

Fomars 2022

REM-18-0253

FOMARS – FORENINGEN TIL MARKEDSFØRING AF FERJETURISMEN I SYDDANMARK

30. marts 2023

Lea Bennedsen

Fomars 2022

REM-18-0253

Indhold

INDLEDNING.....	2
1. FORENINGSDALEN FOMARS.....	2
ORGANISATION.....	2
BESTYRELSE.....	2
MEDLEMMER.....	3
KOMMUNIKATION OG ERFARINGSFORMIDLING.....	3
ADMINISTRATION OG KOORDINERING.....	3
2. MARKEDSFØRINGSPROJEKTER GENNEMFØRT I 2022.....	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 2022.....	6
MANGE PARTNERE OG PROJEKTDELTAGERE DELTAGER I MARKEDSFØRINGSKAMPAGNERNE.....	7
4. RESULTATER FOR 2022.....	9
VURDERING AF EFFEKTEN AF MARKEDSFØRINGSINDSATSEN.....	9
VISITDENMARKS EFFEKTMODEL.....	9
KONKRETE OVERNATNINGSTAL I REGION SYDDANMARK.....	10
KAMPAGNEEFFEKTER 2022 - MÅLT MED VISITDENMARKS MODEL.....	10
SAMLEDE OVERNATNINGSTAL I REGION SYDDANMARK 2022.....	13
OVERNATNINGSDUDVIKLINGEN I FOMARSLANDE.....	14
OVERNATNING I FERIEHUS.....	15
5. ØKONOMI.....	16
TOTALØKONOMI.....	16
ØKONOMI FOR ADMINISTRATION OG KOORDINERING.....	16
6. BESTYRELSENS SAMLEDE VURDERING.....	18
KAMPAGNEÅRET 2022.....	18
GENERELT.....	19

Indledning.

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

Projektperiode: 1.1.2022 – 31.12.2022

Jf. tilsagnsskrivelse af 10. januar 2019 gælder bevillingen til REM-18-0253 i perioden 1.1. 2018- 31.12. 2021. Erhvervsstyrelsen har den 3. februar 2023 godkendt ansøgning fra Fomars om forlængelse af projektet til 30. juni 2023.

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 Erhverv. 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 Erhverv 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. 31.12.2022 på 29 medlemmer. Heraf er de 9 A-medlemmer. 7 er kommuner. 5 medlemmer er destinationsselskaber.

Det har tidligere kostet 5.000 kr. årligt + moms at være medlem. Kontingent fastsættes på generalforsamlingen. Det blev besluttet at der ikke skulle opkræves kontingent i 2022 og 2023, da foreningen skal nedlukkes i 2023.

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 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.

I 2022 har der ikke været afholdt særskilte aktiviteter eller møder for destinationer og turismeaktører.

I 2022 er der dog påbegyndt arbejdet med, at udgive et magasin for at synliggøre, hvad de enkelte aktører har haft ud af den fælles markedsføring i udlandet. Dette bliver færdigt i foråret 2023.

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 2022.

Betingelser for at søge tilskud i Fomars til international markedsføring.

Tilskudsbetingelserne 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 hvis 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 vurdere 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 2022.

Fomars har i 2022 modtaget 7 projektansøgninger med ønsker om at markedsføre Turismen i Syddanmark på 6 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 4 destinationsselskaber, fra LEGOLAND Billund Resort samt Nordsee Holiday. LEGOLAND Billund Resort har haft to ansøgninger, som er samlet i nedenstående.

Fomars bestyrelse har bevilget følgende projekttilskud i 2022:

Projekter	Regnskab DKK	Tilskud max. 23,5 %	Markeder
Destination Fyn	2.737.996	643.429	Tyskland Holland
Destination Trekantområdet	2.673.486	628.269	Tyskland UK Norge
LEGOLAND Billund Resort	22.347.349	5.126.809	Norge, Sverige, Tyskland, Holland, England, Frankrig
Destination Vesterhavet	4.220.131	991.731	Tyskland
Nordsee Holiday	3.154.278	741.225	Tyskland
Destination Vadehavskysten	1.680.681	344.193	Tyskland
Total	36.813.921	8.475.656	

Turismen i Region Syddanmark er blevet markedsført i udlandet for over 36 mio. kr. i 2022 mod 15,7 mio. kr. i 2021.

