



# VisitBillund-Centeret

Oktober 2009



### Forord

Billund er i de seneste år blevet centrum for turismeudviklingen i Danmark. På baggrund af den seneste ekspansion, er der overordnet tre centrale ændringer, der vil præge turismen i Billund-området for fremtiden:

1. En samlet stigning i antal overnatninger.
2. En stigning i antal gennemsnitlige overnatninger pr. turist.
3. En spredning af overnatningerne, så de fordeles over hele året, men dog stadigvæk med sæsonudsving.

Det overordnede formål er derfor at udvikle turismen via en fælles strategi, hvor destinationsudviklingsplaner implementeres baseret på engagement under aktiv medvirken af såvel de store som de mindre aktører.

I denne proces er der 3 centrale aktører:

1. De professionelle aktører (private og offentlige)
2. Turisterne
3. Lokalbefolkningen

En målrettet inddragelse af disse vil fremme turismeudviklingen, og i den forbindelse er et velkomstcenter som beskrevet i dette notat et væsentligt element.

Notatet er resultatet af et samarbejde mellem repræsentanter fra Billund Kommunes byråd og Billund ErhvervsFremme, der sammen udgør velkomstcenterarbejdsgruppen. Arbejdsgruppens kommissorium er fastlagt i byrådet 16. december 2008<sup>1</sup>.

Projektbeskrivelsen tager sit udgangspunkt i, at den generelle erhvervsudvikling i kommunen *ikke* skal opdeles i turisme og øvrige erhverv. Der er umiddelbare såvel organisatoriske som økonomiske fordele ved en anskue udviklingen under et. Synergimulighederne er mange, og det vil samtidig frisætte kræfter på tværs af brancherne. Billund ErhvervsFremme har en intention om at placere sit sekretariat i velkomstcenteret, hvilket muliggør en markant større fokus på turismeudviklingen og de nye opgaver, denne medfører.

Velkomstcenteret benævnes i det efterfølgende med *arbejdstitlen* VisitBillund-Centeret.

Velkomstcenter-arbejdsgruppen

Oktober 2009

---

<sup>1</sup> Bilag 1

## **Mission**

VisitBillund-Centerets mission bygger på 3 søjler:

### **1. Identitet**

VisitBillund-Centeret skal cementere Billund-området som den førende nordeuropæiske destination for børnefamilier. LEGOLAND® vil være pejlemærket for den identitet, som skal gennemsyre området.

### **2. Ambition**

VisitBillund-Centeret skal være medspiller for de største aktører inden for turismeudviklingen i Billund-området. Centeret skal ligeledes som katalysator udvikle de mindre erhvervsdrivende, så disse kan levere turismeoplevelser på niveau med de større aktører.

### **3. Synergi**

VisitBillund-Centeret skal skabe synergi ved at være bindeled mellem turismeerhvervet, de øvrige erhverv og Billund Kommune, yde bistand i udviklingsprojekter, levere professionel erhvervsservice, skabe netværk mv.

## **Vision**

VisitBillund-Centeret er en dynamo og katalysator for en professionel turismeudvikling i Billund-området.

## **De primære interesser**

VisitBillund-Centeret skal arbejde for at imødekomme følgende 3 gruppers behov:

### **1. De professionelle aktører (private og offentlige)**

VisitBillund-Centeret skal yde erhvervsservice til iværksættere og etablerede virksomheder samt udføre de opgaver, som allerede nu pålægges Billund ErhvervsFremme. Desuden skal VisitBillund-Centeret være førende inden for rådgivning af turismevirksomheder. VisitBillund-Centeret skal være medspiller i Billund Kommunes indsats i forhold til blandt andet udviklingen af rammevilkår for det samlede erhvervsliv.

### **2. Turisterne**

VisitBillund-Centeret skal være med til at udvikle og markedsføre Billund-området, så destinationen bliver den foretrukne nordeuropæiske destination for børnefamilier.

### **3. Lokalbefolkningen**

VisitBillund-Centeret skal spille en central rolle i informationsindsatsen målrettet lokalbefolkningen, for så vidt angår udviklingen af det samlede erhvervsliv. VisitBillund-Centeret skal have fokus på at forbedre bosætningsvilkårene i området i henseende til erhvervsudviklingen.

### Turismeudviklingen

Billund Kommune er pt. et af de områder, hvor der er størst vækst inden for turismeerhvervene. Trods en finanskriser er overnatningstallene næsten eksploderet i Billund Kommune, og antallet af turister, der strømmer til området, er overvældende.

Tabel 3HF - Seneste 12 måneder. Overnatninger på hotel og feriecentre for 'Syddansk Turisme, HOTEL og Feriecentre' August 2009. Specifik. Billund Kommune			
I alt		Heraf udlændinge	
Forrige 12 måneder	Sidste 12 måneder	Forrige 12 måneder	Sidste 12 måneder
288.779	526.343	135.083	216.891

Kilde: Syddansk Turisme

Tabel 3C - Seneste 12 måneder. Overnatninger på campingpladser for 'Syddansk Turisme, Campingpladser' August 2009. Specifik: Billund og Esbjerg kommune. <sup>2</sup>			
I alt		Heraf udlændinge	
Forrige 12 måneder	Sidste 12 måneder	Forrige 12 måneder	Sidste 12 måneder
338.187	349.225	125.938	122.869

Kilde: Syddansk Turisme

Bemærk at de angivne tabeller kun medtager overnatningerne på hoteller med +40 senge, samt campingpladser med +75 enheder. Foruden disse findes der i Billund Kommune en mindre campingplads, et mindre hotel og flere private overnatningssteder, hvor der ikke forefindes registrerede overnatningstal.

Det vurderes, at en fortsat vækst kræver organisatorisk understøttelse, og det er i den sammenhæng, etablering af VisitBillund-Centeret også skal ses.

Udviklingen er blevet betegnet som resultatet af et oplevelsesøkonomisk fokus.

