

Fomars 2020

REM-18-0253

FOMARS – FORENINGEN TIL MARKEDSFØRING AF FERJETURISMEN I SYDDANMARK

15. april 2021

Else Aldahl

Fomars 2020

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
OVERNATNINGSUDVIKLINGEN I FOMARSLANDE.....	14
OVERNATNING I FERIEHUS.....	15
5. ØKONOMI.....	17
TOTALØKONOMI.....	17
ØKONOMI FOR ADMINISTRATION OG KOORDINERING.....	17
6. BESTYRELSENS SAMLEDE VURDERING.....	19
KAMPAGNEÅRET 2020.....	19
GENERELT.....	20

Indledning.

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

Projektperiode: 1.1.2020 – 31.12.2020

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 Inspiring Denmark, der således varetager projektkoordinering.

Else Aldahl er projektleder på projektet.

Medlemmer.

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

Medlemstallet er uændret i perioden, og er pr. 31.12.2020 på 33 medlemmer. Heraf er de 9 A-medlemmer. 8 er kommuner. 3 medlemmer er destinationselskaber.

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 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 2020 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 Inspiring Denmark indebærer, at Inspiring Denmark leverer den nødvendige koordinerende bistand til foreningens drift på timebasis.

2. Markedsføringsprojekter gennemført i 2020.

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 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 2020.

Fomars har i 2020 modtaget 7 projektansøgninger med ønsker om at markedsføre Turismen i Syddanmark på 9 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 og fra et tværgående konsortium med vægt på markedsføring i Holland.

Fomars bestyrelse har bevilget følgende projekttilskud i 2020:

Projekter	Regnskab DKK	Tilskud max. 23,5 %	Markeder
Destination Fyn	2.616.604	614.902	Tyskland Norge Holland
Destination Fyn	902.366	212.056	Kina
Destination Sønderjylland	2.200.095	517.022	Tyskland Holland
Legoland Billund Resort	11.569.997	2.560.748	Norge, Sverige, Finland, Polen, Tyskland, Holland, England, Belgien
Destination Sydvestjylland	2.184.288	513.308	Tyskland
Destination Vestkysten	6.848.169	1.609.320	Tyskland
Kampioen Holland	466.165	109.549	Holland
Total	26.574.684	6.136.905	

Turismen i Region Syddanmark er blevet markedsført i udlandet for over 26,5 mio. kr. i 2020 mod 55,5 mio. kr. i 2019. Det er et fald på 52,3 %.

Faldet skyldes at en stor andel af kampagnerne er stoppet på grund Corona restriktioner, der umuliggjorde indrejse til Danmark og også 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 2020 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.

2020 har desuden været præget af, at flere store aktører er har været med i tværgående markedsførings Samarbejder.

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

Eksterne projektdeltagere.

Også i 2020 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.

