

DATA I NATUREN - TRACKING AF BESØGENDE OG GÆSTEDFÆRD VED NATURSITES

ORDREGIVER

Der ønskes tilbud på udvikling og brug af et dataværktøj til måling og tracking af adfærd i naturen.

Ordregiver på undersøgelsen er Dansk Kyst- og Naturturisme, og kontaktperson er Jens Als Thygesen.

Ordregiver:

Dansk Kyst- og Naturturisme

Skeelslundvej 99, 1.

9440 Aabybro

CVR.-nr: 36471271

E-mail: jat@kystognaturturisme.dk

Hjemmeside: kystognaturturisme.dk

Supplerende spørgsmål vedrørende opgaven rettes til:

Dansk Kyst- og Naturturisme

Jens Als Thygesen

Digital forretningskonsulent

Tlf. +45 29265026

E-mail: jat@kystognaturturisme.dk

FORMÅL

Foregående sæsoner, som det sås i sommeren 2020 og 2021, har vist et øget antal mennesker som besøger og bruger naturen. Ligeledes forventes det at flere danskere, og turister fra de primære nærmarkeder, i langt højere grad fremover vil have aktiviteter i naturen som et centralt omdrejningspunkt for deres rekreativitet og ferie.

Med et større antal mennesker, og en større fortætning, i naturen følger dermed også en større belastning. Under sloganet "Beskyt og benyt", som er et af udviklingsprincipperne i Dansk Kyst- og Naturturismes handlingsplan, skal vi styrke mulighederne for at bruge naturen, samtidig med at vi sikrer bæredygtigheden på den lange bane. Derfor ønsker vi at finde et værktøj til tracking af besøgende og gæstedefærd ved særlige natursites.

Hensigten med dette projekt er at give en indsigt i "hvordan landet ligger" i forhold til antallet af besøgende og deres adfærd i naturen. Med andre ord vil vi konkret måle gæstetryk og bevægelser på udvalgte naturområder.

Formålet er at skabe og teste et datagrundlag som kan understøtte fremtidig udvikling af visitor management, forbedret gæsteservice og styrket forretningsgrundlag for de lokale aktører i områder med særligt højt pres på attraktive naturområder.

Metode og output skal endvidere indgå som datapunkter i arbejdet med opbygning af en datainfrastruktur i turismen, som der arbejdes med i øvrigt.

INDSATSOMRÅDER OG SAMARBEJDSPARTNERE

Dansk Kyst- og Naturturisme ønsker at indgå samarbejde med nøgleinteressenter i de geografier hvor vi allerede arbejder med turismeudvikling – hvad end det er destinationsudvikling, infrastruktur, dataunderstøttelse eller lignende.

Ligeledes skal de valgte natursites være af en særlig karakter. Først og fremmest vil det sige, at det er naturen som er hovedattraktionen i området – og det er dét som de besøgende kommer for at opleve (benytte). Dernæst at naturen har en særlig karakter i forhold til plante, dyreliv og økosystem – eksempelvis med sårbare eller beskyttede områder, som der skal passes ekstra godt på (beskyttes).

Det er derfor Nationalparkerne, forventeligt Nationalpark Thy, Nationalpark Mols Bjerger og Nationalpark Vadehavet, som danner samarbejdspartnere i dette projekt og som udgør rammen for testområderne.

Det forventes at der laves test på 1-2 sites hos hver partner. Testområderne udvælges med udgangspunkt i Nationalparkerne konkrete problemstillinger, målsætninger og ønsker. Dette kobles med leverandørens indspark til hvad der giver mest mening i forhold til det tekniske setup i lokalområdet – f.eks. med hensyn til indgangsveje, områdefrænsning, dækning, data- og målemetode mv.

OPGAVEN

Opgaven handler om at finde den bedste kombination af data, og det bedst mulige tekniske setup, på de udvalgte naturspots. Samtidig handler det om at gøre data så let forståelig og brugbar, at den kan anvendes til at give værdifuld indsigt og underbygge centrale beslutninger for aktørerne.