Oplevelsesøkonomien er ikke blot turisme, men omfatter derimod alle erhverv og brancher, hvis produkter/ydelser kan forbindes med en oplevelse. Detailhandlen skal i højere grad end før at servicere turister, håndværksindustrien skal bygge huse og værelser til turisterne, og infrastrukturen skal muliggøre besøg af turister fra mange forskellige lande. I alle led kan der fokuseres på at skabe gode og positive oplevelser som incitament til et ferieophold i Billund-området.

---

<sup>2</sup> Tallene forefindes desværre ikke for Billund Kommune alene, men det blev i 2006 fastlagt af Campingrådet, at der var ca. 150.000 campingovernatninger, heraf 30.000 hytteovernatninger i Billund Kommune på daværende tidspunkt.

## **Notat vedrørende VisitBillund-Centeret**

---

Derfor er det essentielt, at turismeudviklingen ikke adskilles fra udviklingen i de øvrige erhverv. Et fremtidigt VisitBillund-Center skal sikre, at der også er fokus på turismens muligheder og effekter i de virksomheder, hvis tilknytning til turismeområdet er sekundær.

### VisitBillund-Centeret

VisitBillund-Centeret har til formål at opfylde ovenstående mission og vision. Centerets drift baseres på et estimeret budget, hvor finansieringen tilvejebringes via en række partnerskaber med erhvervslivet samt kommunale udviklings- og driftstilskud de første 3 år.

VisitBillund-Centerets fysiske placering i Billund er endnu ikke fastlagt. Placeringen skal naturligvis ske under hensyntagen til det aktuelle behov, men den skal i lige så høj grad imødekomme den forventede udvikling. Problemstillingen vedrørende Outlet-center og evt. andre nye attraktioner og disses lokalisering vil have indflydelse på VisitBillund-Centerets placering.

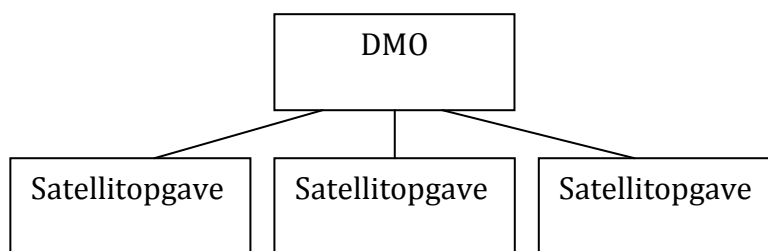
Under alle omstændigheder er det hensigten at placere centeret i lokaler, der etableres/opføres til formålet.

Som den organisatoriske turisme-rygrad i VisitBillund-Centeret ser vi en DMO som værende en central enhed.

### DMO

En DMO (Destination Management Organization) er en enhed, der arbejder med destinationsudvikling inden for et givet område. International best practise peger på, at succesfulde destinationer først og fremmest er erhvervsdrevne. Det er en konstruktion, som indtil videre ikke findes i Danmark. Det er imidlertid VisitDenmarks opfattelse, at der kan findes løsninger, der skaber mere erhvervsorienterede og professionaliserede løsninger, der kan fungere i den danske model med et offentligt-privat samarbejde.<sup>3</sup>

I Billund-området arbejdes der ud fra den opfattelse, at en DMO skal formulere satellitopgaver, hvortil der nedsættes arbejdsgrupper, der også kan bemandes af eksterne interessenter i form af politikere, repræsentanter fra kommunale forvaltninger, forskellige foreninger/interesseorganisationer og lignende.



Der er igangsat et samarbejde med VisitDenmark, der ser etableringen af en DMO som et projekt, man ønsker at støtte. VisitDenmark bidrager med rådgivende bistand til oprettelse og monitorering af DMO'ens aktiviteter for at tilvejebringe et eksempel for resten af Danmarks destinationer, der ønsker helårsturisme. Bilag 2 forklarer processen for DMO-udviklingen i Billund-området, og organisationsdiagrammet på næste side illustrerer, hvordan DMO'en samarbejder med VisitBillund-Centeret.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Kilde: [www.visitdenmark.com](http://www.visitdenmark.com)

<sup>4</sup> Bilag 2

## **Notat vedrørende VisitBillund-Centeret**

---

I øjeblikket arbejder VisitAalborg, SVUF<sup>5</sup> og Billund Kommune alle på at skabe DMO'er, og repræsentanter fra Billund ErhvervsFremme har sæde i en erfa-gruppe med repræsentanter fra de pågældende destinationer, Aalborg Universitet, Syddansk Universitet, VisitDenmark m.fl.

DMO'en sammenhæng til VisitBillund-Centeret fremgår også i nedenstående afsnit. Grundet igangværende omstrukturering i VisitDenmark vil det fremover være Syddansk Turisme, som vil fungere som sparringspartner i stedet for VisitDenmark.

### **VisitBillund-Centerets organisation**

Organisationsdiagrammet herunder viser en funktionsopdeling af VisitBillund-Centerets interne opbygning, som tager sit udgangspunkt i Billund ErhvervsFremmes eksisterende forhold, dog med udvidelse af medarbejderstaben fra 3,5 til 6,5.

