

**Ansøgningskema****Projektets titel**

*Oplevelsesrum "Gudenåen"*

**Formål**

Projektets formål er at udnytte det oplevelsesmæssige potentiale, der er i Hedensted kommunes vestre del, som et "oplevelsesrum" knyttet til den øvre del af Gudenåen – fra udspringet i Tinnet krat til Tørring og videre gennem Uldum Kær til Åle. Udnytte med henblik på flere oplevelser og øget synliggørelse/markedsføring, der kan trække flere besøgende/turister til området og derved skabe vækst hos turisterhvervet og følgeerhvervet, først og fremmest transport og detailhandlen. Det skal ske ved et øget samarbejde mellem området's erhverv (turisme- og følgeerhverv) samt frivillige kræfter.

Formålet er endvidere at knytte oplevelsesrum Gudenåen i Hedensted kommune sammen med de større indsatser, der er omkring Gudenåen og Hærvejen, så vi fx får området's oplevelser, produkter og pakker med i disse større internationale markedsføring og synlighed på internationale salgskanaler. Det er også formålet at bygge videre på indsatsen i projektet Det Store Vandskel d.e. området fra Uldum i øst til Hastrup i vest og fra Vester Palsgaard i nord til Øster Nykirke i syd, et projekt, som Hedensted kommune har været projektleder på i 2013 og 2014, og som har øget samarbejdet i det område.

**Navne på projektansvarlige**

Mette Vildbrad, Hedensted kommune, er projektansvarlig

Som projektleder ansættes Gunhild Øeby Nielsen, der har været konsulent på projektet Det Store Vandskel – et samarbejde mellem Hedensted, Vejle og Ikast-Brandeborg kommuner mhp at binde området fra Uldum til Hastrup og fra Vester Palsgaard til Øster Nykirke sammen. Gunhild har endvidere været projektleder på både Hærvejs- og VisitGudenaa-projekterne, ligesom hun har kendskab til arbejdet i OplevGudenå og de nuværende Hærvejsprojekter i både midt- og syddanmark.

## Baggrund for projektet

Der har i flere år været arbejdet med at udvikle oplevelserne for besøgende – både lokalt i området (fx Uldum, Ølholm, Linnerup mose, Hærvejens lejrskole) og i større skala omkring Gudenåen – både VisitGudenaa og OplevGudenaa – og Hærvejen i både Midt- og Syddanmark. Desuden har Hedensted kommune i 2013 og 2014 været projektleder på et samarbejdsprojekt omkring projektet Det Store Vandskel som et selvstændigt oplevelsesrum både for Hærvejturister og Gudenåturister og i sig selv og fået udviklet salgskoncepter – bl.a. turforslag til busvognmænd og en 2-dages vandretur på Hærvejen gennem området. Projektet var et samarbejde mellem Vejle, Ikast-Brande og Hedensted kommuner og turismeorganisationer samt Naturstyrelsen Midtjylland.

Disse mange projekter har både drejet sig om/drejer sig om naturgenopretning, etablering af stier og infrastruktur, ny og bedre formidling samt udvikling af nye turistprodukter og udvikling af turistdestinationer (Hærvejen og Gudenålandet) inkluderende brand (værdisæt, logo m.v.), udvikling af nye turistprodukter og dansk og international markedsføring m.v.

Den vestlige del af Hedensted kommune er et udpræget landdistriktområde – men med et potentiale i form af

- aktive borgere, der ønsker at arbejde for udvikling af deres område
- smukke naturområder og natur- og kulturhistoriske fortællinger
- små turismevirksomheder, der er samarbejds- og udviklingsparate
- sammenhæng med oplevelsesrummet Det Store Vandskel, destination Hærvejen og destination Gudenåen
- tilgængelighed fra motorvejen, hvilket styrkes, når der kommer attraktionskilt, og nærhed til større byer og turistområder, der udgør et potentiale i forhold til endagsturister, men også i forhold til Nordtyskland (2½ time fra Hamborg), hvor området kan byde på miniferier på Hotel Gudenå eller andre af områdets overnatningssmuligheder.

## Projektets relevans og fokusområde

Projektet Oplevelsesrum Gudenå understøtter primært Hedensted kommunes Lokal Udviklingspuljes fokusområde 1: "Støtte udvikling og etablering af erhverv i landdistrikterne", idet projektet først og fremmest vil støtte turismeerhvervet og følgeerhvervet – det vil især sige detailhandlen og transportsektoren – for at opnå målet om udnyttelse af området oplevelses- og vækstpotentiale.

