

Bestyrelsen

Hans Jensens Vej 6
DK - 7190 Billund

Fomars

Tlf.: 79 72 72 02

mail@fomars.dk
www.fomars.dk

Billund den 28 november 2016

Referat af Bestyrelsesmøde i Fomars

Tid: 25.november kl. 11.00 – ca. 13.30

Sted: Hotel Legoland, Billund

Afbud: Arne Sigtenbjerggaard, Jens Olsson og Anna Marie Rasmussen.

Arne Sigtenbjerggaard og Jens Olsson havde indsendt indstillinger til dagsordenens punkter inden mødet, hvilket blev oplyst på mødet. Deres indstilling indgår i afgørelserne.

1. Bestyrelsen

- 1.1. Godkendelse af dagsorden
- 1.2. Orientering om beslutninger på telefonmødet den 7.9.2016 – vedlagt som Bilag 1.
- 1.3. Orientering fra formanden
 - Seneste overnatningstal for Region Syddanmark – gennemgås på mødet.
 - Formidling om fomars aktiviteter og resultater.
- 1.4. Jan Harrit orienterer om Koordinationsudvalget for turisme i Region Syddanmark.

Beslutning:

1.1. Dagsorden godkendt

1.2. Referat godkendt

1.3. Formanden orienterede om sidste overnatningstal for de sidste 12. mdr. Resultatet er flot set med Syddanske øjne og går i retning af rekordår. Man blev enige om ikke at melde resultater ud i medierne, da tallene fortsat kan være fejlbehæftede og kunne give falske forhåbninger eller det modsatte.

Formanden ønsker at Fomars skal producere et skrift 10-20 sider om de resultater, som Fomars har opnået fra 2013 – 2016. Målgruppen er naturligvis Vækstforum men også Fomars medlemmer og turismeerhvervet i Syddanmark generelt. Der har netop været møde med journalist og formanden arbejder videre med sagen og indhenter samlet økonomi for opgaven. Alle er enige i at initiativet er godt og vil gerne medvirke til et godt resultat.

The logo for Syddansk Vækstforum, featuring the text "syddansk vækstforum" in a sans-serif font. Above the text is a stylized graphic of three overlapping circles in orange, purple, and green, similar to the Fomars logo.

Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark

Association for
marketing of
leisure tourism
in South Denmark

1.4. Jan Harrit orienterede om sidste Koordinationsudvalgsmøde i regionen, herunder om et erhvervsfremmeprojekt ENVIO fra DTU, som handler om turismenetværksskabelse, mest i Østdanmark.

Billundvej 6
DK - 7190 Billund

Tlf.: 79 72 72 02

mail@fomars.dk
www.fomars.dk

2. Økonomi

2.1. Forbrugsrapport 2016 – status

Status for administration og projekter gennemgås på mødet.

Oversigt over administrationsbudget pr. 1.11.2016 vedlægges som **Bilag 2**

Beslutning:

TB orienterede om status på administrativt budget. Der forventes et forbrug ved årets udgang på ca. 300.000 kr. afhængig af omkostning til fremstilling af skrift om Fomars.

3. Beslutningspunkter.

3.1. Tilskudsregler 2017 – behov for præcisering.

Bestyrelsen har tidligere besluttet, at ; ”Andre danske projektpartnere end hovedansøgere, som indgår i ansøgningen med 100.000 kr. eller mere, skal lige som hovedansøgerne være medlemmer af Fomars. Det gælder både kommuner, destinationsselskaber og private bidragydere.”

Baggrunden var, at ikke alle store bidragydere i kampagnerne selv stod som ansvarlige partnere i ansøgningen. Man ønskede desuden at ligestille private og offentlige bidragydere, således at det kunne ses, at alle bakkende op om Fomars projektet, selv om de ikke selv stod som ansvarlige ansøgerpartnere.

Det har vist sig svært at lave en entydig tolkning af, hvordan formuleringen ” **som indgår i ansøgningen**” skal forstås, især når det drejer sig om offentlige bidrag gennem Destinationsselskaberne. Det skyldes at kommunerne bidrager indirekte til kampagnerne, når de foregår gennem destinationsselskaberne, idet de betaler generelle bidrag til destinationsselskabets drift, og ikke specifikt til udenlandsk markedsføring.

Udvikling Fyn dækker således 9 kommuner, der bidrager til destinationens drift, Destination Sønderjylland modtager bidrag fra 3 kommuner og Destination Sydvestjylland modtager bidrag fra 3 kommuner.

