

# TEKNOLOGIPARTNERSKABER PARTNERSKABER OM TECH TRANSFER I TURISMEN

## ORDREGIVER

Der ønskes tilbud på udarbejdelse af koncept for teknologipartnerskaber der understøtter tech transfer i turismen. Konceptet skal efterfølgende eksekveres i praksis. Målet er at gennemføre konkrete teknologipartnerskaber med et antal virksomheder blandt turismevirksomheder og teknologileverandører.

Ordregiver på opgaven 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

Digital forretningskonsulent, Jens Als Thygesen

Tlf. +45 29265026

E-mail: jat@kystognaturturisme.dk

## BAGGRUND

Dansk Kyst- og Naturturisme har internt, og i samarbejde med eksterne partnere identificeret en række problemstillinger og potentialer, som konceptet skal realisere.

Vi ser udfordringer i forhold til udnyttelse og gevinstrealisering ved digitalisering og teknologi i turismen. Man har formået i større eller mindre grad at rykke på den basale digitalisering. Det vil sige overgang fra det fysiske til det digitale - f.eks. implementering af Office-system, simple bookingløsninger, samt brug af sociale medier og platforme til kommunikation og markedsføring. Og derfor ser vi et stort uudnyttet potentiale i brugen af mere avancerede teknologier til digital transformation, hvor de digitale teknologier er en central og inkorporeret del af virksomheden og med til at forbedre arbejdsgange, reducere omkostninger, udvikle nye produkter og erhverve flere kunder.<sup>1</sup>

Den grønne omstilling er i gang og turismen skal med på vognen. Juni 2022 blev der lanceret en ny national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, med en målsætning om at dansk turisme skal gå forrest for at skabe og udbrede løsninger med mindre miljø- og klimaftryk, og sørge for at 70% af alle overnatningssteder skal være bæredygtigheds certificerede i 2030.<sup>2</sup> Bæredygtighed vurderes ligeledes som et vigtigere og vigtigere parameter i gæsternes fremtidige valg af ferie - særligt blandt tyskerne.<sup>3</sup> Den grønne omstilling er i høj grad funderet i udvikling og teknologi. Såsom Power-to-X teknologi, mere effektive vindmøller og solcelleanlæg, udbredning af elbiler, genbrug af overskudsvarme fra datacentre, automatiseret affalds-sortering, energieffektive huse med intelligent varmestyring, og så videre. Vi ser teknologi som et brugbart greb til mere bæredygtig turisme.

Hvad end vi snakker mere bæredygtige og energivenlige teknologiske løsninger, eller et generelt digitalt løft og brug af mere avancerede teknologier i branchen, så ser vi muligheder og inspiration i andre brancher og industrier som gør det godt. Ved brug af teknologitransfer (tech transfer) ser vi mulighed for at høste nogle af de bedste og mest brugbare løsninger som anvendes andre steder og implementere disse i turismesektoren. Brugen af teknologitransfer, og fokus på øget digitalisering, er også et udviklingsspor i den nationale turismestrategi.<sup>4</sup>

Generelt ser vi et markedsmismatch mellem teknologileverandører som udbydere og turismebranchen som marked. Mange har ikke øje for turismen som et potentielt investerings- og vækstmarked, og kigger derfor i andre retninger. Hvilket indsatsen skal bidrage til at ændre ved. Håbet er at indsatsen skal åbne døren ind til branchen, tage et skridt på vejen, og skabe tech-matchmaking for nogle innovative og ressourcestærke teknologileverandører. Eksempelvis som vi ser lykkes i andre sektorer såsom finans, ejendom, og energi via initiativer og klynger såsom Fintech, Proptech og Digital Energy Hub.

---

<sup>1</sup> [Turismens teknologiske potentiale](#). Rapport udarbejdet af Seismonaut for Dansk Kyst- og Naturturisme, februar 2022

<sup>2</sup> [National strategi for bæredygtig dansk turisme](#), Erhvervsministeriet, juni 2022.