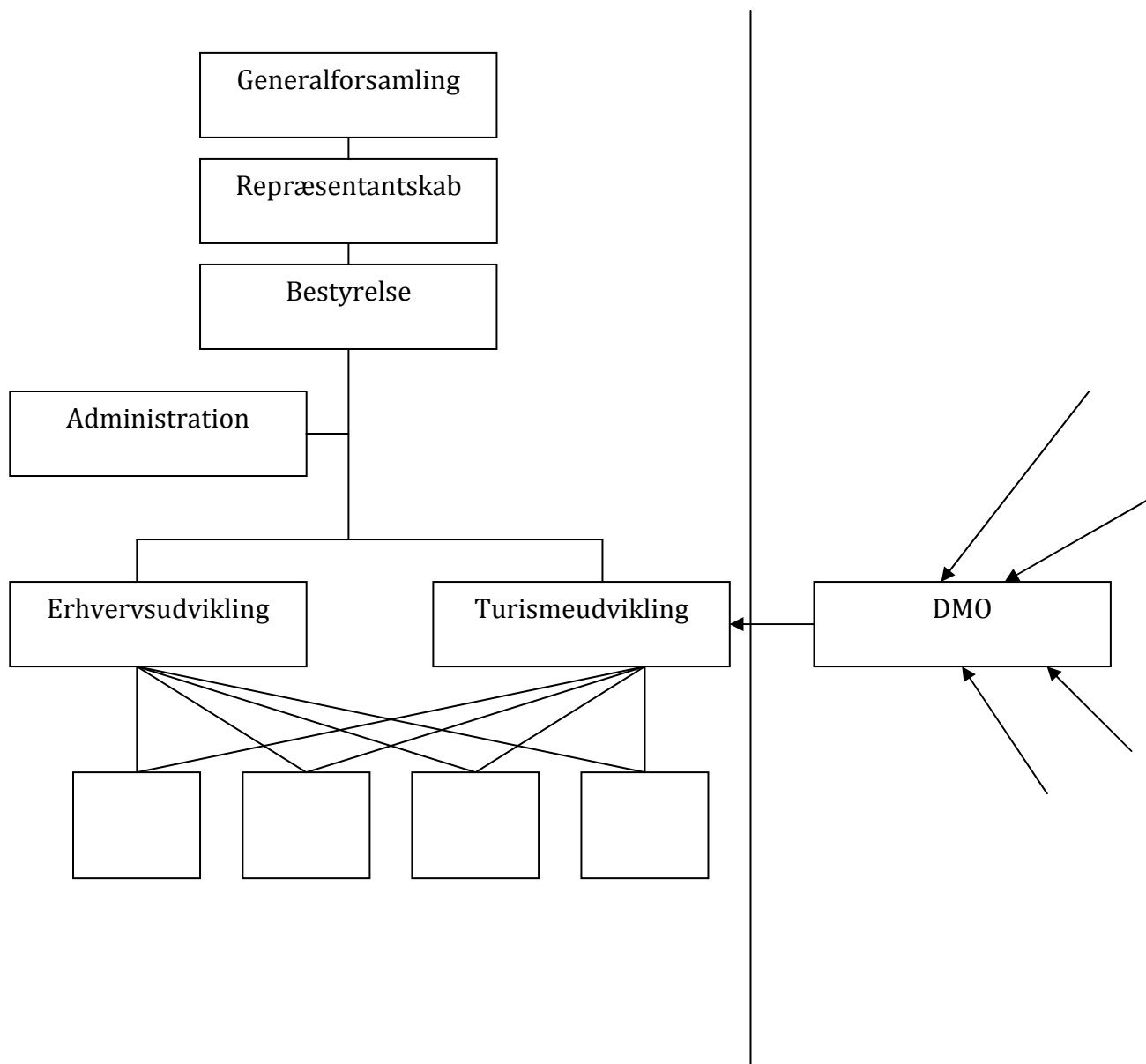
Samtidig ses også en ekstern forbindelse til de professionelle aktører igennem DMO'en. Dette sikrer, at VisitBillund-Centeret får et tæt samarbejde med såvel det private erhvervsliv som kommunale instanser.

---

<sup>5</sup> Et samarbejde mellem Varde, Vejen, Tønder, Fanø og Esbjerg

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---



Det tilstræbes, at VisitBillund-Centerets medarbejdere i videst muligt omfang skal have en sådan kompetenceprofil, at de kan indgå i opgaveløsningen bredt i centeret. Der vil dog også blive behov for medarbejdere med særlige spidskompetencer.

Billund ErhvervsFremme har pt. 3,5 medarbejdere. I budgettet er der afsat midler til 2 yderligere medarbejdere, og med omstrukturering vil der være plads til en ny medarbejder, derudover.

## **Notat vedrørende VisitBillund-Centeret**

---

Bemandingen af VisitBillund-Centeret kan bestå af følgende:

■ **Erhvervschef**

Overordnet ansvarlig for den samlede erhvervsudvikling strategisk og operationelt. Ansvarlig for udarbejdelse og erhvervelse af partnerskaber.

■ **Turismeansvarlig**

Ansvarlig for turismeudviklingen strategisk og operationelt. Ansvarlig for udarbejdelse og erhvervelse af partnerskaber.

■ **Koordinator med økonomifunktioner**

Bogholder, koordinere medlemsmøder og øvrige arrangementer mv.

■ **Marketingskoordinator**

Intern og ekstern kommunikation, herunder hjemmesider, publikationer, nyhedsbreve mm., markedsføringskampagner, brand-udvikling af VisitBillund-brandet og messer.

■ **Erhvervskonsulent**

Iværksætter, rådgivning, netværksetablering, primære rådgiver inden for turismevirksomheder.

■ **Turismeassistent**

Informationsmedarbejder, salg, booking, medlemspleje, forefaldende arbejde i forhold til projekter mv.

■ **Informationsmedarbejder i Billund Airport (deltid)**

Fortsætter kun ved etablering af fælles finansiering med Billund Airport og Trekantområdet.

Ydermere skal der på sigt ansættes en PhD (forsker). Denne skal fungere som forsker i Billund-området, genere områdespecifik viden og være bindeled til universiteterne. Ansættelse af en PhD vil ske under særlige vilkår, da aflønningen af en sådan foregår i samarbejde med universitetet.

