



Destination
Vesterhavet:
Varde og
Ringkøbing-
Skjern
kommuner

Tilbudsinhentning: Kommunikationsstrategi til Holme Å

Projektet er støttet med midler fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse

 Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse

ORDREGIVER

Der ønskes tilbud på en kommunikationsstrategi med anbefalinger til kommunikation og synliggørelse af det realiserede projekt 'Nyt friluftsliv fra Holme Å til Karlsgårde'. Strategien skal fungere som er en køreplan, der kan igangsættes, når området er færdigudviklet. Ordregiveren på denne opgave er Destination Vesterhavet som arbejder tæt sammen med Varde Kommune.

Ordregiveren er:

Destination Vesterhavet
Kirkevej 4
6960 Hvide Sande
CVR: 30132432

Hjemmeside: www.visitvesterhavet.dk

Projektleder: Charlotte Østergaard
Mail: charlotte@visitvesterhavet.dk
Tlf.: +45 24 42 29 94

Supplerende spørgsmål vedrørende 'Nyt friluftsliv fra Holme Å til Karlsgårde' rettes til:

Turismekonsulent: Tina Farup Christensen
Mail: tinc@varde.dk
Tlf.: +45 29 66 79 11

INDLEDNING

I 2021 blev der lavet en genopretning af Holme Å, der ligger i Varde Kommune. Genopretningen af den 12 km lange strækning betyder, at vandløbet igen er tilgængeligt for laks, havørred og andre fiskearter samt giver dem adgang til nye gydepladser i hele Holme Å's længde – en strækning på ca. 40 km. I en sideløbende proces har Varde Kommune sammen med lokalområdets borgerne arbejdet med udvikling af rekreative forbindelser og faciliteter ved Holme Å og Karlsgårde Sø. Denne udvikling i området kaldes for 'Nyt friluftsliv fra Holme Å til Karlsgårde'. Der er lavet en [aktivitetsbeskrivelse](#), som samler projektidéer fra processen. Projektidéerne indeholder stiforbindelser, primitive overnatningsmuligheder, overgange og ophold langs åen og ved Karlsgårde Sø m.m.

Destination Vesterhavet understøtter potentialet ved Holme Å gennem turismeprojektet 'Indlandsturisme og Fødevarer', der har til formål at understøtte turismepotentialer i Varde og Ringkøbing-Skjern kommuner. Helt konkret ved at synliggøre forskellige aktiviteter og oplevelser inde i landet og ved at tiltrække gæster, der bor kystnært, på dagsture ind i landet, og derved bidrage til gæstespredning og turismeforbrug i hele destinationens geografi.

Om Holme Å-projektet

Ved hjælp af rekreativ infrastruktur, friluftsfaciliteter og formidling skal området ved Holme Å og Karlsgårde sø gøres tilgængelig og attraktiv for lokale borgere og turister samt skabe værdi for Varde Kommune som helhed. Målet er, at området udvikler sig som en friluftsliv- og outdoordestination, der både rummer stille naturoplevelser, friluftsliv og outdooraktiviteter. Alt imens formidlingen af områdets kulturhistorie skaber forundring og refleksion hos de gæster der kommer i området.

Turbinerne i Karlsgårdeværket står stille og 100 år med vandkraft og højspænding, skabt af 12 meters højdeforskel, i det flade Sydvestjylland er forbi. Den sidste del af det kunstige kanalsystem,

der forsynede Karlsgårdeværket med vand, er nedlagt, og de sidste 12 km af Holme Å fik i oktober 2021 sit vand tilbage i åen sammen med isfugl og odder.

Området rummer nu det bedste fra flere sider af landskabsudviklingen:

- Et naturligt å-system i verdensklasse med potentiale for f.eks. et rigt lakseliv og genindvandring af flodperlemuslingen.
- En opdæmmede sø, der gennem 100 års udvikling har kvalificeret sig til, at området nu er udpeget som Natura 2000-område.
- Og ikke mindst en spændende kulturhistorie, hvor det imponerende Karlsgårdeværk ligger som det håndfaste vidnesbyrd på teknisk formåen og sydvestjysk driftighed.

Det er et landskab skabt til eventyr og aktivitetsbeskrivelsen sætter retningen for udvikling af områdets rekreative muligheder. Aktivitetsbeskrivelsen samler op og bearbejder idéerne fra en inddragende proces, der blev påbegyndt i 2021. Den beskriver en række ønsker til, hvordan Holme Å og Karlsgårde sø gøres til et attraktivt sammenhængende rekreativt område til glæde og gavn for så mange som muligt.