<sup>3</sup> [Bæredygtighed til hverdag og på ferien - danske og tyske forbrugeres syn på grøn omstilling](#). Rapport udarbejdet af Kvistgaard+Hird, Silverbullet Research og Firstmove på vegne af Dansk Kyst- og Naturturisme, april 2021

<sup>4</sup> [National strategi for bæredygtig dansk turisme](#), Erhvervsministeriet, juni 2022

# FORMÅL

På denne baggrund ønsker Dansk Kyst- og Naturturisme at højne udnyttelsen og gevinsterne ved teknologi og digitalisering i turismen, og samtidig understøtte formålene i Dansk Kyst- og Naturturismes handlingsplan 2022:<sup>5</sup>

Skabe mere effektive og konkurrencedygtige aktører og virksomheder gennem implementering af digitale tiltag

Bidrage til den grønne omstilling og opnå ambitiøse bæredygtighedsmål gennem brugen af teknologi

Belyse turismen som et attraktivt marked for potentielle teknologileverandører og skabe givende partnerskaber

Imødekomme behov fra turismebranchens virksomheder og aktører

- Formålet er at udvikle og gennemføre et koncept for teknologipartnerskaber og tech transfer i turismen, som efterfølgende kan skaleres og udbredes i branchen.
- I forhold til udbredelse skal programmet være repeterbart – dvs. man kan gentage programmet for andre virksomheder og aktører efter endt projekt. Vi vil opnå proof-of-concept gennem indsatsen, så Dansk Kyst- og Naturturisme selv efterfølgende kan køre programmet med andre temaer og målgrupper.
- Visionen på den lange bane er at konceptet bliver et tilbud i 2.0 udgaven af Hub for Innovation in Tourism (HIT)<sup>6</sup>. I det man nok bedst vil kunne betegne som en innovations tech- og turismeklynge rettet mod både det etablerede erhverv og startups. Men hvor Hub for Innovation in Tourism i dag er målrettet iværksætter og startups, vil denne indsats primært være målrettet de etablerede virksomheder.

---

<sup>5</sup> Dansk Kyst- og Naturturismes handlingsplan: <https://www.kystognaturturisme.dk/dansk-kyst-og-naturturisme/vidensbank/handlingsplan-april-2022>

<sup>6</sup> [Hub for Innovation in Tourism](#)

# OPGAVEN

Opgaven er delt op i tre delopgaver som ses i det nedenstående med en forventet cirka vægtning af opgavernes omfang og ressourceforbrug i parentes bemærket.

Vi har noteret underpunkter som bud på hvad delopgaverne kan indeholde, men det er tilbudsgivers opgave at komme med sit eget oplæg på, og plan for, hvad delopgaver, proces og koncept som helhed bør indeholde.

## 1: Konceptudvikling (25%)

Udarbejdelse af et konkret koncept for teknologipartnerskaber og tech transfer mellem teknologileverandører og turismevirksomheder som kan levere værdi til branchen, imødekomme identificerede behov og sikre udbredelse.

Herunder tænker vi følgende kan indgå:

- Foranalyse (feasibility study)
- Indledende identificering og screening af mulige deltagervirksomheder
- Input fra, og dialog med, interessenter i målgruppen
- Sparring og co-creation med Dansk Kyst- og Naturturisme

## 2: Gennemførelse af koncept i praksis (65%)

Eksekvering af udarbejdet koncept inden for de to temaer: Bæredygtig kapacitet og Konkurrencedygtige oplevelser med involvering af mindst 3-5 turismevirksomheder per tema (6-10 turismevirksomheder i alt).

Herunder tænker vi følgende kan indgå:

- Endelig udvælgelse, kvalificering og rekruttering af virksomheder
- Matchmaking af teknologileverandører og turismeaktører
- Udarbejdelse af business cases
- Facilitering af forløb
- Test og implementering af løsninger