### Arbejdsopgaver i VisitBillund-Centeret

VisitBillund-Centeret skal indledningsvis etablere en række partnerskaber med kommuner, virksomheder, vidensinstitutioner mv. til at sikre et godt udgangspunkt for bl.a. nedenstående nye arbejdsområder.<sup>6</sup>

Foruden den erhvervsservice, Billund ErhvervsFremme allerede udfører, skal arbejdsopgaverne inden for turismeområdet udvides og i 2013 omfatte følgende:

#### ■ **Strategi, planlægning og policy**

I samarbejde med Billund Kommune og øvrige relevante aktører skal VisitBillund-Centeret definere specifikke indsatsområder og rammebetingelser samt arbejde for udvikling af Billund-området til en stærk destination. Det er VisitBillund-Centerets første opgave at lave det strategiske oplæg, der skal samle en række samarbejdspartnere med det fælles mål at udvikle Billund-området til den førende nordeuropæiske destination for børnefamilier.

#### ■ **Kompetenceudvikling**

Fokuserer på generelt kompetenceløft i Billund-området.

#### ■ **Markedsovervågning, trends mv.**

Opsamling af viden om forbrugertrends- og mønstre mv. til kommunikation til partnere.

#### ■ **Bæredygtighed**

Sikre, at turismen er bæredygtig miljømæssigt, økonomisk, kulturelt og socialt.

#### ■ **Vejlede og udvikle partnere**

Sikre, at der skabes værdi for partnere igennem vejledning og udvikling af disse, bl.a. ved at prioritere disse i større samarbejdsprojekter.

#### ■ **Kvalitetsovervågning – og udvikling**

Eksempelvis fokus på kollektiv trafik, oplysning og certificeringsmuligheder og sparringspartner til produktudvikling hos private erhvervsdrivende.

#### ■ **Markedsføring**

Formidling igennem visitbillund.dk, VisitBillund-Guiden, messedeltagelse mv.

#### ■ **Salg og turistinformation**

Til erhvervet og turister. Ansvarlig for kommunens autoriserede turistinformationer, besvarelse af telefoniske, elektroniske og personlige henvendelser.

#### ■ **Produktudvikling**

Bl.a. i samarbejde med nabokommuner, Trekantområdet Danmark, Syddansk Turisme mv.

#### ■ **Tale turismens sag**

I relevante sammenhænge at argumentere fra turistens synspunkt og sikre, at en fremtidig udvikling bærer præg af dette.

---

<sup>6</sup> Bilag 3 og bilag 4.

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---

### ■ Investerings-koordinering

I samarbejde med Billund Kommune sikre, at de rette investeringer tilfalder Billund-området, og at investorer får de bedst mulige vilkår at arbejde ud fra.

### Resultatkontrakt

Der eksisterer allerede en resultatkontrakt imellem Billund ErhvervsFremme og Billund Kommune. Det foreslås, at denne udvides til at omfatte de nye aktiviteter, som affødes af VisitBillund-Centerets etablering. Kommunernes Landsforening (KL) kan bistå i udviklingen af et sådant bilag eller kontrakt.

### Finansieringsplan

I bilag 6 ses et omregnet driftsbudget for turismefremme i Billund ErhvervsFremme i 2009<sup>7</sup>, hvoraf fremgår, at der pt. anvendes kr. 760.165 af basisbudgettet for erhvervsfremme til turismefremme.<sup>8</sup> På baggrund af dette, den forventede indtægt der forventes af salg og partnerskaber, samt tilskuddet fra Billund Kommune vil et overordnet driftsbudget i 2011 se således ud:

### Driftsbudget 2011

Indtægter		Udgifter	
Samlede indtægter	3.120.000	Turismefremme	905.000
		Husleje, forbrug mv.	455.000
		Lønninger	1.716.000
I alt	3.120.000		3.076.000
Resultat			44.000

Her vises hvordan VisitBillund-Centeret med angivne indtægter og udgifter forventes at give et mindre overskud i 2011, mens det i 2010 forventes at give et underskud. Driftsbudgettet vil over de

---

<sup>7</sup> Bilag 5 uddyber aktivitetsbudgettet 2009 for turismen i Billund ErhvervsFremme, og specificerer posterne 'Turismeindtægter' og 'Turismefremme' i bilag 6.

<sup>8</sup> Bilag 6

## **Notat vedrørende VisitBillund-Centeret**

---

første 3-4 år udvikle et overskud, der gør VisitBillund-Centeret levedygtig uden driftstilskud fra Billund Kommune. I bilag 6 er de enkelte poster udspecificeret, og det ses også hvordan driftsbudgettet forventes at udvikle sig frem til 2013.<sup>9</sup> Driftsbudgettet er baseret på at de angivne arbejdsopgaver implementeres løbende, hvilket øger posterne 'turismefremme' og 'turismeindtægter' over årene.

### **Tidsplan**

2009: Byrådet vurderer projektforslaget.

2009: Erhvervelse af de første partnerskaber.

2010: VisitBillund-Centeret står klar til indflytning.

2009-2010: Udarbejdelse af handlingsplaner og indsatsområder.

---

<sup>9</sup> Bilag 6

### **Fremtiden**

Turismeudviklingen skal tage højde for langsigtede interesser, herunder bl.a. byplanlægning, bosætningsvilkår og miljømæssige forhold. VisitBillund-Centeret skal sikre, at turisterne fortsat kan besøge Billund-området med færrest mulige negative konsekvenser for alle interessenter.

VisitBillund-Centeret skal derfor arbejde strategisk og operationelt for at sikre ovenstående. Derfor anses VisitBillund-Centeret som et projekt, der i takt med ny viden, ændrede samfundsforhold og nye forbrugsmønstre kan optimere turismeudviklingen i Billund-området ved løbende at tilpasse organisationen.

Det er derfor helt afgørende, at VisitBillund-Centeret har en tæt kontakt til Billund Kommune, nabokommuner og erhvervslivet generelt, da dette er med til at sikre en fremtidig positiv destinationsudvikling i forhold til såvel de professionelle aktører som turister og lokalbefolkningen.