Stigningen skyldes at en stor andel af kampagnerne i 2021 blev stoppet på grund bl.a. Coronapandemien og krigen i Ukraine, samt restriktioner i de lande markedsføringskampagnerne er rettet imod. Disse restriktioner har ikke været så omfattende i 2022.

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.

I 2022 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.

2022 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 2022 har 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 2022, enten via de dannede destinationsselskaber, eller ved direkte bidrag til de enkelte markedsføringsprojekter, som opnår Fomars støtte.

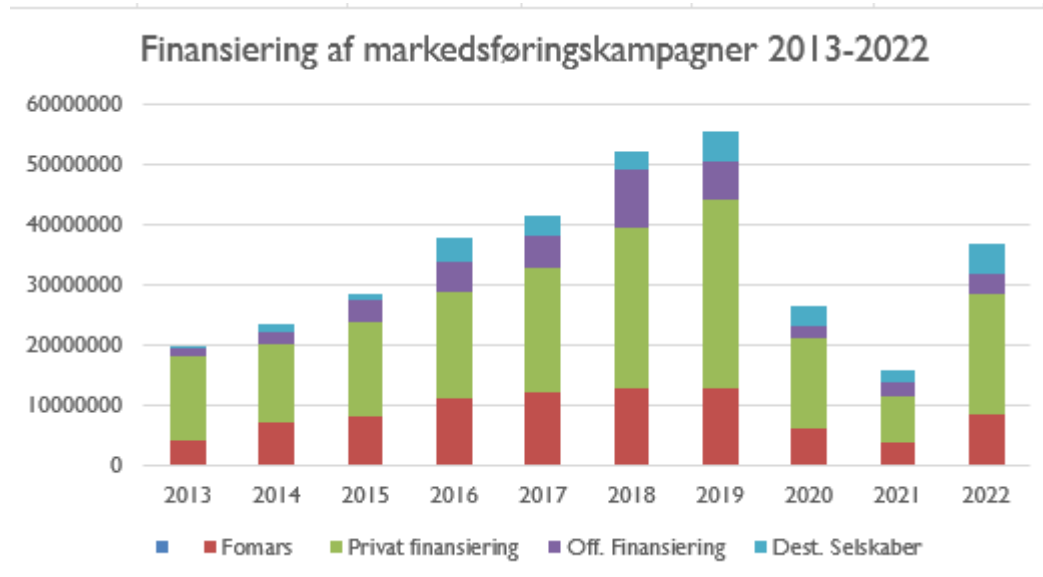
Høj privat andel af finansiering i markedsføringskampagnerne.

Siden Fomars startede i 2013 har den private finansiering været høj.

Grundet Corona pandemien var 2021 et ekstraordinært år, fordi markedsføringskampagnerne for alle projekters vedkommende var reduceret i forhold til det forventede. Det påvirkede andelen af den private finansiering til kampagnerne. For 2021 lå andelen på 50%.

Denne er dog steget væsentligt i 2022 og lå på 54,5%.

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



4. Resultater for 2022

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

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 de nyeste fra 2021.

Fomars bestyrelse valgt 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 med garanti 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 2022 - målt med VisitDenmarks model.

Alle projektansøgere har afreporteret deres resultater af de konkrete markedsføringskampagner 2022 til Fomars, opgjort pr. marked.

