

# REFERAT Erhvervs- og Turismeudvalget d. 14-11-2018

**Mødedato** Onsdag d. 14. november 2018 kl. 14:00

**Mødested** 188

## **Indholdsfortegnelse**

Budgetopfølgning pr. 31. oktober 2018.....	3
Nøgletal 2018 for 3. kvartal.....	4
Evaluering af højsæson 2018.....	6
Markedsføring: Resultater, målgrupper og medier.....	7
Madmødet 2020.....	8
Orientering fra formanden/forvaltningen/øvrige udvalgsmedlemmer.....	10
Lukket: Meddelelser .....	11

## Punkt 1: Budgetopfølgning pr. 31. oktober 2018

00.01.00-Ø00-9-18

### Sagsfremstilling

MH/SB - ET

Forvaltningen har udarbejdet budgetopfølgning pr. 31. oktober 2018, hvor der forventes et mindreforbrug på 594.000 kr. på driften.

Drift (1.000 kr.)	Vedtaget budget 2018	Korrigeret budget 2018	Forbrug pr. 31.10.2018	Forventet regnskab 2018	Afvigelse
Erhvervsudvikling og turisme	11.619	12.102	9.282	11.508	594

Det forventede mindreforbrug skyldes primært:

- Strategisk Erhvervsservice 400.000 kr.
- Early Warning 180.000 kr.

På anlægssiden forventes et mindreforbrug på 2.696.000 kr.

Anlæg (1.000 kr.)	Korrigeret budget 2018	Forbrug pr. 31.10.2018	Forventet regnskab 2018	Afvigelse
Byomdannelse - Trekantsområdet	3.096	296	400	2.696
Thorsminde-projektet	-1.235	0	-1.235	0
Anlægsudgifter i alt	1.861	296	-835	2.696

Der er tale om genbevillinger til Trekantsområdet på 3.096.000 kr. og Thorsminde-projektet på -1.235.000 kr. Den negative genbevilling skyldes, at den eksterne finansiering først bliver udbetalt ved projektets afslutning/godkendelse. Budgetopfølgningen giver ikke anledning til yderligere bemærkninger.

### Indstilling

Det indstilles, at budgetopfølgningen godkendes.

### Beslutning

Godkendt som indstillet.

Ole Andersen (A) deltog ikke under behandling af punktet.

## Punkt 2: Nøgletal 2018 for 3. kvartal

24.10.00-A00-9-18

### Sagsfremstilling

MH/STH - ET

#### Erhverv:

Fortsat god aktivitet i den lokale erhvervsservice

STARTVÆKST Holstebro har i de tre første kvartaler i 2018 vejledt 187 iværksættere og virksomheder. Hvis udviklingen fremskrives for hele året, vil det give omkring 250 vejledninger, hvilket svarer til niveauet for de tidligere år.

Af de vejledte er 101 virksomheder og iværksættere blevet henvist til private rådgivere, hvilket er lidt færre end i 2017.

Årsagen vurderes at være de ændringer i Holstebro ErhvervsPas som udvalget vedtog i foråret.

Iværksætterkurser: Der har siden 2012 været en stabil efterspørgsel på iværksætterkurser med mellem 25-30 deltagere fra Holstebro Kommune på hvert kursus.

#### Øget aktivitet på de regionale vækstprogrammer

STARTVÆKST Holstebro har henvist 5 iværksættere og 50 virksomheder til specialiseret erhvervsservice hos Væksthus Midtjylland. Særligt i forhold til de henviste virksomheder er der sket en markant udvikling, da de regionale vækstprogrammer blev aktive i andet halvår af 2018. Med 50 henviste virksomheder er der allerede henvist flere virksomheder til Væksthuset i 3. kvartal 2018, end der blev i hele 2016.

#### Gazeller i fuld fart

Børsen har netop offentliggjort de årlige Gazellelister. Holstebro har i 2018 23 gazellevirksomheder. Af de 23 gazeller er tre gazeller ikke i målgruppen for erhvervsservice. Af de resterende 20 har 16 været i kontakt med den lokale erhvervsfremme inden for de to sidste år.