## 3: Erfaringsopsamling, resultater og overlevering af koncept (10%)

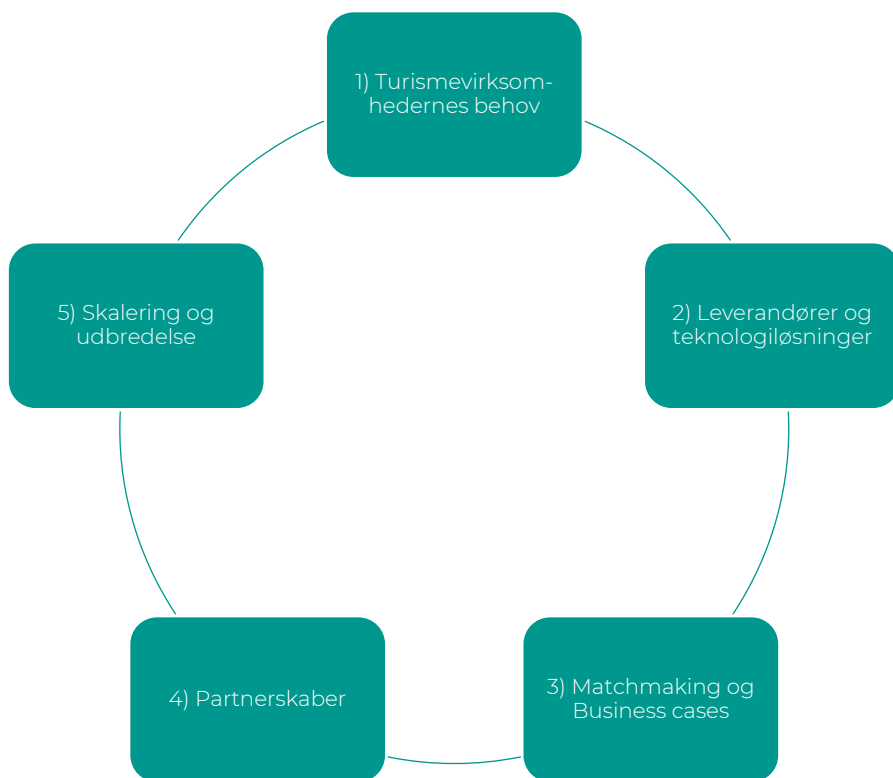
Opsamling på gennemført forløb, læring og erfaringer samt oversigt over output i form af endelige resultater. Genbesøg af koncept i forhold til justeringer samt overlevering heraf med fokus på repeterbarhed og skalering.

Herunder tænker vi følgende kan indgå:

- Leverancer og resultater (succeshistorier)
- Erfaringsopsamling og revisit af koncept
- Roadmap / drejebog til udbredelse og skalering

# KONCEPTELEMENTER OG SPØRGSMÅL

Herunder skitserer vi vores nuværende forståelser omkring konceptet, og essentielle spørgsmål som konceptudviklingen bør adressere.



**1) Turismevirksomhedernes behov:** Hvor er markedet i dag? Hvilke behov og udfordringer har virksomhederne? Hvordan løser vi disse? Hvor sikrer vi størst værdi? Screening og udvælgelse?

Det er vigtigt at indsatsen er praksisnær, og tager udgangspunkt i konkrete udfordringer og behov hos turismevirksomheder. Derfor tænker vi, at en form for behovsanalyse, og dialog med udvalgte turismevirksomheder er nødvendig. Ligeledes kræver det en form for screening at udvælge de rigtige kandidater? Det skal både være nogen som har motivationen for forandring, og samtidig har de interne muskler i organisationen til reelt at gennemføre denne. Derfor vil det give mening at vælge virksomheder som har en vis størrelse. Se mere omkring hvilke virksomhedsgrupper indsatsen er målrettet i næste afsnit omkring målgrupper.

**2) Leverandører og teknologiløsninger:** Hvilke leverandører kan bidrage? Hvilke teknologiske løsninger er derude som vi kan bruge? Markedsafsøgning? Tech transfer fra andre markeder?

Hvordan konceptualiserer vi et overblik over potentielle udbydere af relevante teknologiske løsninger? Hvordan sikrer vi en konkurrencemæssig fair udvælgelse af leverandører? Hvornår er business casen for en leverandør stærk nok til at løse turismevirksomhedens behov? Her mener vi, at tech transfer kan spille en afgørende rolle i forhold til at udnytte eksisterende løsninger som

allerede bruges i andre markeder og industrier. Hvad er karakteristika for en god leverandør? Ligeledes som ved turismevirksomhederne ser vi også større etablerede teknologileverandører som den primære målgruppe, da de har de interne ressourcer til at gå ind i et partnerskab, udvikle og skalere/udbrede løsninger med et vist momentum. Dog findes der også mindre nichevirksomheder som har en helt unikke teknologiløsninger som givetvis kunne give mening i en indsats som denne.

**3) Matchmaking og business case: Hvordan skaber vi bindeled mellem turismevirksomhederne og leverandørerne? Hvordan faciliterer og promoverer vi processen? Sprintforløb, workshops eller noget tredje? Udarbejdelse af de gode business cases?**

Der skal faciliteres en proces hvor turismevirksomhederne mødes med teknologileverandørerne. En form for matchmaking hvor man ser om der er en fælles vision, gensidig kemi, og grundlag for at udarbejde den gode business case.

