

Fomars 2021

REM-18-0253

FOMARS – FORENINGEN TIL MARKEDSFØRING AF FERJETURISMEN I SYDDANMARK

19. april 2022

Lea Bennedsen

Fomars 2021

REM-18-0253

Indhold

INDLEDNING.....	2
1. FORENINGSDELEN FOMARS.....	2
ORGANISATION.....	2
BESTYRELSE.....	2
MEDLEMMER.....	3
KOMMUNIKATION OG ERFARINGSFORMIDLING.....	3
ADMINISTRATION OG KOORDINERING.....	3
2. MARKEDSFØRINGSPROJEKTER GENNEMFØRT I 2020.....	4
BETINGELSER FOR AT SØGE TILSKUD I FOMARS TIL INTERNATIONAL MARKEDSFØRING.....	4
IKKE-KOMMERCIELLE OG KOMMERCIELLE MARKEDSFØRINGSAKTIVITETER.....	5
3. PROJEKTER, DER HAR SØGT OG OPNÅET STØTTE I 2020.....	6
MANGE PARTNERE OG PROJEKTDELTAGERE DELTAGER I MARKEDSFØRINGSKAMPAGNERNE.....	7
4. RESULTATER FOR 2020.....	9
VURDERING AF EFFEKTEN AF MARKEDSFØRINGSINDSATSEN.....	9
VISITDENMARKS EFFEKTMODEL.....	9
KONKRETE OVERNATNINGSTAL I REGION SYDDANMARK.....	10
KAMPAGNEEFFEKTER 2020 - MÅLT MED VISITDENMARKS MODEL.....	10
SAMLEDE OVERNATNINGSTAL I REGION SYDDANMARK 2020.....	13
OVERNATNINGSDUDVIKLINGEN I FOMARSLANDE.....	14
OVERNATNING I FERIEHUS.....	14
5. ØKONOMI.....	16
TOTALØKONOMI.....	16
ØKONOMI FOR ADMINISTRATION OG KOORDINERING.....	16
6. BESTYRELSENS SAMLEDE VURDERING.....	17
KAMPAGNEÅRET 2020.....	17
GENERELT.....	19

Indledning.

Nærværende projektrapport og projektregnskab fra FOMARS – Foreningen til markedsføring af ferieturismen i Region Syddanmark dækker

Projektperiode: 1.1.2021 – 31.12.2021

Jf. tilsagnsskrivelse af 10. januar 2019 gælder bevillingen til REM-18-0253 i perioden 1.1. 2018- 31.12. 2021. Erhvervsstyrelsen har den 14. januar 2021 godkendt ansøgning fra Fomars om forlængelse af projektet med udløb 31. december 2022.

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. 3 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 økonomifunktion.

Bestyrelsen har indgået aftale om sekretariatsbistand med Destination Trekantområdet, der således varetager projektkoordinering.

Lea Bennedsen er projektleder på projektet.

Medlemmer.

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

Medlemstallet er pr. 31.12.2021 på 29 medlemmer. Heraf er de 9 A-medlemmer. 7 er kommuner. 4 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 kommunikeres der både om foreningens virke i forhold til offentligheden, og potentielle ansøgere vejledes i ansøgningsprocedurer, evalueringsmodel og støttekrav. Der er udarbejdet ansøgningsskema 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.

I 2021 har der ikke været afholdt særskilte aktiviteter eller møder for destinationer og turismeaktører. Dette er begrundet i den generelle nedlukning af turisterhvervene som følge af Coronarestriktionerne.

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.

Administrationsaftalen mellem Fomars og Billund ErhvervsFremme indebærer, at Billund Erhvervsfremme leverer den nødvendige økonomiske bistand til foreningens drift på timebasis.

Aftalen mellem Fomars og Destination Trekantområdet indebærer, at Destination Trekantområdet leverer den nødvendige koordinerende bistand til foreningens drift på timebasis.

