

## 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 den kontraktansvarlige partner 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. Den kontraktansvarlige partner 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 den kontraktansvarlige partner 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, juni 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 den kontraktansvarlige partner er i tvivl om medfinansieringen, bedes man kontakte Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Alle beløb bedes oplyst i hele kr.

**Projekttitle:** ASK ME - Skab turismeværdi med frivillige

**Journalnummer:** DEM-21-0175

**Projektperiode:** 29.06.2021- 31.07.2024

**Samlede projektudgifter (kr.):** 14.609.514,56 kr.

**Medfinansiering fra DEM-midler (kr.):** 7.061.700 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.

Baggrund:

Projekt ASK ME står på skuldrene af arbejdet med frivilligorganisationen ReThinker, som blev etableret i 2017, da Aarhus var Europæisk Kulturhovedstad. I 2018 blev frivilligorganisationen en del af VisitAarhus, og mødet mellem frivillige borgere og gæster kom i fokus i en turismekontekst. Frivilligorganisationen styrker arbejdet med involveringen af frivillige i turismen, og udfolder de potentialer det rummer.

Formål:

At videreudvikle og udbrede et mangfoldigt frivillighedskoncept til gavn for turismevirksomheder, gæster og borgere i Aarhusregionen - og hele Danmark på sigt.

Målgrupper:

- Turismevirksomheder
- Gæster
- Borgere

Partnere:

- VisitAarhus: projektledelse
- Aarhus kommune: partner og medfinansierende
- Randers Kommune: parter og medfinansierende
- Syddjurs Kommune: partner og medfinansierende

## 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 den kontraktansvarlige partner 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 følgende output:

- Flere konkurrencedygtige virksomheder (måltal 120, resultat 704)
- Tilfredse og anbefalingsvillige gæster (måltal 21, resultat 30)
- Bæredygtige og engagerede borgere (måltal 76, resultat 322)
- Styrket fokus på frivillighed som et bæredygtigt konkurrenceparameter (måltal 25, resultat 32)

Helt overordnet har projektet arbejdet i tre spor. I det følgende præsenteres udvalgte resultater:

- Udvalgte resultater fra Spor I: Videreudvikling af frivilligkoncept

-Strategisk videreudvikling og udbredelse af frivillighed:

Projektet har styrket og udviklet det koncept, der eksisterede i Aarhus ved projektets start, ved at arbejde mere strategisk, indsamle og anvende data og styrke fokus på arbejdet med målgrupper, kanaler og kommunikation. I projektet blev der bl.a. sat fokus på at styrke arbejdet med ESG:

- Environment: Der er formuleret bæredygtighedsdogmer, der sætter retningslinjer for indkøb af lokale, miljømærkede varer, mere grønt og mindre kød, vand fra vandhanen, minimering af engangsemballage, affaldssortering og transportvalg med omtanke for klima
- Social: Der er udviklet en mere inkluderende og mangfoldig frivilligkultur, der fremmer lokale fællesskaber og øger den mentale sundhed og trivsel hos frivillige. Både medarbejdere og frivillige kobles tæt til lokale events og derigennem har projektet fremmet både den lokale udvikling og turismen.
- Governance: ReThinker er forankret ved VisitAarhus og fremhæves eksplicit som et strategisk indsatsområde i strategien "A great place". Der er udarbejdet en vision, der er udarbejdet årlige handleplaner og et realistisk budget baseret mange års erfaring med at rekruttere frivillige. Samtidig er der sat fokus på at sikre, at frivillige har involveres i projektet.

- Evidensbaseret tilgang til involvering af frivillige:

Projektet har genereret ny viden om værdiskabelsen ved involvering af frivillig i turismen og for de tre målgrupper. Med undersøgelsen 'Skab værdi med frivillige' er værdiskabelsen for virksomheder kortlagt. Undersøgelsen viser, at frivillige kan være med til at skabe seks forskellige værdier, som er svære at skabe på anden måde: hænder, ambassadørskab, værtskab, samfundsansvar, forankring og idéudvikling. Med henblik på at styrke arbejdet med frivillige er en årlig 'ReThinker Frivilligundersøgelse' gennemført. Endelig er der med undersøgelsen 'Krydstogts-gæsternes møde med frivillige velkomstværter' sat fokus på gæsternes oplevelse af mødet og dialogen med frivillige velkomstværter.

