

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: Styrket konsolidering af Destination Fyn

Journalnummer: TUR-19-0041

Projektperiode: 01.05.2019 – 31.12.2021

Samlede projektudgifter (kr.): 1.886.526,50,-

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 872.180,-

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.

Projektets hovedformål har været at styrke konsolideringen af Destination Fyn gennem øget sammenhængskraft samt en stærkere destinationsprofil. Projektet har således haft to målgrupper.

Først og fremmest de kommunale aktører, hvor organisering af samt snitfladerne mellem destinationselskabet og lokale visitorganisationer skulle forenkles og der skulle udvikles en fynsk model for endnu stærkere sammenhængskraft i det fynske turismesamarbejde.

Den anden målgruppe har været turistaktørerne i destinationen, som det har været vigtigt at holde løbende orienteret og inddraget, så de har en klar forståelse for opbygningen af destinationens organisation og ved, hvem de skal gå til.

Projektets partnere har været alle 10 fynske kommuner, som Destination Fyns geografi dækker. Kommunernes rolle har været at bidrage i arbejdet omkring konsolideringsprocessen. Derudover har UCL været partner i et af projektsporene omkring Digitale MasterClasses, hvor UCL har været tovholder for afviklingen af kompetenceforløbet.

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 tilsagnsmottager 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.

Projektet har bestået af 5 gennemførte aktivitetsspor:

- 1) Gap-/Potentialeanalyse
- 2) Lokal commitment – gæsteundersøgelse
- 3) Ambassadørkorps
- 4) Digital strategi og forretning
- 5) Digitale MasterClasses

1) Gap-/Potentialeanalyse

Med hjælp af en ekstern konsulent gennemførte Destination Fyn en analyse med interesserter fra fynsk turisme mhp. at understøtte forståelse af og indsigt i konsolideringsprocessen. Analysen har dannet grundlag for udviklingen af Den Fynske Model for destinationskonsolideringen. Modellen er en rammemodel, der beskriver arbejdet i Destination Fyn og snitfladerne til de lokale enheder samt kommunerne. Effekten af dette arbejde er en velkonsolideret destination med en forbedret samarbejdsflade mellem kommunerne og destinationen.

2) Lokal commitment – gæsteundersøgelse

I sommeren og efteråret 2019 blev der gennemført en gæsteundersøgelse blandt turister på Fyn og øerne med henblik på at få en mere detaljeret forståelse for gæsternes opfattelse af destinationen. Undersøgelsen bekræftede, at turisterne opfatter Fyn som en samlet destination og ikke har øje for kommunegrænser. Undersøgelsen har givet anledning til at udvikle endnu flere tværkommunale turismeprodukter.

3) Ambassadørkorps

I forbindelse med cykelindsatsen Bike Island blev der oprettet et ambassadørkorps med fynske cykelentusiaster, som gerne ville bidrage med inputs omkring nye ruter, content og viden som små lokale hotspots, som kan være værdifulde at formidle videre til turisterne. Ambassadørkorpsset kom op på 45 deltagere, og havde den effekt, at kendskabsgraden til Bike Island indsatsen blandt fynboerne blev forbedret.

4) Digital strategi og forretning

Et kompetenceforløb med fokus på virksomhedernes digitale strategier for de sociale medier fordelt på 4 workshops og webinarer. Forløbet har haft fokus på annoncesystemet på Facebook og Instagram herunder smart brug af data og kampagner i Ads Manager. I alt deltog 26 virksomheder i forløbet.

5) Digitale MasterClasses

Et kompetenceforløb med fokus på digital gæsteservice via workshops, netværksmøder samt individuelle udviklingsforløb og sparring, fordelt på 8 workshops samt 4 netværksmøder. Forløbet havde til formål at øge aktørernes viden om den digitale gæsterejse med fokus på content marketing, Facebook, Canva, brug af video m.m. I alt deltog 22 virksomheder i forløbet.

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.

Læring fra konsolideringsproces

Konsolideringsforløbet har givet et tættere samarbejde mellem destinationens og kommunerne. Som følge af konsolideringsforløbet er der opsat mere jævnlige møder med centrale turismeaktører i kommunerne på flere niveauer, hvilket har været med til at styrke forståelsen for hinanden og skabt nogen nye og tættere samarbejdsrelationer. Det er et fortsat fokuspunkt for os at bevare en fornuftig balance mellem det lokale og det centrale, for at sikre en fortsat god forståelse for begge synspunkter.