Projektet målgruppe er derfor primært områdets turismevirksomheder samt detailhandlen i området. Målgruppen er også de lokale ildsjæle og borgergrupper, der brænder for udvikling af deres område – dvs. lokalråd, borgergrupper m.v. Projektet vil afdække potentialerne og afhjælpe de udfordringer, virksomhederne står med i forhold til at udvikle deres forretning. Projektet skal også yde støtte til de, der øn-

sker at starte virksomhed op, leje deres bolig ud som feriebolig, udvikle deres produkt til et turismeprodukt – fx fødevarerproducenter m.v. Projektet skal inspirere til øget samarbejde, udvikling af nye produkter – fx picnickurv, cykeludlejning, Gudenåmenu, en kunstnerisk souvenir, en guidet tur på cykel etc. – kreativ markedsføring og brug af de sociale medier, så vi opnår større synlighed og flere gæster i området til gavn for turismevirksomhederne, de handlende i Tørring, Uldum og de øvrige landsbyer, gårdbutikker m.v.

Vi vil afprøve nye former for samarbejde mellem virksomheder og frivillige, der er ambassadører for deres område. Her vil projektet også støtte fokusområde 3: "Tværgående projekter, som involverer flere lokalråd eller samarbejde med lokalråd fra andre kommuner", idet lokalrådene kan bygge på Nørre Snede lokalråds erfaringer med at understøtte Hærvejsturen søsat i projektet Det Store Vandskel, hvor de kører bagage og transporterer turisterne retur efter endt vandring.

Projektet vil fortsat binde området sammen med destination Gudenåen og destination Hærvejen og bl.a. koble vores produkter på deres internationale markedsføring i bl.a. Nordtyskland, Holland og Norge. Vi vil ligeledes koble tilbuddene i området på Aarhus 2017, hvor det er relevant – fx i forhold til kulturturisme og rute-indsatsen.

Projektet vil ligeledes øge sammenhængskraften til de øvrige aktører i området Det Store Vandskel, idet området fra Uldum til Thyregod og fra Vester Palsgaard til Kollemorten udgør et oplevelsesrum, der rummer potentiale for miniferier med base på fx Hotel Gudenå i Tørring, men også oplevelsesrum for endagsgæster fra Vejle, sommerhusområdet i Juelsminde, Horsens, Herning, Århus eller motorvejsfarende, der ser det nye skilt, der sættes op ved motorvejen.

Projektet skal endvidere være med til at brande Hedensted Kommune ved at skabe ny formidling af området – både samlet set og mere fokuseret målrettet de relevante målgrupper. Vi vil kortlægge de mange formidlingskanaler og tiltag samt vurdere, hvordan området bedst formidles og synliggøres.

## **Formål med projektet**

Projektets **formål** er at udvikle området vest for motorvejen i Hedensted kommune med udgangspunkt i "kerneproduktet" Gudenåen. Udvikle i form af øget salg og dermed øget vækst i områdets turismevirksomheder, herunder det erhverv, der indgår i turistproduktets værdikæde – først og fremmest detailhandel og transportsektoren. Dette vil også gavne borgerne og gøre området mere attraktivt for tilflyttere, idet det løfter områdets oplevelsestilbud.

Det er endvidere et **formål** at styrke samarbejdet i området Det Store Vandskel og koble oplevelsesrummet omkring Gudenåens øvre løb på de store indsats, der pågår, for at udnytte det oplevelsesmæssige potentiale og dermed det vækstpotentiale, området rummer, bedst muligt.

Projektets **mål** er at

- 1) at udvikle produkter, der er klar til salg i sæson 2015, og identificere de bedste salgskanaler og
- 2) at skabe ny, sammenhængende formidling og synliggørelse af området på den mest hensigtsmæssige måde i forhold til de mange andre tiltag/projekter, projektet har berøringsflader med.

Projektet afsluttes med anbefalinger til det fremtidige samarbejde, herunder rollefordeling mellem kommuner, visit-organisationer, destinationssamarbejder, virksomheder og frivillige.

## **Aktiviteter og delmål - detaljeret beskrivelse**

### **Overordnet**

Projektet løber i 1 år, fra maj 2014 til maj 2015. Eftersom turismeerhvervet er afgørende for projektets succes, er der taget højde for deres "årscyklus" med højsæson og lavsæson. I løbet af det år skal der

- kortlægges potentialer og "huller" i oplevelsesrummet – både i forhold til infrastruktur/faciliteter/skiltning, formidling/synliggørelse og produkter/tilbud
- udvikles nye tilbud og produkter ved hjælp af netværk og nye samarbejder og partnerskaber
- produceres nyt informations- og markedsføringsmateriale på den måde, det vurderes mest hensigtsmæssigt i forhold til de øvrige tiltag i området
- forår 2015 skal området markedsføres og sælges.
- Projektleder sørger for at informere den lokale presse løbende, ligesom der oprettes en hjemmeside på Hedensted.dk om projektet for presse og for aktører

### **Maj 2014: Kortlægning og kickstart af sæson 2014**

- Kortlægning af aktører, produkter og projekter i området
- kursusdag om billig og kreativ markedsføring, bl.a. via de sociale medier
- mulighed for at lægge produkter i VisitJuelsminde's bookingportal, Kystlandet.dk, på visitgudenaas hjemmeside m.v., mhp på mere salg i sæson 2014.