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

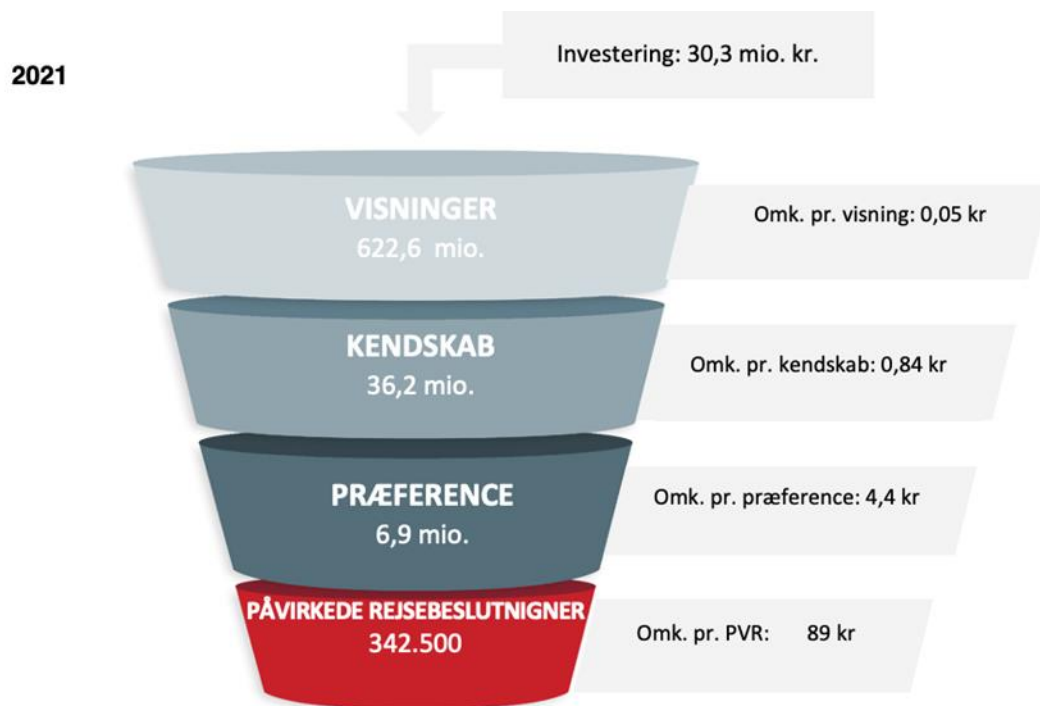
Fomars har med udgangspunkt i disse tal bedt VisitDenmark opgøre de samlede effekter af alle Fomars kampagnerne 2022.

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 2022 kan gøres op i denne model, der viser de direkte markedsføringseffekter sammenlignet med VisitDenmarks benchmark.



Effektiviteten kan herefter sammenlignes med VisitDenmarks benchmark.

VisitDenmark benchmark 2021

Omk. pr.	Visning	0,04 kr.
	Kendskab	0,69 kr.
	Præference	2,60 kr.
	Påvirket rejsebeslutning	110 kr.

- Omkostning pr visning på 0,05 kr. er på niveau end VDKs benchmark.
- Omkostning pr. kendskab på 0,84 kr. er dårligere end VDKs benchmark.
- Omkostning pr. præference på 4,4 kr. er dårligere end VDKs benchmark.
- Omkostning pr påvirket rejsebeslutning på 89 kr. er bedre end VDKs benchmark.


³ Benchmark er af VisitDenmark beregnet som gennemsnittet af de sidste års performance. 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 2022 viser, hvad den samlede kampagneinvestering målt på de udenlandske kampagner har medført:

Estimeret samfundsøkonomisk effekt	Effektmultiplikator (Reg SD 2019)	Effekt	Effektivitet
Investering (Total inkl. kapacitet mm.)	-	30.312.319 kr.	-
Påvirket turismeomsætning	1,00	809.098.734 kr.	26,7 kr.
Værditilvækst - indirekte	0,63	509.732.203 kr.	16,8 kr.
Årsværk (job)	1,26	1.019 	29.734 kr.
Skatter i alt	0,42	339.821.468 kr.	11,2 kr.

Påvirkede overnatninger:

- 1.149.610 påvirkede overnatninger (454.561 i 2021)
- Pris pr påvirket rejsebeslutning er 89 kr. og 57 kr. pr. overnatning (180/26 i 2021)
- Det betyder, at antal påvirkede overnatninger pr. 1 mio. kr. i markedsføringsindsats er på 17.543 (28.314 i 2021)

Omsætning

- Der er med indsatsen skabt en påvirket turismeomsætning i Region Syddanmark på 809.098.734 kr. (ca. 218 mio.kr. i 2021), eller en effektivitet eller ROI på 26,7 (18,4 i 2021)

Jobs

- Den samlede indsats har skabt grundlag for 1019 jobs. (273 i 2021)

Med en højere kampagneinvestering end 2021, er det forventeligt, at de samfundsøkonomiske effekter er højere. Rejserestriktionerne som følge af Coronapandemien har haft en væsentlig indflydelse på kampagneindsatser og tiltrækning af udenlandske turister i de tidligere år, som ikke har været lige så markant i 2022, men dog stadig haft betydning.

Beregningerne af de samfundsøkonomiske effekter skal dog tages med forbehold, da hele året har været præget af stor usikkerhed, både grundet Coronapandemien og krigen i Ukraine.

Fomars bestyrelse tager forbehold for resultaterne af de samlede kampagner.

