

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.

Projekttitlel: Kickstart Dansk Turisme 2020

Journalnummer: TUR-20-0053 (hovedprojekt) og DEM-20-0168 (ekstrabevilling)

Projektperiode: 7. maj 2020 – 31. januar 2022

TUR-20-0053 (hovedprojekt)

Samlede projektudgifter (kr.): 33.006.004 (Alle udgifter)

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 15.000.000

TUR-20-0053 (hovedprojekt)

Samlede projektudgifter (kr.): 29.392.863 (Maksimalt tilladte udgifter)

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 14.696.432

DEM-20-0168 (ekstrabevilling)

Samlede projektudgifter (kr.): 1.662.802

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 875.000

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.

Kickstart Dansk Turisme 2020 har været et landsdækkende initiativ, som ved hjælp af decentrale erhvervsfremmemidler har haft til formål at kickstarte og stimulere den danske turisme i lyset af Covid-19 med fokus på håndtering af den ændrede gæstedefærd, behovet for ekstra tryghed & sikkerhed samt de nye gæstebehov. Projektet har gennem 11 initiativer hjulpet turismevirksomheder med at kickstarte turismeforbruget inden for både kyst- og naturturismen, storbyturismen samt erhvervs- og mødeturismen i Danmark.

De 11 initiativer er:

1. Viden til Kickstart
2. Reframe & Mersalg ved Vestkysten
3. Back to Business – Back on Track
4. Opkvalificering og videreuddannelse af turismeerhvervet (e-learning)
5. Digitale løsninger og turistinformerende indsatser (VisitorSpots)
6. Tourist Stay Safe
7. Outdoor- og naturbaseret oplevelsesudvikling
8. Kickstart af dansk erhvervs- og mødeturisme
9. Kickstart kulturturismen
10. Kickstart innovationen
11. Digital infrastruktur i verdensklasse

1. Projektets formål og vigtigste partnere

I projektet er der samarbejdet på tværs af destinationsselskaber, turismevirksomheder og udviklingselskaber som aldrig før. Målgruppen har været bred; Initiativerne har favnet alt fra overnattingssteder, kulturinstitutioner og restauranter til kongres- og mødevenues, outdoorudbydere samt start-ups med interesse for turisme.

Projektets partnere har været:

- Danske Destinationer (som repræsenterer alle de deltagende destinationsselskaber)
- Dansk Kyst- og Naturturisme
- Dansk Storbyturisme og MeetDenmark – repræsenteret ved Wonderful Copenhagen

Hver partner har været repræsenteret i projektets styregruppe. Derudover har der været en lang række samarbejdspartnere: VisitDenmark, landets erhvervshuse, vidensinstitutioner og interesseorganisationer. VisitAarhus har som projektejer varetaget den overordnede projektledelse og været bindeled til projektets styregruppe, projektgruppe (en arbejdsgruppe med repræsentanter fra hver partner) samt tovholdergruppe (bestående af projektlederen tilknyttet hver af de 11 initiativer).

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 leveret resultater inden for følgende outputs:

- Ny viden om værktøjer til håndtering af rejse- og adfærdsmønstre
- Værktøjer og koncepter til forretningsudvikling og produkttilpasning
- Markedstest af nye koncepter og produkter
- Markedsføring

Helt overordnet har projektet arbejdet med tre hovedindsatser: Data- og vidensopsamling, forretnings- og produktudvikling samt maksimering af forbrug og omsætning. Det er sket gennem de 11 initiativer, der på tværs af Danmark har arbejdet med hovedindsatserne ud fra den tilgang og vægtning, der har matchet hvert initiativs forretningsområde, geografi og turismevirksomheder.

Derudover har projektet bidraget med følgende effekter i projektperioden: Vækst i antallet af danske overnatninger, vækst i turismeomsætning samt en genskabelse og fastholdelse af jobs. Uden for projektperioden forventes det, at der skabes vækst i internationale overnatninger.

Viden og resultater fra projektet er samlet på hjemmesiden www.kickstartdanskaturisme.dk.

