

## Slutrapport, DEM-projekt

Når et projekt med medfinansiering fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses Decentrale Erhvervsfremmemidler (DEM) afsluttes, er det vigtigt at få beskrevet projektets vigtigste resultater og samlet op på de gode – og eventuelt mindre gode – erfaringer, der er indhøstet undervejs. Erfaringerne skal bruges til læring og input til at skabe endnu bedre og mere effektfulde projekter i fremtiden.

Projektets resultater og erfaringer skal beskrives af tilsagnsmodtager i den såkaldte **slutrapport**, der skal afleveres til Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse samtidig med det afsluttende regnskab for projektet.

**NB:** Hvis projektet slutevalueres af Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses evaluator, vil denne evalueringsrapport erstatte slutrapporten. Tilsagnsmodtager kan i så fald vælge at udarbejde sin egen slutrapport, men det er ikke noget krav.

Hvis projektet derimod ikke slutevalueres af Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses evaluator, skal tilsagnsmodtager sørge for at få udarbejdet slutrapporten.

Slutrapporten skal udfyldes i den nedenstående skabelon for at sikre sammenlignelighed på tværs af projekter.

Slutrapporten vil blive offentliggjort på [Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses hjemmeside](#).

Slutrapporten skal derfor skrives, så den kan læses og forstås af personer uden forudgående kendskab til projektet. Skriv gerne i et kort, klart og aktivt sprog. Og brug gerne underoverskrifter og punktopstillinger, som gør teksten overskuelig og læsevenlig.

Hvis projektet er evalueret af en ekstern evaluator, som projektet selv har udvalgt, kan resultaterne fra denne evaluering med fordel indarbejdes i slutrapporten.

*Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, september 2021*

## Skabelon for slutrapport (max 10 sider)

### Stamdata om projektet

Ud for "journalnummer" skrives projektets journalnummer hos Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

De samlede projektudgifter og medfinansieringen skal matche det endelige projektregnskab. Hvis tilsagnsmottager er i tvivl om medfinansieringen, bedes man kontakte Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Alle beløb bedes oplyst i hele kr.

**Projekttitle:** "TURISME & TRANSAKTIONER - Pilotprojekt om betalingskortdata"

**Journalnummer:** TUR-20-0077

**Projektperiode:** 15.05.2020-31.12.2021

**Samlede projektudgifter (kr.):** 1.860.000 kr.

**Medfinansiering fra DEM-midler (kr.):** 930.000 kr.

### 1. Projektets formål og vigtigste partnere

Her beskrives kortfattet projektets formål, inkl. målgruppe. Herudover beskrives hvilke partnere (erhvervsfremmeaktører, uddannelses- og videninstitutioner, virksomheder mv.), der har bidraget til at gennemføre projektet, og hvilke roller partnerne hver især har udfyldt i projektet.

Partnerne (VisitDenmark, Erhvervshus Fyn/DestinationFyn, VisitAarhus samt Center for Regional og Turismeforskning) har med dette pilotprojekt ønsket at skabe ny og forbedret viden via transaktionsdata til brug for både destinationers og turismeerhvervets produktudvikling og markedsføring. Projektet har haft til formål at forøge og aktualisere den tilgængelige viden om mobiliteten af udenlandske (evt. også danske) turister på og mellem destinationer samt indhente ny og mere aktuel viden om volumen af rejsende og deres forbrug fordelt på forbrugsposter på deres besøg rundt i Danmark. Sekundært skulle projektet også afdække mulighederne for at indhente ny viden om endagsturismen og anden ikke-kommerciel turisme samt på forbrug i andre områder end overnatningskommunen. Alle disse områder er i dag underbelyste, da eksisterende dataindsamlingsmetoder kommer til kort. Kan disse data fås på lokalt niveau, vil belysningen heraf hjælpe de danske destinationer med at få bedre overblik over målgrupper af turister samt disses specifikke mobilitet og forbrug til gavn for destinationsudvikling og en mere effektiv markedsføring. Og destinationerne vil også være bedre i stand til at hjælpe "deres" erhvervsaktører med virksomhedsspecifik forretningsudvikling, produktudvikling og markedsføring.