Samlede overnatningstal i Region Syddanmark 2022.

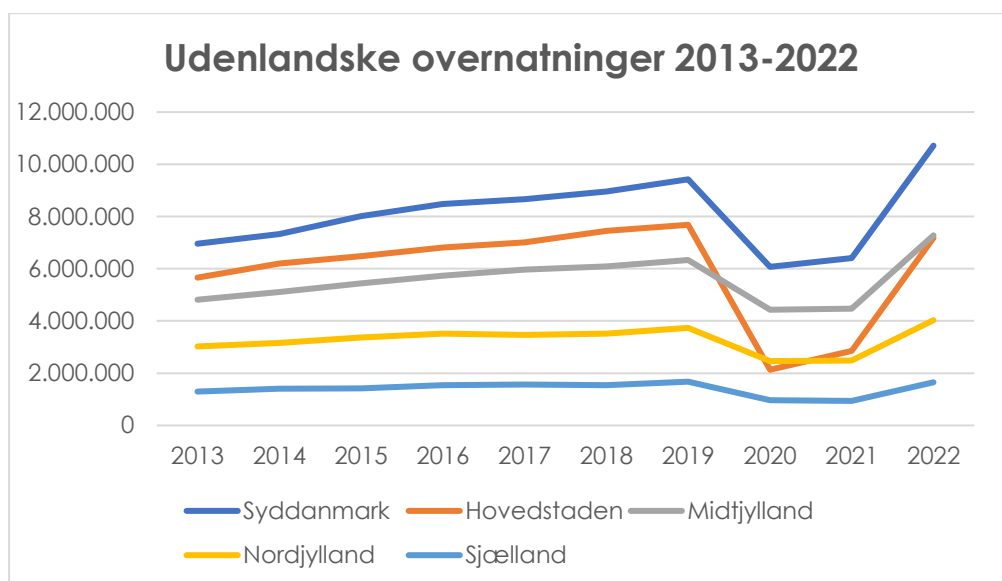
Region Syddanmark har haft 19.688.021 overnatninger i 2022.

Heraf er 10,7 mio. udenlandske gæster, hvilket er en stigning på over fire mio. fra året før.

Opgjort i procent er **stigning på udenlandske overnatninger på 67,3% fra 2021 til 2022**

Udenlandske overnatninger 2013-2020														
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2013-2020	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Syddanmark	6.954.682	7.322.722	8.020.494	8.479.579	8.667.172	8.963.574	9.424.066	6.073.413	6.402.908	10.713.727	-12,7	-35,6	5,4	67,3
Hovedstaden	5.659.878	6.198.071	6.476.436	6.813.431	7.003.395	7.456.794	7.683.278	2.133.776	2.850.623	7.182.023	-62,3	-72,2	33,6	151,9
Midtjylland	4.811.321	5.111.692	5.444.613	5.739.622	5.967.315	6.088.959	6.336.575	4.431.268	4.471.407	7.279.574	-7,9	-30,1	0,9	62,8
Nordjylland	3.025.352	3.162.423	3.364.298	3.513.513	3.465.864	3.511.976	3.738.621	2.464.577	2.481.357	4.030.591	-18,5	-34,1	0,7	62,4
Sjælland	1.302.686	1.405.480	1.425.288	1.546.434	1.565.798	1.538.463	1.675.303	969.510	938.789	1.657.483	-25,6	-42,1	-3,2	76,6
Total Udland	21.753.920	23.200.389	24.731.131	26.092.579	26.747.858	27.559.766	28.857.843	16.072.544	17.145.084	30.863.398	-26,1	-44,3	6,7	80,0

4



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 og Sjælland, som har haft en høj stigning i 2022.

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

De udenlandske overnatninger i Region Syddanmark udgjorde i 2022 **34,7%** af alle udenlandske overnatninger i Danmark.

I Region Syddanmark var **54,4%** af alle overnatningerne udenlandske.

Der har generelt været en stor stigning i antallet af overnatninger fra 2021 til 2022. Dette gælder i hele landet, men i særdeleshed også i Region Syddanmark.

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.

