

Fomars 2019

REM-18-0253

FOMARS – FORENINGEN TIL MARKEDSFØRING AF FERJETURISMEN I SYDDANMARK

22. april 2020

Tove Baisgaard

Fomars 2019

REM-18-0253

Indhold

INDLEDNING.....	2
1. FORENINGSDelen FOMARS.....	2
ORGANISATION.....	2
BESTYRELSE.....	2
MEDLEMMER.....	3
KOMMUNIKATION OG ERFARINGSFORMIDLING.....	3
ADMINISTRATION OG KOORDINERING.....	4
2. MARKEDSFØRINGSProjEKTER Gennemført I 2019.....	4
BETINGELSER FOR AT SØGE TILSKUD I FOMARS TIL INTERNATIONAL MARKEDSFØRING.....	4
IKKE-KOMMERCIELLE OG KOMMERCIELLE MARKEDSFØRINGSaktiviteter.....	6
3. ProjEKTER, DER HAR SØGT OG OPNÅET STØTTE I 2019.....	7
MANGE PARTNERE OG ProjEKTDeltagERE Deltager I MARKEDSFØRINGSKAMPAGNERNE.....	8
4. RESULTATER FOR 2019.....	10
VURDERING AF EffEKTEN AF MARKEDSFØRINGSINDSATSEN.....	10
VISITDenMARKS EffEKTMODEL.....	10
KONKRETE OverNATNINGSTal I REGION SYDDANMARK.....	11
KAMPAGNEEffEKTER 2019 - MÅLT MED VISITDenMARKS MODEL.....	11
SAMLEDE OverNATNINGSTal I REGION SYDDANMARK 2019.....	14
OverNATNINGSUDVIKLINGEN I FOMARSLANDE.....	15
OverNATNING I FERIEHUS.....	16
5. ØKONOMI.....	17
TOTALØKONOMI.....	17
ØKONOMI FOR ADMINISTRATION OG KOORDINERING.....	17
6. BESTYRELSENS SAMLEDE VURDERING.....	19
KAMPAGNEÅRET 2019.....	19
GENERELT.....	20

Indledning.

Hermed projektrapport og projektregnskaber fra FOMARS – Foreningen til markedsføring af ferieturismen i Region Syddanmark.

Projektperiode: 2019

Rapporten dækker perioden 1.1.2019 – 31.12.2019.

Bevillingsmæssigt er det 2. år i REM bevilling REM-18-0253, der går fra 1.1. 2018- 31.12. 2021.

1. Foreningsdelen Fomars.

Organisation.

Fomars er som juridisk enhed en forening.

Foreningen blev stiftet den 3. maj 2012. Den gældende vedtægt kan ses på www.fomars.dk

Bestyrelse.

Foreningens ledelse har siden maj 2018 bestået af 9 bestyrelsesmedlemmer.

3 er udpeget som A-medlemmer blandt medlemmer, der bidrager med 500.000 kr. eller mere i årets kampagner.

1 medlem er udpeget blandt kommunale medlemmer, som bidrager med 500.000 kr. eller mere i årets kampagner.

1 medlem er udpeget blandt destinationsselskaberne.

3 medlemmer er valgt blandt menige medlemmer på generalforsamlingen.

Endelig er VisitDenmark medlem af bestyrelsen. Region Syddanmark har indtil 31.12.2018 indtaget en observationspost i bestyrelsen uden stemmeret.

Bestyrelsens sammensætning dækker hele Region Syddanmark. 5 af de 9 bestyrelsesrepræsentanter er private turismeaktører.

Bestyrelsesformand er Christian Woller, Direktør i Legoland ApS.

Bestyrelsen har efter udbud indgået administrationsaftale med Billund Erhvervsfremme. Det betyder, at Fomars ikke selv har ansat personale. Det skyldes især de relativt få timer, som der er behov for til administration og koordinering. Billund Erhvervsfremme varetager både projektkoordinering og økonomifunktion.

Tove Baisgaard er projektleder på projektet.

Medlemmer.

Alle, der ønsker at fremme foreningens formål kan blive medlemmer.

Medlemstallet er langsomt steget over perioden, og er pr. 31.12.2019 på 33 medlemmer. Heraf er de 10 A-medlemmer. 8 er kommuner. 3 medlemmer er destinationsselskaber.

Det koster 5.000 kr. årligt + moms at være medlem. Kontingent fastsættes på generalforsamlingen.

Medlemskab er en forudsætning, hvis man ønsker at søge støtte til et internationalt markedsføringsprojekt.

Kommunikation og erfaringsformidling.

Fomars kommunikation både til medlemmer, ansøgere og offentligheden foregår primært gennem www.Fomars.dk.

Herpå kommunikerer der både om foreningens virke i forhold til offentligheden, og potentielle ansøgere vejledes i ansøgningsprocedurer, evalueringsmodel og støttekrav. Der er udarbejdet ansøgningskema og vejledning for ansøgere.

På hjemmesiden sker der også vidensdeling om de erfaringer, der opnås i de forskellige markedsføringsprojekter. Det kan f.eks. være offentliggørelse af forskellige markeds- eller kundeundersøgelser, som er gennemført af Fomars eller Fomars støttede aktører.

Eller det kan være eksempler på markedsføringskampagner, som aktørerne har gennemført.

Fomars har en forpligtelse til at formidle sin og ansøgernes viden og erfaringer ud i en bredere kreds, og til at føre dialog med destinationer og turismeaktører om de opnåede erfaringer, som grundlag for den videre udvikling.

Det er f.eks. sket gennem:

- Afholdelse af årlige møder med de enkelte Destinationer i Region Syddanmark. Her udveksles erfaringer blandt deltagerne om markedsføringsinitiativer og deres resultater, og Fomars orienterer om årets resultater og ansøgnings spørgsmål.
- Dialog med aktører og interesserede gennem deltagelse i møder, hvor det er relevant. Både bestyrelsesmedlemmer og koordinator deltager i disse møder, der primært har orienterende karakter.

