

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

Projekttitle: Databaseret oplevelsesklynge - forstå kunderne på tværs af klyngemedlemmerne

Journalnummer: TUR-22-0125

Projektperiode: 01-07-2022 til 31-12-2024

Samlede projektudgifter (kr.): 2.048.800,60 kr.

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 1.002.500 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.

Projektets formål var at styrke virksomhedernes brug af data og indsigter til at styrke forretnings- og gæsteservice i deres virksomhed. Heri indgik naturligt virksomheder indenfor destinationsgeografien som målgruppe og indsatsen er især blevet gennemført med inddragelse af eksterne konsulenter som har kunnet styrke enkeltvirksomheder - både individuelt og i grupper med at blive klogere på egen forretningsudvikling gennem brug af data. Dette er sket gennem faglig sparring, analyse og anbefalinger til handling. Heri har også Erhvervshusene været en faglig sparringspartner ifht. tilbud fra det øvrige erhvervsfremmesystem som et supplerende tilbud til de deltagende virksomheder.

Herunder var også et mål om etablering af et netværksmiljø for virksomhederne som kunne løfte den enkelte og gøre hver virksomhed mere selvhjulpne i arbejdet med at bruge data til forretnings- og gæsteserviceudvikling. Dette arbejde har på samme måde været igang som et tilbud fra destinationen som den koordinerende partner med assistance fra eksterne konsulenter med faglige indlæg til inspiration.

Dertil havde projektet som formål at styrke gæsteservicetilbud på destinationen for at understøtte spredning af turister baseret på særkere viden om området og aktiviteter i området hos medarbejdere/virksomheder i destinationen. Dette arbejde blev især båret af destinationen som koordinerende partner med opbakning fra eksterne konsulenter til analysearbejdet og områdets virksomheder som udførende partnere, samt systemleverandører til eksempelvis levering af en B2C-orienteret app.

Som element i gæsteservicearbejdet var målet også at etablere et Akademi-format hvor virksomheder kunne blive hjulpet til en styrkelse af gæsteservice, gennem opkvalificering, vidensopbygning om destinationen og målrettede virksomhedsnære indsatser/tilbud. Her har indsatsen især været båret af uddannelsespartnere som eksterne konsulenter for at sikre den faglige viden om "opkvalificering" i kortlægningsarbejdet. Mens selv eksekveringen og koordineringen af indholdet i "akademiet" lå hos destinationen. Baseret på kortlægningen har destinationen således eksekveret indsatsen i et samarbejde med øvrige eksterne konsulenter.

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.

Virksomheder styrkes i brug af data:

Generelt har indførelsen af VisitData som platform i dansk turisme og det deraf styrkede fokus på dataanvendelse i turisme været omdrejningspunkt for projektet. Vi har derfor iværksat forskellige tiltag på tværs af projektet og prøvet en række formater af som har forsøgt at forene data med styrket gæsteservice og forretning. Som led i dette arbejde har vi derfor gennemført:

- Kortlægning, kvalificering og vejledning om data- og kompetencebehov: UCN/DANIA gennemførte som led i projektet en screening i form af on site interviews hos 42 virksomheder i destinationen. Dette identificerede kompetencebehov såvel som dataudviklingspotentialer i de enkelte virksomheder til brug for det videre arbejde i projektet og var værdifuldt for destinationens muligheder for at kvalificere indhold og formater til aktivering af de fundene potentialer efterfølgende.

- 1:1 forløb med afrapportering af udviklingsmuligheder med afsæt i data: Vi har som led i forankringen endvidere koblet eksterne konsulenter på 10 virksomheder som har fået mulighed for at få en anbefalingsrapport over initiativer og udviklingsmuligheder som kan sikre et forretnings- og digitalt løft ved hjælp af data. Vi har således haft 10 virksomheder igennem forløbet som der har været overvejende tilfredshed og som har betydet at anbefalinger er blevet implementeret og omsat til forretning baseret på data. På den måde er datas værdi for virksomheders udvikling blevet gjort nærværende og konkret.

- Onboarding af virksomheder på VisitData med fokus på hjælp til selvhjælp: Vi sikrede med projektet at de første virksomheder blev onboardet på VisitData platformen hvorved de fik adgang til et analyseværktøj som vi nu har løbende dialog om og som sikrer at virksomhederne får værdifuld viden om egne og branchens nøgletal. Vi er påbegyndt med seks virksomheder og flere kommer løbende til i takt med at der åbnes op for nye API'er. Vi har for nuværende yderligere ni virksomheder som venter på at der bliver åbnet for integrationer til deres systemer således at de kan blive koblet på.

