

## 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 projektrejskab. Hvis tilsagnsmottager er i tvivl om medfinansieringen, bedes man kontakte Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Alle beløb bedes oplyst i hele kr.

**Projekttitle: Cruise Comeback – krydstogt i en COVID-19-kontekst**

**Journalnummer: TUR-20-0082**

**Projektperiode: 1. juni 2020 - 31. maj 2022**

**Samlede projektudgifter (kr.): 2.100.000**

**Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 1.050.000**

### 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.

Covid-19 vil ændre krydstogtturisme markant for altid. I dag er Danmark en af de vigtigste krydstogtdestinationer i verden. Projektideen er derfor, at CruiseCopenhagen (det nationale krydstogtnetværk) opbygger og afprøver viden om krydstogtgæsternes ændrede rejseadfærd før, under og efter besøgene mhp. at destinationerne kan få mere ud af krydstogtgæsterne samtidig med markedsføringen overfor krydstogtrederier bliver mere målrettet og effektiv. Dette skal bidrage til, at Danmark forsvarer og gerne udbygger sin position som den vigtigste krydstogtdestination i Nord-europa i en ny post-COVID19 kontekst.

Målgruppen er de cirka 60 virksomhedspartnere i CruiseCopenhagen, der repræsenterer hele værdikæden indenfor krydstogtturismen. Fra lufthavne, over hoteller til taxaselskaber og havne i hele Danmark, og som alle har en interesse i at fremme indtjeningen fra krydstogtturisme.

Det er CruiseCopenhagen, på vegne af vores partnere i netværket, der alene har arbejdet med dette projekt. Denne viden er i overensstemmelse med planerne formidlet videre til partnerne af 2 omgange, ligesom en stor vidensbank bliver vores endelige formidling af projektets data.

### 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.



## 2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Vi har arbejdet med 5 forskellige aktiviteter, mens 2022 er blevet anvendt til at kommunikere resultaterne fra projektet.

De 5 aktiviteter har været:

### 1) Panelundersøgelse blandt krydstogtgæster med henblik på at få viden om krydstogtgæsternes adfærdsændring i COVID-19 tider

Vi ønskede at indsamle viden om den mulige adfærdsændring hos de internationale krydstogtgæster under pandemien. Derfor foretog vi i december 2020 og igen i december 2021 en panelundersøgelse på de primære krydstogtmarkeder, som Danmark får besøg af. Det drejede sig om Tyskland, England, USA og Australien.

Undersøgelsen gav os en god viden, og vi kunne fastslå at adfærden havde meget med pandemien at gøre. Eksempelvis fandt vi, at Norge regnedes for mere sikkert at rejse til end Danmark COVID-19 perioden, selvom smitten havde et nogenlunde ens forløb i begge lande.

### 2) Indsamle viden om den sundhedskritiske infrastruktur på destinationen og på landekursionerne, som hidtil har været i bus

Vi ønskede at indhente viden om den sundhedskritiske infrastruktur, så vi kunne sikre, at vi i Danmark er gearet til at håndtere krydstogtgæster på tryk vis. Som en tilføjelse til aktiviteten gennemførte vi et kursus for at klæde krydstogtbranchens aktører på til at kunne håndtere gæster i COVID-19 tider. Vi anvendte den anerkendte certificeringsvirksomhed, DNV GL, til at afvikle en halv dags virtuel undervisning.

### 3) Udarbejdelse af en kvalitativ spørgeramme med henblik på at få ny viden om rederiernes rationaler

Vi udarbejdede en række spørgsmål til en kvalitativ analyse om rederiernes mulige adfærdsændring under pandemien. Denne vidensindsamling foregik løbende, og blev kommunikeret til vores partnere, så de bliver klogere på krydstogtrederierne angående deres krav til krydstogtdestinationerne i COVID-19 tider.

### 4) Udarbejdelse af kvantitativ spørgeskemaundersøgelse til rejsebureauer

Vi har endvidere udsendt en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse til CruiseCopenhagens database af krydstogt-rejsebureauer. Med undersøgelsen søgte vi blandt andet at få svar på, hvilke bekymringer/spørgsmål krydstogtkunderne har, når de bookede krydstogt under pandemien, hvilke faktorer som kunne påvirke købsbeslutningen (rabat, annulleringsgaranti, COVID-19 historik på destinationerne, sundhedsprotokoller, distance osv.), og meget andet.

### 5) Best practice fra andre byer

Vi har igangsat og gennemført interviews med udvalgte krydstogtdestinationer i Europa med henblik på at få viden om følgende 3 emner:

1. Hvordan forbereder destinationerne sig på at kunne håndtere krydstogtgæster på sikker vis i 2021?
2. Hvad gør destinationerne af gode tiltag for at tjene penge på krydstogtgæsterne, når de besøger de respektive destinationer?
3. Arbejder destinationerne aktivt med at fremme en bæredygtig krydstogtudvikling, og i givet fald hvordan?

Igen fik vi brugbar viden fra andre byer og destinationer, som vi kunne dele med vores partnere i CruiseCopenhagen.



### 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.

Vi har gjort nogle erfaringer og læringer i projektet, der er værd at holde sig for øjet. Blandt andet er krydstogt særdeles sårbart overfor ændringer af geopolitisk karakter, som eksempelvis både COVID-19, men i høj grad også Ruslands invasion i Ukraine.

Da St. Petersborg er det helt store trækplaster for krydstogter i Østersøen, så kunne vi efter invasionen opleve, at flere krydstogtrederier trak deres skibe væk fra Danmark og fra Østersøregionen. Det betyder, at de færre skibe er så fyldte som sædvanligt, og vi har oplevet skibe, der kun var 1/4 fyldt i forhold til maksimumskapaciteten.