Varde Kommunes byråd har afsat 3 mio. i budgettet for 2025 til realisering af projektidéerne. Der arbejdes på at geare midlerne, så det bliver en samlet investering på 10-12 mio. i rekreativ infrastruktur, friluftsfaciliteter og vejvisning i området. Målet er, at området byder på nye naturoplevelser til glæde for både lokale og turister samt bidrager til spredning af de mange kystferieturister, som hvert år besøger Varde Kommune. Set i sammenhæng med Kyst-til-kyststien, der løber fra Blåvandshuk Fyr til Vejle og en kommende rekreativ forbindelse på den tidligere Bramming-Grindsted-bane, skabes en større og mere sammenhængende rekreativ infrastruktur. Ambitionen er, at området i sig selv kan blive 'reason to go' for gæster, der søger outdooroplevelser som f.eks. vandring eller kanosejls i naturskønne omgivelser.

Kommunikationsstrategien skal medvirke til, at området fra Holme Å til Karlsgårde bliver et sted som turister og borgere kommer til at benytte og dermed på sigt bliver 'reason-to-go'. Strategien kan blive bilag til fondsansøgninger, så potentielle bidragsydere kan se, at der er en plan for, hvordan alt det, der bliver udviklet omkring Holme Å, vil blive synliggjort overfor brugerne. Hertil skal strategien være en how-to-guide og bl.a. give anbefalinger til, hvordan vi kommer bedst gennem processen, hvem målgruppen er og hvordan vi når målgruppen.

Opgavebeskrivelse

Kravspræcisering

Vi skal have synliggjort området Holme Å og Karlsgårde sø overfor turisterne i området. Målet er at tiltrække kystgæsterne og borgerne til området, hvor de skal have en god oplevelse i naturen og med de oplevelsesaktører, der kobler sig på undervejs eller som ligger i nærheden heraf. Målet er dermed en effektiv kommunikation, som gør det både attraktivt og nemt at planlægge et besøg i området. Naturområdet og de oplevelsesaktører der kobler sig på skulle gerne være synlig overfor de gæster og borgere, som er interesseret i de kvaliteter og aktiviteter området tilbyder.