Delmål: Øge markedsføring og salg af eksisterende produkter og tilbud i området allerede i sæson 2014

### **Juni-aug. 2014: Afdækning og kortlægning og etablering af samarbejdet**

- Afdækning af erhvervets udfordringer samt muligheder for netværk.
- Kortlægning af områdets infrastruktur, projekter i pipeline (GudenåPartnerskab, Vejle kommune?), huller m.v.
- Kortlægning af formidlingskanaler og -tiltag i området – herunder mulighed for at digitalisere Vejle, Hedensted og Ikast-Brandes kommuners fælles kort over området og/eller tilknytning til OplevGudena-kortet.

Delmål aug. 14: Detaljeret kendskab til og beskrivelse af erhvervets udfordringer og behov, områdets infrastruktur og faciliteter samt relevante formidlings- og markedsføringstiltag

### **Sept.-dec. 2014: Produktudvikling og pakketering**

- Netværksmøder og virksomhedsbesøg mhp øget samarbejde og dannelse af netværk med det formål at udvikle nye produkter/tilbud/pakker
- Kursusdage mhp at imødekomme turismeerhverrets og øvrige samarbejdspartneres behov – fx markedsføring vha sociale medier, værtsskab og kendskab til området
- Facilitering af erhvervets produktudvikling og markedsføring – fx formidling af praktikanter og evt. indgå i egentlig samarbejde med et universitet, der også vil tilføre ny viden; information omkring reglerne for skiltning; sammenknytning med relevante partnere, der kan inspirere eller hjælpe med udfordringer
- Stillingtagen til skiltning, brand, design, markedsførings- og formidlingskanaler, herunder hjemmeside og interaktivt kort – produktion af informations- og markedsføringsmateriale
- Kortlægning af mest relevante og effektive markedsføring og salgskanaler i ind- og udland, herunder dialog med turoperatører

Delmål dec. 14: Netværk og samarbejder etableret. Produkter klar til markedsføring og salg. Klar til at effektuere nyt informationsmateriale, koble sig på de valgte platforme m.v.

### **Jan.-maj 2015: Markedsføring og salg**

- Markedsføring og salg via visit`ernes kanaler
- Markedsføring og salg via virksomhedernes egne kanaler
- Markedsføring og salg evt. via turoperatører
- Med VisitGudenå og Hærvejen og egne visit-organisationer på messer i ind- og udland

Slutmål juni 15: Øget markedsføring og salg frem mod sæson 2015

Afsluttende rapport med anbefalinger til det videre arbejde

### **Deltagere i projektet**

Direkte deltagere i – eller målgruppe for – projektet er først og fremmest områdets turismeerhverv, herunder også det erhverv, der samarbejdes med i Det Store Vand-skel. Desuden lokale grupper og ildsjæle, der ønsker at udvikle deres lokalområde (se bilag).

Deltagere i projektet er endvidere Hedensted Kommune, der ansætter/står for projektledelsen og sørger for synergi mellem VisitGudenaa-projektet og GudenåSamarbejdet (GIS-afdeling). Natur og Miljø i forhold til skiltning og faciliteter. Kommunal erhvervservice i forhold til de små turismevirksomheders udfordringer.

VisitJuelsminde er en vigtig samarbejdspartner i projektet, idet de markedsfører området og flere af virksomhederne er medlemmer hos dem.

VisitGudenaa. OplevGudenaa (GudenåSamarbejdet). Hærvejen Midt. Hærvejen Syd.

### **Budget til Oplevelsesrum "Gudenåen"**

Netværksmøder: 5 netværksmøder á 5.000 kr.:	25.000,-
Temadage: 3 af 15.000 kr.:	45.000,-
Udarbejdelse og oprettelse af Virtuel portal:	78.940,-
Foldere med QR-koder: (10x21 cm, 2x10 s., 5.000 stk., bogtryk)	10.000,-
Videokamera til projektleder: Canon LEGRIA HF G25+hukommelse:	8.188,-
Deltagelse i Ferie for alle	28.800,-
Udarbejdede af særligt skilt/ikon for projektdeltagere: design	10.000,-
Piktogrampæle til projektdeltagerne: 30 pæle á 450,- kr.	13.500,-
Specialpiktogram, 10x10 cm incl lakerering.: 30 á 130,- kr.	3.900,-
Projektledelse og tilrettelæggelse:	250.000,-
Revision:	23.250,-
<b>I alt:</b>	<b>496.578,-</b>

### **Finansieringsplan for projektet**

Der er bevilget tilskud fra LAG Hedensted på 1/2 delen af beløbet.