Anderledes er det i Destination Legoland Billund Resort. Her er destinationen oprettet med det ene formål at foretage udenlandsk markedsføring i fællesskab. Her bidrager 8 kommuner og en række virksomheder direkte ind i samarbejdet og betaler dermed til udenlandsk

Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark

Association for
marketing of
leisure tourism
in South Denmark

markedsføring med bidrag på 500.000 kr. De er også medlemmer af Fomars. Til gengæld er LLBR selv som forening ikke medlem i Fomars, da de "kun" koordinerer den gennemførte udenlandske markedsføring.

Foreningens Vej 6
DK - 7190 Billund
Tlf.: 79 72 72 02

Fomars har p.t. 26 medlemmer, hvoraf 3 ikke deltager som partnere i ansøgninger om støtte. En af disse har meldt sig ud fra 2017. 8 af medlemmerne er kommuner og 3 er Destinationsselskaber. De øvrige 15 er private virksomheder, hvoraf 2 dog er erhvervsfremmeselskaber (primært offentligt finansieret)

mail@fomars.dk
www.fomars.dk

Med 15.000 kr. i årligt kontingent udgør medlemsbidraget i 2016 390.000 kr. Medlemsbidraget bidrager primært til at administrere Fomars og gennemføre aktiviteter for medlemmerne. Samlet skal Fomars selv betale 25 % af de administrative udgifter via medlemsbidragene. Vækstforum giver p.t. 75 % tilskud til administration. I 2015 brugte Fomars ca. 120.000 kr. af egne midler og i 2016 forventes beløbet at blive ca. 125.000 kr. Beløbet afhænger af, om der også afholdes større konferencer f.eks.. Fomars har oparbejdet en egenkapital på ca. 660.000 kr. med udgangen af 2015.

Formanden indstiller: At den uklare formulering tolkes således, at kun de virksomheder/kommuner, der direkte deltager i en udenlandsk markedsføringskampagne er omfattet. Det betyder, at de kommuner, der kun bidrager indirekte gennem driftstilskud til et destinationsselskab ikke er omfattet.

Beslutning:

Formuleringen tolkes således: Kun virksomheder og kommuner, der direkte deltager i udenlandsk markedsføringskampagner er omfattet. Med kommuner menes kommuner inklusiv alle tilhørende kommunale institutioner. (eks. Odense Bys Museer).

Bestyrelsen ønsker at nedsætte det årlige kontingent for 2017 på generalforsamlingen, f.eks. til 5.000 kr årligt. Samtidig vil man gerne opfordre alle kommuner i Syddanmark til at være medlem for at signalere opbakning til Fomas projektet.
Bemærk: Kun medlemmer med betalt kontingent kan stemme på generalforsamlingen.



3.2. Evalueringsmodel til Vækstforum 2016-2017 .

Fomars har siden aftalen med Vækstforum i 2014 om, hvordan effekten af årets markedsføring gøres op, benyttet VisitDenmarks opgørelsesmetode for kampagneeffekter. Derudover har Fomars benyttet en tilpasset udgave af denne metode, fordi beregninger af Fomarseffekter fra 2013 viste, at der faktisk var større effekt af indsatsen i LLBR, især når det handler om gruppestørrelse, opholdslængde og omsætning, end VDKs gennemsnitsmodel, der dækker over et gennemsnit af omkring 60 årligt evaluerede kampagner.



Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark

Association for
marketing of
leisure tourism
in South Denmark

Fomars modellen medfører således, at den samlede effekt bliver større, end når man kun benytter VDK modellen. Men resultatet af begge modeller indgår i den evalueringsrapport, som Fomars hvert år tilsender Vækstforum, så forskellen fremgår tydeligt.

Bestyrelsen har tidligere uformelt besluttet, at man kun skal opgøre kampagneeffekten efter VDKs gennemsnitsmodel, vel vidende, at den, når det kommer til opholdslængde og gruppestørrelse nok er lidt undervurderet, især fordi en meget stor del af gæsterne i Syddanmark består af feriehusegæster, der ofte opholder sig længere på stedet end hotel og campinggæster.

Forskellen på de to modeller kan ses af vedlagte **Bilag 3**.

Forskellen gennemgås på mødet.

Overtages VDKs effektmodel vil det også få betydning for de **måltal**, som Fomars sætter op for alle ansøgere vedrørende påvirkede overnatninger m.v., idet de eksisterende måltal også er beregnet ud fra den effekt, der blev opnået i 2013 på baggrund af de fastlagte tal til omsætning, gruppestørrelse og opholdslængde. Der er p.t. ikke beregnet nye måltal for Fomars.

Formanden indstiller, at Fomars fra 2016 kun opgør kampagneeffekter efter VDKs gennemsnitsmodel.

Beslutning:

Indstillingen godkendt, således at der bliver tale om den til enhver tid anvendte effektmålingssmodel fra VDK.