Velkomstcenter-arbejdsgruppen  
Oktober 2009

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---

På vegne af Velkomstcenter-arbejdsgruppen

Grindsted den 8. April 2013



Visti-Lund Jensen



Frede Nørskov



Jørgen Uth



Kim Gøsvig



Birgitte Broch



Jesper Dahmann



Anis Andersen

### **Bilag 1: Kommissorium for Velkomstcenter**

#### **Formål og baggrund**

En ferie begynder ofte lang tid før turisten ankommer til sin destination. Der skal planlægges, researches og findes information om overnatning, transport, attraktioner og aktiviteter for at opnå den ønskede ferie. I øjeblikket henvender turisterne sig forskellige steder, herunder bl.a. LEGOLAND®, Billund Lufthavn, overnatningsstederne og Billund ErhvervsFremme.

I Billund Kommune arbejdes der for at tiltrække 2,4 mio. overnatninger i 2012. Dette store antal af turister kræver et professionelt modtagerapparat der kan hjælpe med diverse henvendelser og sikre ensartet kommunikation.

Et velkomstcenter skal dog ikke blot være en permanent enhed, hvor der kan afhentes brochurer og bestilles busbilletter. Det skal også være en enhed, hvor der kan arbejdes på turismeudviklingen, herunder eventuelt markedsføring og konkrete produkttiltag, der sikrer at den turismemæssige udvikling i kommunen nyder godt af flest mulige synergieffekter med det øvrige erhvervsliv.

#### **Struktur og status**

Billund ErhvervsFremme arbejder i øjeblikket på etableringen af en såkaldt DMO – en Destination Management Organisation – hvor turismeprojekter kan defineres og forsøgt realiseret. Det er et samarbejde mellem flere fra erhvervslivet. 3 repræsentanter fra denne DMO, samt 3 repræsentanter fra Byrådet bør deltage i arbejdsgruppe-møderne omkring etableringen af et velkomstcenter.

Det er DMO'en og Byrådet der selv udpeger repræsentanterne.

Den 8. september 2008 blev der afholdt et velkomstcenter-møde med Billund ErhvervsFremmes medlemmer. Som resultat ligger et referat fra mødet, der påpeger erhvervslivets ønsker til såvel velkomstcenterets organisatoriske opbygning, funktioner samt finansiering. Arbejdsgruppen bør tage højde for referatets indhold.

#### **Overordnede og konkrete opgaver**

Arbejdsgruppen skal formulere en projektbeskrivelse for et fremtidigt velkomstcenter i Billund Kommune. En sådan projektbeskrivelse skal indeholde følgende punkter:

1. En hensigtsmæssig organisatorisk opbygning af velkomstcenteret.
2. Beskrivelse af de funktioner der skal varetages af velkomstcenteret.
3. Fysisk placering af velkomstcenteret.
4. En finansieringsplan, herunder opstartsmidler, driftsmidler og eventuelt relevante partnere.
5. En tidshorisont.

Det tilskrives at arbejdsgruppen indledende tager udgangspunkt i referatet fra mødet om velkomstcenteret den 8. september 2008.

### Bilag 2: Destinationserklæring.

Marts, 2009

#### Destinationserklæring mellem VisitBillund, Billund ErhvervsFremme og Visit-Denmark. Fase 2009.

Den. 22. december 2008 besluttede VisitDenmarks bestyrelse på vegne af hele dansk turisme at vedtage en ny fælles strategi.

Et centralt indsatsområde i strategien er fortsat fremme af stærke destinationer.

VisitDenmark igangsatte i 2007 et forløb for syv udviklingsdestinationer, der arbejder frem mod helårsturisme i 2015. I projektet er det blevet klarere og klarere, at en stærk organisering er en forudsætning for fokuseret destinationsudvikling. VisitDenmark har endvidere i sit destinationsudviklingsarbejde set på internationale erfaringer, hvor det er tydeligt, at stærke destinationer med Destination Management Organisations – DMO'er – har været afgørende for destinationernes succes.

Der er i Danmark en lang tradition for offentligt - privat samarbejde, og det er klart, at en dansk udgave af DMO'er skal tage udgangspunkt i såvel de bedste elementer fra udenlandsk praksis som de bedst fungerende erfaringer for dansk samarbejde.

VisitDenmark er blevet kontaktet af flere destinationer, der på egen hånd ønsker at igangsætte en egen drevet udvikling, der fører til dannelsen af en DMO. VisitDenmark er meget positivt stemt over for denne primært selvkørende udvikling, idet det er VisitDenmarks vurdering, at udviklingen af en DMO nødvendigvis må tage udgangspunkt i en stærk lokal vilje og opbakning.

Billund ErhvervsFremme fik 01. 01. 2008 overdraget turismeområdet af Billund Kommune, på baggrund af at det lokale turistråd nedlagde sig selv. I den forbindelse oprettede Billund ErhvervsFremme brandet VisitBillund, der skal synliggøre det arbejde organisationen gør indenfor turismeområdet og oplevelsesøkonomien. Foruden de almene driftsopgaver, er der blevet arbejdet målrettet mod at skabe en professionel og udviklingsorienteret organisation, der i højere og højere grad orienterer sig mod at skabe værdi for turismeerhvervet.

Det er VisitBillunds vurdering, at det er et naturligt skridt i udviklingen mod at etablere den eget drevet DMO, og der er derfor igangsat et forløb, der peger frem mod dette. I oktober 2008 besluttede VisitBillund, at der skal skabes en egentlig DMO:

Syddansk Turisme er en central partner, når det drejer sig om viden og bistand til udvikling, og begge parter vil sikre, at Syddansk Turisme inddrages i forløbet.

