed for at leje kvalitetscykler allerede i forbindelse med booking af feriehus. Cyklerne står klar ved feriehuset, når gæsten ankommer.



Projektets navn

Ringkøbing Fjord
Oplevelsesnet

Operatørens navn

Hvidesandebike.dk

Kontaktperson

MARTIN THYGESEN
Ejer af Hvide Sande Bike
Tlf. +45 21 23 07 58
Email: info@hvidesandebike.dk

Mere information

www.hvidesandebike.dk

Effekt

”Jeg startede ud med 65
cykler, men er nu oppe på
145 cykler. Derudover har jeg
udvidet sortimentet med el-
scootere, rollatorer, klapvogne,
barnevogne til cyklen,
cykeltrailere m.m. Hvis der er
et behov for noget så skaffer
jeg det.” Fortæller Martin
Thygesen.

Kapitel 5.

Synlighed

‘Samarbejdet med VisitDenmark har fungeret rigtig godt og resulteret i et flot resultat.’

LYKKE NIELSEN HØJ
Turistdirektør
Ringkøbing Fjord Turisme

Nordsee markedsføring Massiv indsats på det tyske marked

For at øge synligheden og markedsføre destinationen, er der gennemført en online/offline kampagne målrettet det tyske marked inden for udvalgte målgrupper.

I samarbejde med VisitDenmark har der i både 2013 og 2014 kørt en markedsføringskampagne på det tyske marked hvor hele den samlede vestkyst er gået sammen i en fælles indsats. Projektet Synlighed har støttet økonomisk op omkring denne kampagne i samarbejde med lokale aktører, turistforeningen og Holmsland Klit Turistforening.

Kampagnen har bestået af distribution af et magasin (samlet 500.000 eksemplarer i 2013 og 1.000.000 eksemplarer i 2014) samt en online kampagne. For 2013 har der på den online del af kampagnen været mere end 2000 besøgende på siden med information omkring Hvide Sand og Søndervig. Kombinationen af VisitDenmarks kendskab til det tyske marked og destinationens lokalkendskab har resulteret i rigtig flotte resultater for både 2013 og 2014 og forventeligt mange år fremover.



Projektets navn

Synlighed

Operatørens navn

Ringkøbing Fjord Turisme

Kontaktperson

METTE TRADS NIELSEN

Projektleder

Tlf.: +45 21 14 19 29

Email: mette@hvidesande.dk

Mere information[Nordsee kampagneside](#)[Nordsee katalog](#)**Effekt**

Tæt samarbejde på tværs af Vestkystkommunerne

“Den fælles Nordsee kampagne gør, at destinationen kommer langt stærkere ud i Tyskland end tidligere. Mange spredte budskaber er blevet til én stor kampagne, der har en volumen, som kan mærkes. Derudover gør brugen af termer som tyskerne selv kender, at vi kommer hurtigere ned gennem tragten til en købsintention.” fortæller Mads Schreiner, Marketing manager VisitDenmark, Tyskland.

“Vi har fået testet vores budskaber, og 80 % af de der har set vores magasin mener, at det er gode historier og tydelige budskaber og hele 51 % ønsker, efter at have læst magasinet, at booke en rejse til Danmark.” fortæller Mads Schreiner, Marketing manager VisitDenmark, Tyskland.

Meet Us

Syv film om passionerede lokale skal åbne Ringkøbing Fjord-området

Med de syv Meet Us-film producerer Ringkøbing Fjord Turisme nyt og anderledes digitalt indhold, der i flere år frem kan bruges i markedsføringen af området. Filmene er originalt indhold af meget høj kvalitet, som også de lokale turistaktører frit kan bruge i deres egen markedsføring.

De syv korte film skildrer en række passionerede lokale borgere, samt det naturområde/bymiljø, de færdes i til dagligt. De lokales passion, ærlighed samt det autentiske liv ved Vestkysten er i fokus. Turistfilmens tendens til klicheer og glansbilleder er dermed forsøgt undgået. Filmens omdrejningspunkt er rigtige lokale borgere, der alle har en dyb passion og en viden, de gerne formidler til områdets gæster. De er lokale eksperter, og som filmens seer inviteres man indenfor i deres liv. Vi møder blandt andet en

17-årig danmarksmester i wakeboard, gårdbutiksejerne, der udvikler de lokale madtraditioner, naturentusiasten i Skjern Enge samt eksperten i 2. verdenskrigs bunkere ved Vesterhavet. Geografisk kommer filmene vidt omkring i Ringkøbing-Skjern Kommune. Fra Vesterhavet, rundt om Ringkøbing Fjord og i Skjern Enge.

Passionerede lokale er en attraktion

Ringkøbing Fjord Turisme viser med filmene, at området ikke blot byder på fine strande, flot natur og hyggelige byer. De mange passionerede lokale, der bor i kommunen, er en mindst ligeså stor attraktion. Og disse lokale vil hellere end gerne formidle deres viden og passion til gæsterne.

For mange gæster er mødet med lokale indbyggere en af de oplevelser, der gør størst

indtryk, når de er på ferie. Filmene er en forsmag på de møder, der finder sted i området mellem lokale og gæster. De lokale, seerne møder i filmene, kan de også møde på en tur til Ringkøbing Fjord-området.

Meet Us-filmene indfanger mangfoldigheden af mennesker, natur, traditioner og kultur i Ringkøbing Fjord området.

De syv film er tekstet, så de kan bruges i markedsføring overfor både de dansk-, tysk- og engelsktalende målgrupper. De indgår i Ringkøbing Fjord Turismes markedsføring på flere platforme. På hjemmeside, sociale medier og i nyhedsbreve, hvormed der kan skabes en synergieffekt og en genkendelighed for modtagerne.

‘Med filmmediet kan man tale til sine modtagere på et mere følelsesmæssigt plan end gennem tekst. Film er gode til at skabe identifikation og fascination hos modtagerne. Derfor er film gode i markedsføringen af en turistdestination, man ønsker at øge kendskabet til.

Med Meet Us-filmene promoverer vi, sammen med Ringkøbing Fjord Turisme, Ringkøbing Fjord-området gennem en række unikke personlige historier, der samtidig taler til forskellige målgrupper.’

EMIL JOHNSEN

Projektleder og partner i produktionsvirksomheden
GotFat Productions



Meet Us – Bunkerexperten

Steen Esbensen fortæller i filmene om Vestkystens bunkere.

Meet Us – Ringkøbingenserne

De inkarnerede ringkøbingensere Eva og Flemming, viser rundt i den charmerende vestjyske købstad.

Meet Us – Naturelskeren

Sabine Jensen er naturvejleder og fortæller om at udforske dyrelivet og naturen i det unikke vestjyske område





—
Meet Us – Vikingen
Mikkel fortæller om vikingetiden og viser vikingehavnens skibe og huse frem.

Meet Us – Wakeboarderen
Juniordanmarksmesteren i wakeboard, Jakob Sally fortæller om livet som wakeboarder og kabelparken i Hvide Sande.

Meet Us – Madentusiasterne
Dorthe Fjord Tarbensen fortæller om Vestkystens Gårdbutik, som hun ejer med sin mand Jens.