Projekt er tilrettelagt og gennemført som en pilot med fokus på nationalt/markeds niveau og destinations/kommunalt niveau (Århus og omegn samt Fyn og øer). VisitDenmark har haft den primære dialog med betalingskortleverandørerne og har i samarbejde med de 2 destinationer involveret relevante erhvervsaktiviteter bl.a. i diverse workshops, der afdækkede værdi og udbytte for turismeaktørerne ved at anvende betalingskortdata. CRT har bidraget med viden om, hvordan TØBBE kan forfines.

Pilotprojektet skulle munde ud i en plan for udrulning af en national model/et nationalt værktøj, inkl. en selvfinansierende finansieringsmodel.

## 2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Her beskrives kort de vigtigste aktiviteter, som har været gennemført i projektet, de skabte output samt resultater/effekter. Med hensyn til resultater/effekter beskrives både de allerede skabte resultater/effekter og de resultater/effekter, som forventes at indtræffe, efter projektet er afsluttet.

Beskrivelsen af projektets aktiviteter, output og resultater/effekter skal tage udgangspunkt i den endelige ansøgning og det output- og effektskema, som tilsagnsmodtager afleverer til Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse i forbindelse med projektets afslutning. Det er ikke nødvendigt at omtale alle indikatorer. Dog skal antal deltagende virksomheder/personer samt resultat-/effektindikatorer altid omtales. Vigtige resultater, som ikke er målt med indikatorer, bør også omtales.

I projektbeskrivelsen stod nævnt, at der skulle gennemføres min. 4 workshops. Reelt blev der gennemført det dobbelte. I 2021 blev der således gennemført 1 workshop med VISA, 1 workshop med Master Card og 1 med Nets. De 2 planlagte workshops i Aarhus blev skåret ned til 1 (erhvervsaktører og offentlige aktører blev inviteret til samme workshops for at afdække tværgående behov og løsningsmuligheder), og der blev gennemført en workshop på Fyn med en bred erhvervsdeltagelse. Endelig er der gennemført et par interne workshops med VisitDenmarks markedskontorer mhp. intern forankring og idegenerering ift. værdiskabelse for destinationer og erhverv, samt 1 workshop med en række andre destinationer mhp. dialog om udvikling af det landsdækkende formidlingsværktøj.

De to øvrige outputmål var udvikling af 10 produktudviklings- og 10 markedsføringsideer for erhvervsvirksomheder. I projektperioden viste det sig, at transaktionsdatasættene giver ufatteligt mange muligheder for indsigter, men pga GDPR-regler kan data ikke trækkes ud på enkeltvirksomhedsniveau. Indsigterne kan i stedet bidrage til ideer både på branche-, kommune/destinations- og nationalt niveau – dog bør man virkelig forstå data og være forsigtig med at foretage fejlslutninger. I forbindelse med gennemførelsen af ovennævnte workshops med erhvervsdeltagelse blev der fokuseret på at præsentere og diskutere 6 use-cases med produktudviklings- og/eller markedsføringspotentialer på kommune og destinationsniveau. Use-casene var blevet udarbejdet i samarbejde med en ekstern konsulentvirksomhed, der bidrog med kompetencer og viden inden for turisme og turismeerhverv. Use-casene omfattede fx indsigter i, hvordan turisterne bevæger sig (rent fysisk), og hvilke typer forbrug de har haft.

Det første af de opstillede effektmål var, at 3 af ovenstående ideer skulle igangsættes inden for projektperioden. Dette er ikke endnu sket, da parterne i stedet lagde vægt på at validere og forstå data og indsigter til bunds.