- Indsamling af data, udarbejdelse af rapporter, værktøjer og cases fra destinationen
- Formidling af data og anbefalinger til projektets målgrupper, DMO'er, DKNT, KL og Danske Destinationer

## 2. Projektets vigtigste resultater/effekter

### - Kompetenceudvikling af virksomheder og frivillige:

Projektet har styrket virksomheder via sparring, viden, værktøjer og systemer. Virksomheder har fået mulighed for at deltage på et uddannelsesforløb - og i et netværk. Frivillige er blevet understøttet på baggrund af de behov der har været for kompetenceudvikling, f.eks. indenfor værtskab, sprog- og kultur, sikkerhed og bæredygtighed.

- Udvikling og facilitering af 10 MasterClass - Skab værdi med frivillige
- Udvikling og facilitering af 5 møder i FriRum - Netværk om frivillighed
- Afvikling af 8 kompetenceopbyggende forløb for frivillige

### - Branding & kommunikation - lokal storytelling med internationalt perspektiv:

Projektet har styrket arbejdet med kommunikation og branding generelt, det har etableret et tættere samarbejde med VisitAarhus' kommunikationsmedarbejdere og involveret eksterne konsulenter med specifikke kompetencer.

- Etablering af kvartalsvis kommunikation målrettet til virksomheder via Visit Aarhus' partneryhedsbreve
- Etablering af kvartalsvis kommunikation målrettet kommuner via VisitAarhus' kvartalsstatus
- Udvikling af foldere målrettet rekruttering af frivillige og virksomheder
- Udvikling af en folder, der kort beskriver VisitAarhus og arbejdet i en DMO
- Udvikling og produktion af en rekrutteringsvideo <https://www.youtube.com/watch?v=j-LLaVyXIoQ>
- Udvikling og produktion af en video om KulturTa'Selv rettet mod turismevirksomheder, der ønsker at involvere frivillige <https://www.visitaarhus.dk/corporate/frivillig-rethinker/speed-meeting-og-kulturtaselv>

### - Udvalgte resultater fra Spor II: Etablering af frivilligfilialer

#### - Lokalforankret frivilligkoordinering og -ledelse:

Projektet har etableret to nye frivilligfilialer ReThinker Syddjurs og ReThinker Randers i samarbejde med de to kommuner. Der er arbejdet med:

- Etablering af kontorplads og mødested for frivillige.
- Afholdelse af infomøder, rekruttering, koordinering og ledelse af frivillige i alle tre afdelinger
- Kommunikation med frivillige via ReThinker Nyt i alle tre afdelinger
- Samarbejde omkring 496 forskellige opgaver hos samme antal virksomheder, organisationer eller events i de tre afdelinger i projekts periode
- Kortlægning af muligheder og udvikling af nye tiltag og opgavetyper bl.a. ved konferencer, i forbindelse med test, ved kommunale begivenheder og ved bæredygtighedsinitiativer
- Udvikling af forskellige set-up omkring velkomstværtsrollen

#### - Stedbunden Community Building

- Der er faciliteret 91 sitevisits som kaldes ReThinker udflugter, der dels styrker de frivilliges kompetencer og viden om deres lokalområde og dels styrker fællesskabet
- Udvikling af fælles visuel identitet, der fremmer synlighed i de nye filialer og geografier.
- Indkøb af beklædning til frivillige, som sikrer genkendelighed og som kan genbruges

## 2. Projektets vigtigste resultater/effekter

### - Lokaltilpassede IT-versioner

Projektet har i samarbejde med virksomheden Xoom udviklet en ny it- platform 'ReHelper', som understøtter episodisk frivillighed og sikrer, at virksomheder, frivillige og medarbejdere får opfyldt deres behov i et og samme system. Platformen består af en 'Markedsplads' - hvor aktuelle events og opgaver præsenteres. En 'Vagtplan' og en 'Venteliste'. Funktionen 'Info- og orienteringsmails' – der sikrer, at aktører kan holde frivillige opdaterede. 'Gruppekommunikation' – hvor frivillige kan gå i dialog med hinanden. 'Fremmøde' - til registrering af fremmøde og endelig 'Evaluering'.

- Udvikling og test af ReHelper <https://detsker.live/portal/rethinker-aarhus>
- Implementering af ReHelper i de tre afdelinger

### - Udvalgte resultater fra Spor III: National udbredelse

#### - Kontinuerlig videndeling på tværs af Danmark:

Projektet har delt viden med medarbejdere fra andre destinationsselskaber og virksomheder dels via oplæg og deltagelse i forskellige sammenhænge:

- Afholdelse af en lang række oplæg og workshops i forskellige sammenhænge og formater f.eks. Folkemødet på Bornholm, Kulturmødet Mors, i adskillige kommuner og for DKNT, KL og Danske Destinationer
- Projektet har delt viden udenfor Danmark f.eks. på City DNA konference med 100+ deltagere fra destinationsselskaber fra hele Europa.