**4) Partnerskaber: Hvordan skaber man et godt partnerskab? Hvordan giver et partnerskab værdi? Hvordan får vi skabt en win-win-situation og den gode business case?**

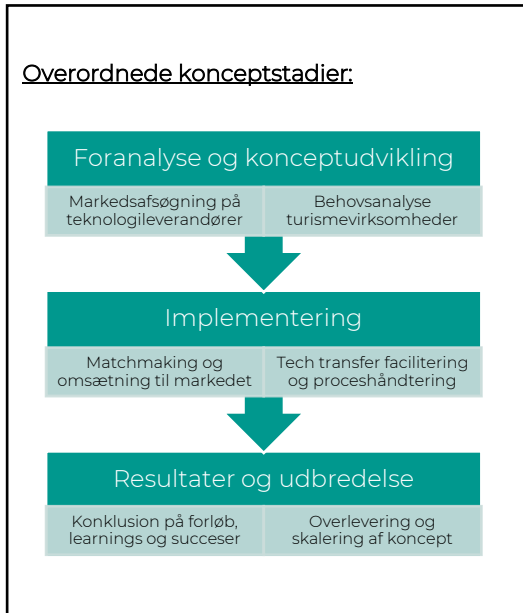
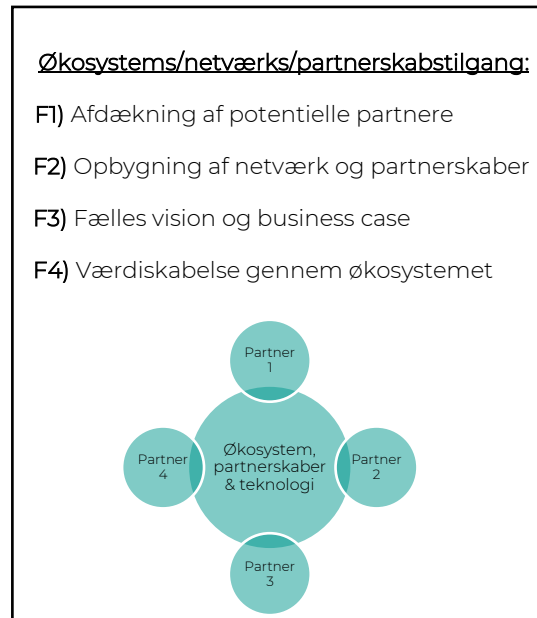
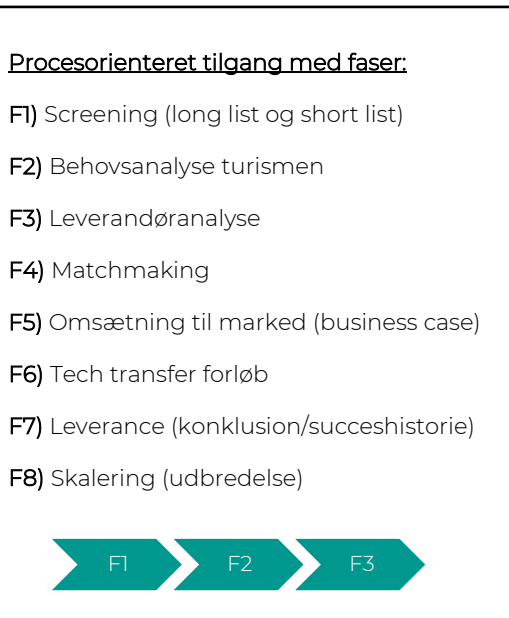
Vi ser etablering af partnerskaber som en essentiel del af opgaven. Fremfor at det bliver et leverandør-modtager-forhold, ala udbyder og køber, stiler vi i højere grad efter at indgå win-win-partnerskaber, hvor alle parter vinder på indsatsen. Dette er forhåbentligt også med til at sikre udbredelse og skalering på den lange bane, så vi ikke blot ender ud med nogle teknologitests.

**5) Skalering/udbredelse: Hvordan sikrer vi udbredelse og skalering? Hvordan skaber vi en varig værdifuld forandring i branchen? De gode succeshistorier?**

Netop skalering og udbredelse er vigtig at have for øje i tilgangen til opgaven. Dette kan komme til udtryk på flere niveauer: I forhold til udbredelse skal programmet være repeterbart – dvs. man kan gentage programmet for andre virksomheder og aktører efter endt projekt. Vi vil opnå proof-of-concept gennem indsatsen, så Dansk Kyst- og Naturturisme selv efterfølgende kan køre programmet med andre temaer og virksomheder. Sidst men ikke mindst, at de enkelte cases, og underliggende teknologier, har en tilpas bredde og/eller effekt til at de kan gøre en forskel i markedet overordnet set.