Formanden kontakter Vækstforums sekretariatet for at få godkendt beslutningen, så 2016 og 2017 vurderes efter denne model og ikke som beskrevet i ansøgningen.

Beslutningen har den konsekvens, at kravene til ansøgerne om et bestemt antal påvirkede overnatninger også skal ændres. Fomars samlede resultat i 2015 efter den nye model viser at pengene kom 15.7 gange igen.



3.3. Behandling af indkomne ansøgninger om støtte 2017.

Bestyrelsesmedlemmer, som er involveret som partnere i ansøgningerne, vil på grund af habilitetsproblemer ikke kunne deltage i behandlingen af egen ansøgning.

Ansøgningsfrist til 2017 var den 4. november.

Der er modtaget 8 ansøgninger, som samlet søger Fomars om støtte for 12.421.957 kr. til markedsføring i 7 lande for 41.406.523 kr. i 2017.

Det er en stigning fra 2016 på 929.693 kr. i støtte eller 8 %.

Ansøgningerne dækker hele Syddanmark.



Der vedlægges en projektoversigt over forbrug, hvis bestyrelsen bevilger støtte som ansøgt for 2017. – **Bilag 4.**

Ansøgningsvej 6
DK - 7190 Billund

Der vil herefter være ca. 1.8 mio. kr. i uforbrugte midler i 2017.

Tlf.: 79 72 72 02

mail@fomars.dk
www.fomars.dk

Kampagnerne opgjort på lande ser således ud:

Land	Kampagnebudget
Tyskland	13.287.531
Norge	9.691.534
Sverige	7.177.012
Holland	4.138.827
Finland	983.103
Polen	1.332.470
England	739.428
Kina	2.570.000
	37.349.905

Tallene indeholder udviklingsomkostninger, men ikke administration, og svarer derfor ikke til de endelige ansøgstal.

Ansøgningerne er gennemgået af sekretariatet og vurderet i forhold til de krav, som Fomars stiller. Alle ansøgninger vurderes at opfylde de stillede krav.

TV-spot i Tyskland.

I 2016 indgik Fomars aftale om at støtte en fælleskampagne med TV spot i Tyskland, der skulle markedsføre Sydvestjylland. Kampagnen var støttet af Destination Sydvestjylland, Novasol, Dansk Kyst og Natur og VisitDenmark og indgik i et større fremstød **Dänisches Nordsee.**

Kampagnen har haft stor effekt, og man ønsker derfor kampagnen gentaget i 2017 med få ændringer.

Kampagnen bliver udvidet i 2017 til også at omfatte **Destination Ostsee.**

Derved bliver der mulighed for, at Destination Sønderjylland også kan blive partner i fremstødet, og opnå en stor synlighed på det tyske marked som TV spot jo medvirker til. Der foreligger derfor både ansøgning til Fomars fra Destination Sydvestjylland og Destination Sønderjylland om at støtte begge kampagner. Nærmere omtale under den enkelte ansøgning.

Det er sikret ved optælling af Feriehuse i området, at ansøgningerne kun vedrører den del af den samlede kampagne, som vedrører henholdsvis Sydvestjylland og Østersøkysten i Sønderjylland.



3.3.1. Ansøgning fra Destination Sønderjylland

Destination Sønderjylland har indsendt 2 ansøgninger.

Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark

Ansøgningerne kaldes dog foreløbige, fordi bestyrelsen i destinationen først kan nå at godkende ansøgning 2 den 28. november. Såfremt denne ikke godkendes af bestyrelsen bliver ansøgningen trukket og Ansøgning 1 forhøjet.

Destinationsvej 6
DK - 7190 Billund
Tlf.: 79 72 72 02

mail@fomars.dk
www.fomars.dk

Ansøgning 1: Sønderjylland – værd at Erobre.

Der gennemføres kampagner i Tyskland, Holland og Norge.

Samlet kampagnesum er på 2.588.332 kr. Heraf udgør Tyskland 1.475.082 kr., Norge 560.000 kr. og Holland 553.250 kr.

Der søges om 30 % støtte eller 776.550 kr.

Hovedpartnere er Dest. Sønderjylland, Enjoy Resorts Fiskebæk og Universe.
Desuden har projektet en lang række mindre bidragydere fra hele destinationen.
Ansøgningen opfylder alle opstillede krav og indstilles til støtte som ansøgt.

Ansøgning og vurderingsark Bilag 5

Ansøgning 2: TV-spot kampagne i Tyskland som en del af den fælles Destination

Ostsee kampagne, hvor i også indgår Novasol, Dansk Kyst og Naturturisme og VisitDenmark.

Samlet kampagnesum er på 2.240.875 kr.