- 1:1 vejledning i brug/muligheder af VisitData på virksomhedsniveau: Som del af opfølgningen på onboarding til VisitData gennemførte destinationen managementmøder hvor datainputtet fra platformen er omdrejningspunktet, således at vi sikrer at platformen og dataindsigterne bringes i anvendelse hos virksomhederne. Vi har således gennemført seks møder med virksomheder som i dag enten er på eller er positive for at komme på når der bliver åbnet for integration til deres systemer ved VisitData. Dette er et arbejde vi fortsætter da det skaber høj værdi for virksomhederne og for destinationen. Endvidere har vi haft møderne gennem 1:1 forløbene hvor vi har set på anvendelse af virksomhedernes egne data, ligesom vi ved temamøder har haft fokus på at hjælpe virksomheder med at mappe behov med egne data. Her har Visitdata løbende fungeret som benchmark for virksomhedernes egne data i en håndholdt proces da ikke alle har kunnet onboardes grundet integrations/systembegrænsninger.

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Delkonklusion: Vi vurderer at den indledende kortlægning, de konkrete anbefalingsrapporter og muligheden for at blive koblet på VisitData er vejen frem og vi har således valgt at bygge vores partnerskabsmodel for 2025 op omkring dels den viden kortlægningen gav, men også VisitData og rapport formatet som hjørnesten i vores samarbejde med vores større partnere da vi kan se det giver et strategisk løft at vejlede virksomhederne i at omsætte data gennem anbefalingsrapporterne. Vi forventer således at flere virksomheder i fremtiden vil få gavn af denne fremgangsmåde og disse formater da vi fortsætter metoderne efter projektet.

Akademielementer:

Vi havde grundlæggende et ønske om at etablere et egentligt akademi som en fælles referenceramme hos vores virksomheder i projektet, bygget op omkring kompetenceudvikling gennem kursusforløb. Vi vurderede dog qua kortlægningen og i takt med at vi opnåede viden om VisitData og implementeringsprocessen i virksomhederne, at vi i højere grad var nødt til at gøre Akademiet til en intern forståelse af en variation af tilbud som på forskellig vis ville understøtte virksomhederne i at levere bedre gæsteoplevelser såvel som bedre indsiger til understøttelse af forretningsudvikling med gæsten for øje. Akademiet blev således en mængde værktøjer som vi gennem de øvrige forløb omsatte individuelt overfor de deltagende virksomheder.

- Lancering af turist-App med fokus på oplevelser og begivenheder på destinationen: Appen, Oplev Limfjorden, er hjørnesten i vores Akademitilbud, det har været centralt at vi både sikrede gæsteserviceudvikling digitalt som hjælp og understøttede gæsternes forbrug ligesom det skulle sikre medarbejdere og virksomheder havde nem adgang til viden om området og på den måde kunne guide gæsterne bedre. Hertil har vi prioriteret at anvende et værktøj som efter projektet kan rummes i den daglige drift uden at blive en "ny" opgave, men en type opgave hvor det vi gør kan bruges på nye måder. Vi har derfor bragt en app i anvendelse som taler sammen med vores guide danmark produkt og på den måde sikrer vi at flere - både gæster og virksomheder får gavn af det arbejde vi laver med vores eksisterende web-løsninger, samtidig med at vi via det nye format når ud til flere. Vi ser her muligheder for at videreudvikle løsningen i Q3 2025 således at virksomhederne i højere grad også kan være med til at skabe indhold i appen og dermed tage større ejerskab.

- Et fælles dashboard, en nøgletalrapport der gør dig klogere: Som led i at give virksomhederne bedre muligheder for at bechmarke egen performance med afsæt i data, sikrede vi at det til slut i projektet blev muligt at sende en rapport på fælles nøgletal på destinationsniveau som den enkelte virksomhed kan bruge til at benchmarke egen performance i sammenligningsperioden. Vi udsendte her dashboardet til alle 217 medlemmer i december, efter projektperioden fortsætter vi denne praksis således at der kommer nye tal månedligt til vores virksomheder. Det fungerer dermed som et godt værktøj for erhvervet i at monitorere egen performance gennem data fra projektet.