- Gennemførelse af relevante turismeundersøgelser, som kan tilføre medlemmer og offentlighed mere viden om markeder og kampagneresultater. Således er der i 2019 gennemført følgende undersøgelser med Fomars støtte:
 - Gæsteanalyse af kendskabet til markedsføringskampagner, som er medfinansieret med Fomars støtte i 2019, samt af gæsternes adfærd og kendskab til BeHappyPass i LLBR, samt kendskab og tilfredshed med Destination Syddanmark under deres besøg her.
 - Spørgeskemaundersøgelse af brugen af fordelskortet BeHappyPass med udgangspunkt i 3 overnatningssteder i regionen: Ribe Byferie, Hovborg Kro og Randbøldal Camping

Resultaterne er alle formidlet via www.Fomars.dk.

Administration og koordinering.

Fomars er organiseret, så administration og koordinering holdes på et minimum.

Det betyder, at ansøgere selv udvikler, styrer, gennemfører, evaluerer og reviderer deres egne markedsføringskampagner.

Dog må projektadministration og koordinering max. udgøre 10 % af projektbudgettet.

Foreningens administration og koordinering består af bestyrelsesbetjening, kommunikation og erfaringsformidling med Erhvervsfremmestyrelsen, destinationer, offentlighed og medlemmer, koordinering af ansøgningsfrister, rådgivning af ansøgere og opfølgning på kampagner og resultater, budget og regnskabsopgaver.

Der er fortsat indgået en administrationsaftale mellem Fomars og Billund Erhvervsfremme som indebærer, at Billund Erhvervsfremme leverer den nødvendige administrative og økonomiske bistand til foreningens drift på timebasis.

2. Markedsføringsprojekter gennemført i 2019.

Betingelser for at søge tilskud i Fomars til international markedsføring.

Tilskuds-betingelserne for støtte er fastlagt i Tilsagnsskrivelse fra Region Syddanmark af 10. januar 2019, og erstatter Tilsagn af 29. august 2017.

Tilskuddet finansieres af Regionens REM midler.

Bevillingen er overdraget til Erhvervsstyrelsens administration pr. 1.1.2019 på grund af ny lovgivning om erhvervsfremme.

Desuden har Fomars bestyrelse tilføjet en række krav/betingelser til den enkelte kampagneansøger.

1. Bevillingen kan max. udgøre 25 % af de samlede revisorgodkendte projektudgifter. Denne procent sænkes til 23,5 % i 2020 og 21.
2. De bevilgende midler kan udelukkende anvendes til ikke-kommercielle aktiviteter.
3. De ikke-kommercielle aktiviteter skal have karakter af generel destinationsmarkedsføring af Turismen i Region Syddanmark i udlandet, primært målrettet nærmarkederne Sverige, Norge, Tyskland og Holland.
4. Hver kampagne skal være på min. 500.000 kr. pr. marked.
5. Ansøgere skal være medlem af Foreningen Fomars.
6. Der skal være tale om mindst 3 partnere i hver kampagne, da formålet er at skabe større samarbejder om markedsføringen.
7. Ansøger skal dokumentere effekten af hver enkelt kampagne målt efter VisitDenmarks effektmodel.
8. Der stilles særlige krav til regnskabsaflægning for kampagnerne, jf. Revisionsprotokollat fra Reg. Syddanmark. Bl.a. skal der aflægges særskilt regnskab for både den kommercielle og ikke-kommercielle del af kampagnen, ligesom det skal dokumenteres, at private virksomheder, der er partnere i delte kampagner, betaler for den del af kampagnen, der vedrører virksomhedens produkter eller ydelser. Der kan ikke ydes støtte til private aktørers egne aktiviteter. (Statsstøttereglerne)
9. Max. 10 % af totalbudgettet kan anvendes til administration og koordinering, og brug af interne løntimer i alt kan max udgøre 20 % af totalbudgettet. Dette for at sikre, at flest mulige ressourcer ender i markedsføringskampagner.
10. Projekternes ikke-kommercielle aktiviteter forhandles og indkøbes på markedsvilkår. Alle skal overholde gældende udbudslovgivning.
11. Det forudsættes, at de resultater og den viden, der opnås via projekterne, stilles til rådighed for offentligheden.

Der er udformet et standardskema til brug for ansøgning og afrapportering.

Bestyrelsen har desuden besluttet, at såfremt der af økonomiske årsager bliver behov for at prioritere mellem ansøgerne, vil der være følgende tillægsbetingelser:

- Markedsføring i Tyskland, Norge, Sverige og Holland prioriteres højest.
- Herefter andre lande, som ligger indenfor den nationale strategi.
- Det betyder, at ansøgere til øvrige lande vil glide ud først, herefter andre lande i national strategi end de fire nævnte nabolande.
- Herefter vil der ske en % vis nedsættelse af alle ansøgere, indtil støttebeløbet kan dække ansøgningerne.

Ikke-kommercielle og kommercielle markedsføringsaktiviteter.

Da markedsføringskampagnerne for det meste foregår i et samarbejde mellem offentlige og private aktører, har der været behov for at præcisere, hvad der kan forstås som kommerciel og ikke-kommerciel markedsføring, for at undgå overtrædelse af de såkaldte statsstøttereager.

Tilskudskronerne fra Fomars og andre offentlige finansieringskilder kan kun benyttes til generel markedsføring/destinationsmarkedsføring af Turismen i Region Syddanmark, mens de private aktører selv skal betale for egen produktmarkedsføring. Men ved at gennemføre en samlet kampagne, finansieret af private og offentlige finansieringskilder i fællesskab, kan markedsføringen øges på et bestemt marked, hvorved kendskabet til Turismen i Syddanmark generelt også øges.

Fomars har udarbejdet en vejledning med eksempler, som kan anvendes som inspiration til at opdele en kampagne i generel destinationsmarkedsføring (Ikke-kommerciel) og produktmarkedsføring (Kommerciel). Ansøger har selv ansvaret for at foretage en vurdering af egne kampagner i forhold til at fastlægge, hvad der er kommerciel produktmarkedsføring og ikke kommerciel destinationsmarkedsføring og økonomien bag.