#### -National udbredelse via fælles værktøjskasse:

Projektet har udarbejdet videns- og informationsmateriale, der er direkte overførbart til andre geografier efter projektets ophør. Formålet med materialet er at sikre national udbredelse

- Udarbejdelse af en online værktøjskasse med 13 værktøjer med konkrete anbefalinger til arbejdet med frivillige i en turismekontekst og til etableringen af en frivilligorganisation

#### - Mål for projektets effekter (data fra 2023)

##### - Vækst i antal skabte overnatninger

Måltal for vækst i antal skabte turismeovernatninger på 65.000 blev realiseret tilbage i 2022 hvor der var en faktisk stigning på 694.628 siden 2019, hvor de 10% 69.463 tilskrives ASK ME Der er dog sket et fald i 2023, som gør at den totale signing fra 2019 til og med 2023 er 50.231. Måltal for vækst i internationale turismeovernatninger er opnået med en faktisk stigning på 12.940 siden 2019.

##### - Vækst i skabt turismeomsætning:

Måltallet var opnået i 2022, men pga. et mindre fald i antal overnatninger fra 2022 til 2023 er det seneste måltal lige under målsætningen.

##### - Øget lokal stolthed blandt borgerne

Projektet har målt den lokale stolthed via den årlige 'Frivilligundersøgelse', der indeholder to parametre, der handler om den lokale stolthed. På parameteren "Jeg skaber værdi for lokalområdet, borgere og gæster" scorer frivillige til 3,9 på vigtighed og 4,0 på oplevelse på en skala fra 1-5. På parameteren "Jeg får større lokalkendskab" scorer de frivillige 4,4 på både vigtighed og oplevelse.

##### - Øget tilfredshed blandt gæsterne:

Dette mål er ikke realiseret da der er et fald i tilfredsheden. Undersøgelsen 'Krydstogtgæsternes møde med frivillige velkomstværter' blandt krydstogtgæster i Aarhus viser, at 83% af de adspurgte har haft dialog med en frivillig velkomstvært. Af disse peger 97% på, at de frivillige velkomstværter gør en reel forskel. Velkomsten er unik, fordi de frivillige vejleder efter behov, er imødekomende og venlige.

### 3. Erfaringer og læring

Her beskrives de vigtigste erfaringer og læring, som den kontraktansvarlige partner 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 enkelte erfaringer, der skal deles:

-Læring vedrørende etablering af nye afdelinger

I arbejdet med etablering af nye afdelinger er en dygtig frivilligkoordinator afgørende, og det er en fordel at han/hun er lokal og bekendt med både erhvervet i kommunen og de frivillige civilsamfundsorganisationer. Samtidig er det en styrke at frivilligkoordinatoren får indgående forståelse for turismeerhvervet og kobles tæt til kolleger i destinationsselskabet.

Det er væsentligt at finde et kontor og mødested for frivillige, som er centralt placeret og helst et sted, hvor mange mennesker har deres gang og hvor der er andre aktører, der har brug for frivillige. Frivilligkoordinatoren skal være opmærksom på balancen mellem frivillige og opgaver. Det skal være meningsfuldt for frivillige at melde sig, der skal være opgaver at varetage, men der skal heller ikke være flere opgaver end der er frivillige til, for så står aktørerne med en udfordring. En anden del af den udfordring er også at sikre, at der er noget for de frivillige hele året, særligt i Syddjurs kommune har projektet været udfordret på en udpræget sæsonforskellighed, der påvirker mængden af opgaver. Her har frivilligkoordinatoren sammen med kommune og erhverv været nysgerrig på at samskabe meningsfulde opgaver, som styrker lokalområdet og giver værdi for både borgere og gæster på den lange bane f.eks. test af stier eller nye tiltag til den kommende sæson.