#### Stort fremmøde til Erhvervsnetværksmøder i landdistrikterne

Der opleves stor tilslutning til de netværksaktiviteter, udvalget har igangsat i Holstebro Kommunens landdistrikter i regi af projektet Landby Erhvervsklynger. Der er gennemført 6 møder med i alt 139 deltagere. Der er i efteråret sat fokus på dels den nye dataforordning, dels på kendskab og samarbejde mellem lokale virksomheder.

#### Turisme:

Efter 8 års skarp fokusering på de 3 turisme oplevelsesfyrtårne:

Thorsminde by - ved Vestkysten

Holstebro by - Vestkystens kultur- og shoppingcentrum

Handbjerg Marina - ved Limfjorden

fremkommer det nu tydeligt, at vi kan høste frugterne af den målrettede turismeindsats. Temaerne FKK-strand, hundevenlig destination og vandring er de områder, der har bidraget særligt til væksten i turismen. Holstebro Kommune har i perioden oplevet en konstant vækst i overnatninger og turismeomsætningen. Også isoleret set fra 2017 til 2018 i perioden januar til august opleves der en fremgang i overnatninger fra 519.020 overnatninger i 2017 til 531.487 i 2018. Ser man på turismeomsætningen fra 2010 på 497 mio. kr. til den seneste opgørelse for 2016, er tallet 930 mio. kroner - da bliver væksten endnu mere tydelig. Til sammenligning har samarbejdskommunerne: Lemvig Kommune i 2016 realiseret en turismeomsætning på 652 mio. kroner, og Struer Kommune 306 mio. kroner jfr. Turismens økonomiske betydning i Danmark 2016, udgivet af VisitDenmark, september 2018.

#### Turisterne i Holstebro er digitale

Det fremkommer af statistikken, at gæsterne i Holstebro Kommune søger deres oplevelser digitalt. Hjemmesiden VisitHolstebro.dk har oplevet en markant fremgang i besøgende siden 2008, og er således steget fra 40.409 besøgende i 2010 til 209.620 besøgende i 2018 år til dato. VisitHolstebro-hjemmesiden er den mest besøgte hjemmeside sammenlignet med de øvrige kommuner i Partnerskabet Enjoy Limfjorden (Skive, Struer, Morsø, Lemvig og Holstebro). Særligt i månederne i højsæsonen (juli til august) har VisitHolstebro.dk oplevet en markant fremgang. Ligeledes stiger antallet af likes på VisitHolstebros Facebookside, og har i dag 2150 likes.

#### Turisterne i Holstebro kommer ikke på bureauet

Der er derimod oplevet et fald i antallet af besøgende på Holstebro Turistbureau, som i perioden 1. januar til 1. november har haft 592 personlige ekspeditioner mod 1015 personlige ekspeditioner i 2017. Sammenlignes der med tidligere år

opleves det især, at de udenlandske gæster ikke finder vej til bureauet.

### **Indstilling**

Det indstilles, at udvalget tager nøgletal for erhverv og turisme til efterretning.

### **Beslutning**

Taget til efterretning.

Ole Andersen (A) deltog ikke under behandling af punktet.

## Punkt 3: Evaluering af højsæson 2018

24.05.00-A00-23-18

### Sagsfremstilling

MH/STH - ET

Enheden for Erhverv og Turisme har i samarbejde med turister, partnere, ambassadører og aktører udarbejdet en evaluering af aktiviteter i højsæsonen 2018 herunder:

Holstebro Kommune har i årets 7 første måneder oplevet en positiv udvikling i overnatningerne

	2017 jan-juli	2018 jan-juli
Samlede overnatninger	402.682	420.423
Camping-overnatninger	70.406	83.777
Hotel og fericenter-overnatninger	31.057	28.139
Overnatninger i feriehuse	298.552	306.462

Turistservice for alle:

Infomøder i forbindelse med generalforsamling i handelsstandsforeningerne i henholdsvis Vinderup og Ulfborg

Decentral Turistinformation - turistambassadørkorps

Fælles højsæsonprogram

Sommerhusmapper

Distribution af materialer

Tegnekonkurrence "Maren"

Turismeprojekter:

Certificeret vandrerute i Vester Husby Klitplantage

Græm Strand som FKK strand

Hundevenlig destination - Hundeguide, Hunde Happening og hundeæsker

Oplevelsespakker - På sporet af guder og gåder, En Klasse for Sig, GoGreen, Fjordens Fortryllende fortællinger - Skærum Mølle m.v.