—
Meet Us – Fiskeren
Fiskeren Arne Jensen fortæller om et liv på havet.



Effekt

Videoerne er på dansk, tysk og engelsk.

Visninger på Youtube

	DK	DE	GB
Wakeboarderen	842	388	50
Ringkøbingenserne	594	797	111
Bunkereksperten	585	741	88
Vikingen	570	259	84
Madentusiasterne	817	354	28
Naturelskeren	361	279	107
Fiskeren	1.100	567	119

Projektets navn

Meet Us

Operatørens navn

Ringkøbing Fjord Turisme

Kontaktperson

METTE TRADS NIELSEN

Projektleder

Tlf.: +45 21 14 19 29

Email: mette@hvidesande.dk

Mere information

 www.hvidesande.dk



To presseture med danske og tyske journalister

Masser af god omtale

I samarbejde med kommunikationsfirmaet Ehrenberg, blev der i slutningen af juni arrangeret presseture med danske og tyske journalister.

På den danske tur deltog seks journalister fra forskellige trykte medier. På den tyske tur deltog fem journalister fra trykte medier samt en blogger, som allerede under turen var aktiv på forskellige sociale medier.

De danske journalister overnattede på hotel i Ringkøbing. Dette set i lyset af, at en del danske gæster også efterspørger et kortere ophold end den traditionelle uge i feriehus. Det overordnede tema for den danske tur var ”Mad og kultur”.

De tyske journalister overnattede i feriehus ved Søndervig og fik dermed en smagsprøve på områdets hovedprodukt, som uden tvivl er feriehuset, som for rigtig mange tyskere er den væsentligste grund til at vælge ferie ved Vestkysten. Det overordnede tema for den tyske tur var ”Oplevelser i naturen”.

God træning og entusiasme fra områdets aktører

Presseturene var en rigtig god øvelse for områdets aktører, som fik en god chance for at markedsføre deres individuelle forretninger. Alle aktører var yderst samarbejdsvillige og viste med stor interesse og entusiasme rundt i deres restaurant eller ved deres attraktion eller oplevelse.

Alle journalister viste stor interesse for området, og de mange attraktioner og oplevelser var til stor glæde for dem – og vil dermed formentlig også være det for deres læsere. Specielt de tyske journalister var meget betaget af naturen, havet og fjorden.

Turene gav god omtale af destinationen som helhed.

‘Mine vejrtrækningsproblemer forsvinder som dug for solen i den friske luft ved Vesterhavet!’

TYSK JOURNALIST
MED ASTMA

Projektets navn
Synlighed, branding og markedsføring

Operatørens navn
Ringkøbing Fjord Turisme

Kontaktperson
METTE TRADS NIELSEN
Projektleder
Tlf.: +45 21 14 19 29
Email: mette@hvidesande.dk

Mere information

[Mittsommerparty](#)

[Lerne ich Windsurfen?](#)

Kapitel 6.

Skjern Å Naturturisme



Skjern Å Netværksmøder, studieture – fokus på at samle området

I projektet Naturturisme Skjern Å er der blevet arbejdet med at samle erhvervsaktører på tværs af brancher for således i samarbejde at kunne skabe flere aktiviteter og oplevelser på og omkring Skjern Å. De nye aktiviteter og oplevelser skal være medvirkende til at forbedre og udvikle områdets potentiale for vækst i turismen.

Kick-off workshop

Som opstart på projektet afholdtes et kick-off/idégenereringsworkshop med lokale turistaktører fra forskellige erhverv samt kommunen og andre offentlige institutioner som for eksempel Ringkøbing-Skjern Museum. Formålet med workshoppen

var at starte projektet godt op, samle erhvervsaktørerne i området samt at idegenere på to at projektets kerneområder: Udvikling af nye aktiviteter og naturoplevelser samt fælles synliggørelse og markedsføring af området. Aktørerne arbejdede engageret og nye aktører meldte sig på banen. Der var imidlertid en udfordring med, at nogle af aktørerne havde opfattelsen: "Det har vi prøvet før!" – Specielt i forbindelse med aktiviteter/oplevelser, der knyttede sig til afslaget om at blive nationalpark. Derfor blev der efterfølgende lagt stor vægt på at gøre det efterfølgende forløb så konkret som muligt, samt sat fokus på netværksdannelse og samar-

bejde, samt genoplivning af de projekter, som før havde været på tegnebrættet, og som man stadig troede på og var engageret i at få etableret eller arrangeret.

Aktørerne fik efterfølgende mulighed for at deltage i mindre netværksgrupper med temaerne

- Fælles markedsføring af området og tilbud
- Kommercielle pakkeprodukter gennem samarbejde
- Udnytte potentialet for lystfiskerturisme
- Udvikle rideturismen
- Mangler og potentialer i infrastruktur og faciliteter
- Udvikling af de lokale spise- og fødevarer



‘Udfordringen har været at holde aktørerne til ilden i den lange proces. Her kan det helt klart anbefales at være så konkret som muligt – meget gerne med specifikke temaer.’

SØREN FREDERIKSEN
Projektleder Naturturisme Skjern Å.

Målet har igennem hele projektet været at øge omsætningen hos både primære og sekundære turismeerhverv, tiltrække flere internationale turister og skabe bæredygtige aktiviteter.

Fysiske faciliteter, som projektet blandt andet har givet tilskud til

- Etablering af Kano og kajak-faciliteter ved Skjern Å
- Cykelhotspot (Karolines Gård)
- Etablering af hestefaciliteter og analyse af mulighed for rideture i området (Ådum)

Projektet har også arrangeret og afholdt to inspirationsture til henholdsvis Thy Nationalpark og Mandø med henblik på at besøge nogle konkrete

aktører, som er brændt igennem med deres forretningsmodel samt at hente gode ideer. Inspirationstur til Nationalpark Thy: Fokus på aktørsamarbejde, naturoplevelser og rideturisme. 11 aktører deltog i studieturen. Inspirationstur til Gram Slot og Mandø: Fokus på aktørsamarbejde og naturoplevelser og lystfiskerturisme.

Projektet har med stor succes haft et meget specifikt tema for inspirationsturene.

Projektet Naturturisme Skjern Å forløb i perioden medio 2013-medio 2015.

Projektets navn
Naturturisme Skjern Å

Operatørens navn
Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson
SØREN FREDERIKSEN
Projektleder
Skjern Å Naturturisme
Tlf. +44 99 74 19 57
Email:
soren.frederiksen@rksk.dk

Mere information
 www.skjernaa.info

Effekt
Netværksmøderne har resulteret i, at aktørerne har fået et større kendskab til hinandens produkter/services og et spirende samarbejde med helt konkrete resultater i form af ture hvor flere aktører samarbejder om at give gæsterne en god oplevelse. Samtidig giver de afholdte ture, bortset fra en testtur, et fornuftigt afkast til aktørerne

Møderne har resulteret i nye faciliteter og oplevelser og dermed et større udbud til turister.

Studieturene har inspireret aktørerne inden for et konkret tema og har givet aktørerne gåpåmod til at løfte deres virksomheder.