#### 1. Mål for samarbejdet og destinationserklæringen

Nærværende destinationserklæring regulerer samarbejdsrelationer og fælles aktiviteter mellem Billund ErhvervsFremme, VisitBillund og VisitDenmark. Samarbejdsaftalen skal sikre samordning og koordinering af processen frem mod at skabe en DMO i VisitBillund og i Danmark, så der for omverdenen skabes et klart og attraktivt billede af, hvordan en dansk DMO arbejder. På forhånd er der enighed om, at DMO'en inden 31.12.2012 skal have opbygget kompetencer på følgende områder:

- Strategi, planlægning og policy i forhold til en bæredygtig udvikling
- Tale turismens sag
- Samarbejde med eksterne videnspartnere

- Infrastruktur
- Rådgivning og udvikling af partnere
- Service og information
- Kompetenceudvikling
- Oplevelsesudvikling og kvalitetsovervågning

Formålet med erklæringen og hele processen frem mod at skabe en DMO i regi af VisitBillund er:

- at motivere landets øvrige destinationer
- at styrke den danske destinationsudvikling
- at undgå at begrebet 'DMO' udvandes
- at sikre, at relevant ekstern vidensbistand indhentes og kvalificerer begrebet
- at udarbejde et værktøj, der kan mål en destinations organisatoriske formåen
- at skabe en organisation, der har styrke og myndighed til at drive destinationsudviklingen

Destinationserklæringen indgås mellem organisationens direktions og træder i kraft 01.03.2009 og løber frem til 31.12.2009. Aftalen kan efterfølgende fornyes, hvis partnerne ønsker det. Destinationserklæringen kan opsiges af hver part med tre måneders varsel.

### **2. Generel arbejdsdeling i forhold til destinationsudvikling og markedsføring.**

Destinationserklæringen forpligter VisitDenmark, Billund ErhvervsFremme og VisitBillund på en fælles arbejdsdeling.

#### i) VisitDenmarks indsats

VisitDenmark tilbyder at deltage i det DMO-samarbejde, der faciliterer processen med rådgivning, sparring og kobling med relevant viden.

VisitDenmark sikrer endvidere, at der sker en løbende synliggørelse af projektet gennem hjemmesider – herunder Dansk Turisme på [www.visitdenmark.com](http://www.visitdenmark.com), magasiner, pressemeddelelser og lignende.

Endelig sørger VisitDenmark for, at projektet bliver tilført den analyseviden, der samles op under f.eks. helårsturismeprojektet, samt at der opsamles og deles relevant ny viden om området.

#### ii) VisitBillund og Billund ErhvervsFremmes indsats

VisitBillund og Billund ErhvervsFremme deltager sammen med eksterne videnspartnere og de øvrige destinationer, der på sigt indgår destinationserklæringer, i at skabe en model for en dansk udgave af DMO. VisitBillund og Billund ErhvervsFremme udarbejder modeller for samarbejde med partnere, gæster og egen organisation. VisitBillund og Billund ErhvervsFremme sørger for at skabe synlighed over for sine partnere og skaber bindende samarbejder og klar dokumentation for benefits for partnere i forhold til at indgå i samarbejdet.

#### iii) VisitDenmark, VisitBillund og Billund ErhvervsFremme

VisitDenmark, VisitBillund og Billund ErhvervsFremme vil desuden forsøge i samarbejde at tilvejebringe midler til projektet, f.eks. gennem ansøgning til puljen for Brugerdreven Innovation.

### **3. Øvrige samarbejdspartnere.**

VisitBillund og Billund ErhvervsFremme etablerer et forum, hvor relevante partnere samler deres ressourcer, og hvor den samlede proces frem mod at skabe en DMO i VisitBillund og Billund ErhvervsFremmes område koordineres. Dette sker for at sikre, at den samlede DMO-indsats er godt koordineret.

Deltagerne er:

- Syddansk Turisme
- VisitDenmark
- Syddansk Universitet
- Konsulentbureau
- Billund ErhvervsFremme udvalgte medlemmer

#### 4. Tidsplan

Processen tager udgangspunkt i, at VisitBillund og Billund ErhvervsFremme allerede har gennemgået følgende faser inden indgåelsen af destinationserklæringen:

- Gennemført indledende strategiproces: potentialeafdækning, bærende ide og organisering.
- Inddragelse af ekstern konsulentbistand
- Værdiarbejde med udgangspunkt i organisationen
- Interviews med kerneaktører
- Inddragende møder
- Bestyrelsesvedtagelse om at igangsætte processen
- VisitBillund er etableret som en del af hjertefamiliens grafiske identitet
- VisitBillund har etableret en internetbaseret asp-løsning, der er funderet på visitdenmark.dk

Den færdige og fuldt funktionsdygtige DMO er i drift fra 31. december 2012. Det er VisitBillunds vurdering, at det er nødvendigt at fokusere på organisationens egen adfærd, og gennem flere faser implementere DMO'en.

I 2009 gennemføres følgende faser:

- i) Afklaringsfasen. Det opstilles 10 teser om VisitBillund som DMO, som afprøves i løbet af 2009.
- ii) Udviklingsfasen
- iii) Implementering af DMO-adfærd
- iv) Evaluering af teser og effektmåling i forhold til nye måleværktøj for DMO'er.

**Billund**  
**Den 12.marts 2009**

-----  
**Dorte Kiilerich**  
**Adm. Direktør**  
**VisitDenmark (VDK)**

**Billund**  
**Den 12. marts 2009**

-----  
**Niels-Henrik Glisbjerg**  
**Erhvervschef,**  
**Billund ErhvervsFremme (BEF)**

### **Bilag 3: Partnerskaber**

Visitbillund-Centeret vil indledende arbejde med forskellige partnerskaber/netværk, som er forklaret herunder. Det understreges at de endelige ydelser som tilbydes partnere og netværk er under grundig udarbejdelse.

#### **VIP Partnere.**

VIP Partnere udgør den gruppe af Visitbillund-Centerets foretrukne partnere som har fortrinsret til at indgå i konkrete større profilskabende projekter i regi af Visitbillund, som turismens bærende kræfter i Billund området. Som VIP Partner har virksomheden adgang til at være med i et eller flere netværk efter eget valg.

Pris 2009: 25.000 kr. (+ moms)

#### **Partnere.**

Gruppen 'Partnere' udgøres af de større virksomheder, især overnatningssteder, der arbejder indenfor turismebranchen. Som Partner har du adgang til at være med i et eller flere netværk uden beregning.