Ansøger indsender sin opgørelse til Fomars, hvor den danner grundlag for ansøgers budget og finansieringsmodel, og senere revideret regnskab for kampagnen. Det er nødvendigt, at ansøger tager stilling til spørgsmålet i forhold til hver enkelt kampagne. Ansøger har selv det juridiske ansvar for at overholde de gældende retningslinjer.

3. Projekter, der har søgt og opnået støtte i 2019.

Fomars har i 2019 modtaget 5 projektansøgninger med ønsker om at markedsføre Turismen i Syddanmark på 8 forskellige markeder. Alle ansøgere har opnået støtte.

Ansøgerne dækker alle destinationer i Region Syddanmark, og når gennem partnerskaber og aktørbidrag ud i alle geografiske områder af Regionen.

Der er tale om ansøgninger fra 3 Destinationsselskaber, fra Legoland Billund Resort og fra et tværgående konsortium med vægt på markedsføring i Holland.

Fomars bestyrelse har bevilget følgende projektilskud i 2019:

Projekter	Regnskab DKK	Tilskud max. 25 %	Markeder
Destination Fyn	7.303.040	1.630.151	Tyskland, Norge og Kina
Destination Sønderjylland	2.474.875	618.719	Tyskland Holland
Legoland Billund Resort	31.926.887	7.273.347	Norge Sverige Finland Polen Tyskland Holland England
Destination Sydvestjylland	12.761.632	3.014.891	Tyskland
Kampioen Holland	1.045.999	261.500	Holland
Total	55.512.433	12.798.608	

Turismen i Region Syddanmark er blevet markedsført i udlandet for over 55.5 mio. kr. i 2019 mod knap 52 mio. kr. i 2018. Det er en stigning på 6,8 %.

Der kan dog også være gennemført andre markedsføringskampagner i udlandet, af aktører i Region Syddanmark, som ikke har søgt penge i Fomars.

Mange partnere og projektdeltagere deltager i markedsføringskampagnerne.

Mange turismeaktører fra hele værdikæden.

Også i 2019 har rigtig mange partnere og lokale turismeaktører været involveret i de enkelte markedsføringsprojekter.

Således har en opgørelse fra ansøgerne vist, at der er over 450 større og mindre turismeaktører fra hele værdikæden, og fra hele Region Syddanmark, der bidrager til markedsføringsprojekterne.

Heraf ligger over 200 i de såkaldte yderområder (Region Syddanmarks definition).

Af disse tal kan det tydeligt konstateres, at Fomars med sin støtte fortsat når ud i hele Region Syddanmarks geografi, og at flere og flere – også mindre turismevirksomheder, vælger at deltage i den internationale markedsføring af destinationen. Noget som de ikke gjorde, før muligheden kom for at gå ind i større projekter, der kunne søge støtte i Fomars. Det er typisk destinationsselskaberne, der står for den store koordinering af de mange lokale turismeaktører i kampagnerne.

2019 har desuden været præget af, at flere store aktører er trådt ind i kampagnerne. Det gælder ikke mindst feriehusudlejningsvirksomheder på Vestkysten, men også LegoHouse har valgt at gå ind i det tværgående markedsføringssamarbejde.

Eksterne projektdeltagere.

Også i 2019 har flere eksterne turismeaktører (aktører der ikke er hjemmehørende i Region Syddanmark) været projektdeltagere, og bidraget til den internationale markedsføring af Region Syddanmark.

Af indenlandske aktører gælder det først og fremmest VisitDenmark, som Fomars og ansøgerne har haft et rigtig godt samarbejde med på de forskellige markeder.

Det gælder også landsdækkende turismevirksomheder som Dancenter og Enjoy Resorts, der har været deltager i flere kampagner.

Endelig gælder det en række udenlandske turoperatører, der går ind i samarbejdet med de enkelte markedsføringsprojekter om at få flere internationale turister til Danmark.

De udenlandske turoperatørers interesse og dermed kampagneindsatser stiger. Og i 2019 har de bidraget med omkring 10 mio. kr. til de samlede markedsføringskampagner. Dog har branchen været ramt af Thomas Cook/Neckermanns konkurs i 2019, hvilket har påvirket kampagneåret hos især Legoland Billund Resort.

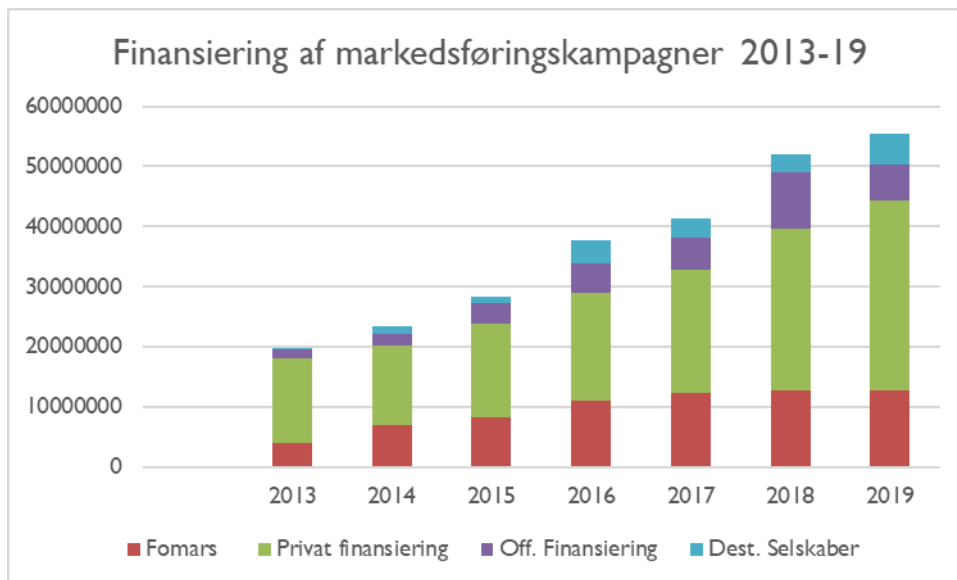
Kommuner.