Målet er, at når projektet er afsluttet som test, kan modeller sættes i drift og skaleres i andre naturområder, eller udrulles til andre interesserede aktører. Således er forhåbningen, at initiativet skal medvirke til at teste og udforme løsninger som efterfølgende kan sættes i drift på tværs af landet.

Sidst men ikke mindst forventes data på sigt at kunne indgå i en national datainfrastruktur for turismen. Både til gavn for den enkelte aktør, og som benchmarkværktøj op mod andre lignende aktører.

Opgaven består af følgende punkter:

- At skabe et konkret datagrid og setup til tracking og måling af adfærd i naturen
- Realisere relevante use cases på forskellige test sites – forventeligt 1-2 lokationer hos hver samarbejdspartner, herunder kvalificere disse.
- Benytte relevant og præcis teknologi til måling og dataopsamling
- Integre og præsentere data i turismedataplatformen Titan
- Løbende erfaringsopsamling

USE CASES

Potentielle use cases kunne være følgende:

- **Tracking af besøgende.** Tælling af antallet af besøgende/turister på specifikke udvalgte naturområder.
- **Visitor management.** Forlængelse af ovenstående, hvor man ser på besøgendes bevægemønstre og adfærd i naturen. Via et visitor management system, kan man samle data over længere tid og skabe overblik over besøgende for den enkelte aktør.
- **Nudging.** Handler om at opfordre de besøgende til at handle, og bevæge sig, på bestemte måder. Eksempelvis gå på de anviste ruter og benytte de opstillede skraldespande mv.
- **Værktøj/supplement til strategiske beslutninger.** Hvis man kan underbygge strategiske beslutninger med data, så står man alt andet lige stærkere.
- **Bæredygtighed.** Eksempelvis i form af aftryk på naturen. Det kan være svært direkte at påvirke slid i naturen. Men hvis man f.eks. måler antallet af mennesker på en sti over tid og ser dybe spor eller nedslidt græs, så kan man se på korrelationer.
- **Beskyttede områder, dyreliv og yngel.** Der kan være turistområder som grænser op til beskyttede områder, hvor man kan se på hvordan mennesker og dyr bevæger sig i zonerne. Be- eller afkræfte hypoteser om turisternes bevægelser omkring (indflydelse på) dyreliv og yngel.
- **Kommercielt mersalg.** Når man ved hvorhenne mennesker samler sig, og hvor lang tid de opholder sig et bestemt sted, kan det også hjælpe til at begrunde kommercielle initiativer. Såsom souvenir-funneling eller etablering af food & beverage butikker som eksempelvis en kaffebar eller lignende.

- **Bevæggrund for lokal destinationsudvikling og infrastruktur.** Ligeledes kan data og måling af gæstebesøg være med til at underbygge destinations-udvikling og infrastruktur såsom en strategisk-fysisk udviklingsplan i en nationalpark.

Ovenstående er blot eksempler på use cases. Det er en del af opgaven at leverandør sammen med samarbejdspartnerne og DKNT finder frem til de use cases som er mest relevant og som giver den største værdi.

METODE, PROJEKTSTYRING OG TEKNOLOGI

Det er ikke et krav, men vi forventer at indsatsen metodemæssigt kommer til at have følgende karakterer:

Kvantitativ metode: Den overordnede metode for projektet er kvantitativ i og med at vi bruger registrering af datapunkter som den primære målemetode. Målet er at gøre mavefornemmelser og gisninger til fakta (kvantificerbare).

Eksplorativ tilgang: Eftersom det er forholdsvist nyt land vi betræder kommer projektet også til at have en eksplorativ karakter. Det vil sige, at vi ikke kender svarene på forhånd, og dermed indstiller os på at blive klogere undervejs. Både i forhold til metode og setup samt output. Vi anser sprintmetoden som relevant til at sikre dette element.

Agil projektudviklingsmetode: En agil projektstyring giver nogle fordele som passer rigtig godt til netop dette projekt. Vi kan hurtigt komme i gang, og vi kan nemt tilpasse metode og setup løbende efter behov.

Teknologi og målemetoder: En vigtig del af projektet bliver at finde det bedst mulige teknologiske setup til måling og indsamling af data. Derfor kan vi ikke på forhånd sige hvilke teknologier og målemetoder vi skal bruge, dette er i stedet en del af opgaveløsningen. Vi bestræber os på at skabe en state-of-the-art løsning.

