

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

Projekttitle: Destination 2.0 - Bæredygtighed, rekruttering, data og digitalisering - Genopretning

Journalnummer: TUR-22-0116

Projektperiode: 1. juli 2022 til 15. august 2025

Samlede projektudgifter (kr.): 14.515.177,47

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 7.257.588,74

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 Destination 2.0 - Bæredygtighed, rekruttering, data og digitalisering - Genopretning efter COVID-19 og fremtidssikring af turismeerhvervet i Destination Vesterhavet blev igangsat med det formål at genoprette og fremtidssikre turismeerhvervet i Destination Vesterhavet efter COVID-19. Projektets ambition var at gøre Destination Vesterhavet til Nordeuropas foretrukne kystferiedestination gennem bæredygtig udvikling, datadrevet indsigt, styrket erhvervsservice og digitalisering.

Projektet byggede videre på erfaringer og metoder fra tidligere projekter/initiativer og blev gennemført i tæt samspil med turismeaktører/ -erhvervet.

Varde og Ringkøbing-Skjern Kommuner har bidraget med medfinansiering og har deltaget i projektets styregruppe.

Danske Kyst- og Naturturisme har også bidraget med medfinansiering og har deltaget i projektets styregruppe

Desuden har der medvirket en række ikke økonomiske partnere, bl.a., VisitDenmark som har været en tæt samarbejdsaktør, ligesom der har været samarbejde med Erhvervshusene og de lokale erhvervsråd (ProVarde og Ringkøbing-Skjern Erhvervsråd).



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.

Destination 2.0 – Bæredygtighed, rekruttering, data og digitalisering blev organiseret i fem spor, som hver især adresserede en central udfordring eller mulighed i turismens post-Covid-19-virkelighed. Her følger en introduktion til hvert spor samt en opsummering af de vigtigste aktiviteter, output og effekter.

Spor 1: Bæredygtig erhvervsudvikling – genopretning og fremtidssikring

Formål: At skabe dybere indsigt i turismevirksomhedernes behov og udfordringer samt støtte dem i en grøn og fremtidssikret udvikling gennem analyser, sparring og opkvalificering.

Output:

- Udvikling og afprøvning af metode til screening af virksomheder
- Tilfredshedsanalyser gennemført og dermed indsigt i behov for markedsføring, gæstsegmentering og sæsonudvikelse.
- Mange virksomheder har deltaget i sparringsforløb
- Opkvalificering af medarbejdere internt, bl.a. inden for bæredygtighed og dataanvendelse.

Effekter:

- Øget indsigt i erhvervets udviklingsbehov og styrket grundlag for fremtidige indsatser.
- Virksomheder har opnået bedre strategisk viden og adgang til relevant rådgivning, som kan videreføres efter projektperioden.
- Tættere og mere systematiseret samarbejde med lokale erhvervshuse og erhvervsråd, hvilket understøtter fremtidige fælles indsatser.
- Internt er kompetenceniveauet i Destination Vesterhavet styrket, især inden for bæredygtighed.

Spor 2: Bæredygtig destinationsudvikling

Formål: At styrke destinationens samlede bæredygtighedsprofil og differentiere kystbyernes potentialer i forhold til målgrupper og oplevelsestyper.

Output:

- Udarbejdelse af 6 DNA-profiler for de største kystbyer → aktivt implementeret i destinationsudvikling og markedsføring.
- Gamification-kampagne baseret på DNA-profilerne testet digitalt.
- Tværkommunal koordinering og branding af fødevarerindsatsen via "Vesterhavsskækket", som har samlet producenter og restauranter i nye netværk.
- Udarbejdelse af bæredygtighedsstrategi og handleplan med konkrete KPI'er.
- Indledende udvikling af visitor management-strategi og værktøjer.