	2013	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Sverige	380.171	378.858	389.374	370.929	334.625	311.359	52.390	81.943	307.276
Norge	463.001	522.957	509.821	473.859	442.716	440.682	125.249	57.932	423.364
Tyskland	5.215.995	5.948.718	6.291.679	6.480.337	6.741.499	7.165.116	5.437.008	5.592.078	8.329.126
Holland	372.301	458.351	527.846	570.803	570.758	613.580	175.979	296.391	715.285
I alt	6.431.468	7.308.884	7.718.720	7.895.928	8.089.598	8.530.737	5.790.626	6.028.344	9.775.051

Der har været en markant stigning i antallet af gæster fra Sverige, Tyskland, Norge og Holland. Samlet set er regionen over 2019-niveau, hvilket dog primært er på baggrund af den massive stigning i tyske overnatninger.

Hovedkonklusionerne er:

- **Tyskland er fortsat det vigtigste land, når det gælder konkrete tal**
Tyske overnatninger totalt udgør i 8,3 mio. eller 77%% af alle udenlandske gæster i Region Syddanmark.
- Der var en **stor stigning i antal overnatninger fra 2021 til 2022.**

Overnatning i feriehus.

Overnatning i feriehus udgør en stor del af alle overnatninger i Region Syddanmark (8.487.480).

I forhold til de udenlandske overnatninger, adskiller Tyskland sig med væsentligt flere overnatninger sammenlignet med de øvrige udenlandske markeder.

Feriehusåret 2022 i Region Syddanmark har været det hidtil bedste.

Samlede udenlandske overnatninger 2013-2022 - feriehus										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Sverige	38.703	44.483	46.119	40.117	39.772	33.856	32.491	5.796	9.896	29.327
Norge	129.307	145.872	160.925	155.521	134.763	114.333	119.439	26.734	8.869	104.415
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	6.221.550
Holland	148.733	148.175	181.894	216.242	234.178	214.648	235.650	54.679	75.129	216.874
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	6.572.166

I Region Syddanmark var de danske overnatninger i feriehus steget med 1 mio. fra 2019-2020. Fra 2020 til 2021 var overnatningerne igen steget med 700.000 overnatninger, som er en stigning på 26%.

Denne stigning i de danske overnatninger opvejede en del af faldet i de udenlandske overnatninger i feriehus, som havde et stort fald fra 2019 til 2020. Dette tal er dog faldet til 1.790.136 overnatninger i 2022, hvilket dog stadig er en stigning i forhold til før Covid-19, hvor antal overnatninger i 2019 var på 1.465.488.

Der har været en generel flot stigning i overnatninger i Region Syddanmark. Der har været en stor tilbagegang i de danske overnatninger hos feriehus og campingpladser, men disse har til gengæld haft en flot stigning i de udenlandske overnatninger.

Den store stigning i de udenlandske overnatninger dækker bredt og til glæde for alle typer af overnatning i området.

Overnatning alle typer - 2019-2022		2019	2020	2021	2022
Danmark	Hoteller	2242407	1757258	2162910	2637223
	Feriecentre	1100932	1021085	1123327	1169584
	Camping	2634211	2958387	3373994	2944271
	Vandrerhjem	217199	179407	216391	243919
	Lystbådehavne	192761	243166	229648	189162
	Feriehuse	1465488	2466187	3167961	1790136
Verden udenfor Danmark	Hoteller	785098	251968	323562	821128
	Feriecentre	571966	194748	239124	657613
	Camping	1639978	1147023	1242529	2149262
	Vandrerhjem	66969	20101	26823	58587
	Lystbådehavne	230061	193971	229414	287093
	Feriehuse	6129994	4265602	4341456	6740044

7

5. Økonomi.

Totaløkonomi

Den samlede bevillingsperiode for Fomars er 2018 – 2023. 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 2022 er der **4.749.480 kr.** af bevillingen tilbage.

Økonomi for administration og koordinering.

Regnskabet for administration og koordinering 2022 viser et samlet **forbrug på 112.447 kr.**