‘Vi ved at 90% af vores gæster efterspørger muligheder for cykelturisme og her vil Karolines Gaard, med sin centrale beliggenhed og gode faciliteter, kunne bidrage væsentligt.’

Svinestien Et rent cykelhotspot!

LYKKE NIELSEN HØJ
Turistdirektør
Ringkøbing Fjord Turisme

Målet med Svinestien er at skabe et anderledes og oplevelsesrigt mødested for cykelturister, lystfiskere, skoleklasser m.fl. Der er mulighed for information, praktisk hjælp til cyklen og overnatning på forskelligt niveau.

Vi regner med på sigt at kunne få 2-3 bookinger pr. døgn i højsæsonen og et antal lejrskoler i skuldærsæsonen. Vi håber på, at initiativet kan

være med til at sætte fokus på byen og de mange muligheder, vi har for at opleve naturen i og omkring Skjern i forhold til Skjern Å og Ringkøbing Fjord.

Et konkret tilbud tager afsæt i den nære beliggenhed til Skjern Station og skal lanceres under overskriften “Tag toget til din cykelferie” Tilbuddet henvender sig i højsæsonen til turister og i skuldærsæsonerne til lejrskoler. Som cykelhotspot er faciliteterne åbne for alle cyklende.

Med afsæt i Karolines Gårds beliggenhed, umiddelbart nord for Skjern Å området, tæt på Skjern Station og lige ved cykelruterne Ringkøbing Fjord rundt, er der perfekte rammer for at tilbyde cykelturismetilbud i samarbejde med andre.

Svinestien er lokaliseret på Karolines Gård i Skjern, som

i forvejen fungerer som økologiske hobby- og besøgslandbrug. På gården er der også en ferieejlighed med plads til 6 personer. Cykelhotspotdelen indbefatter mulighed for at få luft, strøm, vand og information. Herudover kan gårdens øvrige faciliteter benyttes efter aftale.

Svinestien kommer til at bestå af 6 grisehytter med plads til henholdsvis 2 voksne eller 3-4 børn i hver. Hytterne kommer til at ligge på en lille plads omgivet af levende hegn og fender med grise.

Hytterne bliver bygget specielt til projektet på Skjern Produktionsskole og kommer til at indeholde 2 madrasser, en lampe, døre i begge ender med myggenet samt en stikontakt til opladning af mobil mm. I forbindelse med hytterne vil der være en bålhytte med vandhane samt strøm. Der vil være adgang til toilet og bruser på gården.





På gården er der mulighed for at opleve bondegårdsdyr (grise, køer, heste, får og høns) samt købe økologisk kød og grønt fra gården. Der er også udendørs legeplads i form af tarzanbane og trampolin til fri afbenyttelse.

Central beliggenhed

Gården ligger 1 km. fra Skjern centrum med restauranter og masser af muligheder for indkøb, ca. 5 km. fra Ringkøbing Fjord og 3 km. fra Skjern Enge og Hestholmen. Gården har dermed en ideel placering i forhold til turister, der vil opleve området på cykel eller til fods.

"En hytte kommer til at koste 200 kr. pr. nat. (alt inklusiv) for 1-2 personer. I skolernes

sommerferie (6 uger fra juli til midt august) satser vi på to udlejninger pr. døgn. det første år og regner selvfølgelig med en stigende belægning de følgende år. Vores mål er at samarbejde med lokale aktører indenfor cykel- og kanouudlejning samt andre oplevelser i lokalområdet. Vi vil gerne kunne tilbyde vores gæster skræddersyede "oplevelsespakker" og dermed være med til at fremme en synergieffekt", siger ejerne Karoline og Mads Reenberg.

Projektets navn
Skjern Å Naturturisme

Operatørens navn
Karolines Gård v. Mads og Karoline Reenberg, Skjern

Kontaktperson
KAROLINE OG MADS
Ejerne af Karolines Gård
Tlf.: +45 23 32 93 61
Email: mette@hvidesande.dk

Mere information

www.karolinesgaard.dk
[karolinesgaard facebook](#)

Effekt

De nye faciliteter har medført et kvalitetsløft i forhold til faciliteter og produkter målrettet cykel- og naturturister.

**Projektets navn**

Skjern Å Naturturisme

Operatørens navn

Hø-hotel Stald Tanholm

Kontaktperson

Ejerne af

Stald Tanholm

Tlf.: +45 25 77 92 03

Email: mail@stalddanholm.dk

Mere information
 www.stalddanholm.dk

Hø-hotel Stald Tanholm Smukke naturoplevelser!

‘Vi glæder os til at kunne vise gæsterne de naturskønne områder, som vi selv rider i og meget gerne vil dele oplevelsen af.’

GITTE FREDSLUND
Indehaver af Stald Tanholm

Et lille stutteri og opstaldningssted, Stald Tanholm, i Ådum har fået overnatningsfaciliteter til rytter og hest opstillet af projekt Naturturisme Skjern Å. Stedet stiller et primitivt køkken og toilet-faciliteter til rådighed, som befinder sig i forlængelse af staldbygningerne og er til fælles benyttelse for stedets øvrige opstaldere. Der er endvidere mulighed for at have hestene på boks, hvis vejret er dårligt.

Udenfor indgangen til staldbygningerne og mere isoleret fra gårdens stuehus er opsat to shelters med to tilhørende hvilefolde. Hvilefoldene kan deles op i yderligere mindre afdelinger, hvis man ønsker

det. Stedet kan derfor huse to mindre grupper eller én stor gruppe gæster, og der er gode ridemuligheder til Skjern Enge og Boris Skydeterræn.

Kvalitetsløft og oplevelser

Rideturister kan nu ride en længere rute over flere dage, hvor der er overnatningsmuligheder forskellige steder undervejs, eller tilbringe flere dage ved Stald Tanholm og ride naturskønne sløjfer i det varierende område.

Stald Tanholm forventes at få en indtjening på rideturisme som ekstra supplement til opstaldningsstedets øvrige indtægter.

Effekt

De nye faciliteter har medført et kvalitetsløft i forhold til faciliteter og oplevelser målrettet rideturister, og høhotellet giver nye muligheder for rideturisme i området og vil kunne fungere som base for spændende ture i området.



Nye kano/kajak faciliteter ved Ahler Østergaard og Pumpestation Nord



Projektets navn
Skjern Å Naturturisme

Operatørens navn
Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson
AHLER ØSTERGAARD
Tlf.: +45 22 16 77 03

Mere information
 www.hvidesande.dk

Effekt
Der er etableret kano/kajak ophalerpladser ved Ahler Østergaard og Pumpestation Nord. De to nye kano/kajak faciliteter har givet helt nye muligheder i forhold til at komme sikkert i kanoen/kajakken, rastemuligheder og en stærkt øget tilgængelighed.

Skjern Å

Målrettet markedsføring for området

Der er i projektet blevet arbejdet på at synliggøre og markedsføre Skjern Å som et attraktivt område med mange forskellige oplevelser i naturen.