Lokale fortællinger i Limfjordsområdet

Havnehop på Limfjorden

Markedsføring og kommunikation

Presseture, annoncering i trykte og online medier, sociale medier - VisitHolstebro.dk og facebook.

Erhvervs- og turismechef Susanne Toftegaard Hansen præsenterer evalueringen nærmere på mødet.

### Indstilling

Det indstilles at, udvalget tager evalueringen til efterretning.

### Historik

Erhvervs- og Turismeudvalget, 24. oktober 2018, pkt. 6:

Udsat til næste møde.

Jytte Didriksen (A) deltog ikke under behandling af punktet.

### Beslutning

Taget til efterretning.

Ole Andersen (A) deltog ikke under behandling af punktet.

## **Punkt 4: Markedsføring: Resultater, målgrupper og medier**

24.05.00-A50-3-18

### **Sagsfremstilling**

MH/STH - ET

Markedsføringen af Holstebro Kommune har i 2018 været fokuseret på det danske, tyske og norske marked med såvel online som trykte kampagner i de respektive lande.

#### **Marked Danmark**

Markedsføringen målrettet de danske gæster har været fokuseret på målgrupperne voksne par (det gode liv) og familier med børn (sjov, leg og læring). Markedsføringen har foregået via både online og offline annoncering. Den online markedsføring har foregået via bannere på henholdsvis Jyllandsposten.dk og Politiken.dk, Elsker Danmark online kampagner og VisitHolstebroplatformene Visitholstebro.dk, Facebook og Instagram. De trykte annoncer har været i medierne Politiken, JyllandsPosten, Kristeligt Dagblad, Dagbladet Informations Rejsemagasin, Tourist Update, Ulfborg Vemb Guiden og VisitHolstebros højsæsonprogram. Markedsføringen har været fokuseret på natur- og kulturoplevelser i Holstebro Kommune.

#### **Marked Tyskland**

Markedsføringen målrettet de tyske gæster har ligeledes været fokuseret til målgrupperne voksne par og familier med børn. Markedsføringen har kørt gennem Nordsee-kampagnen i regi af VisitDenmark i Tyskland. Temaerne i den tyske markedsføringskampagne har været FKK-strand, Hundevenlig destination og vandring.

#### **Marked Norge**

Markedsføringen målrettet de norske gæster har hovedsageligt været fokuseret mod de modne par. Markedsføringen har foregået såvel online som offline. Den online markedsføring har været i regi af VisitDenmark i Norge og den trykte i JyllandsGuiden. I forhold til det norske marked har temaerne været hygge, kroferie og det gode liv.

Kampagnerne er generelt blevet modtaget rigtigt godt i de respektive lande, og flere emner performede over de mål, som VisitDenmark indledningsvist havde opstillet. F.eks. har emnerne FKK ved Græm Strand genereret stor interesse for Holstebro Kommune på det tyske marked og film om kroferie på det norske.

Kampagnerne og resultaterne vil blive præsenteret på udvalgmødet.

### **Indstilling**

Det indstilles, at udvalget tager præsentationen til efterretning.

### **Beslutning**

Taget til efterretning.

Ole Andersen (A) deltog ikke under behandling af punktet.

## Punkt 5: Madmødet 2020

24.05.00-A00-32-18

### Sagsfremstilling

MH/STH - ET

Midt- og Vestjylland er Danmarks spisekammer. Der produceres i stor volumen, og råvarerne er gode. Madmødet 2020 initieres af Business Region MidtVest (BRMV) og skal danne ramme for tre dage i perioden den 14. - 16. maj 2020, hvor maden og fødevarerne er i centrum - med debat, leg, smagninger, udvikling og meget mere.