Dataanalyse og fremstilling af data: Alt data skal samles og præsenteres ét centralt sted. Dette bliver i turismedataplatformen, Titan. Denne er bygget på Microsoft Azure (modtager data via API og warehouse i Snowflake). I form af datainputs, datakataloger og dashboards vil man kunne bearbejde og analysere den indsamlede data. Målet er at gøre data letlæselig og forståelig, og ikke mindst anvendelig til at svare på de valgte use cases, samt i det løbende fremtidige strategiske arbejde for samarbejdspartnerne.

ØKONOMI

Den samlede budgetramme til opgaveløsningen er: 625 000 kr. ex. moms inkl. omkostninger i øvrigt.

Vi ønsker at tilbuddet afspejler den foreløbige usikkerhed på hvorvidt der bliver 3, 4, 5 eller 6 use-cases. Således at der er sammenhæng mellem omkostninger og antallet af use cases.

TIDSPLAN OG KONTRAKTPERIODE

- Invitation til at afgive tilbud: 20.06.2022
- Deadline for indsendelse af tilbud: 04.07.2022
- Meddelelse om tilbud er antaget eller forkastet: Hurtigst muligt efter indsendt tilbud
- Aftalens ikrafttræden: Forventet den 06.07.2022
- Spørgsmål vedr. opgaven kan dog stilles - og besvares løbende

Kontrakten træder i kraft umiddelbart efter accepten af tilbuddet og forventes at løbe frem til senest 01.09.2023. Perioden afhænger af hvorvidt vi når at opsamle data i højsæsonen 2022, eller vi nødt til at tage højsæsonen 2023 med.

Kontrakten udløber dog først, når leverandøren har leveret de i kontrakten foreskrevne data og afrapporteringer i kontraktmæssig stand.

AFLEVERING OG BEHANDLING AF TILBUD

Tilbud skal sendes elektronisk som pdf-fil til Dansk Kyst- og Naturturisme, Jens Als Thygesen, jat@kystognaturturisme.dk, senest den 04. juli 2022. Alle relevante oplysninger skal fremgå af tilbuddet. Alle indkomne tilbud behandles fortroligt.

I fremsendte tilbud skal tilbudsgiver angive prisen (DKK, ekskl. moms) for løsning af hele opgaven. Prisen skal dække alle udgifter til opgaven - herunder udgifter til planlægning, hardware, opsætning, test, BI-værktøj, møder, rejseudgifter, analyse- og projektarbejde, evt. eksternt dataindkøb og integrationer med videre. Dog dækker ordregiver evt. udgifter til lokaleleje og forplejning i forbindelse med møder og workshops.

Prisen skal endvidere som tidligere angivet afspejle muligheden for at der bliver mellem 3-6 use cases. Vi forestiller os en basispris + en enhedspris pr. use case. Anden opstilling kan også bruges.

Ordregiveren anser ikke valg af leverandør for afsluttet, før der er indgået endelig kontrakt med en leverandør.

Tilbudsgivernes eventuelle omkostninger i forbindelse med udarbejdelse af tilbuddet samt dokumentation er ordregiveren uvedkommende.

EVALUERING AF TILBUD

Tilbud vurderes ud fra følgende kriterier:

- 1) Pris: 20 pct.
- 2) Kvalitet og kvalifikationer: 80 pct.

Ad 1) Følgende elementer indgår i evalueringen af prisen:

- Den samlede pris for tjenesteydelsen.
- Et tilstrækkeligt budget allokeret på delydelser, herunder behov for indkøb/leasing af hardware (målingsudstyr) samt evt. eksternt data og integrationer

Ad 2) Følgende elementer indgår i evalueringen af tilbuddets kvalitet:

- Samlet opgaveforståelse
- Erfaring i at teste, integrere og analysere data på en platform, herunder indsigt i de relevante datakilder
- Erfaring med opsætning af testudstyr, måling/tracking af besøgende/mennesker, samt opsamling af data udendørs (gerne i naturområder)
- Erfaring med udarbejdelse af use cases og samarbejde med eksterne partnere