Der er specielt arbejdet med at synliggøre de mange aktiviteter og faciliteter som området har at byde på. Af tiltag kan nedenstående blandt andet nævnes: Hjemmesiden www.skjerna.info, hvor det er muligt at finde spændende og relevante oplysninger og aktiviteter på og omkring Skjern Å på tysk, engelsk og dansk.

Skjern Å guiden

Med over 100 interessepunkter inddelt under emner som kulturhistorie, friluftsliv, ruiter, m.m. giver guiden dig et godt indblik i de aktiviteter og oplevelser som bliver tilbudt i området ved Skjern Å. Guiden er tilgængelig både som fysisk kort og på den offline App "Skjern Å".

Et opslag i Ringkøbing Fjord Guiden, der udkommer i 110.000 eksemplarer.

Helsidet annonce med to sideres redaktionelt stof målrettet lystfiskere i Angelkatalog 2015 der udgives af Visit Denmark i Tyskland.





Projektets navn

Naturturisme Skjern Å

Operatørens navn

Destination Ringkøbing Fjord

Kontaktperson

SØREN FREDERIKSEN

Projektleder

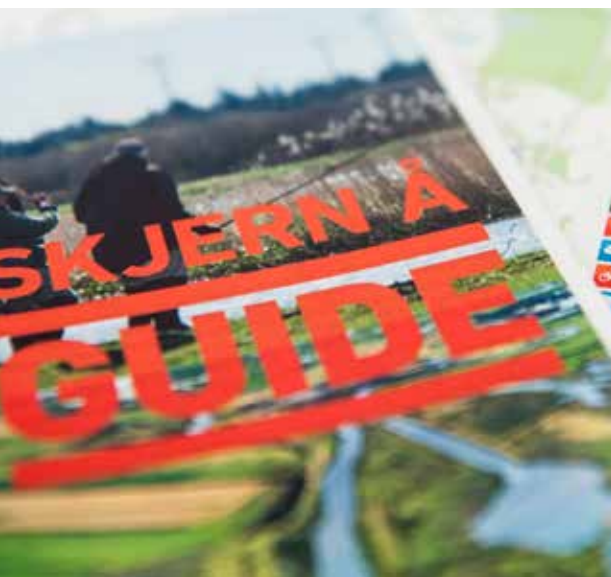
Skjern Å Naturturisme

Tlf. +44 99 74 19 57

Email: soren.frederiksen@rksk.dk

Mere information

 www.skjernaa.info



Effekt

“Markedsføringen giver grundlæggende en bred vifte af målgrupper indføring i Skjern Å området, hjemmesiden www.skjernaa.info spiller sammen med Skjern Å Guiden og Skjern Å App'en. Dog er tyngden i markedsføringen målrettet lystfiskerturister, som en gruppe vores område i særlig grad henvender sig til og hvor der ligger et stort potentiale fremadrettet”, fortæller projektlederen Søren Frederiksen.

Kapitel 7.

Den Digitale Destination

‘VI ER OVERBEVISTE OM, AT
DETTE ER DEN RIGTIGE VEJ AT
GÅ, HVIS VI FORTSAT VIL VÆRE
DEN FØRENDE KYSTTURISME-
DESTINATION I DANMARK.’

LYKKE NIELSEN HØJ
Turistdirektør i Ringkøbing Fjord Turisme

Ny medlemsstruktur og et stærkt destinationsfællesskab

Formålet med den nye medlemsstruktur i Ringkøbing Fjord Turisme er at arbejde professionelt og visionært på et politisk, strategisk og praktisk niveau, der skaber værdi for alle sine medlemmer.

For at realisere denne vision, har vi udviklet en ny medlemsstruktur som indeholder nye services, målrettede aktiviteter og større mulighed for medlemsinddragelse og -samarbejde.

Ringkøbing Fjord Turismes forhenværende medlems-

struktur og indtjeningsgrundlag var baseret på antal ansatte i virksomheden. Dette var ikke hensigtsmæssigt fordi flere turistvirksomheder har mange sæsonansatte. Den forhenværende medlemsstruktur var også fra før der blev tilbudt en bred vifte af nye digitale tilbud til turistforeningens medlemmer. Det stod derfor klart, at der var brug for en ny medlemsstruktur.

En inddragende proces

Den nye medlemsstruktur blev skabt ved hjælp

af et spørgeskema til alle medlemmerne og en række telefoninterviews med lokale turistaktører. Her blev aktørernes forventninger, krav og ønsker til turistforenings ydelser afdækket.

De indsamlede data dannede grundlaget for den nye struktur med følgende medlemsniveauer:

- Støtte
- Basis
- Plus Partner
- Strategisk Partner



STØTTE MEDLEM

BASIS MEDLEM

PLUS PARTNER

STRATEGISK PARTNER

RINGKØBING FJORD TURISME

Målrettede tilbud og et stærkere økonomisk fundament

Resultatet har været en bedre sammenhæng mellem ydelser og tilbud målrettet medlemmernes ønsker. Det har imidlertid også resulteret i en nedgang af medlemmer, men derimod også betydet et langt stærkere økonomisk fundament for turistforeningen.

Konsulenter fra Seismonaut og Manto har været tilknyttet opgaven.

Projektets navn

Den Digitale Destination

Operatørens navn

Ringkøbing Fjord Turisme

Kontaktperson

KLAUS KRISTENSEN

Projektleder

Den Digitale Destination

Tlf.: +45 21 13 48 57

Email: klaus@hvidesande.dk

Mere information

 www.hvidesande.dk

Effekt

Den nye medlemsstruktur resulterede i en langt højere grad af professionalisering i turistforeningens organisation

Udarbejdelsen af medlemsstrukturen gav et reelt indblik i medlemmernes behov og ønsker og bragte således medlemmerne tættere på foreningen.

Medlemsstrukturen er endvidere en optimering af foreningens tilbud til sine medlemmer.

Nyt stærkt brand

Fra intetsigende navn til fælles vision, værdier og identitet

Destinationens forhenværende navn "VisitVest" var intetsigende og der var ingen geografisk tilknytning til navnet. Det, kombineret med et stærkt ønske fra ledende aktører om at finde et fællesnavn og sikre fokus i destinationsarbejdet, dannede grundlaget for at igangsætte arbejdet med at skabe et nyt brand for hele destinationen.

Kræfterne samles

Den nye visuelle identitet formidler og forstærker områdets unikke position, skaber synlighed og genkendelse hos brugeren – og differentierer destinationen fra konkurrenterne.

Når kommunikationsindsatserne samles i én stærk og

konsistent visuel identitet opnås synergi og sammenhæng – og de mange kræfter trækker i samme retning.

Den nye visuelle identitet skal altså forbedre brugerens oplevelse af Hvide Sandes visuelle kommunikation – og dermed Hvide Sande. Nøgleordene er enkelhed, kontrast, intensitet og kvalitet.

Det nye visuelle identitet er blevet så godt modtaget at aktører har taget den til sig og bruger den på deres materiale. Den bliver nu brugt på blandt andet bagerposer og cykler.