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 1: Viden til tiden (Aalborg Universitet)

I det første af 11 initiativer har der været fokus på at genere ny viden, som kan gøre os klogere på rejse- og adfærdsmønstre. Der er overordnet blevet stillet skarpt på de aktuelle feriepræferencer, der trender, gæsternes forbrug samt hvilken gæsteadfærd, der gør sig gældende under covid-19. Med afsæt i den nationale kampagne Bare Danmark med hashtagget #baredanmark har projektet bl.a. undersøgt, i hvilket omfang Instagram-brugere har taget kampagnen og hashtagget til sig. Helt konkret via et dashboard, som alle destinationer kan gøre brug af.

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Derudover er al ny viden fra initiativet distribueret på projektets hjemmeside og sociale medier via 20 blogindlæg, eksempelvis:

- 'Nearcation' i dansk turisme 2020: Engangsforestilling eller vejen frem?
- Pop-up, pop-ind eller pop-ud? Innovation på Aalborgs madscene under og efter corona
- To stay eller to go? Internationale perspektiver på corona-pop-ups
- Jagten på det store billede: Kunstig intelligens og big data under og efter corona (blog)
- Dancing on my own? Festivaler og events under og efter corona

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 2: Reframe og Mersalg ved Vestkysten (Destination Nordvestkysten og Destination Vesterhavet)

I projekts andet initiativ er der gennemført aktiviteter, der har skabt ny viden vedr. gæstedadfærd, og som har styrket forretningsudviklingen i de to destinationer. Bl.a. via:

- En kortlægning af de udfordringer, der har dannet grundlag for initiativets aktiviteter
- To analyser med fokus på gæstebehov, -adfærd og -efterspørgsel samt forbrugsmønstre
- Sparringsforløb med virksomheder og udarbejdelse af værktøjer målrettet erhvervet med konkrete anbefalinger til videns- og erfaringsdeling
- Et online inspirationskatalog, som stiller skarpt på den digitale forretningsudvikling i turismen
- Et eventkatalog med fokus på gentækning af aktiviteter målrettet store såvel som små virksomheder
- Et gæsteservicekit til virksomheder med fokus på at optimere gæsteservicen ved at klæde frontpersonalet godt på til at skabe trygge rammer under pandemien.

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 3: Back to Business – Back on Track (Destination Himmerland, Turistsamarbejdet Kystlandet og Destination Limfjorden)

I projektets tredje initiativ er der arbejdet med individuelle virksomhedsforløb. Der er i alt gennemført 75 individuelle forløb ud fra en individuel screening og afdækning af de enkelte små og mellemstore turismevirksomheder i destinationerne. Hvert virksomhedsforløb arbejdede med udgangspunkt i individuelle målsætninger.

Derudover er der afviklet corona-krisedage i destinationerne med fokus på temperaturmåling og kortlægning af covid-udfordringer og behov ved virksomhederne. Og der er udarbejdet en digital værktøjskasse, som alle turismevirksomheder kan gøre brug af med det formål at opkvalificere sit digitale arbejde under og efter pandemien.

Slutteligt er der afviklet otte webinarer med gennemsnitligt 50 deltagere på hver med fokus på ny viden, outdoor, gæsteservice i en coronatid, instagram og den digitale værktøjskasse.

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 4: Opkvalificering og videreuddannelse af turismeerhvervet (SydkystDanmark og Destination Sønderjylland)

I projektets fjerde initiativ har aktiviteterne været målrettet en opkvalificering af turismeerhvervet via udvikling af et e-learningssystem til brug på de to destinationer. Der er bl.a. udviklet tre nye læringsmoduler målrettet turismeerhvervet; Modul 1 vedrører Gæsteservice i en krisetid. Her er der trukket på den nyeste viden fra den fælles Kickstart-hjemmeside (www.kickstartdansk-turisme.dk) og tovholdermøderne med de andre destinationsselskaber. Modul 2 og 3 vedrører Turistinformati on i Sønderjylland og SydkystDanmark. Modulet klæder nye medarbejdere på til arbejdet i en samlet destination, hvilket har bidraget til at sikre et øget kendskab til området. Mere end 400 turisme-medarbejdere har været tilknyttet e-learningssystemet.

Der er i initiativet blevet arbejdet med videndeling og dialog blandt medarbejdere hos destinationerne med konkrete outputs i form af en videotur, der præsenterer produktlandskabet, samt kursusdage med fokus på e-learning for medarbejdere.