Bilag 2⁸

⁷ Danmarks statistik marts 2023

⁸ Årsrapport 2022 for Fomars

Resultatopgørelse 1. januar - 31. december 2022

	Noter	2022	2021
Indtægter			
Medlemskontingenter		0	165.000
Projektilskud fra Vækstforum		3.614.109	6.136.905
Administrationstilskud fra Vækstforum		0	73.580
Indtægter i alt		3.614.109	6.375.485
Udgifter			
<i>Administration</i>			
Honorar, administrationsaftale		101.575	102.433
Mødeomkostninger		7.566	4.391
IT/Fælles platform		2.043	3.125
Forsikring		1.264	1.238
Administration i alt		112.447	111.187
<i>Vidensformidling/konference</i>			
FOMARS Magasin - slutskrift		77.800	0
Vidensformidling/konference i alt		77.800	0
<i>Konsulentbistand</i>			
Revision		27.500	27.000
Konsulentbistand i alt		27.500	27.000
Administration i alt			
		217.747	138.187
<i>Projekter</i>			
Projekter jfr. specifikation	1.	3.614.109	6.136.905
Projekter i alt		3.614.109	6.136.905
Renter og gebyrer		8.175	11.596
Resultat		-225.922	88.797

Der foreligger revideret og godkendt regnskab for 2022, som vedlægges som bilag 2.

6. Bestyrelsens samlede vurdering.

Kampagneåret 2022.

Efter flere hårde år for turistbranchen, blev 2022 året hvor vi kom tilbage til den travle hverdag.

Efter mange års rekorder blev hele verdens turisme ramt af pandemien, hvor vi nu i 2022 endelige kunne komme tilbage på ret køl.

I Region Syddanmark har især sommeren og efteråret været meget travlt og de endelige overnatningstal viser også, at vi endte over niveauet fra 2019.

Væk var de mange rejseforbud og det betød især at vi igen kunne glæde os over besøg fra vores store nærmarkeder som Sverige, Norge og Holland.

Især Norge, der var meget dårligt repræsenteret i 2020 og 2021, kom stærkt igen og var næsten tilbage på 2019-niveau.

Tyskland havde under pandemien, været det eneste lille lyspunkt, da vi stadig fik besøg herfra. De samlede overnatningstal viser at Tyskland stadig er enormt begejstrede for Syddanmark i 2022, og havde over en million overnatninger mere end i 2019.

Overnatningstallet i Regionen har vist en konstant opadgående kurve fra 2013 til 2019, men i 2020 og 2021 har været hårde. For 2022 er antallet af overnatninger kommet flot igen og er over 2019-niveau.

Udenlandske overnatninger på hoteller, feriecentre, campingpladser og feriehuse i Region Syddanmark er særlig ramt af negativ vækst fra 2019 til 2021. I 2022 er området nu kommet igen og er på rekordhøjt niveau. Den store stigning i de udenlandske overnatninger dækker bredt og til glæde for alle typer af overnatning i området.

Årets resultat af markedsføringskampagnerne

Med markant mindre kampagneinvestering, et marked der var stærkt præget af konsekvenserne af Corona pandemien, samt krigen i Ukraine og usikre effektmålinger, er resultatet af overnatningstallene virkelig flotte.

Lige som året før, er flere af Fomars projekter blevet mindre end planlagt. Kampagnetrykket blev reduceret med 24% ift. det ansøgte, hvilket samtidig betød at udbetalt støtte ender på 8,4 mio kr. mod forventet 11,2 mio. kr.

Differencen er overført til indeværende år og det er aftalt med Erhvervsstyrelsen, at Fomars kan bruge de uforbrugte midler indtil 30.06.23.

Den samlede private finansiering af kampagnerne er steget og målt på andel af den samlede

kampagnesum svarende til 54,4%. I 2022 udgjorde den private finansiering 20 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.

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

Det er 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 2023, dog med reduceret styrke. Til og med 2022 er der bevilget støtte til markedsføring for 41 mio. kr. og støtter på nuværende tidspunkt med 23,5 % i tilskudsprocent.

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 d. 30.06.23, indenfor rammerne af den nuværende bevilling fra Region Syddanmark.

For at fortsætte den positive udvikling for turismen i Region Syddanmark, og i Danmark generelt, er det vigtigt, at der fortsat er en målrettet markedsføringsindsats i udlandet. Denne indsats kræver at partnere løfter markedsføringen i fællesskab.

Fomars succeshistorie er bevis på, at det har kunnet lade sig gøre med stor succes i Region Syddanmark, når private turismevirksomheder og offentlige myndigheder har et tæt samarbejde om markedsføringsindsatsen i udlandet.

En fortsat professionel tilgang og udvikling af de produkter, der tilbydes de udenlandske gæster, er en forudsætning for succes.

Det er 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.

Godkendt af Fomars bestyrelse

Billund den 31. marts 2023

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 2022, VisitDenmark marts 2023**
- 2. Årsregnskab 2022 for Fomars.**