2. Markedsføringsprojekter gennemført i 2021.

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 23,5 % af de samlede revisorgodkendte projektudgifter.
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 regnskabsaflæggelse for kampagnerne, jf. Revisionsprotokollat fra Region 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. Brug af interne løntimer til administration, koordinering og markedsføringsudvikling kan max udgøre 20 % af totalbudgettet. Dette for at sikre, at flest mulige ressourcer ender i markedsføringskampagner.
Jf. beslutning på bestyrelsesmøde i april 2019 kan administration og udvikling samlet højst udgøre 20% af en støtteberettiget kampagne for at sikre at flest mulige midler bruges på markedstryk til at skabe efterspørgsel.
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 statsstøtteregler.

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 2021.

Fomars har i 2021 modtaget 8 projektansøgninger med ønsker om at markedsføre Turismen i Syddanmark på 5 forskellige markeder. Alle ansøgere har opnået støtte. Grundet Coronarestriktioner er det desværre ikke alle kampagner der er blevet eksekveret.

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 4 destinationsselskaber, fra Legoland Billund Resort, Feriekompagniet og fra et tværgående konsortium med vægt på markedsføring i Holland.

Fomars bestyrelse har bevilget følgende projekttilskud i 2021:

Projekter	Regnskab DKK	Tilskud max. 23,5 %	Markeder
Destination Fyn	2.026.379	469.008	Tyskland Holland
Destination Fyn - Kinaalliancen	Ansøgt, men ikke eksekveret		Kina
Destination Sønderjylland	2.196.602	516.202	Tyskland Holland
Legoland Billund Resort	3.812.813	821.537	Norge, Sverige, Tyskland, Holland,
Destination Vesterhavet	1.302.485	306.084	Tyskland
Business Region Esbjerg - Süddänische Nordsee	1.496.331	351.638	Tyskland
Kampioen Holland	Ansøgt, men ikke eksekveret		Holland
Feriekompagniet - Nordsee Holiday	4.892.085	1.149.640	Tyskland
Total	15.726.695	3.614.109	

Turismen i Region Syddanmark er blevet markedsført i udlandet for over 11,1 mio. kr. i 2020 mod 26,5 mio. kr. i 2020. Det er et fald på 57,9 %.

Faldet skyldes at en stor andel af kampagnerne er stoppet på grund Corona restriktioner i Danmark, samt restriktioner i de lande markedsføringskampagnerne er rettet imod.

Der kan 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 2021 har rigtig mange partnere og lokale turismeaktører været involveret i de enkelte markedsføringsprojekter.

Heraf kommer hovedparten fra 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, 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.

2021 har desuden været præget af, at flere store aktører har været med i tværgående markedsføringsamarbejder.

Det gælder f.eks. feriehusudlejningsvirksomheder på Vestkysten, ferieparker og LEGO House.

Eksterne projektdeltagere.

Også i 2021 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.

Desuden indgår en række udenlandske turoperatører i samarbejdet med de enkelte markedsføringsprojekter om at få flere internationale turister til Danmark.

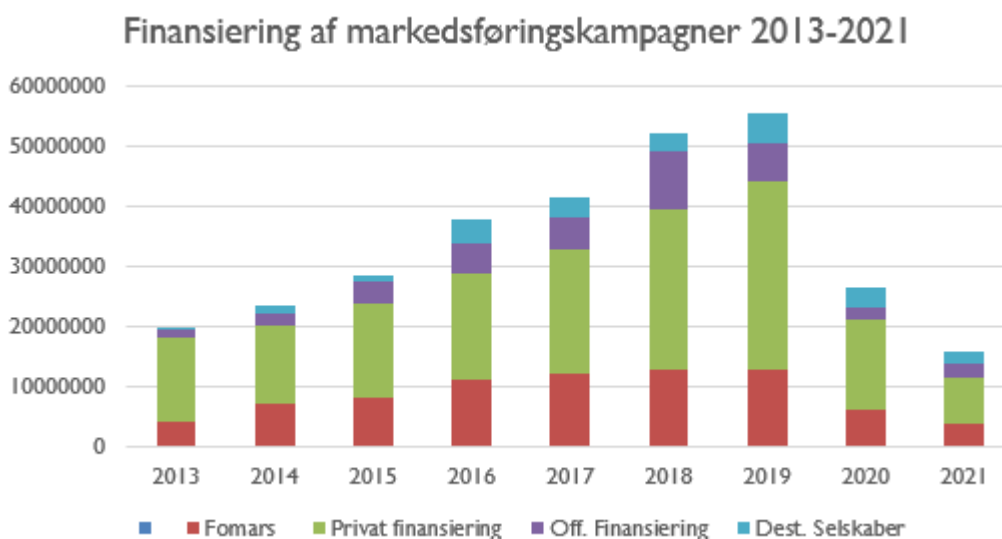
Kommuner.