Formål:

Formålet er todelt:

1) At sætte Midt- og Vestjylland på den politiske agenda i forhold til fødevarerproduktion og -udvikling. BRMV har en strategi, der tilkendegiver, at Midt- og Vestjylland er Danmarks spisekammer. Dette fordi der produceres stor volumen, og vores råvarer er gode. Men der er ikke stor volumen i lokale specialiteter fra området. Måske derfor indkøber Michelin-restauratørene i Danmark stort set ikke ind af vestjyske fødevarer. Madmødet vil sætte fokus på, hvordan vi får primærproduktionen til i højere grad at tænke i produktudvikling end i bulk leverancer. Dette ud fra den præmis, at efterspørgslen og klimadagsordenen resulterer i, at det er i gode, lokale råvarer, at fremtidens indtjening ligger.

2) At brande og markedsføre Midt- og Vestjylland som hotspot for fødevarer. Madmødet består derfor også af en folkelig del, der præsenterer lokalbefolkningen for områdets fødevarer og engagerer hele værdikæden fra landbrug, til producenter, til forbrugere. Rammen skal skabes, så fiskeren, landmanden, producenten, detailhandleren og restauratøren møder forbrugeren - og hinanden. Desuden skal foodies og madnørder præsenteres for områdets fremragende råvarer og potentialer.

Følgende karakteristika skal være omdrejningspunkter for MADMØDET:

- Virksomheder og forbrugere
- Fokus på hvad vi kan i området
- Identitetsskabende
- Stolthed og fællesskabsfølelse
- Branding
- Uddannelse og fødevarerkompetencer

Derudover består MADMØDET af tre hovedelementer:

1. En politisk del - herunder branchepolitisk - med nationale og internationale stakeholders, der sætter fokus på fremtidens fødevarerproduktion og efterspørgsel. Dagen sætter desuden fokus på, hvilken berettigelse de lokale produkter har, og hvad værdien af den lokale fødevarerproduktion er. Det sker via oplæg og debatter mellem meningsdannere, politikere, virksomhedsrepræsentanter og andre relevante aktører.
2. Branche del – med aktiviteter der giver kokke og madnørder mulighed for at arbejde med midt- og vestjyske råvarer.
3. En involverende og folkelig del - arrangementer i kategorien "kom, se og smag" og møde mellem producenter og forbrugere - herunder målrettet skolebørn.

Organisering:

Udviklingen af MADMØDET sker med udgangspunkt i bestyrelsen for Udviklingsplatform for Midt- og Vestjyske Fødevarer suppleret med BRMV sekretariatet, som er overordnet ansvarlig. Der skal være én overordnet projektleder på hver dag, som står for koordinering, udvikling og fremdrift af aktiviteter, og som kan assistere efter behov ned i de enkelte aktiviteter/arrangementer.

Projektlederne understøttes af en projektgruppe bestående af ressourcer fra kommunerne, virksomheder, uddannelsesinstitutioner og organisationer. Projektlederne kan projektansættes i BRMV sekretariatet eller stilles til rådighed af kommunerne.

### Indstilling

Det indstilles, at Holstebro Kommune bidrager med en projektleder (turismekoordinator) på halv tid i perioden fra januar 2019 til juni 2020.

### Beslutning

Godkendt som indstillet.

Ole Andersen (A) deltog ikke under behandling af punktet.

## **Punkt 6: Orientering fra formanden/forvaltningen/øvrige udvalgsmedlemmer**

00.01.58-A00-2-17

### **Sagsfremstilling**

MH - Fællesmøde vedr. DI-måling 2018 mellem Teknisk Udvalg og Erhvervs- og Turismeudvalget den 15. januar 2019 kl. 15.00 - 16.00.

### **Beslutning**

Orientering givet.

Ole Andersen (A) deltog ikke under behandling af punktet.

## **Punkt 7: Lukket: Meddelelser**

00.01.00-G01-33-17