- Matchmaking med erhvervsfremmesystemet: Som led i besøgene før og efter onboarding på VisitData, og som led i afrapporteringen af udviklingsmuligheder med afsæt i data har der endvidere været løbende dialoger med Erhvervshusene om muligheder, tilbud og forløb som kunne kobles på virksomhederne til at styrke deres forretningsudvikling qua de muligheder som er identificeret i screening/afdækningen i projektet. Vi har således også systematiseret samarbejdet så vi i dag holder kvartalsmøder med erhvervshusene og ligeledes inddrager dem i 1:1 møder med virksomhederne. Indtil videre har vi konkret haft 2 virksomheder matchet med erhvervshusene som følge af deltagelsen i projektet.



2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Delkonklusion: Vi har således fået gjort et grundelement klar via projektet til bedre gæsteservice i form af appen, og arbejder nu konsinuerligt med at udbrede kendskabet, også efter projektperioden. Vores Dashboard er et uvurderligt værktøj til at inspirere og gøre erhvervet nysgerrige på data mens vi venter på at flere integrationer til VisitData muliggøres centralt fra. Endvidere er det et godt værktøj for os i vores mangementmøder og opfølgningssamtaler med erhvervet. Endelig er det at vi har fået etableret en kontakt til erhvervshusene baseret på de identificerede behov også en måde vi sikrer indenfor og efter projektet, at kunne mødekomme flere virksomheders behov for forretningsudvikling, herunder også brug af data. Det er en indsats vi forventer meget af. Men det er også klart at akademiet er blevet meget håndholdt og det har betydet at vi har lagt vores partnerskabsprogram om for at kunne honorere dette da vi kan se der sker en stor værdiskabelse ved at kunne bruge disse værktøjer overfor erhvervet.

Netværksaktiviteter:

Grundlæggende var der en ambition om at styrke arbejdet i fremtiden gennem et solidt netværkselement i projektet. Vi har således testet forskellige formater for netværksaktiviteter af i projektet for at blive klogere på hvordan vi balancerer de individuelle behov med destinationens muligheder for at fortsætte arbejdet efter projektperioden.

- Fællesmøder med inspiration om brug af data som virksomhed: Vi har i projektet prøvet kræfter med forskellige netværksformater:

1: Et fælles fagligt forløb for museer hvor deres vertikal blev omdrejningspunkt og vi over 5-6 mødegange inspirerede museerne til brug af data i forskellige forretningsdiscipliner af deres virksomhed; Butik, Produkter, Bestyrelse, Ledelse etc. Heri har 3 museer med + 7 afdelinger deltaget.

2: Temamøde uden hensyn til vertikal men som generelt tilbud til at blive klogere på hvordan den enkelte virksomhed kan bruge data til at udvikle egen forretning. Vi har således prøvet et format af hvor virksomhederne med hjælp fra destinationen og eksterne konsulenter kunne stille skapt på egne udfordringer og matche disse med data i egen virksomheder, suppleret med viden om data fra destinationen, primært via VisitData. Heri har 10 virksomheder deltaget.

3: Tværkommunale arbejds møder med kommunerne i destinationen da det står klart at meget data som virksomhederne kan have gavn af også hænger sammen med de muligheder kommunene kan tilbyde med at stille data til rådighed, foruden hvad der er i VisitData platformen. Vi har derfor haft fælles arbejds møde omkring kommunale potentialer for at levere ny data og indsigter til destinationen, kommunerne og virksomhederne. Heri har DKNT været sparringspartner og netværksdeltager. Heri deltog de tre kommuner, DKNT og NTT som ekstern konsulent. Det er et arbejde vi fortsætter og forventer at formalisere i 2025 for at styrke samarbejdet omkring data til gavn for hele værdikæden lokalt.

Delkonklusion: Vi fortsætter i 2025 med Temamøder da "metoden" med at identificere behov og søge løsninger ved hjælp af data fungerer godt, ligeledes fortsætter netværksmøder på brancheniveau hvor vi sørger for at trække data ind og gøre dem til omdrejningspunkt for forretningsudvikling og markedsføring i samarbejde med virksomhederne. Endelig søger vi at formalisere samarbejdet på tværkommunalt niveau suppleret af nogle virksomheder således at vi får et egentligt samarbejde på tværs af værdikæden om data til understøttelse af lokal udvikling.

Vi er således kommet mere eller mindre i mål med projektets samlede output og effekter gennem projektets samlede initiativer og bruger hovedparten i vores videre arbejde gennem vores partnerprogram fra 2025.

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.