Stort set alle kommuner i Region Syddanmark er med i den udenlandske markedsføring 2021, enten via de dannede destinationsselskaber, eller ved direkte bidrag til de enkelte markedsføringsprojekter, som opnår Fomars støtte.

Høj privat andel af finansiering i markedsføringskampagnerne.

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

Grundet Corona pandemien har 2021 været et ekstraordinært år, fordi markedsføringskampagnerne for alle projekters vedkommende er reduceret i forhold til det forventede. Det har ligeledes påvirket andelen af den private finansiering til kampagnerne. Den private finansieringsandel af projekterne var i både 2019 og 2020 på 57%. For 2021 ligger andelen på 50%.



Private virksomheder i turismebranchen kan se fordelene i at pulje pengene til den udenlandske markedsføring, så den når længere ud.

4. Resultater for 2021

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.
- **Samfundsøkonomisk 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

VisitDenmarks effektmodel

VisitDenmarks model tager udgangspunkt i målte kampagneeffekter. Hvor data ikke er tilgængelig, estimeres effekter på baggrund af gennemsnitlige konverteringsrater.

Grundlaget for konverteringsraterne er fra 2018 og tager derfor ikke højde for Covid-19. Det må dog formodes, at Covid-19 situationen har haft en indflydelse på kampagnernes effektivitet, da de danske og landespecifikke rejserestriktioner har påvirket muligheden for at rejse i 2020. Modellen er ikke udviklet til at håndtere kampagner i Kina.

Fomars bestyrelse valgt fortsat at benytte VisitDenmarks model til at måle effekterne af de gennemførte markedsføringskampagner og den samfundsmæssige betydning f.eks. i form af jobskabelse og påvirket turismeomsætning.

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 ferieejligheder, 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 konkrete gennemførte markedsføringskampagne, mens Danmarks Statistiks opgørelse over overnatninger bygger på konkret indberettede overnatninger fra turismeaktørerne.

Kampagneeffekter 2021 - målt med VisitDenmarks model.

Alle projektansøgere har afrapporteret deres resultater af de konkrete markedsføringskampagner 2021 til Fomars, opgjort pr. marked.

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

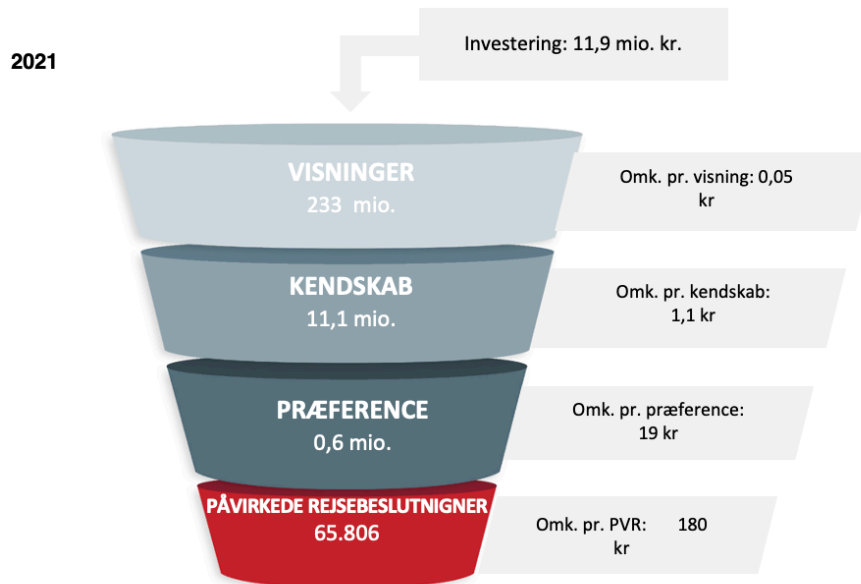
Fomars har med udgangspunkt i disse tal bedt VisitDenmark opgøre de samlede effekter af alle Fomars kampagnerne 2021. Enkelte aktiviteter har dog ikke kunnet måles med VDKs model.