Der søges om 30 % støtte eller 672.261 kr.

Hovedpartnere er Destination Sønderjylland, Novasol og Universe.
Derud over bidrager Dansk Kyst og Natur og VisitDenmark i kampagnen.
Ansøgningen opfylder de opstillede krav og indstilles til støtte som ansøgt.

Det skal bemærkes at VisitDenmarks effektmodel ikke kan anvendes umiddelbart til at måle på TV-Spot (oplyst af VDK) Der vil derfor blive foretaget en effektmåling af kampagnen efter dens afslutning. Men den positive effekt af et lignende TV-spot kendes fra det spot, som blev gennemført i 2016 i samarbejde med Sydvestjylland. Evalueringen her viser en meget stor effekt, som godt kan måle sig med den generelle VDK model.



sydansk
vækstforum

Ansøgning og vurderingsark Bilag 6

Beslutning:

Ansøgning 1 og 2 fra Destination Sønderjylland blev godkendt, som ansøgt og indstillet fra sekretariatet. Det forudsættes, at projekterne gennemføres som ansøgt, og at alle ansøgningskrav er opfyldt.

Karsten Justesen, Destination Sønderjylland deltog ikke i sagens behandling på grund af inhabilitet.

Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark

Association for
marketing of
leisure tourism
in South Denmark

3.3.2. Ansøgninger fra Sydvestjylland

Destination Sydvestjylland har indsendt 2 ansøgninger.

Ansøgningerne kaldes dog foreløbige. De endelige ansøgstal foreligger den 19. november, men de fremsendte ansøgninger er bedste bud. De endelige tal vil foreligge til bestyrelsesmødet.

Ansøgning 1. Süddänische Nordsee.

Der gennemføres kampagne i Tyskland med fokus på Sydvestjylland, herunder Nationalpark Vadehavet.

Samlet kampagnesum er på 2.832.132 kr.

Der søges om 30 % støtte eller 849.640 kr.

Hovedpartnere er: SVUF (Sydvestjysk Udviklingsforum), ProVarde og Feriepartner Rømø. Der samarbejdes med VisitDenmark.

Desuden har projektet en lang række mindre bidragsydere fra hele destinationen.

Ansøgningen opfylder alle opstillede krav og indstilles til støtte som ansøgt.

Ansøgningsbeløbet er ændret den 23.11. ved fremsendelse af nye oplysninger.

Ansøgning og vurderingsark Bilag 7

Ansøgning 2: TV-spot kampagne i Tyskland, som en del af den fælles Nordsee kampagne, hvori også Novasol, Dansk Kyst Natur og VisitDenmark indgår.

Kampagnen er en forlængelse af den gennemførte kampagne i 2016 med visse mindre tilpasninger.

Samlet kampagnesum er på 2.263.283 kr.

Der søges om 30 % støtte eller 679.105 kr.



Hovedpartnere er Sydvestjysk Udviklingsforum SVUF, ProVarde og Novasol A/S.

Desuden deltager Dansk Kyst og Natur og VisitDenmark i kampagnen.

Ansøgningen opfylder de opstillede krav og indstilles til støtte som ansøgt.

Det skal bemærkes at VisitDenmarks effektmodel ikke kan anvendes umiddelbart til at måle på TV-Spot (oplyst af VDK). Der vil derfor blive foretaget en effektmåling af kampagnen efter dens afslutning. Men den positive effekt af et lignende TV-spot kendes fra det spot, som blev gennemført i 2016 . Evalueringen her viser en meget stor effekt, som godt kan måle sig med den generelle VDK model.

Ansøgning og vurderingsark Bilag 8

Hans Jensens Vej 6
DK - 7190 Billund

Tlf.: 79 72 72 02

mail@fomars.dk
www.fomars.dk

Beslutning:

Ansøgning 1 og 2 fra Sydvestjylland blev godkendt, som ansøgt og indstillet fra sekretariatet.

Det forudsættes, at projekterne gennemføres som ansøgt og at alle ansøgningskrav er opfyldt.

**3.3.3. Ansøgning fra Udvikling Fyn Klyngen
Destination Fyn Klyngen har indsendt 3 ansøgninger**

Ansøgning 1: Märcheninsel Fünen – Eventyrøen Fyn.

Der gennemføres kampagne rettet mod Tyskland med fokus på Børnefamilieturismen.

**Samlet kampagnesum er på 2.880.000 kr.
Der søges om 30 % støtte eller 864.000 kr.**

Hovedpartnere er Egeskov Slot, Destination Fyn Klyngen og Odense Bys Museer. Desuden har projektet en lang række mindre bidragydere fra hele destinationen. Der arbejdes sammen med VisitDenmark og bl.a. som en del af Ostseekampagnen.