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

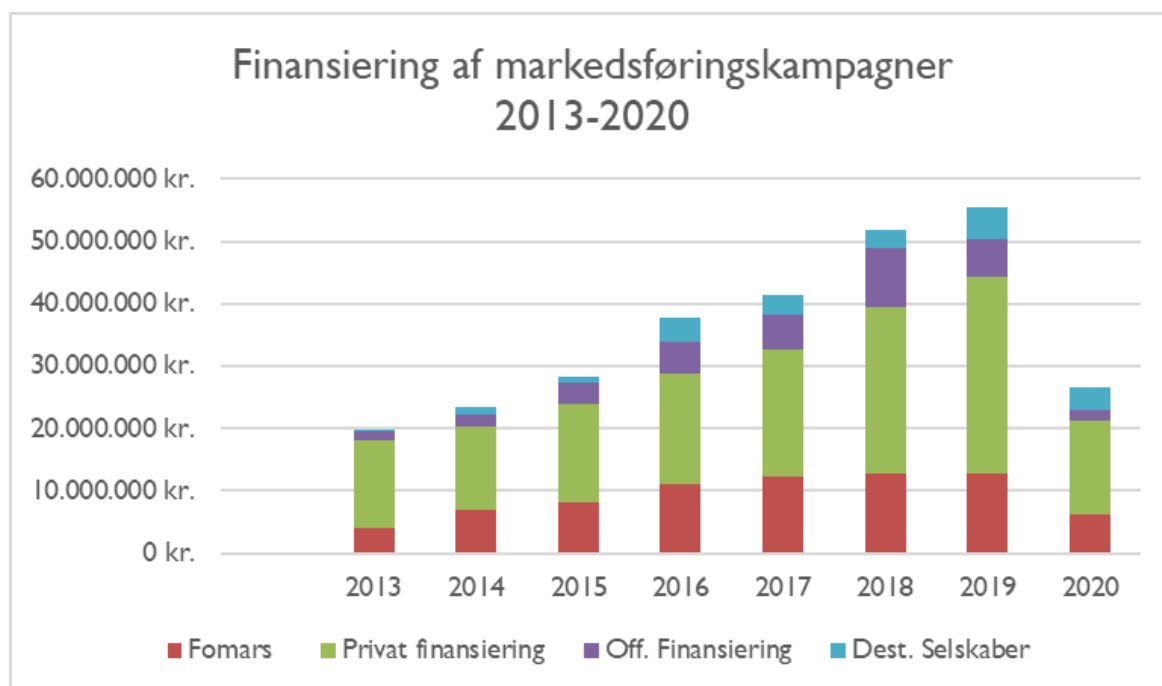
Kommuner.

Stort set alle kommuner i Region Syddanmark er med i den udenlandske markedsføring 2020, 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 2020 været et ekstraordinært år, fordi markedsføringskampagnerne for alle projekters vedkommende er reduceret i forhold til det forventede. Det har dog ikke påvirket andelen af den private finansiering til kampagnerne, der ligger på niveau med andelen i 2019 (57%). Af den samlede kampagnesum i 2020 på 26,5 mio. kr. bidrager den private finansiering med 15 mio. kr., eller 56,6 %. I 2013 var tallet 14. mio. kr.



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

4. Resultater for 2020

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 2020 - målt med VisitDenmarks model.

Alle projektansøgere har afrapporteret deres resultater af de konkrete markedsføringskampagner 2020 til Fomars, opgjort pr. marked.

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

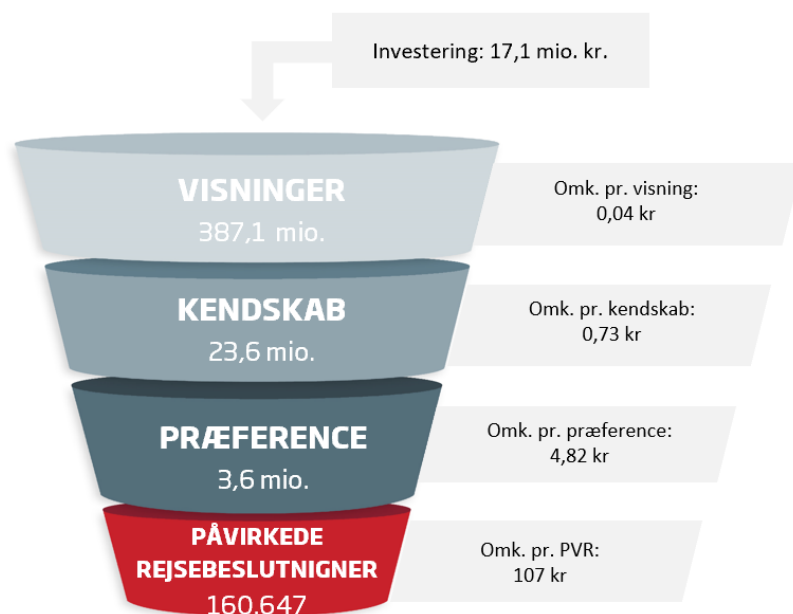
Fomars har med udgangspunkt i disse tal bedt VisitDenmark opgøre de samlede effekter af alle Fomars kampagnerne 2020. Enkelte aktiviteter har dog ikke kunnet måles med VDKs model.