Resultaterne er gennemgået nedenfor, men VisitDenmarks effektopgørelse 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 2020 kan gøres op i denne model, der viser de direkte markedsføringseffekter sammenlignet med VisitDenmarks benchmark.



Effektiviteten kan herefter sammenlignes med VisitDenmarks 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 0,73 kr. er bedre end VDKs benchmark.
- Omkostning pr. præference på 4,82 kr. er dårligere end VDKs benchmark.
- Omkostning pr påvirket rejsebeslutning på 107 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 2021 viser, hvad den samlede kampagneinvestering målt på de udenlandske kampagner har medført:

Estimeret. Samfundsøkonomisk effekt.	Effekt 2017 model
Investering (total)	11.886.848 kr.
Påvirket turismeomsætning	218.250.942 kr.
Værditilvækst	135.315.584 kr.
Årsværk (job)	273
Skatter i alt	89.482.886 kr.

Påvirkede overnatninger:

- 454.561 påvirkede overnatninger (1.580.734 i 2019)
- Pris pr påvirket rejsebeslutning er 180 kr. og 26,1 kr. pr. overnatning (121/25 i 2019)
- Det betyder, at antal påvirkede overnatninger pr. 1 mio. kr. i markedsføringsindsats er på 38.305 (39.500 i 2019)

Omsætning

- Der er med indsatsen skabt en påvirket turismeomsætning i Region Syddanmark på ca. 218 mio.kr. (1,2 mia. i 2019), eller en effektivitet eller ROI på 18,4 (30,7 i 2019)

Jobs

- Den samlede indsats har skabt grundlag for 273 jobs. (1.535 i 2019)

Med en markant lavere kampagneinvestering er det forventeligt, at de samfundsøkonomiske effekter er lavere end 2019. Rejserestriktionerne som følge af Coronapandemien har haft en væsentlig indflydelse på kampagneindsatser og tiltrækning af udenlandske turister.

Beregningerne af de samfundsøkonomiske effekter skal dog tages med forbehold, da hele året har været præget af stor usikkerhed.

Fomars bestyrelse tager forbehold for resultaterne af de samlede kampagner.

Samlede overnatningstal i Region Syddanmark 2020.

Region Syddanmark har haft 16.677.138 overnatninger i 2021.

Heraf er 6,4mio. udenlandske gæster, hvilket er et fald på 600.000 gæster fra 2019 til 2021.

Opgjort i procent er **faldet på udenlandske overnatninger på 35,6% fra 2019 til 2020**

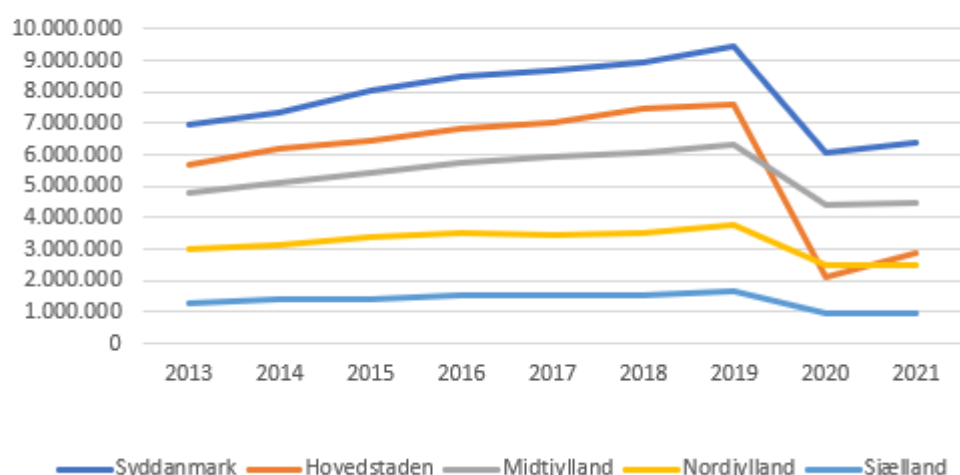
Dette er steget med 5,4% fra 2020 til 2021.