Det har efterfølgende givet anledning til at destinationen, sammen med aktørerne,

har indledt en proces med at udvikle en fælles mission, vision og handlinger man skal arbejde ud fra. Målet er, at aktørerne arbejder i fælles retning og mod et fælles mål. Altsammen for at give gæsterne den bedst mulige ferieoplevelse.

Fælles markedsføring på vej

Året efter er vi nu i gang med næste fase, hvor vi i samarbejde med turistforeningsmedlemmer arbejder videre med de interne værdier og transformerer dem til fælles markedsføringstiltag. Vi arbejder henimod at endnu flere aktører vil tage brandet til sig og co-brande sig under samme fane.



‘Det er højt på vores dagsorden at trække flere turister til kommunen. Destinationen skal løftes som helhed og dette kan vi gøre gennem en målrettet markedsføring af Hvide Sande, som er det stærkeste brand vi har, når vi snakker turisme.’

ESBEN LUNDE LARSEN
Tidligere byrådsmedlem og
nuværende medlem af folketinget

‘HVIDE SANDE SOM BRAND KAN BIDRAGE TIL AT ØGE KENDSKABET TIL HELE OMRÅDET SOM ÉN SAMLET DESTINATION OG PÅ SIGT TILTRÆKKE ENDNU FLERE GÆSTER – HELE ÅRET RUNDT.’

LYKKE NIELSEN HØJ
Turistdirektør i Ringkøbing Fjord Turisme

Projektets navn

Den Digitale Destination

Operatørens navn

Destination Ringkøbing Fjord

Kontaktperson

KLAUS KRISTENSEN
Projektleder
Den Digitale Destination
Tlf.: +45 2113 4857
Email: klaus@hvidesande.dk

Mere information

 www.hvidesande.dk

Effekt

Øget sammenhængskraft mellem turistforeningen og dens medlemmer.

Samlet og målrettet strategi, der sikrer et ensrettet fokus.



Ringkøbing Fjord Turisme

Fra offline til online

Ringkøbing Fjord Turisme har med projektet Den Digitale Destination øget fokus på de digitale muligheder for egne kommunikationsindsatser og de muligheder og den værditilførsel det giver for medlemmerne.

De nye digitale muligheder er:

- **Interaktive touchskærme med turistinformation**
Her er der fokus på at servicere turisterne netop der hvor de er, samt at inspirere til nye aktiviteter og dermed skabe mersalg.
- **Nyt website**
Hvidesande.dk I henhold til det nye brand er der skabt et nyt website. Udfordringerne har med dette været, at det er skabt på et nyt system, så det har krævet en del undervisning.
- **Nyhedsbreve**
Fokus her er, at anvende nyhedsbreve mere professionelt, hvorfor der blev udført et nyt system og sat større fokus på at synliggøre

værditilbud til turistforeningens medlemmer. Derudover er der også igangsat periodiske nyhedsbreve til turister på to sprog.

- **Ferieplanlæggeren**
Et digitalt redskab for både de ansatte ved turistforeningen samt turister. Ferieplanlæggeren gør det nemt for turister at planlægge deres ferie og finde oplevelser i området, uanset om de benytter en computer, tablet eller en telefon. Samtidig gør redskabet det nemt og hurtigt for de ansatte at navigere i og synliggøre overfor turisten, hvilke muligheder der er inden for f.eks. overnatning, oplevelser, m.fl.
- **Sociale medier**
Et mere aktivt og professionelt arbejde på de sociale medier. Udfordringerne er stadig efter tre år at få de ansatte ved Ringkøbing Fjord Turisme til at tage de sociale medier til sig og gøre dem til en del af hverdagen.

Projektets navn

Den Digitale Destination

Operatørens navn

Ringkøbing Fjord Turisme

Kontaktperson

KLAUS KRISTENSEN

Projektleder

Den Digitale Destination

Tlf.: +45 2113 4857

Email: klaus@hvidesande.dk

Mere information

 www.hvidesande.dk

Effekt

Kvalitetssikret og målrettet markedsføringsindsats.

Nye kompetencer for de ansatte i turistforeningen og aktørerne.

Større international og lokal synlighed.

Digital strategi for hvidesande.dk

Arbejdet med at lægge en strategi, dvs. planlægge og strukturere indholdet, for den nye hjemmeside, www.hvidesande.dk, er sket i et samarbejde mellem Midtjysk Turisme, Seismonaut (ekstern konsulent), "Den Digitale Destination", "Synlighed" og Destination Ringkøbing Fjord. Samarbejdet på tværs har betydet mange inputs, men også et klart kvalitetsmæssig løft af indholdet til hjemmesiden. Strategien tager udgangspunkt i de interviews og analyser af turistadfærd, som er foretaget i Ringkøbing-Skjern Kommune og i Danmark som helhed de seneste år.

Det er besluttet at hjemmesiden design- og strukturmæssigt skal tage afsæt i VisitDenmarks webplatform, som først og fremmest er en "hvervside", dvs., at den først er inspirerende og dernæst informerende.

Der er blevet udarbejdet tematiseret, kurateret indhold med afsæt i fem personaer, som hver for sig repræsenterer en gruppe turister i Hvide Sande-området. Der er blevet arbejdet med fem hovedte-

maer: Aktiv i naturen, Byer, Info og overnatning, Ferie ved Vesterhavet.

Hjemmesiden blev lanceret fredag den 22. marts 2013, men arbejdet med at skabe kvalitetsindhold i form af opdaterede tekster, fotos og video vil fortsætte i et tæt samarbejde med destinationen.

Ved udarbejdelsen af tekster indarbejdes SEO-optimering, så der er optimal chance for at Hvide Sande kommer øverst i søgemaskinen, når brugere søger på indhold, som findes på hvidesande.dk.

Målet med hvidesande.dk er at inspirere flere turister til at komme til Hvide Sande-området – og dermed skabe mere omsætning og indtjening.

En opdateret hjemmeside med relevant og inspirerende indhold er et aktiv for en destination, og medvirker til øget antal gæster i området. Hjemmesiden giver en bedre profilering af områdets turismeaktører, og derfor vil det kunne forventes at det kan betyde øget omsætning i erhvervet hos hver enkel turismeaktør.

Projektets navn

Den Digitale Destination

Operatørens navn

Ringkøbing Fjord Turisme

Kontaktperson

KLAUS KRISTENSEN

Projektleder

Den Digitale Destination

Tlf.: +45 2113 4857

Email: klaus@hvidesande.dk

Mere information

 www.hvidesande.dk

Effekt

Kvalitetssikret og målrettet markedsføringsindsats.

Nye kompetencer for de ansatte i turistforeningen og aktørerne.

Større international og lokal synlighed.

‘Vi laver kurateret indhold med afsæt i jeres fem personaer.’

LISA

Konsulent fra Seismonaut



‘HUSK AT TÆNKE
PÅ GOOGLE, HVER
GANG DU SKRIVER
EN NY TEKST!’

KLAUS KRISTENSEN
Projektleder på
Den Digitale Destination



Værdiskabende indhold til hvidesande.dk Sådan gør vi i praksis

Projektet supplerer ”Den Digitale Destination” ved at skabe indhold hertil – med henblik på at trække flere gæster til området – og dermed bidrage til øget omsætning og indtjening.