Stort set alle kommuner i Region Syddanmark er med i den store udenlandske markedsføring 2019, enten via de dannede Destinationsselskaber, eller ved direkte bidrag til de enkelte markedsføringsprojekter, som opnår Fomars støtte.

Stor privat finansiering i markedsføringskampagnerne.

Siden Fomars startede i 2013 er den private finansiering steget kraftigt.

Det betyder, at af den samlede kampagnesum i 2019 på 55,5 mio. kr. bidrager den **private finansiering med 31,5 mio. kr.**, eller 56,7 %. I 2013 var tallet 14. mio. kr.



Tendensen er også et udtryk for, at private virksomheder i turismebranchen kan se fordelene i at pulje pengene til den udenlandske markedsføring, så den når længere ud.

4. Resultater for 2019

Vurdering af effekten af markedsføringsindsatsen.

VisitDenmarks Effektmodel.

Fomars vurderer effekten af markedsføringsindsatsen ved hjælp af VisitDenmarks effektmodel.

VisitDenmarks effektmodel måler markedsføringseffekter på tre niveauer:

- **Direkte markedsføringseffekter**, som måles i forhold til 4 målepunkter (visning, kendskab, præference og påvirkede rejsebeslutninger) som følger de stadier en forbruger gennemgår i en købsproces.
- **Skabt turisme i Danmark**, som beregnes for 3 målepunkter (påvirkede ankomster, påvirkede overnatninger og påvirket turismeomsætning) på baggrund af de direkte markedsføringseffekter.
- **Samfundøkonomisk betydning**, som beregnes for 2 målepunkter (årsværk og værditilvækst), på baggrund af den påvirkede turismeomsætning.

Modellen er udviklet over nogle år, som et resultat af en række årlige kampagnemålinger – og anvendes til at måle effekterne af den nationale markedsførings indsats.

Opgørelsen er baseret på en række estimater og antagelser, og **der er derfor knyttet en vis usikkerhed til resultaterne.**¹

Desuden har Erhvervsstyrelsen i 2019 fulgt fremdriften i Fomars gennem både midtvejs og slutevaluering af Fomars ved eksternt konsulentbureau.

VDK modellen bliver udfordret af virkeligheden.

I takt med at udenlandsk markedsføring udvikler sig, og bl.a. skifter platform til digitale og sociale medier, er VDK-modellen udfordret i forhold til at kunne give et fuldstændig retvisende billede af kampagneeffekten. Det samme gælder, når der skal måles på effekterne i Kina, som modellen heller ikke er tilpasset til.

VisitDenmark arbejder derfor på at udvikle modellen, så den møder de nye udfordringer.

Indtil da har Fomars bestyrelse valgt fortsat at benytte VDK modellen til at måle effekterne af de gennemførte markedsføringskampagner og den samfundsmæssige betydning f.eks. i form af jobskabelse og påvirket turismeomsætning.

¹ VDKs rapport Fomars: Effekt 2019, april 2020.

Konkrete overnatningstal i Region Syddanmark.

Fomars opgør også de af Danmarks Statistik faktisk målte årlige overnatningstal i Syddanmark for de pågældende markeder, hvor der har været gennemført markedsføring med støtte fra Fomars.

Det giver mulighed for at vurdere, hvor mange, der konkret vælger at overnatte i Syddanmark hvert år, samt for at følge udviklingen over projektperioden.

Ulempen ved denne opgørelse er bl.a., at der ikke kan skelnes mellem erhvervs- og turismeovernatninger. Desuden indeholder tallene ikke overnatninger, som foretages på mindre overnatningssteder, såsom hoteller under 40 senge, campingpladser under 75 pladser, og på private overnatningssteder som B&B, AirBnb og ferielejligheder, hvilke udgør en pæn del af overnatningstilbuddene i Regionen.²

Det skal påpeges, at man **IKKE** kan sammenligne de konkrete overnatningstal med de **estimerede påvirkede overnatninger**, som kendes fra VisitDenmarks Effektmodel.

De har vidt forskellige metodeforudsætninger. VisitDenmark modellen tager sit udgangspunkt i den konkret gennemførte markedsføringskampagner, mens Danmarks Statistiks opgørelse over overnatninger bygger på konkret indberettede overnatninger fra turismeaktørerne.

Kampagneeffekter 2019 - målt med VisitDenmarks model.

Alle projektansøgere har afrapporteret deres resultater af de konkrete markedsføringskampagner 2019 til Fomars, opgjort pr. marked.

Indberetningerne handler primært om den direkte kampagneeffekt i forhold til målepunkterne visning, kendskab, præference og påvirkede rejsebeslutninger.