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.

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 2020 viser, hvad den samlede kampagneinvestering målt på de udenlandske kampagner har medført:

Estimeret. Samfundsøkonomisk effekt.	Effekt 2017 model
Investering (total)	17.129.402 kr.
Påvirket turismeomsætning	556.824.865 kr.
Værditilvækst	345.231.416 kr.
Årsværk (job)	729
Skatter i alt	206.025.200 kr.

Påvirkede overnatninger:

- 785.540 påvirkede overnatninger (1.580.734 i 2019)
- Pris pr påvirket rejsebeslutning er 107 kr. og 21,80 kr. pr. overnatning (121/25 i 2019)
- Det betyder, at antal påvirkede overnatninger pr. 1 mio. kr. i markedsføringsindsats er på 45.859 (39.500 i 2019)

Omsætning

- Der er med indsatsen skabt en påvirket turismeomsætning i Region Syddanmark på ca. 556 mio.kr. (1,2 mia. i 2019), eller en effektivitet eller ROI på 32,5 (30,7 i 2019)

Jobs

- Den samlede indsats har skabt grundlag for 729 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.

Eksempelvis virker det ikke korrekt, at antal påvirkede overnatninger pr. 1 mio. kr. er højere i 2020 end i 2019.

Fomars bestyrelse tager forbehold for resultaterne af de samlede kampagner.

Samlede overnatningstal i Region Syddanmark 2020.

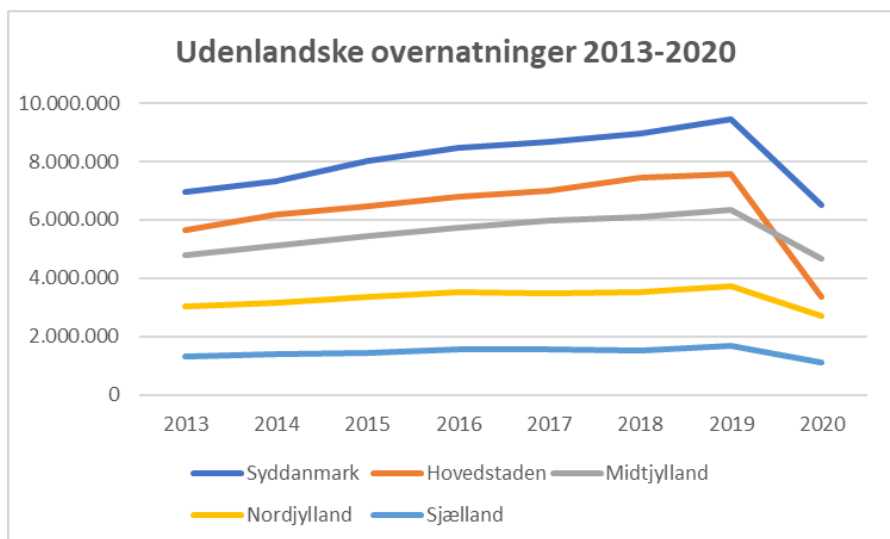
Region Syddanmark har haft 14.712.304 overnatninger i 2020.

Heraf er 6,5mio. udenlandske gæster, hvilket er et fald på 2.911.016 gæster fra 2019 til 2020.