Effekter:

- Forstærket lokalforståelse og bedre kommunikationsværktøjer til at målrette indsatsen mod specifikke gæstsegmenter.
- Tværgående samarbejde mellem Destination Vesterhavet, kommunerne og aktører om fødevarer- og turismestrategier er blevet fast forankret.
- DNA-profilerne anvendes allerede aktivt i branding og udviklingsprojekter og bliver en central del af fremtidig markedsføring.
- Viden og netværk fra sporet skaber grundlag for fremtidige investeringer i bæredygtige oplevelsestilbud.

Spor 3: Data og analyse

Formål: At opbygge en stærk, destinationsnær analysekapacitet og skabe et solidt grundlag for datadrevet udvikling i hele destinationen.

Output:

- Udvikling af flere dashboards i samarbejde med VisitDenmark og NTT Data → bl.a. overnatningstal, attraktionstal og detailsætning.
- Integration af datakilder som POS, mobilitetsdata og gæstemålinger.
- Onboarding af flere virksomheder som databidragydere

Effekter:

- Data anvendes i højere grad som beslutningsgrundlag, både internt i Destination Vesterhavet og blandt eksterne partnere.
- Virksomheder har fået adgang til branchedata, som giver bedre indsigt i gæsternes behov og adfærd, men det tager tid at få virksomhederne til at anvende og bruge data.
- Kommuner og samarbejdspartnere bruger data aktivt i planlægning og politiske drøftelser.
- Analysekapacitet og dataintegration forankres og videreudvikles i organisationen efter projektets afslutning.

Spor 4: International markedsføring

Formål: At synliggøre destinationens bæredygtige produkter og fortællinger på internationale markeder.

Output:

- Udvikling og test af nye signaturbegivenheder og kampagner målrettet internationale gæster.
- Gennemførelse af markedsføringsaktiviteter og presse-/influencer-ture.
- Produktion af bæredygtigt kampagnemateriale og indhold til "Everyday Wonders" og "Always-on"-kanaler.
- Integration af by-DNA og bæredygtighed i markedsføringsmateriale.

Effekter:

- Destinationens grønne profil er blevet styrket i kommunikationen til internationale målgrupper.
- Kampagner har inspireret erhvervet til mere strategisk segmentering og målretning af deres markedsføring.
- Erfaringer fra testede koncepter anvendes direkte i fremtidige markedsføringsindsatser.

Spor 5: Digitalisering

Formål: At løfte destinationens digitale tilstedeværelse og styrke turismeerhvervets digitale kompetencer.

Output:

- Udvikling og implementering af ny webarkitektur med fokus på tematisering og sæsonpræferencer.
- Integration af digitale platforme, herunder website, app og content-økosystem.
- Etablering af digitalt netværk for medarbejdere.
- Pilotafprøvning af nye brugerrejser og digitale formater.

Effekter:

- Øget digital synlighed og tilgængelighed af destinationens tilbud.
- Styrket digital gæsteservice og forbedret brugeroplevelse, hvilket øger konverteringen.
- Turismeerhvervet har opnået bedre forståelse for digitale kontakthænder og kanalvalg.
- Digitalisering er forankret som et integreret element i destinationsudviklingen fremadrettet.

Projektets output har samlet set ligget på et højt niveau – også på trods af de udfordringer, der har været med personaleudskiftninger undervejs. Deltagelsen fra erhvervet har været markant, og engagementet viser tydeligt, at projektets aktiviteter har ramt et reelt behov. De realiserede resultater og effekter matcher de forventninger, der lå i ansøgningen. Det er særligt glædeligt, at projektet har bidraget til at etablere nye samarbejdsrelationer, styrket den datadrevne kapacitet, igangsat flere bæredygtige initiativer og efterladt turismeerhvervet bedre rustet til fremtiden.

Tværgående effekter og langsigtet værdi

Projektet har haft en markant og dokumenteret effekt på både turismeerhvervet, destinationsselskabet og samarbejdet omkring turismeudvikling:

- Virksomheder har fået adgang til viden, netværk og rådgivning, der har styrket deres markedsindsigt og bæredygtige omstilling.
- Destination Vesterhavet har opbygget og operationaliseret nye data- og analyseværktøjer, der anvendes i strategiske beslutningsprocesser.
- Der er etableret et tæt og varigt samarbejde mellem Destinationen, erhvervsfremmeaktører og kommuner, som videreføres efter projektperioden.
- Markedsføringen af destinationen som bæredygtigt rejsemål er styrket og har nået nye målgrupper via internationale kampagner.
- Organisationens interne kompetencer og arbejdsgange er løftet betydeligt, især inden for data, digitalisering, bæredygtighed og tværgående samarbejde.