Pris 2009: 15.000 kr. (+ moms)

#### **Velkomstcenter-netværk.**

Deltagelse i Visitbillunds Velkomstcenter Netværk er forbeholdt mindre virksomheder, der ikke er oplagte deltagere i de øvrige netværk, f.eks. restauranter, butikker og kunsthåndværkere.

Pris 2009: 3500 kr. (+ moms)

#### **Event Netværk.**

Netværket skal bidrage til at markere Billund-området som et oplagt sted for afholdelse af såvel store som små events. Visitbillund Events vil være ansvarlig for at koordinere salgsarbejdet og afviklingen af kultur- og sportsevents samt for intern kommunikation, koordinering mellem interessenter. Målgruppen er virksomheder, der ønsker at bidrage til den stadige udvikling af byens events.

Pris 2009: 3000 kr. (+ moms)

#### **Uddannelses-netværk.**

Deltagelse i VisitBillund-Centerets Uddannelses-netværk er forbeholdt uddannelsesinstitutioner, som vurderet af visitbillund kan tilbyde et relevant uddannelsesprodukt indenfor turismebranchen.

Pris 2009 kr. 3000 kr. (+ moms)

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---

### Bilag 4: Forslag til partnere i VisitBillund-Centeret.

	VIP Partnere	Partnere	Velkomstcenter- netværk	Uddannelses- netværk
6 x bidragsydere fra området, herunder større attraktioner og kommuner.	150.000			
30 x bidragsydere fra området, herunder overnatningssteder, handelsstandsforeninger mv. fra området.		450.000		
20 x bidragsydere, herunder små overnatningssteder, udlejere, butikker mv.			70.000	
2 x bidragsydere, herunder uddannelsesinstitutioner				6000
I alt				676.000

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---

### Bilag 5: Aktivitetsbudget for turisme i Billund ErhvervsFremme 2009.

Indtægter		Udgifter	
Rammebevilling, Billund Kommune	195.000	Naturjyllands- guiden	20.000
Annoncesalg, turistbrochure	600.000	Informationsstand v. LEGOLAND®	60.000
Annoncering på visitbillund.dk	50.000	Hosting af Visitbillund.dk	30.000
Solgte standpladser på feriemesser	35.000	4 nye sprogversioner, visitbillund.dk	200.000
Booking-provision	10.000	Messedeltagelse	120.000
		Turiststand i Billund Airport	5000
		Diverse	70.000
		Tryk af turistbrochure	300.000
		Omk. ved annoncesalg, sats, layout mv.	150.000
		Distribution	50.000
I alt	890.000		1.005.000
Resultat			-115.000

Ovenstående giver specificeret indsigt i budgettallene for posterne 'turismefremme' og 'turismeindtægter' i bilag 6.

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---

### Bilag 6: Finansieringsplan.

#### Opstartsmidler 2010:

Indtægter		Udgifter	
Tilskud, Billund Kommune	500.000	Etableringsudgifter	500.000

#### Drift:

Status 2009: Omregnet driftsbudget for turismefremme i Billund ErhvervsFremme i 2009:

Indtægter		Udgifter	
Turismeindtægter	890.000	Turismefremme	1.005.000
Kontingenter	170.835	Lønafregning	716.000
		Husleje, porto mv.	75.000
		Diverse	25.000
I alt	1.060.835		1.821.000
Resultat			- 760.165

Pt. tages der 760.165 kr. af basisbudgettet for erhvervsfremme og bruges på turismefremme. Lønafregning dækker 1 fuldtidsmedarbejder, 1 flexmedarbejder og deltidsmedarbejder (sekretær, hvis arbejdsopgaver også er i turisme).

Husleje, porto mv., er 50 % af Billund ErhvervsFremmes samlede udgifter på dette område.

Turismefremme dækker det i det vedlagte bilag angivne.

Vedr. kontingenter er der taget udgangspunkt i, at 35 % af ErhvervsFremmes eksisterende kontingenter vedrører oplevelsesøkonomien. Dette inkluderer også f.eks. detailhandlen.

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---

Bemærk: Adskilles turismefremme og erhvervsfremme i 2 CVR-numre, vil det ikke længere være muligt at lave moms-afløftning på flere af udgifterne, og således skal den potentielt fremtidige turismeorganisation betale bl.a. Lønsumsafgifter mv. En estimeret samlet forøgelse af underskuddet vil ligge på omkring 15 %.

De følgende sider viser udviklingen i driftsbudgetet 2010-2013.<sup>10</sup>

### Driftsbudget 2010

<b>Indtægter</b>		<b>Udgifter</b>	
Turismefremme	890.000	Turismefremme	1.005.000
Partnerskaber/Netværk	500.000	Husleje	300.000
Driftstilskud, Billund Kommune	1.000.000	El/varme	80.000
Salg af souvenirs	20.000	Forsikringer	20.000
Salg af synlighed	100.000	Vedligeholdelse og drift	30.000
Salg af billetter	100.000	Lønninger	1.716.000
Salg af bookinger	100.000	Diverse	25.000
I alt	2.710.000		3.176.000
Resultat			-446.000

Udgangspunktet for dette budget er en fortsættelse af turismefremme-aktiviteterne fra 2009, da de primære udviklingsopgaver i 2010 vil fokusere på erhvervelse af partnere. Der vil være et underskud i VisitBillund-Centerets første leveår.

---

<sup>10</sup> Bilag 7 uddyber 'Salg af Synlighed'

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---

### Driftsbudget 2011

<b>Indtægter</b>		<b>Udgifter</b>	
Turismefremme	1.000.000	Turismefremme	905.000
Partnerskaber/Netværk	800.000	Husleje	300.000
Driftstilskud, Billund Kommune	1.000.000	El/varme	80.000
Salg af souvenirs	20.000	Forsikringer	20.000
Salg af synlighed	100.000	Vedligeholdelse og drift	30.000
Salg af billetter	100.000	Lønninger	1.716.000
Salg af bookinger	100.000	Diverse	25.000
I alt	3.120.000		3.076.000
Resultat			44.000

I 2011 forventes det, at VisitBillund-Centerets etablering langsomt stabiliseres, og det forventes at driftsbudgettet ikke giver underskud.