Det er besluttet, at web-portalen hvidesande.dk skal have kurateret og dynamisk indhold. Det vil sige, at vi sammensætter indholdet, så det dels er målrettet vores fem personaer og dels iscenesætter netop de sider af Ringkøbing Fjord og Hvide Sande-området, som vi har analyseret os frem til, at vores

gæster har gavn og fornøjelse af at vide noget om – måned for måned.

Praksis for indholdsudvikling

Løbende opsøger og samler vi viden og fortællinger og deler alt det, der er relevant for vores gæster, på hvidesande.dk. Vi bygger således løbende hvidesande.dk-profilen op med faktaoplysninger og små gode historier, faste billeder og videoer om natur, kunst og kultur, begivenheder og mennesker.

Opgaven som projektleder i denne henseende er dels at producere basis- og temaindhold – og dels at deltage i to møder hver måned, hvor vi fastlægger temaer og uddelegerer opgaver – og hvor vi også evaluerer/følger op på resultaterne.

Individuel digital opkvalificering

Nærvær, ægthed og resultater

Proces- og rådgivningsforløbet blev skabt med det formål at støtte lokale virksomheder og samtidig lære noget om, hvordan vi som organisation, bedre kan servicere virksomhederne i skiftet fra offline til online kommunikation. Det skete gennem et todelt forløb.

Testforløb

Den første del var et testforløb, hvor konsulenten holdt individuelle møder med de tilmeldte virksomheder. Værdien af de møder blev meget konkret, brugbar og værdiskabende for aktørerne således, at de vidste, hvor de skulle fokusere og gøre en indsats. Eksempelvis blev det klart for en designvirksomhed, at

de skulle opdele deres forretning i to for bedre at kunne adskille B2B og B2C delen. Specielt i forbindelse med deres arbejde med eksport. Og en campingplads fandt ud af, at deres bookingsystem var bygget op om teknologi, der ekskluderede mange kunder.

Rådgivningsvideoer

Anden del var udarbejdelsen af noget materiale, der kunne styrke resten af destinationens turistaktører, baseret på de erfaringer vi fik fra testforløbet. Det resulterede i en serie rådgivningsvideoer, der gør det nemt for ikke IT-vante virksomheder at udnytte de muligheder der findes.

Projektets navn

Den Digitale Destination

Operatørens navn

Ringkøbing Fjord Turisme

Kontaktperson

KLAUS KRISTENSEN

Projektleder

Den Digitale Destination

Tlf.: +45 2113 4857

Email: klaus@hvidesande.dk

Mere information

 www.digitalturisme.dk

Effekt

Bedre forståelse for aktørernes behov og kompetencer.

Projektleder Klaus Kristensen udtaler: "Aktørerne forstår vigtigheden af at være opdateret på de digitale medier, men de har en stor udfordring i forhold til ressourcer og kompetencer. Der er stadig nogle tekniske barrierer for en stor del af aktørerne, så der er stadig plads til opkvalificering."

Kurset stillede skarpt på opkvalificeringen af den enkelte aktør og mødte således aktøren i øjenhøjde. Samtidig resulterede kurset i udarbejdelsen af værktøjer der er til gavn for mange.





—
 "Alle kurserne har haft en meget praktisk tilgang som eksempelvis kurset "Bedre foto med dit eget kamera". Her medbragte deltagerne deres kamera og fik professionel hjælp til at tage produktbilleder, portrætfotos og billeder af overnatningssteder", fortæller Klaus Kristensen, projektleder på Den Digitale Destination.

Kursusrække for aktører og medarbejdere

Styrket samarbejde og mere viden

Fra 2012 og til 2014 har der i Den Digitale Destination været afholdt 14 kurser for aktørerne og medarbejderne ved Ringkøbing Fjord Turisme. Formålet er en opkvalificering af tursterhvervet.

Kurserne har fokuseret på at:

- Give viden, der kan styrke samarbejdet mellem Ringkøbing Fjord Turisme og aktørerne
- Øge og forbedre digitale indsatser

- Styrke evner inden for et bestemt område f.eks. Facebook, nyhedsbreve m.m.
- Give ny viden omkring adfærd og salgspsykologi og brugen af sociale medier og nye it-platforme, der kan styrke deres forretning samt kundeservice og lederskab.

Der var i gennemsnit 21 deltagere på hvert kursus.

Effekt

Kursusforløbet har sikret en større forståelse for de digitale muligheder blandt aktørerne og hjulpet dem med at fokusere deres indsats.

Nye kompetencer ift. håndteringen af de digitale medier.

Større og bedre kontakt mellem turistforeningen og dens medlemmer.

Kapitel 8.

Oplevelsesbaseret Kystturisme

‘Det har været en stor fordel at have kommunen med i workshopforløbet – dels som kompetent bidragsyder, men også for at skabe relationer og gensidig forståelse mellem aktører og administrationen. Der er opnået en vilje til udvikling, samarbejde og vækst hos alle.’

ASKER GEYTI
Projektleder

Udbud og workshopforløb Samarbejder på tværs



Som en del af et demonstrationsprojekt har der i Hvide Sande og Søndervig været afholdt et udbud og workshopforløb med det formål at styrke processen bag den erhvervsmæssige vækst i området. Forløbet dækker over tre delprojekter, nemlig fysisk planlægning og visuel identitet, serviceudvikling og erhvervsfremme og tiltrækning af nøgleinvesteringer.

Hinandens forudsætninger

Fra begyndelsen af forløbet blev det klart, at man ikke kunne se de enkelte projekter som isolerede dele, men som facetter af samme hovedhistorie. Det blev klart, at projekterne i realiteten var flettet godt og grundigt ind i hinanden og på denne vis

hinandens forudsætninger. De greb med andre ord ind i hinanden og påvirkede hinanden gensidigt.

Workshops på stribe

Helt centralt i vækstgruppeforløbet har været en stribe workshops i vinteren 2013 og forår 2014. Udfordringen var her at få samlet deltagerne på samme tid, da deltagerne i forvejen var travle mennesker, som i sagens natur har meget fokus på den daglige drift af egen virksomhed. På forunderlig vis lykkedes det dog at skabe en fornuftig mødefrekvens med status, forventningsafstemning, handlingsplaner m.v.

Konsortie og styregruppe

Løsningen blev at samle trå-

dene og skabe et helhedsorienteret udbud, hvor konsortier, der dækker hele paletten, er opfordret til at give bud på løsning af opgaverne i fællesskab. Der blev fra starten skabt en styregruppe med lokal opbakning og lokalt ejerskab. Gruppens medlemmer er i forvejen respekterede og aktive i lokalsamfundet – og er blevet ambassadører, der har fået selv tøvende aktører med ind i projektet.

Resultat: Kontinuerligt samarbejde

I projektet er der opnået et langvarigt og kontinuerligt samarbejde mellem konsulenter og projektledelse samt de mest fremtrædende aktører. Styrken har været at konsulenterne ”hæfter” for hinanden,



så ingen dele falder ned mellem stolene og så der ikke opstår projektmæssige huller, som ingen vil tage ansvaret for.