- Læring omkring koblingen mellem frivillighed og turisme

Mange store kulturinstitutioner f.eks. museer involverer frivillige, men for mange andre aktører i turismen er det nyt, og det betyder, at der skal arbejdes med virksomhedernes mindset. Projektet fordrer en helt ny måde at tænke forretning på indenfor turismen. Sådanne 'bløde værdier' som tillid, fællesskab og relationer anses for mange virksomheder ikke typisk for målbare værdier i et forretningsperspektiv. Det koster at involvere frivillige og det kræver noget at involvere frivillige, men det giver også værdi og den forståelse har projektet bidraget til at styrke ved at bibringe data om værdiskabelse.

For en del borgere og dermed potentielle frivillige er turisme også en lidt svær størrelse at forholde sig til: hvad er en DMO?, hvad er en destination?, hvad betyder det for min kommune og mig at jeg er blevet en del af en sammenlægning og hvorfor hedder det Visit Aarhus, når jeg bor i Randers? Der har været en stor kommunikativ opgave at forstå og om- og oversætte turisme faglige forklaringer til frivillige.

### 3. Erfaringer og læring

#### - Læring omkring velkomstværter

Inden projektets opstart havde ReThinker gjort sig erfaringer med frivillige velkomstværter ved krydstogtsanløb i Aarhus. Det var og er en succes, og ved samtlige krydstogtsanløb i projektperioden har der været velkomstværter. Derfor ønskede projektet også at skalere den del, og lave lignende tiltag i Randers og Syddjurs. Frivilligkoordinatorer kortlagde mødesteder sammen med gæsteservice, rekrutterede frivillige og tog fat på opgaven. I hele projektets periode arbejdede vi med at få den opgave tilpasset og finde et eller flere set-up, der kunne fungere i Randers og Syddjurs. En af de største udfordringer var at krydstogtsgæsterne i Aarhus modtages et sted og de er nemme at identificere, mens gæster i Randers og Syddjurs har mange adgange til byerne og er sværere at identificere. Derfor er der testet mange forskellige tiltag af – både i forhold til placeringer, beklædning og materialer frivillige kan dele ud: at de frivillige går rundt, at de står ved et bord, at de har de orange jakker på, at de har store skilte med enten tysk, dansk eller engelsk "Spørg mig", at de har en trækvogn med inspirationspakker til forskellige målgrupper, at de deler kort ud. Vi har lært at det netop er evnen til at lytte lokalt og tilpasse løbende der gør, at vi lykkes – der er ingen on size fits all.

### 3. Erfaringer og læring



#### 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.

ASK ME har generet en bred vifte af resultater, som videreføres i forlængelse af projektet.

- De tre afdelinger videreføres af VisitAarhus på hver deres måde og dermed forankres aktiviteterne:

- Afdelingen i Aarhus har en fast bevilling fra Aarhus Kommune, men som en del af den strategiske udvikling af organisationen, har der været fokus på at geare afdelingen, og i juni modtog ReThinker Aarhus en donation på 6.000.000 kr. fra Salling Fondene.

- Afdelingen i Randers forankres - i første omgang indtil udgangen af 2025 - via midler fra Randers Kommune og i tæt samarbejde med VisitAarhus. I samarbejde med Randers Kommune udarbejdes der en strategi for det fremadrettede arbejde, her øges fokus på bæredygtighed og samarbejdet med No. 17 - Huset for bæredygtige handlinger, et tværorganisatorisk 3-årigt pilotprojekt.

- Afdelingen i Ebeltøft nedlægges, da Syddjurs Kommune ikke har valgt at bevilge midler til en fortsættelse. Syddjurs Kommune arbejder videre med episodisk frivillighed og koblingen mellem turisme og frivillighed i en kommunal sammenhæng. Kommunen implementerer it-plattformen ReHelper og sikrer derigennem, at både turismeaktører og frivillige får mulighed for fortsat at samarbejde om at skabe gode oplevelser for gæster.

- Arbejdet med at dele viden og understøtte national udbredelse vil fortsætter efter projektperioden.

- Flere destinationsselskaber og kommuner udviser interesse for at implementere et frivillighedskoncept

- It-plattformen ReHelper, som er udviklet specifikt til at understøtte den episodiske frivillighed, er også ved at blive udbredt, foreløbig anvendes den i Aarhus, Randers, Syddjurs, Nyborg og København Kommune.

- Dialogen med DKNT, KL og Danske Destinationer fortsætter.

- Resultater og viden og værktøjer fra ASK ME findes på [www.visitaarhus.dk](http://www.visitaarhus.dk)

#### 4. Forankring/videreførelse efter projektperioden

**Den/de tegningsberettigede for den kontraktansvarlige partner<sup>1</sup>:**

For- og efternavn	Dato og underskrift

---

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