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 5: Digitale løsninger og turistinformerende indsatser/VisitorSpots (Destination SydkystDanmark og VisitLolland-Falster)

I projektets femte initiativ er der videreudviklet nye kategorier til platformen VisitorSpots, som skal gøre det lettere for gæster at navigere i det danske turismelandskab. Gennem en målrettet produkttilpasning er der udviklet tre nye kategorier til brug i de to deltagende destinationer. Helt konkret inden for Mad og fødevarer, Shopping samt Outdoor.

Videreudviklingen af de tre nye spots er sket på både dansk, engelsk og tysk, og de bidrager til større bredde og øget potentiale for vækst blandt de turismevirksomheder, der optræder på platformen. Derudover har initiativets vigtigste aktiviteter været rekruttering og involvering af turistinformationer og overnatningssteder i destinationen med fokus på at sikre en succesfuld distribuering af den nye digitale løsning.

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 6 Tourist Stay Safe (VisitNordsjælland)

I projektets sjette initiativ er der arbejdet med at højne gæstetrygheden under pandemien med udgangspunkt i indsamlet viden og nye værktøjer til forretningsudvikling og håndtering af rejse- og adfærdsmønstre via:

- En kort kortlægning af de forskellige covid-19 tiltag i og uden for destinationen
- Kortlægning af en række fysiske testløsninger – bl.a. digital morgenmadsbestilling, specialudviklede persontællere og madmarkeder på campingpladser
- Udarbejdelse af et katalog, der giver overblik over mulige innovative teknologiske løsninger, hvortil der også er produceret en film, som guider igennem de oplyste muligheder
- Udarbejdelse af to nye "Guides til best practice" under pandemien. Virksomhedernes hverdagsbrug af begge guides er bl.a. blevet integreret i en etableret Facebook-gruppe
- Udarbejdelse af en rapport om 'Responsiveness' i de danske turisme- og oplevelsesvirksomheder under pandemien med fokus på de faktorer, der har haft mest betydning for virksomhedernes omstilling under Covid-19.

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 7: Outdoor- og naturbaserede oplevelser (VisitAarhus)

I projektets syvende initiativ er der udviklet nye produkter og værktøjer til forretningsudvikling og håndtering af rejsedfærd, bl.a. via:

- Udarbejdelse af "Håndbog for outdoor- og naturbaserede oplevelser og forretning", som består af fem nyttige smutveje til at opnå medvind i forretningen under Covid-19
- Afvikling af kompetenceudviklende onlineforløb i forlængelse af håndbogens fem kapitler målrettet turismevirksomheder med interesse for outdoor
- Afvikling af virksomhedsforløb vedr. forretnings- og oplevelsesudvikling målrettet overnatnings- og mødesektoren. I alt blev 10 overnatningsvirksomheder udvalgt på baggrund af en ansøgningsproces, og der blev i processen igangsat syv forløb med fokus på at udvikle nye naturbaserede oplevelsestilbud hos overnatningsstederne
- Afvikling af en markedstest af de nyudviklede produkter/koncepter
- Udarbejdelse af et MTB-univers med en præsentation af de mest MTB-venlige overnatningssteder i Aarhusregionen
- Udvikling af en film målrettet mødeplanlæggere med fokus på outdoormulighederne på destinationen.

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 8: Kickstart Kulturturismen (Wonderful Copenhagen, VisitAarhus, Destination Nord, Destination Fyn)

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

I projektets ottende initiativ har aktiviteterne været centreret omkring dansk kulturturisme, og der er generet ny viden, udviklet værktøjer og produkter, som har kunnet højne kulturinstitutionernes indtægter under pandemien. Der er:

- Gennemført to analyser med fokus på at følge udviklingen i kulturturisters adfærd under pandemien. Analyserne har bl.a. givet viden om nye rejsemønstre og rejseadfærd.
- Afviklet en række live-streams/webinarer målrettet kulturaktører vedr. sikkerhed, gæstefærd og forretningsudvikling. Mere end 1000 deltagere deltog.
- Afviklet tre Morgen Kultur Kicks med fokus på at formidle resultater fra de nye analyser under titlerne Kunderejsen, nye målgrupper og markedsføring (med 120 deltagere) // Digitalisering og bæredygtige digitale forretningsmodeller (med 120 deltagere) // Udendørsoplevelser og event (med 120 deltagere)
- Udarbejdet en række værktøjer, som har imødekommet aktuelle udfordringer - fx en guide til kommunikation under covid-19 samt viden om Prissætning af nye forretningsideer
- Gennemført kultur-test-labs, hvor 17 kulturinstitutioner har været igennem et skræddersyet innovationsforløb med det formål at udvikle nye koncepter/produkter, der imødekommer kulturgæstens nye behov i relation til pandemien.
- Gennemført internationale markedsføringsaktiviteter i de fire deltagende destinationer. Aktiviteterne er nået ud til mere en 2,5 mio. potentielle kulturbesøgende.

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 9: Kickstart af dansk erhvervs- og mødeturisme (Destination Nord, Destination Fyn, Wonderful Copenhagen, VisitAarhus)

I projektets niende initiativ er dansk møde- og erhvervsturisme blevet rustet til at komme gennem pandemien på bedst mulig vis, og der er arbejdet med:

- Indhentning af ny viden om opkvalificering indenfor hybridmøder. Hertil er der udviklet en værktøjskasse, som kan hjælpe mødevirksomheder til et stærkt afsæt ifm. hybridmøder
- Udvikling og produktion af to film og to informationsblade vedr. sikkerhed og sundhed for at styrke dansk erhvervs- og mødeturismes internationale konkurrenceevne og position som et sikkert land for møder og kongresser
- Udvikling af en række digitale site inspection-film, som hjælper med at understøtte destinationerne og danske virksomheders arbejde med at vinde yderligere international forretning – både under og efter pandemien.
- Fastholdelse af forretnings via intenst fokus på at udskyde – frem for at aflyse – kongresser og større møder
- Kompetenceudvikling med det formål at dele viden og redskaber fra initiativet
- En bæredygtig omstilling af møde- og erhvervsturismen med det formål at sætte fokus på, hvordan bæredygtighed kan blive en løftestang ud af krisen og et vigtigt konkurrenceparameter for dansk møde- og erhvervsturisme i en stigende international konkurrence. Det er sket via en række analyser, der danner baggrund for en samlet plan for bæredygtig omstilling.

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 10: Kickstart Innovationen (Wonderful Copenhagen, VisitAarhus, Destination Nord, Destination Fyn)

I projektets tiende initiativ er der gennem tætte virksomhedsforløb skabt nye værktøjer og koncepter til forretningsudvikling under pandemien. Initiativet har bl.a. bestået af:

- Desk research af storbyernes udfordringer – bl.a. via viden fra Kickstart Kulturturismen
- Afvikling af informationsmøder for SMV'ere, hvor der blev gjort opmærksom på den kommende mulighed for at være med i et accelerationsforløb
- Lancering af call og afvikling af digital udvælgelsesworkshop. Ud af 36 modtagne ansøgninger, som blev bedømt af syv eksperter, blev 10 virksomheder udvalgt til at være med i accelerationsforløbet
- Afvikling af en to-dags digital Bootcamp som starten på de 4 måneders accelerationsforløb for de 10 udvalgte virksomheder. Resultatet var 10 handlingsplaner for udvikling af produkter ved de deltagende virksomheder

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

- Afvikling af to digitale netværksarrangementer for de 10 deltagende virksomheder. Formålet var at facilitere networking mellem de deltagende virksomheder samt at give dem ny viden og inspiration
- Afvikling af en digital Demodag som afslutning på aktiviteterne. Her pitched virksomhederne deres løsninger for egne inviterede interessenter samt de andre deltagere
- Facilitering af netværk og vidensdeling, hvor de 10 udvalgte virksomheder deltog på TechBBQ med det formål at have et vindue til mulige investorer og erhvervsliv.