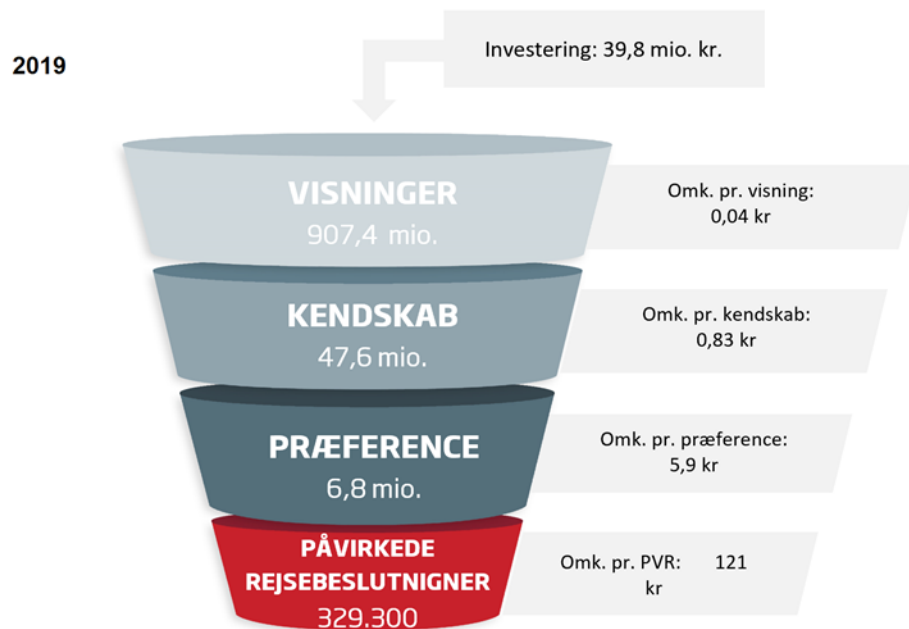
Fomars har med udgangspunkt i disse tal bedt VisitDenmark opgøre de samlede effekter af alle Fomars kampagnerne 2019. Enkelte aktiviteter har dog ikke kunnet måles med VDKs model.

Resultaterne er gennemgået nedenfor, men VDKs effekttopgørelse er også vedlagt som **bilag 1**.

² Fra undersøgelse i Billund kommune 2016 ved man, at de mindre overnatningssteder udgør ekstra 3-4 % af det totale overnatningstal i kommunen. AirBnb er ikke medregnet.

Skabte turismeeffekter

De samlede effekter af Fomars kampagner 2019 kan gøres op i denne model, der viser de direkte markedsføringseffekter sammenlignet med VisitDenmarks benchmark.



Effektiviteten kan herefter sammenlignes med VDKs benchmark.

VisitDenmark benchmark 2017- 2019

Omk. pr.	Visning	0,05 kr.
	Kendskab	0,90 kr.
	Præference	3,76 kr.
	Påvirket rejsebeslutning	102 kr.

- Omkostning pr visning på 0,04 kr. er bedre end VDKs benchmark.
- Omkostning pr. kendskab på 0,83 kr. er bedre end VDKs benchmark.
- Omkostning pr. præference på 5,9 kr. er dårligere end VDKs benchmark.
- Omkostning pr påvirket rejsebeslutning på 121 kr. er dårligere end VDKs benchmark.

³ Benchmark er af VisitDenmark beregnet som gennemsnittet af de sidste 3 års performance (2017-19) Investeringerne fra Fomars indeholder de fleste kampagner, men enkelte har ikke kunnet måles med VisitDenmarks model.

Samfundsøkonomiske effekter

De samfundsøkonomiske effekter er beregnede effekter på årsværk og værditilvækst, både direkte i turismeomsætningen og indirekte på samfundsniveau og skatteindkomst.

Beregningerne er foretaget med baggrund i Turismens økonomiske betydning, Region Syddanmark 2017, som indeholder specifikke multiplikationer for Region Syddanmark.

Det samlede resultat for 2019 viser, hvad den samlede kampagneinvestering målt på de udenlandske kampagner har medført:

Estimeret. Samfundsøkonomisk effekt.	Effekt 2017 model
Investering (total)	39.759.983 kr.
Påvirket turismeomsætning	1.218.664.144 kr.
Værditilvækst	755.571.769 kr.
Årsværk (job)	1.536
Skatter i alt	490.905.733 kr.

Påvirkede overnatninger:

- 1.580.734 påvirkede overnatninger.
- Pris pr påvirket rejsebeslutning er 121 kr. og 25 kr. pr. overnatning.
- Det betyder, at antal påvirkede overnatninger pr. 1 mio. kr. i markedsføringsindsats er på 39.500.

Omsætning

- Der er med indsatsen skabt en påvirket turismeomsætning i Region Syddanmark på ca. 1,2 mia.kr., eller en effektivitet eller ROI på 30,7

Jobs

- Den samlede indsats har skabt grundlag for 1.535 jobs.

Årets resultat er dermed som forventet højere end 2018 resultatet, hvorfor Fomars bestyrelse finder resultatet af de samlede kampagner særdeles tilfredsstillende.

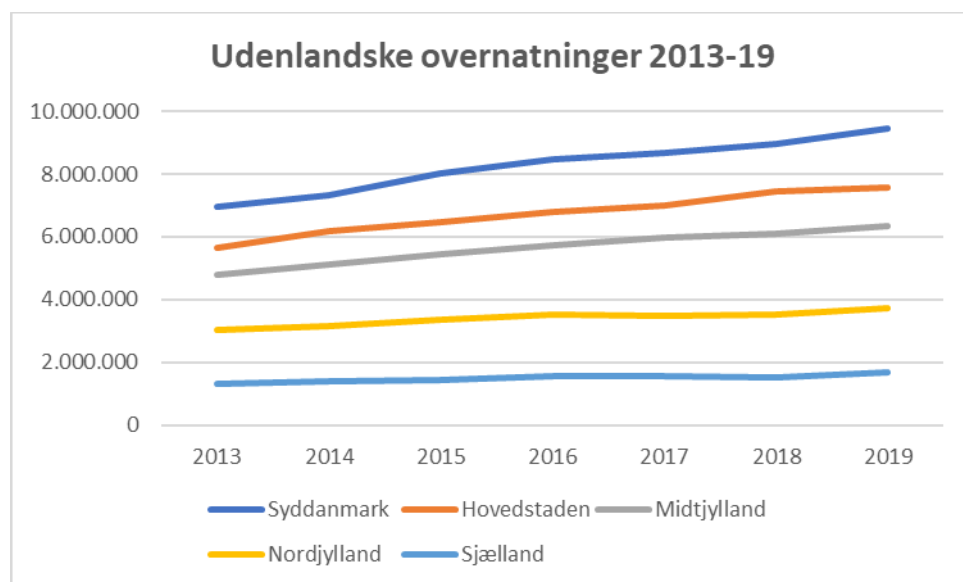
Samlede overnatningstal i Region Syddanmark 2019.