Læring fra kompetenceforløbene

Undervejs i projektet blev der gennemført 2 forskellige digitale kompetenceforløb. I det første forløb skulle virksomhederne committe sig til at deltage i hele rækken af workshops/webinarer, men deltagerne i det andet forløb frit kunne vælge om de ville deltage i hele rækken af workshops/webinarer eller blot udvalgte. Det viste sig at være klart nemmere at rekruttere virksomheder til det fleksible forløb. Udsigten til at skulle låse sig fast på en række af aktiviteter afskrækkede nogen af virksomhederne fra at deltage i første forløb. På den anden side viste det sig, at langt de fleste aktører deltog på samtlige arrangementer i det andet forløb. Så læringen herfra er, at fleksibiliteten på kompetenceforløb er vigtig i rekrutteringsfasen, og denne model vil vi fastholde fremadrettet.

Begge kompetenceforløb indeholdt både elementer af teori og hands-on moduler, hvor virksomhederne fik mulighed for at arbejde med egne virksomheder. Denne kombination fungerede rigtig godt, fordi det blev meget tydeligt for aktørerne, hvordan de kunne benytte den tilegnede viden i praksis. Ligeledes fungerede kombinationen af online-moduler med fysiske workshops rigtig fint. De fysiske møder var vigtige for at sikre vidensdeling, netværk og dialog mellem aktørerne, mens online møderne var et godt supplement til på en tidsoptimeret måde at øge vidensniveauet.

Læring fra arbejdet med ambassadørerne

Det er vanskeligt at opretholde et kontinuerligt meningsfuldt aktivitetsniveau med et ambassadørkorps, der giver værdi for begge parter. Ambassadørerne forventer typisk et kontinuerligt informations- og aktivitetsflow, hvor det for vores vedkommende primært har været aktuelt at benytte ambassadørkorpset i forbindelse med konkrete events – hvilket der i Corona-perioden har været meget begrænset af.

Denne erfaringer har gjort, at vi har integreret ambassadørindsatsen omkring cykelturisme ind i vores Bike Friends indsats, således at det nu er turismeaktører, der i forvejen har et produkt af interesse for cykelturister som er en del af "ambassadørkorpset", hvorimod privatpersoner, der bare har haft en interesse for cykling på Fyn og øerne har for vores organisation vist sig for vanskelige at sikre en kontinuerlig interaktion med

3. Erfaringer og læring

Læring fra gennemførelsen af turistundersøgelsen

Gennemførelse af en lokal turistundersøgelse i 2019 har givet os unik viden om turister og døgnforbrug i vores destination fordelt på de interessegrupper (cykling, vandring, storby m.m.) som er relevante i forhold til vores strategiske indsatsområder. Vi har opnået en nulpunktsmåling med en detaljegrad, som vi ikke tidligere har haft. Men det har samtidig været relativt dyrt og ressourcekrævende, så det er vanskeligt at gøre kontinuerligt fremadrettet.

I stedet vil vi fremadrettet sikre tilkøb af mere detaljeret viden om Fyn og øerne i de nationale undersøgelser, som gennemføres af VDK og vurdere fra år til år, om der er behov for yderligere lokale undersøgelser i de år, hvor VDK ikke gennemfører turistundersøgelsen.

Generel læring fra projektet

Projektet har indeholdt mange forskelligartede aktiviteter, hvilket til tider har gjort det vanskeligt at have et samlet overblik, samt krævet et stort internt ressourcetræk fra mange forskellige medarbejdere for at kunne gennemføres. Til en anden gang vil hellere tænke færre aktiviteter ind i et projekt og have en bedre rød tråd mellem aktiviteterne for at optimere ressourceforbruget samt sikre strategisk fokus i organisationen.

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.

Den fynske model benyttes fortsat i destinationsarbejdet i samspillet mellem kommuner og destinationen og forfines kontinuerligt efterhånden som udfordringer opstår og løses.

Erfaringerne fra kompetenceforløbet er opsamlet og benyttes i forbindelse med planlægning af fremtidige kompetenceforløb.

Arbejdet med cykelambassadørerne vil blive videreført gennem Destination Fyns videre arbejde med Bike Friends indsatsen.

Den/de tegningsberettigede for tilsagnsmodtager¹:

For- og efternavn	Dato og underskrift
Christian Lundegaard Madsen	

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