Samtidig er det en læring, at den turismemæssige samfundsgevinst fra krydstogt og forbruget pr. gæst skal foregå timingsmæssigt på det korrekte tidspunkt. Projektet sluttede den 31. maj 2022, hvilket var lige før krydstogtsæsonen for alvor starter. Projektet burde have løbet til årets udgang, så vi kunne måle effekterne på hele krydstogtsæsonen. Desværre betød russernes invasion i Ukraine og fraværet af anløb i St. Petersborg, at krydstogtsæsonen i 2022 ikke er den sæson, som vi havde forventet.

Endelig er antal overnatninger i København, som ligeledes er en effekt, som vi skulle forbedre, også påvirket af invasionen i Ukraine, da amerikanerne svigter krydstogt i Østersøregionen i år. Og muligvis vil de gøre det fremover, indtil St. Petersborg ikke længere er omfattet af sanktioner (og turister ønsker at besøge byen).

Som forbrug pr. gæst, er denne analyse relativt dyr at lave, hvorfor vi valgte ikke at udarbejde denne. Derfor er der midler til gode i projektet, da 2022 som nævnt er et overgangså indenfor krydstogt.

Til gengæld var panelundersøgelsen på de 4 primære source markeder specielt succesfuldt. Det er første gang, at vi har inddraget selve krydstogtgæsten i en analyse, som gav en række værdifulde resultater. Blandt andet kunne vi se, at bookingen af et krydstogt sker cirka 6 måneder før selve krydstogtet finder sted. Med den viden kan vi bedre tilrettelægge vores markedsføring overfor internationale rejseagenter, blandt andet ved at fokusere vores messedeltagelse cirka 6-9 måneder før vi ønsker at de internationale rejseagenter booker krydstogter til Danmark.

En anden succesfuld læring fra projektet er vores kvalitative interviews med krydstogtrederierne. Normalt tilrettelægges et krydstogt 2-3 år for at forlænge salgsperioden så meget som muligt, før krydstogtet finder sted, men på grund af COVID-19 var rederierne nødsaget til at tilrettelægge krydstogterne på en ny måde. Blandt skulle man tage hensyn til lokal smitte og om havnene i et land er åbne, hvilket medfører, at de 2-3 år planlægningshorisont forkortes drastisk. Vi har hørt om krydstogter, der er planlagt blot 3 uger, før rederiet påbegynder et krydstogt, hvilket er en markant ændring af den måde, som krydstogtrederierne planlægger deres krydstogt.



### 3. Erfaringer og læring

Denne viden medfører, at vi kunne holde krydstogtrederierne opdaterede om, hvilke havne i Østersøregionen, der er åbne, og hvilke lande, der fortsat var/er lukkede. Eksempelvis havde Sverige en anden tilgang til at bekæmpe COVID-19, og der var en del anløb under pandemien i eksempelvis Malmø, hvor gæsterne relativt enkelt kan besøge København. Det samme gælder for Helsingborg, hvor gæsterne kunne besøge Helsingør.

### 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.

I hele 2022, som er projektets sidste 5 måneder, har vi arbejdet med at etablere en vidensbank, som meget ambitiøst skal indeholde al den information, som det er værdifuldt at huske på. I CruiseCopenhagen har vi cirka 60 partnere, som er fordelt på mange forskellige typer virksomheder. Vi har følgende medlemskategorier i CruiseCopenhagen:

- Strategiske partnere
- Hotels
- Tourist Attractions
- Destinations
- Destination Management Companies & Shipping Companies
- Retail, Transportation and Others

Det har været en vigtig målsætning i projektet, at samtlige partnerkategorier skal kunne finde værdifuld viden i vidensbanken. På trods af de forskellige typer af virksomheder i netværket, så har vi udviklet vidensbanken, så der er brugbar og konkret rådgivning til samtlige partnere i netværket.

Helt konkret er der tale om udvikling af en hjemmeside, der skal ligge på CruiseCopenhagens ekstranet til partnerne. Ekstranettet hedder CruiseNet. På CruiseNet kan vores partnere finde information om projektets resultater, men også information om krydstogt i en mere bred forstand. Blandt har vi medtaget en del information om vores arbejde for at øge bæredygtigheden i krydstogt, blandt for at fordele krydstogtanløb mere over året.

En ikke-uvæsentlig del af vidensbanken er naturligvis også resultaterne fra projektet, der har givet en markant ny viden om adfærdsændringerne under COVID-19, der muligvis fortsætter post-COVID-19.

Denne vidensbank vil være en dynamisk hjemmeside i CruiseNet, der løbende ændres, når der er et behov for ændringer. Blandt andet vil krigen i Ukraine, og den ændrede metode at planlægge krydstogter fra rederiernes side, vil kunne opdateres hyppigt.

Desværre er vidensbanken ikke klar endnu, men den vil være klar senest den 1. oktober 2022.

Årsagen til forsinkelsen er blandt andet arbejdet med forberedelse af Seatrade Cruise Global i Miami, hvor CruiseCopenhagen står for standen, og hvor mange af destinationspartnerne deltager. Derudover har vi været beskæftiget med afholdelse af vores 30-års jubilæumsgeneralforsamling, som samlet har medført, at projektperioden desværre er blevet overskredet.

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

| For- og efternavn  | Dato og underskrift |
|--------------------|---------------------|
| Karim Nielsen      |                     |
| Mikkel Aarø-Hansen |                     |
| Hans Chen Bras     |                     |
|                    |                     |

---

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