## IDÉOPLÆG TIL POTENTIELLE FASER I KONCEPTET

De nedenstående modeller er ment som et idéoplæg til tilbudsgiver på nogle faser, som vi tænker kunne indgå i konceptet baseret på vores nuværende antagelser. De skal derfor ses mest som inspiration til mulige tilgange til konceptet frem for must have:



# MÅLGRUPPER

Indsatsen er tematiseret i to spor med nedenstående karakteristika:

## Konkurrencedygtige oplevelser

### Målgruppe:

- Attraktioner og forlystelsesparker

### Indsatsområder:

- F.eks. Implementere/onboardede digitale systemer, Business Intelligens, automatisere processer mm.
- F.eks. kompetenceløfte ledelse og medarbejdere
- Eksempelvis fokus på flere kunder, mere omsætning pr. kunde (kroner-ører) eller optimering af processer

## Bæredygtig kapacitet

### Målgruppe:

- Feriehuse og hoteller

### Indsatsområder:

- F.eks. Energioptimering og bæredygtighed via smartteknologi, Green Tech, IoT mm.
- Hjælpe til den grønne omstilling
- Spare penge (kroner-ører)
- Bæredygtighed som konkurrencefaktor i markedet

Det ene spor centrerer sig om bæredygtig overnatningskapacitet i form af feriehuse og kystnære hoteller. Her vil der være særlig fokus på at udnytte teknologi til at fremme den grønne omstilling, gøre huse/bygninger mere "intelligente" og energioptimerede, samt bidrage til at promovere den grønne dagsorden i økosystemet.

Det andet spor har fokus på at hjælpe turismevirksomheder såsom forlystelses- og oplevelsesparker med at tappe ind i det potentiale som ligger i de mere avancerede teknologi og digitale systemer. Her er målet at gøre virksomhederne mere effektive og konkurrencedygtige ved at afhjælpe og imødekomme praksisnære behov. For eksempel ved at se på løsninger til mere effektiv administration, Business Intelligens, forretnings- eller kundeforvaltning, forecasting og automatisering af processer.

For begge spor er målgruppen etablerede virksomheder med en vis størrelse – hvad end det er målt på omsætning, antal medarbejdere eller antal kunder. Vi ønsker at arbejde med virksomheder som har de interne ressourcer til at gå ind i processen og hvor indsatsen kan gøre en mærkbar forskel.

Vi forventer der gennemføres 3-5 teknologipartnerskaber/tech transfer forløb per tema. Med andre ord aktivering af 3-5 turismevirksomheder per spor.



# DANSK KYST- OG NATURTURISMES ROLLE

Det forventes at Dansk Kyst- og Naturturisme involveres aktivt i hele processen. Både som branchekender og døråbner ind til markedet, men også som aktiv sparringspartner og co-kreatør på konceptudviklingen. Ligeledes er det vigtigt at Dansk Kyst- og Naturturisme indgår aktivt i valget af, og dialogen med, de involverede samarbejdsvirksomheder samt selve konceptgennemførelsen og implementeringen.

Tilbudsgiver bør indtænke hvordan Dansk Kyst- og Naturturisme inddrages i praksis. De endelige detaljer i forhold hertil aftales med tilbudsgiver ved indgåelse af samarbejde.

## ØKONOMI

Den samlede budgetramme til hele opgaveløsningen er: 1.250.000 kr. ex. moms inkl. omkostninger i øvrigt.

Tilbud bedes indeholde følgende:

- Samlet pris på opgaven – herunder særskilt pris de tre delopgaver
- Antal forventede timer til udarbejdelse og gennemførelse
- Timepris ekskl. moms.

Tilbuddet må ikke overstige budgetrammen og skal være inklusiv alle udgifter.

Tilbudsgivers eventuelle omkostninger i forbindelse med udarbejdelse af tilbud samt transport ifm. workshop er ordregiver uvedkommende.