Ansøgningen opfylder alle opstillede krav og indstilles til støtte som ansøgt.

Ansøgning og vurderingsark Bilag 9

Ansøgning 2: Norge indsats 2017.

Der markedsføres et fynsk premium produkt over for Det Gode Liv på det Norske marked.



**Kampagnesum er 1.110.000 kr.
Der søges om 30 % i støtte eller 333.000 kr.**

Hovedpartnere i projektet er Destination Fyn Klyngen, Egeskov Slot og Odense Bys Museer. Der arbejdes også sammen med VisitDenmark om kampagnen. Desuden har projektet en lang række mindre bidragydere fra hele destinationen.

Ansøgningen opfylder alle opstillede krav og indstilles til støtte som ansøgt.

Ansøgning og vurderingsark Bilag 10



Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark

Association for
marketing of
leisure tourism
in South Denmark

Ansøgning 3. Kina Alliancen Fyn

Målet er at tiltrække kinesiske turister til Odense/Fyn ved positionering af Odense som H.C. Andersens fødeby. Odense/Fyn markedsføres som en attraktiv destination for kinesiske turister som søger autentiske oplevelser i relation til H.C. andersen og som en del af deres Skandinaviens eller Europa rejse.

Der arbejdes sammen med kinesiske turoperatører og mediebyureauer, og det sker i tæt samarbejde med VisitDenmark og Scandinavian Tourist Board..

Kampagnesum er 3.290.000 kr.

Der søges om 30 % støtte eller 987.000 kr.

Hovedpartnere i projektet er Destination Fyn Klyngen, Egeskov Slot og Odense Bys Museum.

Kina Alliancen er desuden et netværk af 21 partnere indenfor attraktioner, shopping, hotel, restaurant og transport, som også bidrager ind i kampagnen.

Det er 4. år, at Kinaalliancen søger støtte til deres kinafremstød hos Fomars.

Ansøgningen opfylder de opstillede krav og indstilles til støtte som ansøgt.

Der skal dog gøres opmærksom på, at VDKs effektmodel ikke kan bruges direkte på fremstød i Kina, hvilket er oplyst af VDK.

Det betyder at de opstillede effekttal beregnet efter VDK modellen skal tages med et gran salt, og at der skal foretages en særskilt evaluering af kampagnen.

Ansøger oplyser, at der forventes en stigning på mindst 10 % på kinesiske overnatninger på Fyn.

Ansøgning og vurderingsark Bilag 11



Beslutning:

Ansøgning 1, 2 og 3 fra Destination Fyn Klyngen blev godkendt, som ansøgt og indstillet fra sekretariatet.

Det forudsættes, at projekterne gennemføres som ansøgt, og at alle ansøgningskrav er opfyldt.

Thomas Kastrup, Destination Fyn Klyngen, deltog ikke i sagens behandling på grund af inhabilitet.

3.3.4. Ansøgning fra Legoland Billund Resort

Legoland Billund Resort gennemfører i 2017 markedsføringskampagner i 7 lande.

Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark

Association for
marketing of
leisure tourism
in South Denmark

De direkte markedsføringsomkostninger på markedet opgøres således:
 Norge (6.735.742 kr.), Sverige (6.083.315 kr), Holland (2.892.500 kr), Tyskland
 (1.729.500 kr), Finland (832.000 Kr.), Polen (1.131.000 Kr) og England (627.900 kr.).

Hans Jensens Vej 6
 DK - 7190 Billund

Tlf.: 79 72 72 02

England er nyt marked for LLBRs kampagner.

mail@fomars.dk
 www.fomars.dk

Hertil kommer en lang række omkostninger til basismarkedsføring i forbindelse med maps,
 Resort pass og brocurer m.v.

Den samlede kampagnesum er på 24.494.143 kr.

Der søges om 30 % i støtte eller 7.348.243 kr.

Hovedpartnere bag projektet er: Legoland Aps, Lalandia Billund A/S, Givskud Zoo og kommunerne Billund, Esbjerg, Fredericia, Kolding, Middelfart, Varde, Vejen og Vejle. Desuden indgår udenlandske transport og bureauvirksomheder, VisitDenmark og en række regionale turismeaktører.

Ansøgningen opfylder alle opstillede krav og indstilles til støtte som ansøgt.

Ansøgning og vurderingsark Bilag 12.

Beslutning:

Ansøgningen fra Legoland Billund Resort blev godkendt, som ansøgt og indstillet fra sekretariatet.

Jan Olsen, VDK, ønsker at bemærke, at ansøgt støtte til kampagner i Polen og Finland ikke er indenfor den nationale strategis indsatslande, og henstiller til, at man hellere øger kampagnetrykket på de andre lande. Indsatslandene er: Tyskland, Norge, Sverige, Holland, England, Italien, Frankrig, USA og KINA.