Opgjort i procent er **faldet på udenlandske overnatninger på 30,9 % mod landsgennemsnittet på 36,2 %.**

Udenlandske overnatninger 2013-2020										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2013-2020	2019-2020
Syddanmark	6.954.682	7.322.722	8.020.494	8.479.579	8.667.172	8.963.460	9.434.300	6.523.284	-6,2	-30,9
Hovedstaden	5.659.878	6.198.071	6.476.436	6.813.431	7.003.395	7.467.273	7.587.749	3.352.475	-40,8	-55,8
Midtjylland	4.811.321	5.111.692	5.444.613	5.739.622	5.967.315	6.089.419	6.356.596	4.668.232	-3,0	-26,6
Nordjylland	3.025.352	3.162.423	3.364.298	3.513.513	3.465.864	3.512.198	3.746.053	2.727.734	-9,8	-27,2
Sjælland	1.302.686	1.405.480	1.425.288	1.546.434	1.565.798	1.538.468	1.673.885	1.105.416	-15,1	-34,0
Total Udland	21.753.920	23.200.389	24.731.131	26.092.579	26.747.858	27.570.818	28.798.583	18.377.141	-15,5	-36,2

4



Sammenlignet med resultaterne for udenlandske overnatninger på landsplan og med de enkelte regioner ligger Region Syddanmark i midten med et fald på **30,9 %**. Region Hovedstaden adskiller sig i særlig grad i 2020.

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

De udenlandske overnatninger i Region Syddanmark udgjorde i 2020 35.5 % af alle udenlandske overnatninger i Danmark.

Det er en større andel i forhold til 2013, og et udtryk for at Region Syddanmark øger sin totale andel over tid. I 2020 udgjorde overnatninger på campingpladser og i feriehuse 83% af de samlede udenlandske overnatninger.

Faldet i udenlandske overnatninger i Region Syddanmark **fra 2013-2019 udgør 6,2 %**. Det betyder i konkrete tal, at der i Region Syddanmark har været **431.000 færre udenlandske overnatninger i 2020 end i 2013**.

Overnatningsudviklingen i Fomarslande.

Fomars har målrettet sin indsats på 9 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.

Overnatninger 2013 - 2020 alle overnatningsformer - Fomarslande										
	2013	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2019-2020	2013-2020	2019-2020
Belgien	21.484	26.896	31.983	38.777	46.986	51.430	19.819	-31.611	-8%	-61%
Finland	44.582	48.025	52.312	56.617	50.781	46.523	7.959	-38.564	-82%	-83%
Nederlandene	373.768	458.351	527.721	570.803	570.758	613.573	238.327	-375.246	-36%	-61%
Norge	471.001	522.957	509.454	473.859	442.716	439.074	187.283	-251.791	-60%	-57%
Polen	33.379	39.488	55.821	56.316	50.842	66.085	32.955	-33.130	-1%	-50%
Storbritannien	68.636	82.380	95.595	97.998	96.854	115.407	68.862	-46.545	0%	-40%
Sverige	381.912	378.858	389.488	370.929	334.625	310.485	85.328	-225.157	-78%	-73%
Tyskland	5.201.594	5.948.718	6.309.594	6.480.337	6.741.499	7.176.296	5.596.708	-1.579.588	8%	-22%
Kina	3.820	9.068	15.523	16.334	19.421	25.764	3.293	-22.471	-14%	-87%
	6.600.176	7.514.741	7.987.491	8.161.970	8.354.482	8.844.637	6.240.534	-2.604.103	-5%	-29%

5

Der er et fald i overnatningerne på alle markeder. Faldet i det samlede overnatningstal på de 9 Fomarslande har været **på 29 % fra 2019 til 2020**, eller godt 2,6 mio. færre overnattende gæster fra disse lande.

Faldet fra 2013 – 2020 har været på 5 %.

Hovedkonklusionerne er:

- **Gæster fra Finland, Sverige og Kina udgør procentuelt de største fald fra 2019 til 2020 med godt 286.000 færre gæster. Kina dog med en meget lille volumen.**
- **På det europæiske marked udgør gæster fra Belgien og Holland det største fald med 61 %.**
- **Tyskland er dog fortsat det vigtigste land, når det gælder konkrete tal.** 1,5 mio. færre tyske gæster har overnattet i Danmark i 2020 end i 2019. Tyske overnatninger totalt udgør i 5,6 mio. eller 89 % af alle udenlandske gæster i Region Syddanmark.