Udvalgte resultater fra initiativ nr. 11: Digital infrastruktur i Verdensklasse (VisitDenmark og Danske Destinationer)

I projektets sidste initiativ har der været fokus på produkttilpasning og opdatering af den fælles digitale infrastruktur i Danmark. Hertil er der testet et pilotprojekt. Mere specifikt har opdateringen og produkttilpasningen bestået af:

- Et redesign af GuideDanmark produktsider, så de er mere brugervenlige og hjælper til et øget antal konverteringer på alle GuideDanmark-produkterne i Danmark
- Opdatering af et KPI-framework (et dashboard) med muligheder for at dele og benchmark data på tværs af destinationer
- Implementering af nye tekniske krav ift. web-tilgængelighed
- Opdatering og fremtidssikring af backend-koden til den fælles GuideDanmark-database, så den forsvarligt kan driftes de næste 4-6 år
- Gennemførelse af et pilotprojekt bestående af en for-analyse og en fremtidssikring af den digitale infrastruktur i den danske Turisme.

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.

Med projektets afslutning er der en bred vifte af erfaringer og læringer, der med fordel kan videreføres til fremtidige projekter. Erfaringerne er kategoriseret ift. tre overskrifter:

- *Læringer vedr. Covid-19*
- *Læringer vedr. projektstyring af et landsdækkende projekt*
- *Læringer vedr. Samarbejde og vidensdeling.*

Læringer vedr. Covid-19

Selvom Covid-19 var en kendt "spiller", da projektet blev ansøgt, har pandemien vist sig at være mere vanskelig at navigere i end ventet. Covid-19 har ikke været en direkte kritisk forudsætning for projektets effektkæde, men har været en udefrakommende faktor, der har stillet nye og store krav

3. Erfaringer og læring

til deltagerne. Udfordringer og erfaringer i forbindelse med Covid-19 er kommet til udtryk på flere måder:

Pandemien har styrket deltagerne evne til at navigere i en uvant situation og en uforudsigelig tid – og omstillingsparathed har været altafgørende for alle involverede. Fælles for projektets initiativer har været, at både kortsigtet og langsigtet planlægning i flere perioder har været vanskelig, idet pandemien har medført en stor uforudsigelighed i forhold til at fastlægge møder, workshops, rejser på tværs af landet mm. Nogle af projektets produkter risikerede endvidere i enkelte perioder at blive forældede, før de blev færdige. Pandemiens gentagne 'bølger' har dog medført, at langt de fleste af projektets mange nye koncepter/produkter forventeligt vil have stor relevans efter både projektets og pandemiens afslutning.

Pandemien har styrket de digitale kompetencer hos alle projektdeltagere. Muligheden for en digital omlægning af eksterne og interne møder, eksterne workshops og webinarer har været en nødvendighed i lange perioder i projektet pga. restriktioner, og omlægningen har vist sig at være både mulig, effektiv og udbytterig. Deltagerne er dog enige om, at fysiske workshops/netværksmøder er at foretrække, men at de med fordel kan suppleres med et online-format.

Med styrkelsen af kompetencen inden for digital omstilling er udbyttet af digitale møder og aktiviteter også højnet løbende under projektperioden. Det betyder kort sagt, at formatet er blevet en reel mulighed for mange og ikke kun et valg af nød. Derimod er det blevet en mulighed i fremtidige projektaktiviteter at tænke i virtuelle deltagelsesformater, der – i flere sammenhænge – kan sikre en bredere geografisk deltagelse og større effektivitet.

At arbejde med uforudsigelighed som en underliggende præmis har medført den læring, at man i fremtidige projekter med fordel kan tænke i at udvikle flere forskellige scenarier ved opstart af et nyt projekt og i forbindelse med planlægning af projektets aktiviteter. Dette forarbejde vil gøre det nemmere for projektlederen, hvis/når et problem opstår, da man så har overvejet, hvad der evt. kan opstå undervejs, og hvilke løsningsforslag der kan bruges, hvis en ny situation opstår.

Læring vedr. projektstyring af et landsdækkende projekt

Både i direkte og indirekte forlængelse af Covid-19 har flere initiativer haft en positiv erfaring med en stram og centreret projektstyring, når flere destinationer har været involveret i ét initiativ. Det har ifølge flere deltagere været essentielt for, at initiativernes aktiviteter er kommet godt i mål – også i lyset af nødvendigheden for hurtig digital omstilling. En læring, der kan overføres ift. anden fremtidig projektstyring.