Generelt set lykkedes projektet som helhed, der er dog særligt to elementer som vi vurderer kan være en god læring for andre:

1: Akademiet - her viste det sig svært at engagere virksomhederne omkring kompetenceudvikling uden et supplerende samarbejde med mere fokus på 1:1 initiativer. Vi har således i højere grad brugt akademiet som en intern referenceramme og i stedet sat indholdet i spil via 1:1 møder/initiativer. Der er ingen tvivl om at potentialet for at styrke kompetencedelen som akademiet havde til hensigt er tilstede, men det forudsætter et erkendt behov og det er der ikke i udbredt grad i dag. Hvorfor akademiet ikke kan stå alene men skal være en del af vores generelle samarbejde som aktiveres via 1:1 samarbejder med enkeltvirksomheder i højere grad end generelle tilbud til erhvervet som plenum gruppe.

2: En effekt som virkelig har overrasket os i projektet har været effekten af vores fælles faglige netværk med museerne, det at vi brugte god tid på at behovsafdække og samtidig anvendte specialister som inspiratorer for museerne, vel og mærke specialister der ikke kender til museumsdrift men i stedet er fokuseret på forskellige discipliner indenfor virksomhedsdrift har været en stor succes som fortsat her 1,5 år efter er et fælles referencepunkt og hvor alle museer fik udbytte qua at de fik deres egne museers arbejde/metoder sat i perspektiv til gængs virksomhedsdrift har gjort at flere museer har udviklet på deres bestyrelseskompetencer, har styrket deres salgsarbejde og ligeledes deres produktudvikling - det har samlet set styrket museernes evne til at levere bedre gæsteservice og udvikling museerne mere som virksomheder/forretninger og det er i særdeleshed et format vi vil gentage på tværs af andre faggrupper indenfor vores medlemsbase.

Generelle betragtninger:

Der er ingen tvivl om at projektets samlede metode med at kortlægge behov hvorefter vi satte ind med mere skræddersyede initiativer har virket godt, vi skulle i kortlægningen nok have været mere åbne for forskellige udfaldsrum af behov da vi var meget fokuseret på gæsteservice/dataanvendelse, og der står det klart at der godt kan være nogle trædesten på vejen til at påvirke de to elementer som går via nogle mere gængse discipliner i det at drive en virksomheds udvikling.

Vi vil derfor nok gøre kortlægningen mere eksplorativ en anden gang så vi får flere nuancer at arbejde med når vi skal imødekomme behovene og gøre tilbuddene relevante for erhvervet.



3. Erfaringer og læring

Endelig må vi erkende at en mere stringent projektledelse havde været gavnlig for det samlede projekts fremdrift, men det at medarbejdere stopper og nye komme til er dog et vilkår som vi aldrig kan se os fri af, vi kan kun planlægge på baggrund af den viden og det skal vi være bedre til.

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.

Vi har flere initiativer fra projektet som vi nu viderefører:

- 1: Vi fortsætter og har implementeret 1:1 møderne i vores partnerskabsmodeller, vi har også taget rapportformatet og videreudviklet til et selvhjælps værktøj vi bruger til at screene virksomhederne i vores daglige arbejde, vi forventer således at have givet yderligere 15 virksomheder muligheder i 2025 på baggrund af de værktøjer og metoder vi har fra projektet.
- 2: Vi fortsætter med at lave nøgletalsrapporter og sender ud til medlemmerne for at gøre dem klogere på vores destinations udvikling og give dem benchmark på egne data.
- 3: Vi fortsætter fokus på at onboarde virksomheder på VisitData og dermed sikre flere får gavn af de fælles data
- 4: Vi investerer i efteråret 2025 i en videreudvikling af vores gæsteservice app således at virksomhederne i højere grad kan arbejde autonomt med at oprette produkter og tilbud.
- 5: Vi fortsætter vores temamøder og den arbejdsmetodik vi har udviklet her for at højne kompetencerne hos erhvervet
- 6: Vi arbejder videre med netværksmøderne og vil løbende optimere netværksgrupperne.
- 7: Vi forventer i 2025 at etablere et fælles arbejdsforum omkring data med kommuner og særlige interessenter i vores område da der har vist sig et potentiale i samarbejdet såvel effekterne heraf for den samlede værdikæde i turismen.
- 8: Vi fortsætter det regelmæssige samarbejde og erfamøder med erhvervshusene for at sikre flere turismevirksomheder får gavn af de virksomhedsrettede tilbud herfra, og det bliver således også et aktiv i vores 1:1 møder med erhvervet.

4. Forankring/videreførsel efter projektperioden

Den/de tegningsberettigede for den kontraktansvarlige partner¹:

For- og efternavn	Dato og underskrift
Rasmus Friis Sørensen	25022025

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