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---

### Driftsbudget 2012

Indtægter		Udgifter	
Turismefremme	1.500.000	Turismefremme	1.400.000
Partnerskaber/Netværk	1.000.000	Husleje	300.000
Driftstilskud, Billund Kommune	1.000.000	El/varme	80.000
Salg af synlighed	150.000	Forsikringer	20.000
Salg af billetter	100.000	Vedligeholdelse og drift	30.000
Salg af bookinger	150.000	Lønninger	1.900.000
Salg af souvenirs	20.000	Diverse	25.000
I alt	3.920.000		3.755.000
Resultat			65.000

I 2012 er der fokus på indtjening igennem nye aktiviteter for at skabe et større overskud til 2014, hvor Billund Kommunes driftstilskud frafalder. Det forventes af udgiftsposterne 'Turismefremme' og 'Lønninger' stiger, da alle de tidligere angivne arbejdsopgaver vil være implementeret i hverdagen på dette tidspunkt.

## Notat vedrørende VisitBillund-Centeret

---

### Driftsbudget 2013

<b>Indtægter</b>		<b>Udgifter</b>	
Turismefremme	2.000.000	Turismefremme	1.400.000
Partnerskaber/Netværk	1.000.000	Husleje	300.000
Driftstilskud fra Billund Kommune	1.000.000	El/varme	80.000
Salg af billetter	100.000	Forsikringer	20.000
Salg af bookinger	150.000	Vedligeholdelse og drift	30.000
Salg af souvenirs	20.000	Lønninger	2.000.000
Salg af synlighed	150.000	Diverse	25.000
I alt	4.420.000		3.855.000
Resultat			565.000

Det forventes at VisitBillund-Centeret i 2013 har en stabil indtjening på minimum 2.000.000 kr., og begynder at vise et resultat der gør VisitBillund-Centeret levedygtigt uden driftstilskud fra Billund Kommune.

### **Bilag 6: Salg af synlighed.**

Som inspiration til yderligere salg af synlighed kan der f.eks. tages udgangspunkt i et oplæg udstukket fra [visitaarhus.com](http://visitaarhus.com):

#### **VisitAarhus Channel**

VisitAarhus Channel viser reklamer og information på 50" plasmaskærme placeret centralt i forhold til, hvor forbrugerne lader sig eksponere for skærmene. Med visninger på VisitAarhus Channel når dit budskab ud til de attraktive målgrupper. De bliver vist ca. 450 gange dagligt fordelt over hele døgnet, hvilket svarer til ca. 14.000 månedlige visninger. Dertil kommer, at de bliver vist sammen med opdaterede informationer med aktuelle aktiviteter og events i Århus.

#### **Udstillingsareal i VelkomstCenterets lokale**

VisitAarhus Velkomstcenter ligger centralt placeret på Banegårdspladsen i hjertet af Århus. De store vinduesarealer ud mod Banegårdspladsen er oplagte udstillingsområder for virksomheder, som ønsker at komme i kontakt med kunderne tæt på centrum. VelkomstCenteret er et ideelt showroom, hvor skiftende udstillinger og reklamer inspirerer turister og århusianere til at udforske byen, kulturen, finde de fantastiske shoppingmuligheder og de små cafeer. Vær med og sæt fokus på din virksomhed!

#### **Velkomstcenternetværk**

Som medlem af VisitAarhus Velkomstcenternetværk bliver din virksomhed præsenteret på den officielle hjemmeside [www.visitaarhus.com](http://www.visitaarhus.com) med link til egen hjemmeside. Din virksomhed vil dermed også være repræsenteret på VelkomstCenterets publikums pc'er, som benyttes af de mange gæster til informationssøgning og inspiration til overnatning, shopping, kultur, events. Ja ideer og inspiration til et ophold fuld oplevelser i Århus. Du vil samtidig have mulighed for at præsentere din virksomheds brochurer i Publikumsområdet, så også de gæster, som ikke ønsker at benytte publikums-pc'erne kan få kendskab til din virksomhed.

#### **Brochurer i publikumsområdet**

Er din virksomhed uden for Århus kommune, kan du naturligvis også få synlighed i publikumsarealet i VisitAarhus Velkomstcenter. Mange turister kommer langvejs fra og ønsker at besøge andre steder i Danmark. Også århusianerne søger og finder rigtig mange ideer til deres næste ferie, weekendophold med mere i Danmark.

#### **Lej en Rickshaw**

VisitAarhus ejer 3 rickshaws, som indgår som et mobilt Informationscenter ved større events, aktiviteter, arrangementer og lign. Din virksomhed har mulighed for at leje disse rickshaws, og benytte dem til mange forskellige lejligheder – f.eks. reklameplads, informationsstand og meget mere. Dertil kommer, at din virksomhed har mulighed for at købe annonceplads på hjulkapsler,

## **Notat vedrørende VisitBillund-Centeret**

---

som bliver monteret på rickshawen, og dermed blive synlig ved disse store events, aktiviteter og lign. på stedet.

### **Andre former for synlighed**

Brænd ikke inde med en idé, et forslag eller et spørgsmål – der er uendelig mange muligheder for at samarbejde omkring synlighed og markedsføring i byens Velkomstcenter. Kig derfor forbi og hør nærmere om, hvordan din virksomhed får den bedste profilering over for byens gæster og borgere.

-----

Det er planen at VisitBillund-centeret skal udvide mulighederne for tilkøb af ekstra synlighed på baggrund af en samtale med erhvervslivet der skal hjælpe til at kortlægges deres behov.