Det andet opstillede effektmål var, at minimum 2 destinationer kan anbefale det udviklede nationale værktøj. Den endelige værktøjsløsning er ikke blevet færdigudviklet i løbet af pilotperioden, men Erhvervshus Fyn/Destination Fyn og VisitAarhus anbefaler klart, at værktøjet færdigudvikles fx i form af et simpelt dashboard, årlige rapporter, kvartalsvise minirapporter eller add-ons til VDKs destinationsrapporter, da både de og deres lokale partnere ser værdien i de konkrete indsigter fra transaktionsdata. Der er på baggrund af ovennævnte konsulentrapport med de 6 use cases udviklet et "testkit" til destinationspartnere, der kan betragtes som tættest på en kvartårlig minirapport. Formålet med use case kits var at formidle brugbarheden af indsigterne fra den nye kilde, samt at teste efterspørgselsniveau blandt destinationspartnere.

Reelt kræves dog lidt mere tid og ressourcer end der har været mulighed for i pilotprojektet til at teste især formatet, men også brugbarheden af indsigtsleverancerne af den nye datakilde i forhold til de forskellige målgrupper. Destinationerne vurderes at være den primære målgruppe, der kan videreformidle til det lokale erhverv. En udvidet dashboardløsning vurderes at være for bred og kompleks for alle destinationspartnere, da der kan opstå udfordringer med fortolkning og brug af resultaterne baseres på et helt nyt datagrundlag, men et simplificeret dashboard kunne være et godt sted at starte. En årlig rapport kunne også være en god løsning til partnere, der ikke har kom-

## 2. Projektets vigtigste resultater/effekter

petencer eller brug for løbende monitorering (i form af dashboardet). Den optimale formidlingsløsning kræver således en præcisering af omfanget og formen samt et planlagt introduktions- og oplæringsforløb med de fremtidige brugere.

Ud over anbefalingen fra ErhvervsFyn/Destination Fyn og VisitAarhus viser den gennemførte workshop med andre destinationer i Danmark viser også en klar interesse i hurtigt at få udviklet et nationalt værktøj i løbet af 2022, hvilket sandsynliggør opnåelse af det langsigtede mål om, at 10 destinationer bruger værktøjet med udgangen af 2022 og yderligere 8 med udgangen af 2024.

## 3. Erfaringer og læring

Her beskrives de vigtigste erfaringer og læring, som tilsagnsmottager og de øvrige partnere bag projektet har gjort sig, og som man bør holde sig for øje, hvis man skal gennemføre lignende projekter i fremtiden. De mindre gode erfaringer kan være mindst lige så vigtige at få beskrevet som de gode.

Fokus skal være på, om projektets effektkæde (årsags-virkningssammenhænge) hang sammen som ventet, dvs. førte de gennemførte aktiviteter til de forventede output og effekter? Hvis de gennemførte aktiviteter ikke førte til de forventede output og effekter, skyldtes det så, at en eller flere af de kritiske forudsætninger bag projektets effektkæde ikke holdt stik, eller var der tale om uforudsete udefrakommende faktorer (fx en økonomisk lavkonjunktur)?

Var nogle aktiviteter særligt succesfulde? Var der aktiviteter, som man ville udelade, tilføje eller gribe anderledes an, hvis man skulle gentage projektet?

Hvis projektet er evalueret, eller der er foretaget anden form for videnopsamling, kan dette med fordel indarbejdes i slutrapporten.

Helt overordnet har projektet ikke nået alle de opstillede output og effekter inden for projektperioden, men det har givet deltagerne rigtig mange erfaringer og læring på et helt nyt område for dansk turisme. Og en stor tro på, at alle outputmål kan opnås inden udgangen af 2022 og effektmålene måske med max 1 år forsinkelse.

Hvor projektbeskrivelsen især fokuserede på at skabe resultater på virksomhedsniveau, så har det lovgivningsmæssigt vist sig at være umuligt, da dataleverandørerne ikke må videregive transaktionsoplysninger på hverken kortholder- eller virksomhedsniveau pga. compliance regler (GDPR). Til gengæld har transaktionsdatasættene vist sig at give rigtig mange muligheder for nær-realtids-indsigter i forbrugeradfærd på brancheniveau, destinations/kommuneniveau samt nationalt/markedsniveau til brug for løbende produktudvikling og markedsføring.