Region Syddanmark har igen haft et rekordstort antal overnatninger i 2019, nemlig tæt næsten 17,3 mio.

Heraf er næsten 9.5 mio. udenlandske gæster, hvilket er en stigning på 470.000 gæster fra 2018 til 2019.

Opgjort i procent er **væksten på udenlandske overnatninger på 5,3 % mod landsgennemsnittet på 4,5 %.**

Udenlandske overnatninger 2013-2019									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013-2019	2018-2019
Syddanmark	6.954.682	7.322.722	8.020.494	8.479.579	8.667.172	8.963.460	9.434.300	35,7	5,3
Hovedstaden	5.659.878	6.198.071	6.476.436	6.813.431	7.003.395	7.467.273	7.587.749	34,1	1,6
Midtjylland	4.811.321	5.111.692	5.444.613	5.739.622	5.967.315	6.089.419	6.356.596	32,1	4,4
Nordjylland	3.025.352	3.162.423	3.364.298	3.513.513	3.465.864	3.512.198	3.746.053	23,8	6,7
Sjælland	1.302.686	1.405.480	1.425.288	1.546.434	1.565.798	1.538.468	1.673.885	28,5	8,8
Total Udland	21.753.920	23.200.389	24.731.131	26.092.579	26.747.858	27.570.818	28.798.583	32,4	4,5



Sammenlignet med resultaterne for udenlandske overnatninger på landsplan og med de enkelte regioner ligger Region Syddanmark pænt med en **vækst på 5,3 %** - kun overgået af Region Nordjylland og Sjælland i 2019.

Region Syddanmark er dog stadig Region nr. 1, når det gælder volumen på udenlandske gæster.

De udenlandske overnatninger i Region Syddanmark udgjorde i 2019 32,8 % af alle udenlandske overnatninger i Danmark.

Det er faktisk en stigende andel i forhold til 2013, og et udtryk for at Region Syddanmark øger sin totale andel over tid.

Væksten på udenlandske overnatninger i Region Syddanmark **fra 2013-2019 udgør 35,7 %**. Det betyder i konkrete tal, at der i Region Syddanmark har været **næsten 2,5 mio. flere udenlandske overnatninger i 2019 end i 2013**.

Overnatningsudviklingen i Fomarslande.

Fomars har målrettet sin indsats på 8 forskellige udenlandske markeder.

Derfor er det også relevant at undersøge, om udviklingen på disse markeder også påvirkes af den markedsføring, som Fomars ansøgere gennemfører, hvilket nedenstående tabel viser.

Selv om det ikke kan påvises entydigt, at øget markedsføring medfører øgede antal overnatninger, kan det dog konstateres, at væksten i overnatningstallet på de 8 Fomarslande har været **på 2,3 % fra 2018 til 2019**, eller godt 194.000 flere overnattende gæster fra disse lande. **Stigningen fra 2013 – 2019 har været på 33,7 %**.

Syddanmark

Overnatninger 2013 - 2019 alle overnatningsformer - Fomarslande									
	2013	2015	2016	2017	2018	2019	2018-2019	2018-19	Vækst 2019
Finland	44.582	48.025	52.312	56.617	50.781	46.523	-4.258	-8,4	4,4
Holland	373.768	458.351	527.721	570.803	570.758	613.573	42.815	7,5	64,2
Kina	3.820	9.068	15.523	16.334	19.421	25.764	6.343	32,7	574,5
Norge	471.001	522.957	509.454	473.859	442.716	439.074	-3.642	-0,8	-6,8
Polen	33.379	39.488	55.821	56.316	60.842	66.085	5.243	8,6	98,0
England	68.636	82.380	95.595	97.998	96.854	115.407	18.553	19,2	68,1
Sverige	381.912	378.858	389.488	370.929	334.625	310.485	-24.140	-7,2	-18,7
Tyskland	5.201.594	5.948.718	6.309.594	6.480.337	6.741.499	7.176.296	434.797	6,4	38,0
	6.578.692	7.487.845	7.955.508	8.123.193	8.317.496	8.793.207	194.303	2,3	33,7

4

Hovedkonklusionerne er:

- Gæster fra Kina udgør procentuelt den største stigning fra 2018 til 2019 med **32,7 %**, men med et ganske beskedent volumen.

- **På det europæiske marked udgør gæster fra England den største stigning med 19,2 %**, stærkt efterfulgt af Polen med 8,6 % og Holland med 7,5 %.
- **Tyskland er dog fortsat det vigtigste land, når det gælder konkrete tal.** Godt 430.000 flere tyske gæster har overnattet i Danmark i 2019 end i 2018. Tyske overnatninger totalt udgør i 7,1 mio. eller næsten 76 % af alle udenlandske gæster i Region Syddanmark.
- Der kan desværre også konstateres tilbagegang i overnatningstallene fra både Norge, Sverige og Finland. Tilbagegangen i Norge og Sverige må fortsat tilskrives den aktuelle økonomi.

Siden Fomars programmet startede i 2013 til 2019 kan der konstateres en overnatningsfremgang på 33,7 % fra de lande, som Fomars har rettet sin markedsføring imod. Dog har England kun været med siden 2017.

Overnatning i feriehus.

Overnatning i Feriehus udgør hovedparten af alle udenlandske overnatninger i Region Syddanmark, eller 65 %. Derfor er det særdeles vigtigt at markedsføre feriehusturismen i udlandet, hvilket også har haft stor fokus i 2019.

Feriehusåret 2019 i Region Syddanmark har igen været et meget flot år med en samlet vækst på 5,4 %, eller samlet godt 142.000 flere overnatninger i 2019 end i 2018. Det er den højeste vækst af alle regioner i Danmark.