Stor tilslutning, mange aktiviteter

Der har været stor variation i projektet og det er gennemført med forskellige inddragende aktiviteter – byvandring, interviews med centrale aktører og workshops, der har haft stor opbakning med mellem 35 og 80 deltagere i yderpunkterne og typisk omkring et halvt hundrede stykker pr. gang.

Vigtige forudsætninger

Noget tyder på, at de mange deltagere har fundet det værd at komme til de forskellige workshops og bruge flere timer sammen i et fælles for-

løb. Erfaringerne siger, at det er meget vigtigt at temaerne er relevante og at tempoet i præsentationerne er kontant og præcist – og desuden kan de teoretiske og langstrakte indlæg virke demotiverende.

Husk praktiske tricks!

En workshop rummer en masse praktik, der skal være på plads. Vælg et lyst og venligt lokale. Vælg et tidsrum fra 15.00-19.00, hvor de fleste kan få en arbejdsdag og fritiden til at hænge sammen. Husk navneskilte med stor skrift og endelig er det altid en god idé at slutte af med mad og drikke, hvor det er muligt at netværke under afslappede former.

Teksten er fra Hvidbogen ”Oplevelsesbaseret Kystturisme”, og forfattet af Michael Ruby, Kong Gulerod.

Projektets navn

Oplevelsesbaseret Kystturisme

Operatørens navn

Destination Ringkøbing Fjord

Kontaktperson

ASKER GEYTI

Projektleder Erhvervs­mæssig vækst i Hvide Sande og Søndervig

Tlf.: +45 21 14 41 36

Email: asker@hvidesande.dk

Formål og effekt

De fælles workshops der er gennemført har ikke bare skabt masser af ideer, men også et fælles ejerskab til udviklingsmulighederne og mere investeringslyst. Der er skabt et netværk og en fælles samarbejdsvilje som rækker langt ud over de gennemførte workshops.

‘Workshopforløbene har fungeret utrolig godt og vi er meget glade for at vi, i samarbejde med vores konsulenter, har udviklet et forløb, som har skabt konkrete og innovative projekter.

Potentialeplanerne som det konkrete output af workshopforløbet har efterfølgende vist sig at være utrolig effektiv – specielt i selve formidlingen af de forskellige projekter.’

ASKER GEYTI

Projektleder Erhvervsmæssig vækst
i tilknytning til by- og havnemiljøer

Udvikling af potentialeplaner Hvide Sande og Søndervig Konkrete og aktørinvolverende!

Potentialeplanerne er de konkrete resultater af et workshopforløb som blev afviklet i projektet Erhvervsmæssig vækst i tilknytning til by- og havnemiljøer.

Gennemgående for hver workshop var, at de samme aktører fulgte og videreudviklede det samme projekt i mere eller mindre faste grupper, som de fra workshopforløbets start og idégenereringsproces fandt værdiskabende for området, og som de selv på den ene eller anden måde havde lyst til at engagere sig i. Dermed er potentialeplanerne også en oversigt over de forskellige gruppers projekter og idéer og fungerer således også som et idékatalog til

konkrete tiltag, der ifølge erhvervsaktørerne, kan være medvirkende til at gøre området mere attraktivt for både aktørerne selv og besøgende.

Et effektivt redskab

I det videre arbejde med at udvikle henholdsvis Hvide Sande og Søndervig er potentialeplanerne endvidere blevet et effektivt redskab, idet de udgør et godt baggrundsmateriale til fundraising og den videre realisering af de forskellige projekter.

Hvide Sande Sportsfisker Center, som er vist på følgende side, er et konkret og fysisk eksempel på et projekt, der er blevet udviklet under workshopforløbet.

Projektets navn

Oplevelsesbaseret Kystturisme

Operatørens navn

Ringkøbing-Skjern Kommune

Kontaktperson

ASKER GEYTI

Projektleder Erhvervsmæssig vækst i Hvide Sande og Søndervig

Tlf.: +45 21 14 41 36

Email: asker@hvidesande.dk

Mere information

www.hvidesande.dk

Formål og effekt

De stedbundne potentialer i henholdsvis Hvide Sande og Søndervig er blevet kortlagt og synliggjort i potentialeplanerne.

Potentialeplanerne giver anvisninger på materialevalg, lokaliteter og fysisk udformning der understøtter byernes særpræg. Dette gør det lettere at skabe en fremtidig sammenhængende udvikling af byerne som understøtter byernes identitet. Samtidig skabes også en mere attraktiv by at bo og opholde sig i for de fastboende.

Potentialeplanerne er anvendelige i forhold til visualiseringen og formidlingen af det enkelte projekt i den videre etablering/realisering af projektet.

Rådgiving til lokale restauratører

Gordon Ramsey – på den flinke måde

Som turister søger vi autentiske oplevelser. Vi oplever i høj grad kulturen gennem maden, hvor vi kan aktivere alle sanser på én gang og få en totaloplevelse på et spisested i de rette omgivelser. Samtidig indikerer analyser at restauranter langs vestkysten ikke altid lever op til det niveau og de ønsker, turisterne efterspørger og forventer.

Formålet med projektet er derfor at skabe højere kvalitet i restauranter og caféer i Ringkøbing-Skjern Kommune samt i højere grad at få lokale fødevarer på menukortet.

Jimmi Petersen fra Gastro Consulting foretog i alt 11 besøg hos vestjyske restauratører i projektet ”Bredere udvalg – højere kvalitet i restauranter og caféer i Ringkøbing-Skjern Kommune. Besøgene foregik i forbindelse med et 1:1 forløb, hvor formålet var at højne kvaliteten, udbuddet af lokale

fødevarer, servicen og gæsteoplevelsen hos restauranter og caféer i området.

Restaurant Bøffen i Ringkøbing var en af de restauranter, som takkede ”ja” til at få besøg af konsulenten og tidligere restauratør Jimmi Petersen. Jimmi fulgte blandt andet arbejdsgangen og rutinerne i restauranten og køkkenet en helt almindelig arbejdsdag og kiggede menukortet efter i sømmene.

Resultatet af konsulentbesøget hos restaurant Bøffen var et forenklet menukort, optimerede arbejds gange og forbedrede gæsteoplevelser. Restaurantejer Jeanett Skou var meget begejstret for forløbet: ”Det er kun halvanden måned siden, han besøgte os, men vi har allerede mærket en stor forskel. Vi lavede efterfølgende ændringer, som har forbedret arbejds gangene. Det betyder, at gæsterne

—
 ”Vores regninger skal vi betale. Den virkelighed kan vi selvfølgelig ikke lave om på. Men vi kan til gengæld kigge på, hvordan vi med kvalitetsløft af vores produkt kan øge gæstens vilje til at betale mere for vores varer. Og samtidig kan vi overveje, om vores omkostningsniveau kan reduceres, uden at gæstens oplevelse forringes.” Jimmi Petersen fra Gastro Consulting.

nu venter mindre på trods af en travl højsæson. Det er blevet dejligt at gå på arbejde igen.”