Det forudsættes, at projekterne gennemføres som ansøgt, og at alle ansøgningskrav er opfyldt.

Jan Harrit, Lalandia Billund, Christian Woller, Legoland og Morten H. Andersen, Givskud Zoo, deltog ikke i sagens behandling på grund af inhabilitet. Bestyrelsen var beslutningsdygtig inklusiv de to eksterne indstillinger (6 medl.).

Desuden besluttede bestyrelsen:

- Efter godkendelse af dagens ansøgninger er der ca. 1.8 mio. kr. tilbage af bevillingen til markedsføringsprojekter i 2017.
- Derfor opfordres alle til at indsende nye ansøgninger om markedsføringsstøtte. Evt. ansøgninger behandles løbende af bestyrelsen.



Foreningen til
 markedsføring af
 ferieturismen i
 Syddanmark

Association for
 marketing of
 leisure tourism
 in South Denmark

3.4. Godkendelse af kampagneregnskab 2016 for Sydvestjylland

Hans Jensens Vej 6
DK - 7190 Billund

Destination Sydvestjylland har indsendt revideret kampagneregnskab for TV-spotkampagnen i Tyskland 2016 og beder om at få udbetalt Fomars tilskud på 1.035.974 kr. på forskud i 2016, i stedet for at vente til maj/juni 2017.

Tlf.: 79 72 72 02
mail@fomars.dk
www.fomars.dk

Baggrunden er et ønske fra partnerne om at få udbetalt tilskuddet tidligere end normalt af finansielle grunde.

Administrationen har forhørt sig om muligheden i Vækstforums sekretariat. Herfra lyder meldingen, at man godt kan udbetale tilskud løbende, når der foreligger revideret regnskab, såfremt bestyrelsen godkender det.

Under alle omstændigheder kommer kampagneregnskabet til at indgå i Fomars samlede regnskab, som godkendes i foråret 2017, og danner derved grundlag for regionens endelige godkendelse og udbetaling af tilskud.

Det indsendte kampagneregnskab fra Destination Sydvestjylland 2016 er revideret som foreskrevet og revisor har ingen bemærkninger. Regnskabet udviser et samlet forbrug på 3.453.245 kr. mod budgetteret 3.743.636 kr. Det betyder et samlet tilskud fra Fomars på 1.035.974 kr. mod budgetteret 1.123.091 kr.

Slutrapport og revideret regnskab for 2016 vedlægges som Bilag 13.

Evaluering af TV-spot vedlægges som Bilag 14.

Formanden indstiller: at alle ansøgere som udgangspunkt skal behandles ens.

Beslutning:

Til mødet forelå revisionsberetning fra Sydvestjylland uden bemærkning samt effektmåling.

Bestyrelsen godkendte det indsendte regnskab for 2016 TV-spot.

Desuden godkendte man formandens indstilling, således at afsluttede regnskaber fra alle ansøgere kan behandles løbende og indsendes til Regionen til udbetaling.

De indgår fortsat alle i Fomars endelige projektregnskab som godkendes på generalforsamlingen og indsendes til Regionen.

Der er ikke ændret på kravene, som ansøger skal opfylde, for at få regnskabet godkendt.

Formandsskabet bemyndiges til at behandle de indkomne regnskaber, som overholder alle formalia, og udsender beslutningen til bestyrelsens orientering, inden regnskabet indsendes til Regionen til udbetaling.



3.5. Slutevaluering af Fomars 2015 foretaget af COWI.

Vækstforums sekretariat har den 28.6.2016 fremsendt slutevalueringssrapport for Fomars 2013-2015 udarbejdet af COWI. – Vedlagt som Bilag 15

Evalueringsmodellen følger den generelle model, som Vækstforum gennemfører på alle sine støtteprojekter.



Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark

Association for
marketing of
leisure tourism
in South Denmark

Der er foretaget en evaluering af begge de projekter, som Fomars har gennemført i perioden, dvs. Jensens Vej 6
 markedsføring rettet mod Børnefamilier (Sjøv, Leg og Læring)2013-15 og mod Det gode liv 2014-2015.
 DK-7190 Billund

Tlf.: 79 72 72 02

mail@fomars.dk
 www.fomars.dk

Hovedkonklusionerne ses af Resumé i rapportens side 1.

På målene Projektets tilrettelæggelse og Resultatskabelse scorer Fomars højt – dvs. Grønt lys. På effektskabelse er der gult lys som indikerer, at der er usikkerhed om effekten. Det skyldes primært at vurderingen bygger på indsendte tilbagemeldinger fra projektdeltagerne. Og dem er der for få af, til at der kan konkluderes.

