

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 tilsagnsmodtager er i tvivl om medfinansieringen, bedes man kontakte Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Alle beløb bedes oplyst i hele kr.

Projekttitel: Turismens Data Hub

Journalnummer: TUR-23-0155

Projektperiode: 01.04.23-31.03.25

Samlede projektudgifter (kr.): 9.001.583,60 kr.

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 4.500.791,80

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.

Det overordnede formål med projektet er at forankre en fælles national dataplatform, der skal understøtte det danske turismeerhverv og de danske destinationsselskaber i at anvende data til strategisk udvikling af deres forretning og destination.

Målgruppen for projektet er særligt de 19 destinationsselskaber, da de indtager en væsentlig rolle i forhold til at udbrede dataplatformen (VisitData) til lokale virksomheder i deres respektive destinationsgeografier. Derfor har projektet et stort fokus på at kompetenceløfte destinationerne, så deres medarbejdere bliver fortrolige med platformen og bliver i stand til bedre at kunne gå i dialog med erhvervet om de muligheder, som VisitData rummer.

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.

Lokal forankrende og kompetenceløftende aktiviteter:

- Etablering af Key Account Manager (KAM) funktion
- Etablering af Superbruger funktion
- Udvikling af koncept for netværksforløb
- Nyhedsbreve
- Oprettelse af Teams community
- Afvikling af netværksmøde hver 2. md.
- Facilitering af erfa-grupper
- Udvikling af salgsmateriale
- Indgåelse af driftsaftale om platformen og indkøb af teledata
- Opkobling af alle 19 destinationsselskaber
- 1:1 sparringsmøder med destinationerne
- Produkt webinarer + Q&As
- Proces webinarer + Q&As
- Nationale Masterclass forløb (advanced & begynder)
- Lokale undervisningsforløb (mellemgruppen)
- Destinationskernefortællinger (mellemgruppen)
- Kick off af erhvervspartnerne (mellemgruppen)

Tekniske udviklingsaktiviteter:

- Skalering af basispakke-dashboard til øvrige destinationer
- Videreudvikling af basispakke (performance & brugervenlighed)
- Udvikling af nye features og dashboards (produkter)
 - o Kulturdashboard
 - o DSTdashboard
 - o Fællesovernatningsskema til flere dashboards
 - o Mere omsætning på hoteldashboard
 - o Prosaforklaringer på flere camping- og attraktiondashboards
 - o Teknisk klargøring til kategoriserede benchmarks på tværs af dashboards
 - o GenAI rapport
- API, systemintegrationer (systemleverandører)
 - o Compusoft
 - o JCD
 - o FeriePartner
 - o Spectra
 - o Picasso
 - o Octopus
 - o FlexPOS
 - o Billetten
 - o Tixly
- Onboarding af 84 virksomheder (med underskrevne De minimis erklæringer)

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Alle outputmål for projektet er nået:

- Etablering af KAM-funktion på nationalt niveau: 1
- Udvikling af koncept for kompetence- og netværksforløb for destinationsselskaber: 1
- Gennemførelse af kompetence- og netværksforløb blandt destinationsselskaberne: 9
- Udvikling af salgsmateriale for destinationsselskaberne: 1
- Indgåelse af driftsaftale om platformen og indkøb af teledata: 1
- Opkobling af destinationsselskaber til platformen: 19
- Gennemførelse af udviklingsaktiviteter i platformen: 5
- Onboarding af virksomheder på platformen: 76
- Skalering af dashboardudvikling til øvrige destinationer: 11

Resultatmål: Øgede kompetencer hos de deltagende destinationsselskaber vedr. viden om dataplatformen

Resultat: Vi har løbende monitoreret destinationsselskabernes oplevelse af kompetenceudviklingen gennem evalueringer efter hvert netværksmøde. På tværs af de 9 netværksmøder ses, at 78% af deltagerne angiver et udbytte over middel af aktiviteterne (kun 2% svarer negativt). Dette underbygges af konkret spørgsmål d. 4/9 2024 "Føler du dig klædt på til VisitData?" svarer 75% "Ja, jeg har rykket mig, men det er stadig svært".

Resultatmål: Anvendelse af platformen blandt destinationsselskaber

Resultat: Stikprøve på logins viser, at 66 destinationsbrugere har benyttet dataplatformen indenfor de sidste 3 mdr.

Resultatmål: Anvendelse af platformen blandt virksomheder

Resultat: Stikprøve på logins viser, at 80 virksomhedsbrugere har benyttet dataplatformen indenfor de sidste 3 mdr.

Herunder bruges platformen også af VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, NTT samt tredjeparter.



2. Projektets vigtigste resultater/effekter

3. Erfaringer og læring

Her beskrives de vigtigste erfaringer og læring, som tilsagnsmodtager 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.

De største læringer i projektet kan inddeles i to overskrifter.

- Forventninger og landskabet
- Datamodning

Forventninger og landskabet

De forventninger der har været til dataplatformen fra aktører i det danske turismeerhverv har ikke stemt overens med hverken projektet aktiviteter, outputs og timemedfinansiering eller destinationsselskabernes kompetencer (eller prioritering) til at udfylde den distribuerende rolle. Det har vist sig at der skulle markant flere aktiviteter og ressourcer til for både at kompetenceløfte og sikre aktivisering af den tekniske udvikling. Det resulterede i at vi måtte opruste (uden omkostning for projektet Turismens DataHub) med 3 Product Managers til den tekniske udvikling, både for at sikre de ønskede outputs i projektet, men også for at imødekomme de forventninger der er til dataplatformen muliggørelse og værdiskabelse efter projektets afslutning.