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.

Vigtige erfaringer og læring fra projektet

Projektet har skabt værdifuld læring, både i forhold til samarbejdet med erhvervet, den interne organisering og arbejdet med data og bæredygtighed. Erfaringerne giver vigtig viden om, hvilke metoder og tilgange der fungerer bedst, og hvad der bør gribes anderledes an i fremtidige projekter.

Rekruttering og samarbejde med erhvervet

Rekruttering af turismevirksomhederne har været sværere end forventet. Mange virksomheder har haft travlt med den daglige drift, hvilket betød, at projektets oprindelige rekrutteringsstrategi måtte justeres. I praksis blev der behov for en meget mere håndholdt indsats, hvor direkte kontakt, personlige relationer og skræddersyede tilbud var afgørende for at få virksomhederne med. De erhvervsrettede aktiviteter – herunder 1:1-rådgivning, netværksmøder og workshops – har givet en indgående indsigt i de meget forskellige behov og udfordringer, som turismevirksomhederne står med. En vigtig læring er, at de erhvervsrettede tilbud i fremtiden skal være helt konkrete og tydeligt kommunikere “what’s in it for me” for den enkelte virksomhed.

Dataarbejde og analyse

Projektets dataarbejde har været teknisk krævende. Adgang til VisitData og muligheden for at sammenligne resultater med internationale destinationer var mere begrænset, end det oprindeligt var forventet. Det betød, at projektet måtte justere ambitionsniveauet undervejs. Trods udfordringerne er der opbygget en bedre forståelse af, hvordan datadrevet destinationsudvikling kan understøtte både virksomheder og beslutningstagere fremadrettet. Fremtidige projekter bør dog sikre klarere rammer for datadeling, bedre adgang til sammenlignelige benchmarks og en stærkere kobling mellem data og konkrete indsatser.

Bæredygtighed som dagsorden

Arbejdet med bæredygtighed viste sig at være en mere kompleks udfordring, end forventet. Mange virksomheder har endnu ikke erkendt potentialet i grøn omstilling, og det kræver derfor målrettet formidling og konkrete eksempler på, at bæredygtige tiltag også kan være god forretning.

Her viste et specifikt 1:1-certificerings- og rådgivningsforløb for 11 campingpladser sig at være en særdeles effektiv metode. Forløbet motiverede virksomhederne til at tage helt konkrete skridt mod bæredygtige handlinger og gav værdifuld viden om, hvordan man kan fremme grøn omstilling i en branche, hvor ressourcerne ofte er begrænsede.

Intern kompetenceopbygning og projektledelse

Projektets interne organisering har været udfordret af personaleudskiftninger. Det har påvirket både kompetenceopbygningen og den tværgående projektledelse, hvilket til tider har skabt behov for at omfordele opgaver og ressourcer.

En vigtig læring er, at komplekse projekter med mange aktiviteter kræver en tydelig ansvarsfordeling fra starten samt klare procedurer for vidensdeling, så projektet ikke bliver sårbart ved personaleændringer.

Overordnede læringspunkter og anbefalinger

- En håndholdt tilgang til virksomhederne er nødvendig, hvis man vil sikre høj deltagelse og engagement.
- Tydelig værdikommunikation er afgørende – virksomhederne skal forstå præcist, hvad de får ud af at deltage.
- Ambitioner om datadrevet udvikling kræver en tidlig afklaring af tekniske muligheder og adgang til sammenlignelige data.
- Bæredygtighed skal gøres håndgribelig gennem konkrete cases, praktiske værktøjer og målrettet rådgivning.
- Fremtidige projekter bør sikre en robust intern organisering og stærk projektledelse for at håndtere personaleudskiftninger og kompleksitet.