Cowi peger desuden på følgende læringspunkter/anbefalinger, som man kommenterer s. 9.:

1. Synergi i markedsføringen
2. Behov for strategi, som kan anvendes ved evt. prioritering
3. Behov for at fokusere på samarbejdet med destinationer og kommuner – underforstået, så der kommer en mere ligelig fordeling af støttemidlerne til hele regionen.
4. Fomars bør vurdere, om man skal gøre mere for at skabe og udvikle netværket mellem medlemmerne, og dermed afsætte ressourcer hertil.
5. COWI mener, at evaluering efter VisitDenmark modellen er for generel og anbefaler derfor, at Fomars følger op på hver kampagne ved at foretage en kvantitativ og kvalitativ opgørelse af medlemmernes forventninger til effekt.

Det kan oplyses, at efter at evalueringen er afsluttet har Fomars bestyrelse gennemført følgende:

1. Der er vedtaget en strategi for prioritering.
2. Der er nu ansøgere til midlerne i Fomars fra hele region Syddanmark, og destinationsnetværkene vokser.
3. Fomars har vedtaget af følge VDKs evalueringsmodel for ikke at få modstridende modeller i Danmark over international markedsføringsindsats.
4. Med hensyn til at dyrke netværkene bedre må det konstateres, at tiderne skifter. Der er således mange, bl.a. Destinationerne og DKN, som gennemfører konferencer og arrangementer om turisme, som samtidig også udvikler netværk. Derfor har Fomars besluttet at ophøre med at gennemføre turismekonferencer i eget regi.



Der er ikke modtaget reaktion fra Vækstforums sekretariatet om evalueringsresultatet.

Formanden indstiller, at evalueringsrapporten tages til efterretning, og at man afventer reaktion fra Regionen, inden der foretages yderligere.

Til bestyrelsens drøftelse.

Beslutning:

Indstilling fra Formanden godkendt.



Foreningen til
 markedsføring af
 ferieturismen i
 Syddanmark

Association for
 marketing of
 leisure tourism
 in South Denmark

3.6. Kan Fomars forlænges efter 2017 ?.

Hans Jensens Vej 6
DK - 7190 Billund

Fomars har modtaget tilskud til udenlandsk markedsføring til og med 2017, hvorefter tilskuddet bortfalder uden videre. Tlf.: 79 72 72 02

Da Fomars søgte om den seneste forlængelse i okt. 2014, ønskede bestyrelsen at forlænge Fomars til og med 2018, men Vækstforum godkendte kun projektet til og med 2017. En af årsagerne til den kortere tidsperiode var oprettelsen af Dansk Kyst og Natur, som også delvist finansieres af de danske regioner. Derfor kunne det være svært at vurdere på det tidspunkt, hvordan DKN ville fungere, og om regionens penge i stedet skulle tilgå dette selskab frem for international markedsføring gennem Fomars. mail@fomars.dk
www.fomars.dk

Tiden er dog inde til at formulere en ny ansøgning til Vækstforum, hvis Bestyrelsen ønsker, at forlænge projektet. For at have midler til fordeling i 2018, skal der senest indsendes ansøgning til Vækstforum i marts 2017.

Udviklingsaktiviteter.

Det bør vurderes, om der i en ny ansøgning om støtte skal peges på, at Fomars også ønsker at tilføre turismen i Syddanmark et mere strategisk blik på udenlandsk markedsføring i fremtiden.

Det kan f.eks. gøres gennem samarbejde mellem erhvervsvirksomhederne indenfor turismen og forskningsverdenen, således at dygtige forskere i Danmark og udlandet kan tilføre virksomhederne mere viden og strategisk blik for fremtidens udfordringer.

Der findes allerede en erhvervsfremmeordning af den nævnte slags tilbud, finansieret af Forskningsministeriet. Det hedder Innovationsnetværket Brandbase og er hjemmehørende på SDU i Odense.

Formlet med Brandbase er gennem fællesprojekter at skabe relationer mellem virksomheder, organisationer og forskere. Målet er at styrke virksomhedernes internationale indsats ved at omsætte forskningsbaseret viden til praksis og innovation.

Måden man gør det på er f.eks., sammen med Fomars medlemsvirksomheder at gennemføre 2-3 workshops, hvor de fremmeste forskere indenfor international branding og markedsføring på leisureområdet formidler deres viden til deltagerne og diskuterer anvendeligheden her i forhold til praksis.

Indholdet fastlægges i samarbejde mellem forskerne og Fomars medlemskreds, så der sikres relevans og alle virksomheder indenfor turismebranchen vil kunne deltage i aktiviteterne.