De samlede udenlandske overnatninger 2013-2021 – opgjort på Regioner

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2013-2020	2019-2020	2020-2021
Syddanmark	6.954.682	7.322.722	8.020.494	8.479.579	8.667.172	8.963.460	9.434.300	6.073.413	6.402.465	-12,7	-35,6	5,4
Hovedstaden	5.659.878	6.198.071	6.476.436	6.813.431	7.003.395	7.467.273	7.587.749	2.133.776	2.863.452	-62,3	-71,9	34,2
Midtjylland	4.811.321	5.111.692	5.444.613	5.739.622	5.967.315	6.089.419	6.356.596	4.431.268	4.472.068	-7,9	-30,3	0,9
Nordjylland	3.025.352	3.162.423	3.364.298	3.513.513	3.465.864	3.512.198	3.746.053	2.464.577	2.481.064	-18,5	-34,2	0,7
Sjælland	1.302.686	1.405.480	1.425.288	1.546.434	1.565.798	1.538.468	1.673.885	969.510	938.052	-25,6	-42,1	-3,2
Total Udland	21.753.920	23.200.389	24.731.131	26.092.579	26.747.858	27.570.818	28.798.583	16.072.544	17.157.101	-26,1	-44,2	6,7

4

Udenlandske overnatninger 2013-2020



Sammenlignet med resultaterne for udenlandske overnatninger på landsplan og med de enkelte regioner ligger Region Syddanmark med en højere stigning end de resterende regioner, dog med undtagelse af Region Hovedstaden, som har haft en høj stigning i 2021.

Region Syddanmark har dog stadig en høj procentsats, når det gælder volumen på udenlandske gæster.

De udenlandske overnatninger i Region Syddanmark udgjorde i 2021 38,4% af alle udenlandske overnatninger i Danmark.

Det er et udtryk for at Region Syddanmark øger sin totale andel over tid.

Der var et stort fald i antal overnatninger på hoteller, feriecentre og camping på i alt 1.6 mio. i 2020. I 2021 er dette tal ligeledes steget en smule.

Overnatningsudviklingen i Fomarslande.

Fomars har målrettet sin indsats på 4 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.

Samlede udenlandske overnatninger 2013-2021 – opgjort på Fomarslande

	2013	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sverige	380.171	378.858	389.374	370.929	334.625	311.359	52.390	81.894
Norge	463.001	522.957	509.821	473.859	442.716	440.682	125.249	58.023
Tyskland	5.215.995	5.948.718	6.291.679	6.480.337	6.741.499	7.165.116	5.437.008	5.591.240
Holland	372.301	458.351	527.846	570.803	570.758	613.580	175.979	296.016
I alt	6.431.468	7.308.884	7.718.720	7.895.928	8.089.598	8.530.737	5.790.626	6.027.173

5

Der har været en stigning i antallet af gæster fra Sverige, Tyskland og Holland. Dog er regionen ikke tilbage på 2019-niveau. Der er fortsat fald fra Norge, som er gået fra 440.000 i 2019 til blot 58.000 gæster i 2021.

Hovedkonklusionerne er:

- **Tyskland er dog fortsat det vigtigste land, når det gælder konkrete tal** 1,5 mio. færre tyske gæster overnattede i Danmark i 2020 end i 2019. Der har i 2021 været en stigning på knap 3%. Tyske overnatninger totalt udgør i 5,6 mio. eller 87,3% af alle udenlandske gæster i Region Syddanmark.
- **Der var et stort fald i antal overnatninger på hoteller, feriecentre og camping på i alt 1.6 mio. i 2020. I 2021 er dette tal ligeledes steget en smule.**

⁵ Danmarks Statistik april 2022

Overnatning i feriehus.

Overnatning i Feriehus udgør hovedparten af alle udenlandske overnatninger i Region Syddanmark (4.341.456) eller 67 %. Tyskland adskiller sig med et væsentligt mindre fald sammenlignet med de øvrige udenlandske markeder.

