

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.

Projekttitlel: MEET FYN - erhvervsturisme som driver for erhvervsudvikling

Journalnummer: TUR-21-0100

Projektperiode: 28-01-2021 - 31-08-2024

Samlede projektudgifter (kr.): 8.558.558,73

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 4.261.000

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.

Projektet "Erhvervsturisme som driver for erhvervsudvikling" fokuserede på at styrke Fyn som international erhvervsturismemeddestination ved at tiltrække videnskongresser og events.

Med fokus på regionens styrkepositioner som robotteknologi, det maritime erhverv, sundhed samt bæredygtighed søgte projektet at udvikle en conferencepipeline, styrke Fyns DNA og profil samt introducere bæredygtige erhvervsturisme-produkter.

Det overordnede mål var at øge Fyns konkurrenceevne for international mødeturisme.

Destination Fyn drev projektet og trak på viden og sparring fra vigtige samarbejdspartnere som Odense Robotics, Invest in Odense, OUH, SDU samt MeetDenmark.

Øvrige partnere inkluderede fynske kommuner (Odense, Middelfart, Nyborg og Svendborg) og private aktører, som gennem fælles indsats bidrog til projektets conferencefremstød, bæredygtige erhvervsturismeprodukter og udvikling af Fyns erhvervsturismeprofil.

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.

Opbygning af international konferencepipeline

- Der er identificeret omkring 200 potentielle konferencer, og en effektiv pipeline er etableret. Fra disse leads er der budt på flere relevante konferencer, med en forventet win rate på 66% i projektperioden, hvilket resulterede i 15.600 roomnights og en anslået omsætning på 62,5 mio. kr.

Udvikling af Fynsk DNA-fortælling og positioneringsstrategi

- DNA-fortællingen har positioneret Fyn som en stærk destination for erhvervsturisme og blev anvendt som et værdifuldt element i tiltrækningen af bl.a. robotteknologi-konferencen ROSCon

- Værktøjer er desuden udviklet til brug i hybride og digitale værtskabsløsninger om end efterspørgslen er faldet markant efter der er lagt afstand til Covid-pandemien

Legacy-projekter

- Gennem sportsevents som Victor Denmark Open i badminton og konferencer som European Maritime Day er der opnået værdifuld branding af Fyn

Eksempelvis blev Odense positioneret som en førende robotby, hvilket nåede et globalt publikum gennem innovative præsentationer under Victor Denmark Open flere gange i projektperioden (senest uge 42-2024)

Svendborg markerede sig flot internationalt ved at være vært for EU's Maritime Day og har dermed positioneret sig internationalt i forhold til det blå erhverv. De langsigtede effekter vil vise sig ved målinger henholdsvis 1 og 3 år efter afholdelsen

Bæredygtige produkter

- Projektet har udviklet og synliggjort produkter som fynske naturoplevelser, gastronomi, og kulturelle aktiviteter, der understøtter en bæredygtig profil for erhvervsturismen.

Forventede fremtidige effekter

- Projektets DNA-fortælling og bæredygtighedsstrategier forventes at styrke Fyns kendskabsgrad og konkurrenceevne yderligere, med en stigning i erhvervsturismeomsætning på over 20 mio. kr. årligt i de kommende år

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

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.

Positiv erfaring

Fyns DNA-fortælling og branding gennem partnerskaber med nøgleaktører havde en betydelig effekt, især inden for styrkepositionen med robotteknologi. Det var også her, vi havde det tætteste samarbejde med den nationale Robotklynge – Odense Robotics.

Det viste sig som en stor fordel at sidde tæt på hinanden og være en naturlig del af hinandens økosystemer, hvilket var den stærkeste læring i projektet.

Effektkæden for DNA-fortællingen har vist sig effektiv om end dette indtil videre kun er påvist på dette projekt.

Læring fra udfordringer

Selv i en forholdsvis lille geografi som den fynske kunne der være stor forskel på, hvor langt aktørerne var i forhold til f.eks. bæredygtige produkter. Læringen her var, at dette krævede en mere håndholdt indsats med god og kontinuerlig kommunikation samt eventuelle workshops.

Mod slutningen af projektperioden oplevede vi en opblomstring af interesse fra lokale aktører uden for storbyen.

Det virker til at effektkæden er virksom men noget langsommere i effekt end vi nødvendigvis havde håbet.

Timing var afgørende, da vi involverede eksterne samarbejdspartnere, og derfor måtte vi løbende justere vores indsatser. Det betød også, at langt de fleste elementer i projektet videreføres i destinationens fremtidige arbejde med erhvervsturisme.

3. Erfaringer og læring

Digitalt værtskab

Efterspørgslen på digitale konferencer og værtskabsløsninger faldt markant, efter at der blev lagt afstand til Covid-pandemien.

Læringen her var, at vi som samfund relativt hurtigt var klar til at mødes fysisk igen. Den vestlige verden var hurtigere end f.eks. Asien. Hvis man ser på erhvervsturismens tal, er niveauerne nu tilbage på, hvad der kan kaldes normale, både nationalt og internationalt.

Denne effektkæde vurderes mest virksom i forbindelse med kriser. En læring efter pandemien er, at når konferencegæster rejser stiller de større krav til indholdet. De komme med andre ord for at se "rockstjerne", in real life.

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.

Legacy-effekten fra European Maritime Day vil blive målt henholdsvis 1 og 3 år efter arrangementet for at vurdere langtidseffekter på Fyns erhvervssturisme og branding som maritimt center.

Materialer og film udviklet til robotsegmentet vil spille en central rolle i markedsføringsaktiviteter og tiltrækning af internationale konferencer og events, mens DNA-fortællingen og bæredygtighedsstrategierne forankres som kernelementer i fremtidige tiltrækningsinitiativer. Vi deler vores erfaring med den nationale robotklynge – Odense Robotics – med landets øvrige destinationer via MeetDenmark.

Der er ingen tvivl om, at samarbejdet lokalt skal udvides og udvikles, men også spejles til andre styrkepositioner som f.eks. life science. Her er vi så småt begyndt at igangsætte initiativer.

Den internationale konkurrence er benhård, og derfor er det vigtigt også i fremtiden at have mulighed for at teste projektideer af på erhvervssturismen.

4. Forankring/videreførelse efter projektperioden

Den/de tegningsberettigede for den kontraktansvarlige partner¹:

For- og efternavn	Dato og underskrift

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