Der har dog været udfordringer i forhold til Sverige, mens det ser ud til, at Norge er ved at vende tilbage. Holland har haft en formidabel stigning på næsten 10 %, mens Tyskland ligger på 6,2 %

Udenlandske overnatninger feriehus i Reg. Syddanmark 2019										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Forskel 18-19	Vækst	Vækst 13-19
Sverige	38.703	44.483	46.119	40.117	39.772	33.856	31.816	-2.040	-6,0	-17,8
Norge	129.307	145.872	160.925	155.521	134.763	114.333	117.954	3.621	3,2	-8,8
Tyskland	3.973.132	4.166.405	4.571.310	4.909.674	5.114.321	5.230.729	5.555.425	324.696	6,2	39,8
Holland	148.733	148.175	181.894	216.242	234.178	214.648	235.708	21.060	9,8	58,5
Øvrige lande	111.945	124.812	145.522	155.776	158.653	230.463	198.310	-32.153	-14,0	77,1
I alt	4.401.820	4.629.747	5.105.770	5.477.330	5.681.687	5.824.029	6.139.213	315.184	5,4	39,5

5

- En totalstigning på over 315.000 udenlandske overnatninger i 2019 i forhold til 2018 må betegnes som et usædvanligt godt resultat. Det svarer til 5.4 % vækst.

⁵ VisitDenmark 25.3.2020

- Fremgangen har primært været båret af Tyskland i konkrete tal, mens Sverige, fortsat er gået tilbage.
- **Siden 2013 er udenlandske feriehusovernatninger i Region Syddanmark steget med godt 1,7 mio., eller 39,5 %.**

Feriehusudlejningen i Region Syddanmark må betegnes som en meget stor succes, både med hensyn til danske og udenlandske overnatninger. Danske overnatninger er i perioden faktisk steget med hele 47 %.

5. Økonomi.

Totaløkonomi

Den samlede bevillingsperiode for Fomars er 2018 – 2021. Og den samlede bevilling er **46.400.224,34 kr.** for hele projektperioden.

En betingelse for bevillingen er, at projektstøtten max udgør 25 % i 2018 og 2019 og gennemsnitligt 23,5 % for 2020 og 2021 af de samlede tilskudsberettigede udgifter til markedsføringsprojekter, og at projektstøtten til administration og koordinering max udgør 75 % af de revisorgodkendte udgifter.

Efter aflæggelse af rapport for 2019 er der **23.171.753 kroner tilbage** af bevillingen til projektets sidste to år.

Økonomi for administration og koordinering.

Regnskabet for administration og koordinering 2019 viser et samlet **forbrug på 225.472 kr., se Bilag 2⁶**

Resultatopgørelse 1. januar - 31. december

	Noter	2019		2018
		Regnskab	Årsbudgettet	Regnskab
Projekter Region Syddanmark				
Medlemskontingenter		165.000	155.000	140.000
Projektilskud fra Vækstforum		3.249.487	13.260.686	22.033.063
Administrationstilskud fra Vækstforum	1.	158.552	269.925	163.419
Indtægter i alt		3.573.039	13.685.611	22.336.482
Administration				
Lønninger/Administrationsaftale		179.838	245.000	190.752
Mødeomkostninger		11.982	16.000	16.229
IT/Fælles platform		2.158	8.000	1.228
Forsikring		1.186	1.500	1.163
Administration i alt		195.164	270.500	209.371
Vidensformidling/konference				
Mødeomkostninger		762		
Konference		796	30.000	
Vidensformidling/konference i alt		1.558	30.000	0
Konsulentbistand				
Revision		26.750	25.000	23.000
Advokatbistand			5.000	
Konsulentbistand			29.000	
Konsulentbistand i alt		26.750	59.000	23.000
Administration i alt		223.472	359.500	232.371
Projekter				
LEGOLAND Billund Resort 2019			7.273.347	
LEGOLAND Billund Resort 2018				7.441.870
LEGOLAND Billund Resort 2017				7.852.073
Destination Sønderjylland 2019			638.873	776.550
Destination Sønderjylland, TV-spot 2017				646.541
Destination Sønderjylland 2018		573.932		
Destination Sønderjylland TV-spot 2018		629.468		
Eventyrøen Fyn - Tyskland 2017				597.496
Udvikling Fyn - Kina Alliancen 2017				748.054
Udvikling Fyn - Norge 2017				234.803
Destination Fyn - Tyskland, Norge, Kina 2019			1.929.099	
Destination Fyn - Tyskland, Norge, Kina 2018		1.783.588		
Destination Sydvestjylland, Tyskland DGL 2017				749.601
Destination Sydvestjylland, DKN, Tyskland TV-spot 2019			3.130.017	
Destination Sydvestjylland, DKN, Tyskland TV-spot 2017				622.831
Destination Sydvestjylland, DKN, Tyskland TV-spot 2018				2.064.228
Kampioen Holland 2019		261.499	269.350	
Kampioen Holland 2018				281.017
Projekter i alt		3.248.487	13.260.686	22.033.064
Renter og gebyrer		2.000		1.000
Resultat		99.081	65.425	70.047
Projekter Global Connected				
Projektilskud fra WoCo		175.579		200.000
Administrationstilskud fra WoCo 100 %		11.050		20.317
Indtægter i alt		186.629		220.317
Administration		7.550		16.817
Revision		3.500		3.500
Udgifter i alt		11.050		20.317
Projekter				
Projekt Vestdanmark		175.579		200.000
Projekter i alt		175.579		200.000
Resultat Projekt Global Connected i alt		0		0
Resultat i alt		99.081		70.047

Der foreligger revideret og godkendt regnskab for 2019, som vedlægges **som bilag 2.**

6. Bestyrelsens samlede vurdering.

Kampagneåret 2019.

Generelt har ferieåret 2019 igen været et rekordår for Turismen i Region Syddanmark, og for Danmark som helhed, selv om væksten har været lidt mindre fra 2018 til 2019 end året før.

Et samlet overnatningstal på 17,3 mio. i Region Syddanmark har aldrig været højere.

Væksten i Region Syddanmark fra 2018 til 2019 kan især konstateres på udenlandske overnatninger, selv om der også her har været nogle udfordringer.