Det er også vigtigt at have for øje at en stor del af platformens mulig værdiskabelse ligger i volumen af data, og meget af dette data aggregeres af virksomhedsdata. Virksomhedsdata der indsamles gennem distribuering af destinationsselskaberne. Så når destinationsselskaberne kæmper med at forstå, formidle og udnytte den mulige værdiskabelse, så tager det længere tid at øge volumen og dermed også længere tid for at øge værditilbuddet. Det er en hønen og ægget situation, og det er blevet tydeligt at dataplatformen har behov for stærkere og mere datamodne distributører, end først antaget.

Datamodning

Generelt har vi fået større indsigt i fragmenteringen af datamodenhed i turismeerhvervet, og mange aktører er på et meget tidligt stadie i deres datamodning. Det betyder at der er et større behov for understøttelse af den muliggørelse af værdi som dataplatformen tilbyder. En understøttelse som helt naturligt er svært for flere destinationsselskaber qua deres tid, kompetencetype, prioriteringer og rammer. Derfor er der på bagkant af dette projekt ansat to nye profiler (og der ledes ovenikøbet efter en tredje profil) til VisitData teamet til at fortsætte arbejdet med kompetenceløft af destinationerne, så udbredelsen og værdiudnyttelsen af dataplatformen øges. Dette team etableres som et Shared-service team for destinationerne, og arbejder ud fra 6 tematikker med konkrete aktiviteter som destinationer ønsker hjælp til. Med andre ord er der brug for en fortsat og større involvering fra national side for hjælpe destinationerne med udrulnings-opgaven.

3. Erfaringer og læring

Projektet fik i 2024 gennemført en Midtvejsevaluering, der indeholdt følgende tre anbefalinger og læringspunkter, som der ultimo 2024 blev fulgt op på:

1. Fokus på at understøtte destinationsselskabernes rekruttering og onboarding af turismevirksomheder til platformen

Dette fokus er og bliver et hovedfokus for dette projekt. Opgaven er imidlertid så stor, at By-, Land og Kirkeministeriet som en del af den nationale turismestrategi prioriterede 24 mio. i de næste 3 år med en større indsats med ressourcer og kompetenceopbygning indenfor datadreven forretningsudvikling – netop til at understøtte destinationsselskabernes arbejde med at onboarde virksomhederne.

2. Opstilling af nye måltal for den resterende del af projektperioden

Det forventes, at de kvantitative mål for antal onboardede virksomheder nås, men i stedet for at øge måltallene og primært gå efter volumen, har projektledelsen valgt at fokusere på at øge kvaliteten, dvs. at få de onboardede virksomheder til at blive dygtige til at bruge data og dashboards. Hvis der er flere, der bliver dygtige hertil, vil best-cases være en god måde senere at volumen op.

3. Test villigheden til brugerbetaling

Virksomhederne får allerede nu kommunikeret den pris de skal betale fra 2026 for at blive onboardet. Nogle destinationer oplever, at betaling er en barriere for enkelte erhvervspartnere, og andre destinationer siger, det slet ikke er en udfordring. Vi oplever, at det er forskelligt fra destination til destination alt efter hvor stort et værditilbud, destinationerne slår op overfor deres erhvervspartnere i området. Villigheden afhænger af værdioplevelsen, som i høj grad afgøres af destinationernes viden, kvalifikationer og kompetencer. Og så er vi tilbage ved punkt 1, som er projektets store fokus.



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.

Turismens Datahub-projekt forankres i VisitDenmarks løbende VisitData-indsats. By-, Land og Kirkeministeriet besluttede i 2024 som en del af den nationale turismestrategi at prioritere 24 mio. i 2025-2027.

Indsatsen er delt i 2 spor:

- 1) Udvikling: Indsatsens mål for udvikling er at sikre et værdifuldt data-grundlag, samt øge hastigheden og stabiliteten af integrationer og onboarding for at understøtte tilgængeligheden.
- 2) Udrulning: Indsatsens mål for udrulning er at sikre fokus på adaptation og værdiskabelse i udbredelsen gennem support og opkvalificering af destinationsselskaberne, samt sikre vidensdeling og sparring på tværs af landskabet. Dette gennem etableringen af et Shared-service team, der skal hjælpe destinationerne med alt fra præsentationer ved lokale informationsmøder, til workshops, til materialer, case-to-case baseret rådgivning og andre lokale behov indenfor værdiformidling og forretningsudvikling med et analytisk afsæt. Der udvikles og afholdes også niveauinddelte kompetenceforløb og netværksmøder.

Der er en række centrale parametre, der spiller en rolle i fordelingen mellem de to spor. For udviklingssporet er faktorer som udviklings-omkostninger, hastighed, kvalitet og ressourcer essentielle for fremdriften. Samtidig er afslutningen og erfaringerne af ERST-projektet 'Turismens DataHub' og automatisering også en del af betragtningerne. På udrulningssporet er effekten og omkostningerne ved eksisterende initiativer og det oplevede supportbehov i værdiformidlingen og kompetenceudviklingen en del af betragtningen. Indspillene fra destinationerne spiller også en væsentlig rolle i den store allokering til udrulningsinitiativer. Samlet udgør disse parametre grundlaget for følgende fordeling af udmøntningen.

4. Forankring/videreførsel efter projektperioden

Den/de tegningsberettigede for tilsagnsmodtager¹:

For- og efternavn	Dato og underskrift

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