Overnatning i feriehus.

Overnatning i Feriehus udgør hovedparten af alle udenlandske overnatninger i Region Syddanmark (6.523.284) eller 65 %. Derfor er det særdeles vigtigt at markedsføre feriehusturismen i udlandet, hvilket også har haft stor fokus i 2020.

Feriehusåret 2020 i Region Syddanmark har i særdeleshed været præget af Coronapandemien med store fald på alle udenlandske markeder. Tyskland adskiller sig med et væsentligt mindre fald sammenlignet med de øvrige udenlandske markeder. Samlet set har der været næsten 1,9 mio. færre overnatninger i 2020 sammenlignet med 2019.

Udenlandske overnatninger feriehus i Reg. Syddanmark 2020											
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2019-2020	2019-2020	2013-2020
Sverige	38.703	44.483	46.119	40.117	39.772	33.856	31.816	5.796	-26.020	-82%	-85%
Norge	129.307	145.872	160.925	155.521	134.763	114.333	117.954	26.629	-91.325	-77%	-79%
Tyskland	3.973.132	4.166.405	4.571.310	4.909.674	5.114.321	5.230.729	5.555.425	4.081.579	-1.473.846	-27%	3%
Holland	148.733	148.175	181.894	216.242	234.178	214.648	235.708	54.679	-181.029	-77%	-63%
Øvrige lande	111.945	124.812	145.522	155.776	158.653	230.463	198.310	96.814	-101.496	-51%	-14%
I alt	4.401.820	4.629.747	5.105.770	5.477.330	5.681.687	5.824.029	6.139.213	4.265.497	-1.873.716	-31%	-3%

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 feriehus.

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.

Overnatninger alle typer Region Syddanmark 2019-2020					
		2019	2020	2019-2020	%
Danmark	Hoteller	2.242.407	1.759.812	-482.595	-22%
	Feriecentre	1.100.932	1.021.085	-79.847	-7%
	Camping	2.634.211	2.966.314	332.103	13%
	Vandrerhjem	217.199	179.423	-37.776	-17%
	Lystbådehavne	192.761	243.166	50.405	26%
	Feriehuse	1.465.488	2.466.187	1.000.699	68%
Verden udenfor Danmark	Hoteller	785.098	252.219	-532.879	-68%
	Feriecentre	571.966	194.748	-377.218	-66%
	Camping	1.639.978	1.149.775	-490.203	-30%
	Vandrerhjem	66.969	20.107	-46.862	-70%
	Lystbådehavne	230.061	193.971	-36.090	-16%
	Feriehuse	6.129.994	4.265.497	-1.864.497	-30%

7

⁶ Danmarks statistik april 2021

⁷ Danmarks statistik april 2021

5. Økonomi.

Totaløkonomi

Den samlede bevillingsperiode for Fomars er 2018 – 2022. Og den samlede bevilling er **48.765.464, kr.** for hele projektperioden.

En betingelse for bevillingen er, at projektstøtten max udgør 25 % i 2018 og 2019 og gennemsnitligt 23,5 % for 2020, 2021 og 2022 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 2020 er der **8.003.678,57 kroner tilbage** af bevillingen til projektets sidste to år.

Økonomi for administration og koordinering.