Det må dog betegnes som et meget positivt resultat af årets indsats.

Overnatningstallet i Regionen har vist en konstant opadgående kurve fra 2013 til 2019. Og de udenlandske overnatninger er steget med over 2,5 mio., eller en stigning på hele 35,5 % i perioden.

Vækstraterne for udenlandske overnatninger i Region Syddanmark er stadig store målt i forhold til de øvrige regioner i Danmark i samme periode. Men nogle andre regioner haler ind. I konkrete tal er Region Syddanmark dog fortsat langt den største Region i Danmark, også større end Region Hovedstaden.

Væksten på **udenlandske feriehusovernatninger** i Region Syddanmark fra 2018 til 2019 har været på 5,4 %, en ganske imponerede vækst. Vækstkurven fra 2013 ser ud til at fortsætte med uforrettet styrke.

Det vil naturligvis ikke være rimeligt, at begrunde al vækst i hverken antal påvirkede overnatninger, eller det konkrete overnatningstal, som udelukkende en konsekvens af de gennemførte markedsføringskampagner i 2019.

Men de er absolut medvirkende, og nødvendige for at fastholde og udvikle en fortsat positiv turismeudvikling, og trækker i den rigtige retning. Men der skal arbejdes hårdt og langsigtet for at fastholde denne positive udvikling.

Årets resultat af markedsføringskampagnerne kan betegnes som særdeles tilfredsstillende. Store og effektive kampagner med mange partnere er gennemført i 2019. Og den samlede private finansiering af kampagnerne fortsætter også med at stige, og er på 31,5 mio. kr. i 2019.

Flere partnere kan i dag se fordele ved at gennemføre internationale markedsføringskampagner i fællesskab, hvorved kampagnerne kan blive større og trykket fokuseres og øges.

Her er det især positivt at konstatere, at flere af de store feriehusudlejningsvirksomheder i Regionen nu også er med i markedsførings Samarbejder især rettet mod Tyskland. Og denne tendens ser ud til at fortsætte i 2020.

Alle destinationer og deres turismeaktører i hele Region Syddanmark er deltagere i støttekampagner gennem Fomars, hvilket var et af formålene med konstruktionen af Fomars.

Væksten i den samlede udenlandske markedsføring gennem Fomars fra 2018 til 2019 har været på 6,8 %, og har nu nået 55,5 mio. kr.

Det er særdeles tilfredsstillende at se den fortsatte interesse fra turismeaktører i hele Region Syddanmark for at være medvirkende i den fælles udenlandske markedsføring af Regionen. Dette til trods for at tilskudsprocenten nu er 25 % i 2019 mod tidligere 30 %.

Ønsket om at gennemføre international markedsføring gennem Fomars ser ud til at fortsætte med øget styrke også i 2020. Indtil videre er der bevilget støtte til markedsføring for ca. 60 mio. kr. og med "kun" 23,5 % i tilskudsprocent.

Den voldsomme udvikling med Coronavirus pandemi ser dog p.t. ud til at få en kæmpe negativ betydning for turismeudviklingen i Danmark i 2020. Derfor holder branchen vejret i øjeblikket. Og Fomars bestyrelse drøfter lige nu muligheden for evt. at udskyde noget af den udenlandske markedsføring til 2021 for at få mest muligt ud af markedsføringsindsatsen.

Generelt

Med ny Erhvervs- og turismelovgivning, som trådte i kraft den 1.1.2019, er Fomars bevilling overgået til administration i Erhvervsministeriet.

Set med Fomars briller er denne overgang gået smertefrit, og der er etableret et godt samarbejde med Erhvervsstyrelsen i Silkeborg. Tak for det.

Men den store udfordring for Fomars er, at virkningen af den nye lov medfører, at Fomars ikke har en berettigelse ud over den periode, hvor Region Syddanmark har bevilget REM-midler til foreningens arbejde.

I stedet vil den internationale markedsføring af Danmark og Regionen fremadrettet skulle foregå gennem Destinationselskaberne, som evt. kan søge om støtte i den årlige pulje fra Erhvervsministeriet, hvor international markedsføring er blevet et af flere indsatsområder.

Udviklingen i Fomars fortsætter dog til udgangen af 2021, indenfor rammerne af den nuværende bevilling fra Region Syddanmark. Og Fomars vil tage stilling til, senest på sin sidste generalforsamling i foråret 2022, om Foreningen Fomars skal nedlægges.

Skal de positive takter fortsætte for turismen i Region Syddanmark, og i Danmark som helhed, er det vigtigt, at der holdes fast i fortsat målrettet markedsføringsindsats i udlandet.

En langsigtet indsats, hvor mange partnere løfter markedsføringen i fællesskab, er fortsat en nødvendighed.

Fomars historie viser, at det har kunnet lade sig gøre med stor succes i Region Syddanmark, når private turismevirksomheder og offentlige myndigheder arbejder tæt sammen om markedsføringsindsatsen i udlandet.

En fortsat professionalisering af indsatsen, og udvikling af de produkter, der tilbydes de udenlandske gæster, er en anden forudsætning for succes.

Skabelsen af de nye Turismedestinationer kan være et skridt den rigtige vej.

Men det er alt afgørende vigtigt, at der fortsat kan opnås et frugtbart samarbejde mellem private turismeaktører og offentlige myndigheder som kommuner og Erhvervsfremmesystemet om indsatsen. Det samarbejde er en forudsætning for at tiltrække endnu flere udenlandske turister til Danmark.

Fomars succeshistorie er bevis på dette.

Godkendt af Fomars bestyrelse

Billund den 27. majl 2020

Christian Woller, formand

Denne projektrapport er aflagt i henhold til Tilsagnsskrivelse af 10.1.2019 – J.nr. 18/6391 ændret til Journalnummer REM 18-0253.

Bilag vedlagt rapporten:

- 1. Fomars Effekt 2019, VisitDenmark april 2020**
- 2. Årsregnskab 2019 for Fomars.**