Brandbase tilrettelægger, koordinerer og gennemfører workshoppene gratis for deltagerne.

Deltagerne skal dog "matche" omkostningerne så der er tale om en 50/50 ordning. Men deltagerne behøver ikke betale med kontante bidrag, men kan bidrage ved deres tid til deltagelse, altså egne timer. Betalingen i virksomheden er således i form af deltagernes tid, kørsel m.v. Der kan måske forekomme omkostninger til fortæring.

Der evalueres af Brandbase og udgives en projektrapport efter gennemførelsen.

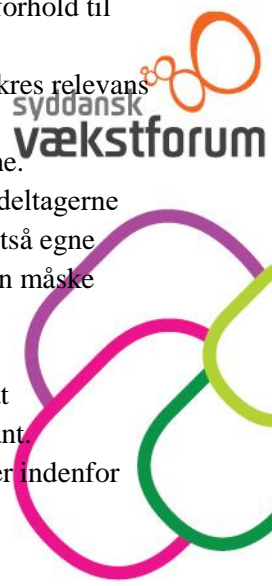
Administrationen har haft møde med Brandbase, der erklærer sig meget interesseret i at gennemføre et projekt sammen med Fomars, såfremt Fomars bestyrelsen finder et relevant.

Det kunne så beskrives i Vækstforumsansøgningen som end el af de udviklingsaktiviteter indenfor udenlandsk markedsføring, som Fomars vil ønske at gennemføre.

Formanden indstiller:

- At Fomars søger om at få forlænget sin eksistens med 3 år fra 2018 – 2021.

Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark



- At der søges om et projektbeløb på 37 mio. kr og til administration 1,5 mio. kr
Beløbet svarer nogenlunde til gennemsnittet af de sidste to års støtte, som formanden mener nogenlunde dækker det behov, som kan rejses i Syddanmark til International markedsføring på turismeområdet.
- At der arbejdes videre med at bygge et udviklingsforløb op som beskrevet med Brandbase, som så medtages i ansøgningen og som skal tilbydes alle turismevirksomheder i Danmark fra 2018.
- At der udformes en ansøgning til Fomars bestyrelsesmøde i marts 2017.

trans Jensens Vej 6
DK - 7190 Billund

Tlf 79 72 72 02

mail@fomars.dk
www.fomars.dk

Beslutning:

På grund af indkomne oplysninger om størrelsen på Regionens REM pulje 2017 besluttede bestyrelsen, at udarbejde en etårig ansøgning om fortsættelse af Fomars for 2018 på 15 mio. kr. og administration på 350.000 kr.

Beløbet er lidt højere end gennemsnit af sidste to års forbrug, så der er plads til lidt stigning i ansørgertallet.

Det blev besluttet ikke at ændre på tilskudsprocenten i forhold til ansøgerne.

Teknikaliteter omkring ansøgningen og ansøgningstidspunkt afklares med Vækstforums Sekretariat.

Bestyrelsen ønsker, at der indtænkes udviklingsforløb om digitalisering i turismen og dens udfordringer. Derfor nedsættes et udvalg bestående af Karsten Justesen, Morten Andersen og Thomas Kastrup til udvikling af denne del. Jan Olsen bidrager gerne og Tove Baisgaard er sekretær for gruppen.

Brandbase ideen findes ikke relevant nok.

Desuden bør ønskes om at formidle viden blandt medlemmerne om de konkrete markedsføringstiltag fra de forskellige ansøgere at kunne gennemføres indenfor de eksisterende rammer, f.eks. i form af fælles workshop. Sekretariatet arbejder videre med ønsket.

Evt.

- VisitDenmark redegør for status vedrørende turismeudviklingen
- Region Syddanmark redegør for relevant nyt fra Vækstforum/Regionen.
- Mødekalender i 2017 er fastlagt således:
 - Bestyrelsesmøder den 24. marts 2017 10-12.
 - Bestyrelsesmøde den 27. april 2017 10-12.
 - Generalforsamling den 27. april 2017 kl. 13 – 15.
 - Bestyrelsesmøde den 17. november 2017 kl. 10-12
 - Tilbud om Bestyrelsesansvarsforsikring til en pris på 1105 kr årligt.




Beslutning:

Bestyrelsesmøde den 24. marts kan evt. afholdes som netbestyrelsesmøde. Hensigten med mødet er primært godkendelse af regnskab og forberedelse af generalforsamling.

Betingelser for bestyrelsesansvarsforsikring vurderes af Jan Olsen, inden den tegnes.

Foreningen til
markedsføring af
ferieturismen i
Syddanmark

Association for
marketing of
leisure tourism
in South Denmark