Regnskabet for administration og koordinering 2020 viser et samlet **forbrug på 170.944 kr., se Bilag 2⁸**

Resultatopgørelse 1. januar - 31. december

	Noter	2020	2019
Projekter Region Syddanmark			
Medlemskontingenter		165.000	165.000
Projekttilskud fra Vækstforum		12.732.717	3.249.487
Administrationstilskud fra Vækstforum	1.	144.299	158.552
Indtægter i alt		13.042.016	3.573.039
Administration			
Honorar, administrationsaftale		124.549	179.838
Honorar, sekretærbistand		36.000	0
Mødeomkostninger		7.832	11.982
IT/Fælles platform		1.355	2.158
Forsikring		1.209	1.186
Administration i alt		170.944	195.164
Vidensformidling/konference			
Mødeomkostninger		0	762
Konference		0	796
Vidensformidling/konference i alt		0	1.558
Konsulentbistand			
Revision		21.500	26.750
Konsulentbistand i alt		21.500	26.750
Administration i alt		192.444	223.472
Projekter			
Projekter jfr. specifikation	2.	12.732.717	3.248.487
Projekter i alt		12.732.717	3.248.487
Renter og gebyrer		6.008	2.000
Resultat		110.847	99.081
Projekter Global Connected			
Indtægter i alt	3.	0	186.629
Udgifter i alt	3.	0	11.050
Projekter i alt	3.	0	175.579
Resultat projekt Global Connected i alt		0	0
Resultat i alt		110.847	99.081

Der foreligger revideret og godkendt regnskab for 2020, som vedlægges **som bilag 2.**

6. Bestyrelsens samlede vurdering.

Kampagneåret 2020.

Generelt har 2020 været et hårdt år for Turismen i Region Syddanmark, og for Danmark som helhed grundet den verdensomspændende Corona pandemi.

Der har været et drastisk fald i overnatningstal siden 2019.

Et samlet overnatningstal i 2020 på 14,7 mio. i Region Syddanmark eller 2,6 mio. færre overnatninger end 2019 er et stort fald og er en tydelig konsekvens af Coronapandemien, som har påvirket rejselyst og -muligheder på vores nærmarkeder. Det afspejler faldet i de udenlandske overnatninger.

2020 var 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.

2020 blev et uforudsigeligt og svært år for turismeerhvervet.

Et stort fald i resultatet er derfor ikke overraskende og med flere usikkerhedsfaktorer indeholdt i resultaterne tager bestyrelsen forbehold for deres rigtighed.

Overnatningstallet i Regionen har vist en konstant opadgående kurve fra 2013 til 2019, men i 2020 er antallet under 2013-niveau. De udenlandske overnatninger er faldet med godt 400.000, eller et fald på 6,2 % i perioden 2013-2020.

Sammenlignet med 2019 er Region Syddanmark på niveau med øvrige regioner målt på den negative vækstrate, bortset fra Region Hovedstaden. De udenlandske overnatninger er her mere end halveret i 2020. **Det er positivt at Region Syddanmark i 2020 målt på volumen fortsat har det højeste antal udenlandske overnatninger sammenlignet med øvrige regioner.**

Udenlandske overnatninger på hoteller, feriecentre, campingpladser og feriehuse i Region Syddanmark er særlig ramt af negativ vækst fra 2019 til 2020. Tilbagegangen på de fire overnatningstyper udgør mere end 3 mio. overnatninger svarende til en negativ vækstrate på 36%.

Overnatninger i feriehuse er i 2020 mindre end 2013-niveau.

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. Den samlede private finansiering af kampagnerne er på niveau med 2019 målt på andel af den samlede kampagnesum svarende til 57%. I 2020 udgjorde den private finansiering 15 mio. kr.

Flere partnere kan 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 2021.

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 %, og er i 2020 på 26,5 mio. kr.

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 2021, dog med reduceret styrke. Indtil videre er der bevilget støtte til markedsføring for 38 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.

Fomars ansøgte tidligt i 2021 Erhvervsstyrelsen om forlængelse af projektet, fordi der fortsat er midler til rådighed for kampagner i 2020. Erhvervsstyrelsen har bevilget en forlængelse af projektet til udgangen af 2022.

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. Og Fomars vil tage stilling til, senest på sin sidste generalforsamling i foråret 2023, 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.

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 28. april 2021

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 2020, VisitDenmark april 2021**
- 2. Årsregnskab 2020 for Fomars.**