

Udvikling af strategi for en fælles destination i Trekantområdet

I første halvår af 2019 har seks kommuner i Trekantområdet (Billund, Fredericia, Kolding, Middelfart, Vejen og Vejle) arbejdet med etablering af en fælles destination – med det formål at styrke turismen, øge omsætningen og skabe flere jobs. I løbet af andet halvår 2019 skal der udvikles en strategi og et etableringsgrundlag, således at de seks byråd inden udgangen af året kan behandle et forslag om etablering af et fælles destinationsselskab pr. 1. januar 2020.

Trekantområdet Danmark har på vegne af de seks kommuner søgt midler i destinationsudviklingspuljen. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse træffer beslutning om eventuel bevilling af tilskud 26. juni – og de seks kommuners borgmestre beslutter efterfølgende 28. juni rammerne for den fortsatte proces.

For at sikre den nødvendige fremdrift i projektet og sikre indgåelse af konsulentaftale inden sommerferien, udbyder Trekantområdet Danmark allerede nu opgaven med at udvikle en strategi og et etableringsgrundlag. Udbuddet sker under forudsætning af, at kommunernes ansøgning imødekommes af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Tidsplan for udbuddet

19. juni	Udbud annonceres
1. juli kl.12.00	Frist for afgivelse af tilbud
2. juli	Samtaler med udvalgte konsulenter
4. juli	Valg af konsulent

Opgavebeskrivelse

Opgaven med at udvikle en strategi og et etableringsgrundlag for et fælles destinationsselskab er opdelt i tre delopgaver. Der kan bydes på både den samlede opgave og på de enkelte delopgaver.

Delopgave 1: Baseline

Udarbejdelse af en baseline for de seks kommuner samlet og hver for sig. Baseline skal give en oversigt over destinationens aktiver og aktiviteter - og skal præcist beskrive, hvad destinationen indeholder i 2019. Det kan fx være antal spisesteder, hotlværelser, attraktioner, events og meget mere. Baseline skal også indeholde en detaljeret oversigt over eksisterende samarbejdsrelationer i destinationer – og skal gennemføres i et værdikædeperspektiv.

Tidsramme: Baseline afleveres 30. september 2019

Budgetramme for delopgave 1: kr. 150.000.

Delopgave 2: Udvikling af overordnet strategi/forretningsgrundlag

Den overordnede strategi for destination skal udvikles i tæt samarbejde med Trekantområdet Danmark og med aktiv involvering af relevante nøgleinteressenter.

- a) Dialog og kvalificering af videngrundlag
Dialog med nøgleinteressenter – fx i form af møder / interviews med politikere, embedsmænd, de nuværende turistforeningers bestyrelser, samt private og offentlige turismeaktører på tværs af destinationen.
Indsamling af viden til strategiudviklingen – fx i form af spørgeskemaundersøgelse med fokus på relevante parametre i forhold til en fælles og stærk organisation.
- b) Tværgående strategiworkshops
Planlægning, forberedelse og gennemførelse af strategiworkshops, der samler aktørerne på tværs af kommunerne – fx ift. de tre valgte segmenter: børnefamilier, par uden børn og erhvervsturisme.
- c) Overordnet strategi
Udarbejdelse af forslag til overordnet strategi for et fælles destinationsselskab, der rummer et forretningsgrundlag, strategiske pejlemærker, rolle- og arbejdsdeling mellem destination, kommunerne og andre aktører. Herunder også en delstrategi for lokal turismeservice og -information med afsæt i nærhedsprincippet, som spiller en vigtig rolle for destinationens stiftende kommuner og turismeorganisationer
- d) Byrådsseminar 10. oktober 2019
Planlægning, forberedelse og gennemførelse af seminar for det politiske niveau, hvor destinationsdannelsesprocessen diskuteres og perspektiveres.

Tidsramme: Forslag til overordnet strategi afleveres 15. oktober 2019

Budgetramme for delopgave 2: kr. 250.000

Delopgave 3: Kunde, produkt og aktørstrategier

Sideløbende med udviklingen af den overordnede strategi i dialog med aktørerne skal der udarbejdes forslag til dynamiske kunde-, produkt- og aktørstrategier.

- a) Kundestrategien skal baseres på både systematisk indsamling af eksisterende viden og specifikke kundeanalyser, der generer den nødvendige viden om kundernes behov, bevægelsesmønstre, motivationsfaktorer, ønsker m.m. Kundestrategien skal samtidig etablere et system for fortløbende dataindsamling, -behandling og videreformidling til aktørerne.
- b) Produktstrategien skal udarbejdes på grundlag af bl.a. den udarbejdede baseline og kundestrategien. Produktstrategien skal understøtte, uddanne og inspirere aktørerne til at udvikle produkter, der matcher markedsbehov. Det kan fx ske i form af seminarer, workshops og virksomhedsbesøg.
- c) Aktørstrategien skal baseres på en analyse af aktørbehov og -ønsker – samt på produkt- og kundestrategien. Aktørstrategien skal bl.a. udstikke retning for rådgivning, kompetenceudvikling og samarbejdsrelationer – og tydeligt kommunikere, hvordan destinationen kan bidrage til udviklingen af den enkelte aktør.

Tidsramme: Strategierne afleveres 15. oktober 2019

Budgetramme for delopgave 3: kr. 400.000

Tidsfrister

Tilbud på opgaven skal være Trekantområdet Danmark i hænde senest d.1. juli 2019, kl. 12.00. Mærk mailen: Tilbud på turismerådgivning – Trekantområdet Danmark.

Der meldes tilbage til tilbudsgivere umiddelbart efter tidsfristen.

Tilbuddet skal indeholde

En skriftlig præsentation/beskrivelse af hvordan I vil gribe opgaven an.

De indkomne tilbud vurderes på

- Konsulentens forståelse af opgaven
- Kvalitet
- Pris

Vi forholder os ret til ikke at antage nogen af de afgivne tilbud.

Bilag 1 er vedlagt som baggrundsinformation.

Kontakt

Mikkel von Seelen

Trekantområdet Danmark

mikha@trekantomraadet.dk

2382 9148