Et succesfuldt forløb

Forløbet har været yderst succesfuldt og har resulteret i næsten øjeblikkelige ændringer, der har medvirket til optimering og højere kvalitet. Successen skyldes blandt andet Jimmi Petersens afgrænsede, men yderst kompetente ekspertise og erfaringer.

Projektet er gennemført som et led i KUP-projektet Oplevelsesbaseret Kystturisme, hvor demoprojekterne omkring by- og havnemiljø i henholdsvis Hvide Sande og Søndervig har arbejdet sammen med projektet Smagsoplevelser.

Projektets navn
Oplevelsesbaseret Kystturisme

Operatørens navn
Destination Ringkøbing Fjord

Kontaktperson
JIMMI PETERSEN
Konsulent
Gastro Consulting
Tlf.: +45 20 26 46 64
Email: jp@gastroconsulting.dk

ASKER GEYTI
Projektleder Erhvervs­mæssig vækst i Hvide Sande og Søndervig
Tlf.: +45 21 14 41 36
Email: asker@hvidesande.dk

Mere information
www.gastroconsulting.dk

Effekt

"Et åbent, tillidsfuldt og erfarent blik fra konsulenten gav den enkelte aktør en stor øjenåbner og fornyet energi og vilje til forandring og forbedring." Projektleder Asker Geyti.

Førløbet resulterede gennemgående i forenklede menukort og højnet kvalitet.

Konceptet er blevet udvidet til i efteråret 2015 også at omfatte 1:1 rådgivning til campingpladser, fødevarerproducenter, attraktioner, Bed & Breakfast m.fl.

Nye kompetencer for de ansatte i turistforeningen og aktørerne.

Større international og lokal synlighed.

Powerevent, værtskabs- og lederkurser

I fællesskab værdsætter vi værtskab



Med ovenstående titel gennemførte Destination Ringkøbing Fjord et værtskabsforløb i 2014. Forløbet var opdelt i tre forskellige medarbejdergrupper inden for hver virksomhed.

Boost din virksomhed

Kick-off arrangement til inspiration og motivation for ledere og ejere: Det er ledere og ejere der motiverer deres ansatte til at ville servicere og yde værtskab og udleve virksomhedens vision og værdier. Dette kursus var specifikt tilpasset turistbranchen. Der blev undervist i forretningsdrift, oplevelsesøkonomi, servicefag og netværksdannelse. Forløbet blev udviklet i samarbejde med Erhvervscenteret for Ringkøbing-Skjern Kommune.

2-3 dages forløb for fastansatte/ledere

De fastansatte i virksomheden er dem der skal udøve service på et højt plan og være med til at skabe en oplevelse for hver enkel gæst. Det er også de fastansatte, der skal være udøvende i forhold til en æn-

dring af virksomhedskulturen og som skal være bærende kræfter i forbindelse med overførelse og oplæring af sæsonarbejdere. Konsulentvirksomheden Bergmann-Smit udarbejdede og afviklede kurset. Kurset fik gode tilbagemeldinger fra deltagerne og der var gode diskussioner og erfaringsudvekslinger under kurset.

PowerEvent – 1 dages forløb for sæsonarbejdere

PowerEvent er en helt ny måde at tænke både salg, service, uddannelse og netværk på. De unge mennesker i aldersgruppen 16-21 år tilbragte 12 solskinstimer sammen på kryds og tværs af turismevirksomheder i legeparken WOW-park umiddelbart inden højsæsonen gik i gang i 2014. Der var repræsentanter fra både overnatningssteder, restauranter, attraktioner og detailhandel. Det er vigtigt, at de unge har en fornemmelse for, hvad service og værtskab er, hvilket område de arbejder inden for, samt hvilke grupper af gæster de skal servicere.

Kurset var intenst og de unge lærte gennem sjov og leg om service, samarbejde, lokale attraktioner og hinandens virksomheder.

Medarrangør Claus A. Nielsen fra Uddannelsescenter Ringkøbing-Skjern udtaler: ”Jeg er sikker på, at vi sender omkring 40 fantastiske ambassadører ud i sommerlandet. Alt i alt er første spadestik taget til en tilbagevendende, succesfuld event.”

De unge mennesker har opnået kompetencer inden for:

- Et større kendskab til attraktioner og gode aktiviteter i hele kommunen. De ansatte har dermed bedre mulighed for at henvise og vejlede turisterne.
- At yde god service.
- Kendskab til, hvordan man håndterer konflikter.
- Fået større selvtillid
- Skabe en god stemning på arbejdspladsen
- Teknikker til salg og mersalg.
- Samarbejde.



Baggrund

I 2011 var en gruppe turismeaktører og ansatte inden for turistbranchen i Ringkøbing-Skjern Kommune på studietur i Åre, hvor de oplevede et fantastisk fællesskab og en unik værtskabsfølelse. I forlængelse af dette har nogle større turismeaktører fra området ønsket at Destination Ringkøbing Fjord i højere grad skal arbejde med værtskab og service og i fællesskab sikre, at gæsten får en fuldendt ferieoplevelse i området. Samtidig er dansk turisme præget af mange små virksomheder, og de ansatte i branchen er ofte studerende, der er sommerhjælpere.

Turisme industrien er en branche der konstant er i bevægelse. Den står aldrig stille, og turistens behov ændrer sig i lige så høj grad som branchen gør. Til trods for en mere og mere digitaliseret verden, er den personlige kontakt stadig af yderst vigtig karakter. Turister søger unikke oplevelser, og netop

dette kan personer gæsten møder på destinationen være med til at skabe. Dette skal formidles som en klar del af destinationens brand, så alle er klar over, at når man besøger Destination Ringkøbing Fjord kan man forvente høj service og personlig kontakt af høj kvalitet. Kort sagt skal der skabes en helhedsforståelse omkring hvordan en gæst behandles og modtages på destinationen – turistmedarbejderen skal være imødekommende, smilende og åben. Gæstens samlede oplevelse på destinationen skal være i fokus – de skal føle sig velkomne.

Fakta om projektet

Projektet er en del af demoprojektet "Erhvervsmæssig Vækst i Hvide Sande og Søndervig" samt projektet "Den Digitale Destination" som er en del af socialfondsprojektet "Det Professionelle Turist erhverv".

Projektets navn

Oplevelsesbaseret Kystturisme

Operatørens navn

Ringkøbing Fjord Turisme

Kontaktperson

METTE TRADS NIELSEN

Projektleder

Tlf.: +45 21 14 19 29

Email: mette@hvidesande.dk

Mere information

www.midtjyskturisme.com

Formål og effekt

Værtskabskurserne har skabt fokus på den gode, personlige service.

Desuden har kurserne medført at medarbejderne fra forskellige virksomheder har lært hinanden at kende. Der er opstået en fællesskabsfølelse, hvor man henviser til hinanden. Man er blevet "kollegaer på Klitten" i stedet for konkurrenter.

Powereventen har skabt denne fællesskabsfølelse og sat fokus på den personlige fremtræden. De unge har, gennem det aktive samvær, fået øjnene op for, at de er en del af noget større end den butik, de selv står i.