Feriehusåret 2021 i Region Syddanmark har i særdeleshed været præget af Coronapandemien med store fald på alle udenlandske markeder.

Udenlandske overnatninger 2013-2021 – opgjort på feriehuse

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sverige	38.703	44.483	46.119	40.117	39.772	33.856	32.491	5.796	9.896
Norge	129.307	145.872	160.925	155.521	134.763	114.333	119.439	26.734	8.869
Tyskland	3.973.132	4.166.405	4.571.310	4.909.674	5.114.321	5.230.729	5.544.032	4.081.579	4.149.643
Holland	148.733	148.175	181.894	216.242	234.178	214.648	235.650	54.679	75.129
I alt	4.289.875	4.504.935	4.960.248	5.321.554	5.523.034	5.593.566	5.931.612	4.168.788	4.243.537

6

Hvordan Coronapandemien har påvirket overnatningerne generelt i 2020 sammenlignet med 2019 ses i nedenstående tabel.

Danske overnatninger i feriehusudlejningen i Region Syddanmark er steget med 1 mio. sammenlignet med 2019 svarende til en stigning på 68%. Denne stigning opvejer en del af faldet i de udenlandske overnatninger i feriehuse.

Der også et stort fald i antal overnatninger på hoteller, feriecentre og camping på i alt 1.6 mio. Her udgør de udenlandske overnatning 1,4 mio.

Overnatning alle typer - 2019-2021		2019	2020	2021
Danmark	Hoteller	2242407	1757258	2162910
	Feriecentre	1100932	1021085	1123327
	Camping	2634211	2958387	3373994
	Vandrerhjer	217199	179407	216391
	Lystbådehav	192761	243166	229648
	Feriehuse	1465488	2466187	3167961
Verden udenfor Danmark	Hoteller	785098	251968	323562
	Feriecentre	571966	194748	239124
	Camping	1639978	1147023	1242529
	Vandrerhjer	66969	20101	26823
	Lystbådehav	230061	193971	229414
	Feriehuse	6129994	4265602	4341456

7

5. Økonomi.

Totaløkonomi

Den samlede bevillingsperiode for Fomars er 2018 – 2022. Og den samlede bevilling er **46.940.074,34 kr.** for hele projektperioden.

En betingelse for bevillingen er, at projektstøtten max udgør 25% i 2018 og 2019 og max 23,5 % for 2020, 2021 og 2022 af de samlede tilskudsberettigede udgifter til markedsføringsprojekter, og at projektstøtten til administration og koordinering, samt indirekte omkostninger max udgør 20% af de revisorgodkendte udgifter.

Efter aflæggelse af rapport for 2021 er der **1.471.383,91 kroner tilbage** af bevillingen.

Økonomi for administration og koordinering.

Regnskabet for administration og koordinering 2021 viser et samlet **forbrug på 111.187 kr.,** **se Bilag 2⁸**

⁸ Årsrapport 2020 for Fomars

Resultatopgørelse 1. januar - 31. december

	Noter	2021	2020
Indtægter			
Medlemskontingenter		165.000	165.000
Projekttilskud fra regionale udviklingsmidler		6.136.905	12.732.717
Administrationstilskud fra regionale udviklingsmidler	1.	73.580	144.299
Indtægter i alt		6.375.485	13.042.016
Administration			
Honorar, administrationsaftale		102.433	124.549
Honorar, sekretærbistand			36.000
Mødeomkostninger		4.391	7.832
IT/Fælles platform		3.125	1.355
Forsikring		1.238	1.209
Administration i alt		111.187	170.944
Konsulentbistand			
Revision		27.000	21.500
Konsulentbistand i alt		27.000	21.500
Administration i alt		138.187	192.444
Projekter			
Projekter jfr. specifikation	2.	6.136.905	12.732.717
Projekter i alt		6.136.905	12.732.717
Renter og gebyrer		11.596	6.008
Resultat i alt		88.797	110.847

Der foreligger revideret og godkendt regnskab for 2021, som vedlægges **som bilag 2**.

6. Bestyrelsens samlede vurdering.

Kampagneåret 2021.