## TIDSPLAN OG KONTRAKTPERIODE

05.10.2022	Udbud offentliggøres på <a href="http://udbud.dk">udbud.dk</a>
12.10.2022	Frist for indsendelse og afklaring af spørgsmål. Kan stilles på mail til <a href="mailto:jat@kystognaturturisme.dk">jat@kystognaturturisme.dk</a> eller tlf. 29265026
13.10.2022	Alle spørgsmål og svar bliver offentliggjort anonymt via vores hjemmeside.
28.10.2022	Deadline for indsendelse af tilbud
Uge 45	Invitation til 2 timers møde/workshop med op til 3 udvalgte tilbudsgivere. Gennemgang, uddybning og kvalificering af tilbud samt gensidig dialog og mulighed for afklarende spørgsmål.  Møder forventes af blive afholdt den 8/11-22 i tidsrummet kl. 9.00 til 16.00 og/eller den 10/11-22 kl. 12.00-16.00. Mødested og tidspunkter aftales individuelt med tilbudsgivere.
Uge 45/46	Meddelelse om tilbud er antaget eller ej senest i uge 46.

Indsatsen forventes at løbe til og med 2023. Vi forventer at der bruges omtrent 2-3 måneder på udarbejdelse af konceptet (delopgave 1). Resten af tiden bruges på gennemførelse og implementering i praksis (delopgave 2) og endelig levering af resultater og overlevering af koncept (delopgave 3). Det forventes at tilbudsgiver kommer med et detaljeret bud på tidsplan.

Kontrakten udløber først, når leverandør/tilbudsgiver har leveret de i kontrakten foreskrevne leverancer som aftales med Dansk Kyst- og Naturturisme.

## **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 28. oktober 2022. Alle relevante oplysninger skal fremgå af tilbuddet. Alle indkomne tilbud behandles fortroligt.

I fremsendte tilbud skal tilbudsgiver angive prisen (DKK, ekskl. moms). Prisen skal dække alle udgifter til opgaven - herunder udgifter til planlægning, konceptudvikling, udførelse, transport med videre. Dog dækker ordregiver evt. udgifter til lokaleleje og forplejning i forbindelse med møder og workshops.

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

## **EVALUERING AF TILBUD**

Tildeling af opgaven sker på baggrund af en afvejning mellem pris og kvalitet/kvalifikationer. Tilbuddet bedømmes ud fra følgende underkriterier med dertilhørende vægte:

1) Pris: 20 pct.

2) Kvalitet og kvalifikationer: 80 pct.

Ad 1) Følgende elementer indgår i evalueringen af prisen:

- Den samlede pris for tjenesteydelsen samt forventet timeantal

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

- Tilbudsgivers samlet opgaveforståelse og oplæg til opgaveløsning.
- Tilbudsgivers forståelse for, viden og kompetencer inden for: Konceptudvikling, projektscooping, behovsidentificering, forretningsudvikling, teknologi og tech transfer, digital transformation, bæredygtighed, netværksdannelse, matchmaking, udvikling af partnerskaber og udviklingsprocesser, viden om udfordringer og virkemidler inden for innovation, erhversfremme og turisme mm.
- Tilbudsgivers procestilgang, metodebrug, anciennitet, referencer, CV på involverede nøglepersoner, og generel leveringssikkerhed

**BILAG A** skal udfyldes og medsendes ved afgivelse af tilbuddet

## KONTRAKTMÆSSIGE FORHOLD

I forbindelse med indgåelse af kontrakt foreslås følgende afregningsmodel:

At tilbudsgiver bliver betalt for løsning af opgavens leverance ud fra følgende:

- 1/3 ved indgåelse af kontrakt
- 1/3 midtvejs i projektet
- 1/3 efter afsluttet arbejde

At kontrakten kan ophæves ved misligholdelse, det vil sige manglende leverancer på aftalens opgave.

## EJERSKAB OG RETTIGHEDER

Dansk Kyst- og Naturturisme har ejerskab og rettigheder over udarbejdet koncept og er dermed berettiget til frit at anvende dette til egne formål og viderebearbejdelse.

Tilbudsgiver er berettiget til at anvende opgaven som reference.

## KOMMUNIKATION

Medmindre andet aftales konkret, forestår Dansk Kyst- og Naturturisme enhver ekstern kommunikation vedrørende alle leverancerne i opgaven fra tilbudsgiver i forbindelse med opgavens løsning. Medmindre andet konkret aftales, skal tilbudsgiver derfor henvise enhver henvendelse fra pressen eller anden tredjemand vedrørende opgaven til Dansk Kyst- og Naturturisme og må ikke uden dennes forudgående godkendelse kommunikere eksternt vedrørende opgaven. Tilbudsgiver er forpligtet til at sikre, at eventuelle underleverandører også overholder denne forpligtelse.