Konkret har det haft en stor betydning i samarbejdet med mindre turismevirksomheder, som har haft begrænsede ressourcer til projektadministration grundet det pres, de har været i under pandemien. En stram og centreret projektstyring har bidraget til at løse potentielle kritiske faktorer, som fx begrænsede ressourcer hos en samarbejdspartner, har kunnet medføre - fx forsinkelser.

Uforudsigeligheden i projektet har også krævet, at projektleder og tovholdere har haft mulighed for, fra central side, at agere og tage de nødvendige beslutninger undervejs – en faktor, som også har været nødvendig i en så kort projektperiode.

Slutteligt har der været god erfaring med at holde en høj mødefrekvens og sikre en løbende opfølgning på og opdatering af en fælles projektplan. Særligt når mange destinationer har deltaget i et initiativ på tværs af landet. Den fælles opdatering har været essentiel for, at projektet og virksomhederne kom sikkert i mål.

Ift. at holde en stram projektstyring er det også en erfaring, at det kræver projektledere med kendskab til lignende projekter og administrativ indsigt i Erhvervsfremmebestyrelsens krav, hvad angår dokumentation.

3. Erfaringer og læring

Læringer vedr. samarbejde og vidensdeling

Projektet har i høj grad styrket samarbejdet på tværs af de deltagende destinationer, som gennem fælles aktiviteter har fået etableret gode og trygge relationer. Endvidere er mange af de konkrete initiativer gennemført i et tæt samarbejde på tværs af destinationsselskaber og på tværs af landet, hvilket har skabt og understøttet en god og udbytterig videndeling, som helt sikkert fortsætter og udbygges i årene fremover – både i forbindelse med nye projekter og mere generelt.

I et geografisk bredt og stort projekt som Kickstart Dansk Turisme har videndeling været vigtigt, og man bør i kommende projekter indtænke en struktur for videndeling fra start, så man sikrer, at erfaring og resultater fra aktiviteter bliver delt løbende.

Et godt eksempel på videndeling i projektet er den centrale facilitering af løbende evaluering og diskussion af best practice. Dette har været gavnligt i et landsdækkende projekt på tværs af mange deltagere, men hvor alle initiativer har omhandlet håndteringen af Covid-19. Blot ud fra forskellige vinkler. En løbende evaluering og dialog har sikret, at alle kunne trække på en fælles opnået viden. Og der er ingen tvivl om, at destinationsselskaber i Danmark kan blive endnu bedre til at dele viden, hvis der kommer fokus på at strukturere videndelingen på tværs af projekter.

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.

Kickstart Dansk Turisme 2020 har haft en bred vifte af resultater, som hver især videreføres i forlængelse af de initiativer, de er skabt under. Flere af de produkter/koncepter, der er skabt i projektet, har allerede fået et selvstændigt liv efter projektets afslutning i forbindelse med en ny bevilling fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Det angår bl.a. de nye outdoor- og kultur-koncepter, de nye teknologiske og innovative løsninger målrettet turismevirksomheder samt digital og teknisk opkvalificering m.fl.

Projektet bliver ydermere forankret via en ekstrabevilling fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, hvor fire af projektets 11 initiativer har fået midler til at videreudvikle og videreføre initiativer, der har skabt stor effekt. Det overordnede formål med fortsættelsen af disse fire initiativer er at stimulere den eksisterende efterspørgsel fra leisure- og erhvervsturister således, at der sker en vækst i den samlede turismeomsætning i Danmark. Der er tale om følgende initiativer:

- 'Viden til tiden' via Aalborg Universitet
- 'Reframe og mersalg ved Vestkysten' – med tilknytning af Destination Sydvestkysten som ny projektdeltager sammen med Destination Vesterhavet og Destination Nordvestkysten
- 'Kickstart Outdoor og naturbaseret oplevelsesudvikling' – med tilknytning af Destination Fyn som ny projektdeltager sammen med VisitAarhus
- 'Kickstart møde- og erhvervsturismen' på tværs af de fire destinationsselskaber i MeetDenmark.

Resultater og viden fra Kickstart Dansk Turisme 2020 version 1.0 og det kommende version 2.0 vil alle være at finde på www.kickstartdanskaturisme.dk.

Den/de tegningsberettigede for tilsagnsmodtager¹:

For- og efternavn	Dato og underskrift
Pia Lange Christensen	
Sten Tiedemann	

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