Derudover har transaktionsdatasættene også givet valide indsigter i turismens økonomiske betydning, der er meget mere aktuelle end de eksisterende opgørelser over turismens økonomiske betydning i Danmark – dog primært på nationalt niveau, da der her er brug for yderligere undersøgelser for at afgøre om data er valide.

I tabellen herunder ses, hvor projektet viste sig at give de bedste resultater:

	Forbrugeradfærd	Økonomisk betydning
Nationalt/markedsniveau	x	x
Destinations/kommuneniveau	x	?
Brancheniveau	x	?
Virksomhedsniveau	-	-

### 3. Erfaringer og læring

#### **Positive erfaringer**

- Projektgruppen har modtaget datasæt på et højt kvalitetsniveau til en konkurrencedygtig pris og har kunnet stole på samarbejdsvillighed og rettidighed hos de udvalgte leverandører.
- Vi har fået leveret meget mere data, end vi oprindeligt havde regnet med, hvilket har gjort os i stand til at lære rigtig meget på dette område. Dette har dog også krævet et øget ressourceforbrug på eksploration.
- Vi har kunnet udvikle en lang række use-cases, som vi kunne teste med de lokale destinationer og erhvervsaktører. Vi har oplevet positiv feedback, stor begejstring og interesse for de nye indsigter.
- CRT har leveret et uddybende notat om den mulige brugbarhed af denne datakilde ifm. de eksisterende modeller for beregning af den økonomiske betydning af turismen i Danmark, særligt på nationalt niveau.

#### **Negative/udfordrende erfaringer**

De tre hovedudfordringer under projektet har været:

- Umodenhed af produktet helt overordnet hos de mulige leverandører i 2020.
- Mangel af aktivitet på markedet grundet Covid-19-krisen.
- Udskift i pilotprojektets arbejdsgruppe.

Disse har ført til udskydelsen og omfordelingen af brug i ressourcerne og forlængelse af pilotprojektets periode. Alle tre udfordringer skyldtes udefrakommende faktorer, som arbejdsgruppen ikke direkte kunne have gjort meget for at modvirke. Dog kunne der ift den sidstnævnte have været allokert flere projektmedlemmer både i den tidlige fase af projektet – for at modvirke den strategiske sårbarhed – og i den senere fase af projektet – for at udnytte pilotprojektets levetid og færdigudvikle det landsdækkende værktøj inden for selve pilotperioden.

Endelig var et af målene med projektet at indhente ny viden om endagsturismen. Dette har ikke vist sig reelt muligt, da man på baggrund af transaktionsdata ikke kan isolere endagsturister i tilstrækkeligt grad. Fordelen af transaktionsdata er dog, at de fanger både endagsturister og turister, der overnatter på ikke-kommercielle overnatningssteder. Ingen af disse to grupper er en del af den offentlige overnatningsstatistik.

### 4. Forankring/videreførelse efter projektperioden

Her beskrives, hvordan projektets resultater videreføres og videreudvikles, når tilskuddet udløber, og hvilke konkrete tiltag der er gjort for at forankre projektets erfaringer og resultater.

VisitAarhus og ErhvervsFyn/DestinationFyn anbefaler, at der færdigudvikles et nationalt værktøj fx i form af et i starten simpelt dashboard, årlige rapporter, kvartalsvise minirapporter eller addons til VDKs destinationsrapporter, da både de og deres lokale partnere ser værdien i de konkrete indsigter fra transaktionsdata. VisitDenmark vil derfor arbejde for at finde en forretningsmodel herfor med input fra de to destinationselskaber.

Den gennemførte workshop med andre destinationer i Danmark viser også en klar interesse i at få udviklet det nationale værktøj i løbet af 2022: Dette sandsynliggør opnåelse af målet om, at 10 destinationer bruger værktøjet med udgangen af 2022 og yderligere 8 med udgangen af 2024.

**Den/de tegningsberettigede for tilsagnsmodtager<sup>1</sup>:**

For- og efternavn	Dato og underskrift
Jan Olsen	

---

<sup>1</sup> Hvis du har en bemyndigelse fra den tegningsberettigede til at underskrive perioderegnskaber, kan du også underskrive slutrapporten.