Samlet vurdering

Projektets effektkæde har overordnet set hængt sammen, men justeringer undervejs har været nødvendige for at opnå de ønskede resultater. De gennemførte aktiviteter har skabt værdifulde outputs i form af rådgivning, netværk og kompetenceopbygning, men erfaringerne viser også, at det kræver fleksibilitet, tilpasning og tæt dialog med erhvervet for at nå de fulde effekter.

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.

Forankring og videreudvikling af projektets resultater

Projektet har skabt mange nye indsigter, metoder og samarbejdsformer, der styrker den samlede udvikling af Destination Vesterhavet, og som vil have stor betydning for Destination Vesterhavets fremadrettede arbejde.

For at sikre, at projektets erfaringer og resultater ikke blot afsluttes med projektperioden, men omsættes til langsigtet værdi, er der taget en række konkrete skridt til at forankre og videreudvikle resultaterne i organisationens daglige drift og strategiske arbejde. Målet er at sikre vedvarende effekt, højere udviklingskraft og større værdiskabelse for både destinationen, turismeaktørerne/-erhvervet og kommunerne.

Af de vigtigste forankringer kan nævnes følgende:

Projektets erfaringer og resultater forankres gennem følgende initiativer:

Samarbejdsaftaler med kommunerne

Resultaterne indgår som et centralt fundament i de eksisterende samarbejdsaftaler med Varde og Ringkøbing-Skjern Kommuner. Aftalerne fastlægger fælles målsætninger og prioriteringer for bæredygtig destinationsudvikling og sikrer, at projektets erfaringer omsættes til varige indsatser og forankres i den samlede udviklingsstrategi for hele området.

Systematisk brug af analyser og årlige målinger

Projektet har udviklet metoder og analyser, som nu er implementeret som en fast del af organisationens praksis. Eks. årlige tilfredshedsundersøgelser og dybdegående analyser af gæstedefærd skaber et solidt datagrundlag, som bruges aktivt til at prioritere indsatser, dokumentere effekt og styrke den strategiske dialog med både kommuner og samarbejdspartnere.

Datadrevet udvikling og strategisk beslutningsstøtte

Projektet har løftet organisationens datakompetencer og lagt fundamentet for en mere evidensbaseret tilgang til destinationsudvikling. Nye dashboards og rapporteringsværktøjer giver både ledelse, medarbejdere og eksterne partnere løbende indsigt i trends, potentialer og resultater. Dataanvendelsen skal videreudvikles løbende, så organisationen træffer beslutninger på det bedst mulige grundlag.

Fortsættelse og udvikling af erhvervsprogrammet

Erhvervsprogrammet, der blev etableret i projektet, videreføres som en central indsats for at styrke samarbejdet med områdets virksomheder. Programmet omfatter netværksmøder, webinarer, vidensdeling, sparring og målrettet henvisning til relevante erhvervsfremmeaktører og private rådgivere. Fremadrettet vil programmet blive udviklet med nye formater og aktiviteter, så det fortsat matcher turismevirksomhedernes behov og skaber størst mulig værdi.

Forankring og videreudvikling af Vesterhavskøkkenet

Vesterhavskøkkenet har vist sig at være en stærk platform for at fremhæve lokale madoplevelser og styrke destinationens kulinariske profilering. Der arbejdes målrettet på at sikre en ny bevilling, så konceptet kan videreføres og udvikles i tæt samarbejde med Varde og Ringkøbing-Skjern Kommuner.

Langsigtet værdi og bæredygtig effekt

Projektet har ikke kun leveret konkrete resultater – det har også styrket organisationens kapacitet og vist nye standarder for, hvordan vi arbejder med destinationsudvikling. Erfaringerne skaber et solidt fundament for fremtidige indsatser og sikrer, at udviklingen sker på et mere datadrevet, bæredygtigt og markedsorienteret grundlag. På den måde bliver projektets effekt vedvarende og kommer både destinationen, kommunerne og erhvervet til gavn i mange år fremover.

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.