De sidste år har været hårde for turistbranchen og 2021 blev ligeledes et år ingen i turistbranchen nogensinde vil glemme.

Fra de foregående års rekorder blev hele verdens turisme ramt som en hammer af corona pandemien.

Dog har 2021 været et bedre år for mange, end 2020 var.

I Region Syddanmark har især sommeren og efteråret været meget fornuftigt og nogle steder nåede man over 2019-niveau.

Dog bød 2021 på mange rejseforbud og det betød især et stort fravær af gæster fra normalt store nærmarkeder som Sverige, Norge og Holland.

Især Norge har været dårligt repræsenteret i 2021, som faktisk viser dårligere tal end de gjorde i 2020.

Tyskland har været var set med internationale øjne det eneste lille, lyspunkt, men også dette marked faldt meget. Heldigvis har der dog været en marginal stigning i 2021 i forhold til 2020.

Ligesom i 2020, var 2021 præget af stor usikkerhed, både hos aktører og turister. Kampagner blev stoppet eller slet ikke sat i gang og turisterne var meget tilbageholdende med bookinger.

Overnatningstallet i Regionen har vist en konstant opadgående kurve fra 2013 til 2019, men i 2020 og 2021 har været hårde. For 2021 er antallet af overnatninger stadig kun på 2017-niveau.

Udenlandske overnatninger på hoteller, feriecentre, campingpladser og feriehuse i Region Syddanmark er særlig ramt af negativ vækst fra 2019 til 2021. Tilbagegangen på de fire overnatningstyper udgør mere end 3 mio. overnatninger svarende til en negativ vækstrate på 32%.

Årets resultat af markedsføringskampagnerne

Med markant mindre kampagneinvestering, et marked der er stærkt præget af konsekvenserne af Corona pandemien og usikre effektmålinger er resultatet forventeligt.

Lige som året før, er flere af Fomars projekter blevet mindre end planlagt. Kampagnetrykket blev reduceret med 67% ift. det ansøgte, hvilket samtidig betød at udbetalt støtte ender på 3,6. mio kr. mod forventet 11 mio. kr.

Differencen er overført til indeværende år og det er aftalt med Erhvervsstyrelsen, at Fomars kan bruge de uforbrugte midler i 2022.

Den samlede private finansiering af kampagnerne er desværre faldet og målt på andel af den samlede kampagnesum svarende til 50%. I 2021 udgjorde den private finansiering 7,8 mio. kr.

Partnerne kan stadig 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 turismeaktører i Regionen er med i markedsførings Samarbejder især rettet mod Tyskland. En tendens der ser ud til at fortsætte i 2022.

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

Faldet i den samlede udenlandske markedsføring gennem Fomars fra 2019 til 2020 har været på 52,3 %. Dette er desværre faldet yderligere, så det fra 2019 til 2021 er på 71,7%. Et fald på ca. 40 mio. kr.

Det er dog tilfredsstillende at se den fortsatte interesse fra turismeaktører i hele Region Syddanmark, for at være medvirkende i den fælles udenlandske markedsføring af Regionen.

Ønsket om at gennemføre international markedsføring gennem Fomars fortsætter i 2022, dog med reduceret styrke. Til og med 2021 er der bevilget støtte til markedsføring for 35,5 mio. kr. og med 23,5 % i tilskudsprocent.

Turismeudviklingen i Danmark er voldsomt påvirket af følgerne efter indførte restriktioner i Danmark og de lande vi samarbejder med. Turismeindustrien generelt er stærkt udfordret på økonomi og i værste fald overlevelse. Turismeaktører er varsomme med at igangsætte markedsføringskampagner, så længe store dele af turismevirksomhederne i Danmark ikke må åbne. Det betyder, at udenlandske turister bliver væk fra Danmark.

Generelt

Med ny Erhvervs- og turismelovgivning, som trådte i kraft den 1.1.2019, vil den internationale markedsføring af Danmark og Regionen fremadrettet skulle foregå gennem Destinationsselskaberne, 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 2022, indenfor rammerne af den nuværende bevilling fra Region Syddanmark.

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.

Det er 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. april 2022

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 2021, VisitDenmark april 2022**
- 2. Årsregnskab 2021 for Fomars.**