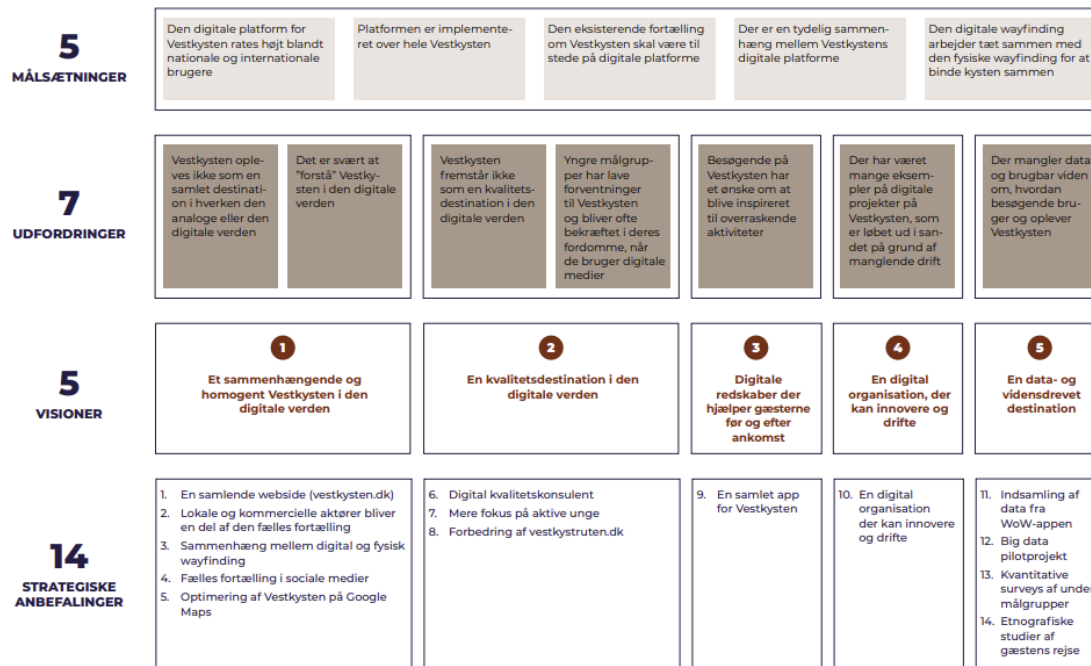
Strategien

Opgaven er at udarbejde en kommunikationsstrategi. Vi forestiller os en kommunikationsstrategi for synliggørelsen af området som indeholder nogle konkrete anbefalinger, der kan handles på. Strategien skal være det værktøj, der sikrer, at vi får planlagt og eksekveret kommunikationen, så målgrupperne rammes bedst muligt. Såvel indledningsvist ift. lancering, men også efterfølgende i

forhold til interessefastholdelse og i forbindelse med turplanlægning og digital vejvisning. Strategien skal fungere som en køreplan, der ligger klar og kan iværksættes, når projektet er realiseret.

Kommunikationsstrategien skal beskrive mål, aktiviteter, kanaler og hvem der er ansvarlig for, hvilken kommunikation og overfor de forskellige målgrupper. Der ønskes en sammenfatning af strategien, hvor de overordnede målsætninger, udfordringer, visioner og anbefalinger fremgår. Lidt som i denne: [Vestkystens Wayfinding](#)

SAMMENFATNING



Forventninger og brug af eksisterende baggrundsdata:

Det forventes, at anbefalingerne i denne strategi bygger på allerede eksisterende datakilder hos Destination Vesterhavet og Varde Kommune. Det drejer sig om [GeoFA](#), som Varde Kommune benytter til formidling af friluftsfaciliteter, og [Guide Danmark](#), som Destination Vesterhavet benytter til fremvisning af aktiviteter, overnatningsmuligheder og attraktioner. Brug af eksisterende datakilder skal sikre at drift og vedligehold ikke bliver for omkostningstung og tidskrævende for Destination Vesterhavet eller Varde Kommune. Generelt er det afgørende at kommunikationsstrategiens indhold og anbefalinger ligger op til løsninger, hvor udgifter til udvikling, drift og vedligehold står mål med potentialet og de berørte organisationers formåen og øvrige opgaveportefølje.

Destination Vesterhavet har en app, der hedder [VESTKYSTEN APP](#), som trækker på Guide Danmark. Denne kan bringes i spil i forbindelse med anbefalingerne.

Strategien må gerne indeholde anbefalinger vedr. brug af kort og kortløsning der kan fungere digitalt og/eller fysisk.

Strategien må gerne berøre følgende punkter:

1. Strategiens indhold

- a. Med opsummering af formål, afgrænsninger, m.m.
2. Hvad er den ønskede effekt?
3. Hvilke målgrupper er der?
4. Hvem er afsender overfor hvilken målgruppe og med hvilket medie?
5. Skal der være separat hjemmeside med eget domænenavn eller kan den integreres på eksisterende sider f.eks. Destination Vesterhavets?
6. Hvilke øvrige platforme/kanaler skal/bør bringes i spil?
 - a. Overvejelser om fysisk og digital kommunikation
 - b. Afdækning af kortmateriale – overvejelser om fysisk og digital
7. Hvordan skal koblingen mellem det offentlige, kommercielle og civile være?
 - a. Hvad og hvordan kommunikeres det fra Destination Vesterhavet?
 - b. Hvad og hvordan kommunikeres det fra Varde Kommunes side?
 - c. Hvordan kan erhvervsaktørerne blive koblet op på den gratis naturoplevelse, som det jo er at færdes ved Holme Å? Og hvordan kan de kommunikere og blive synlige i relation til Holme Å?
 - d. Hvilken oplagt kobling findes der, med andre rekreative systemer/faciliteter?
8. Evaluering og kontrollering
9. Hvilke ressourcer skal der til?:
 - a. Udviklingsomkostningerne
 - b. Driftsøkonomien
 - c. Time estimat
10. Tidsplan for processen. F.eks. hvor lang tid inden, området står klar, skal kommunikationen igangsættes, m.m.

Tilbuddet forventes at indeholde en procesplan for dialogen mellem leverandøren, Destination Vesterhavet og Varde Kommune, der sikrer vidensdeling og løbende forventningsafstemning. Der er nedsat en arbejdsgruppe med repræsentanter fra Destination Vesterhavet og Varde Kommune. Arbejdsgruppens medlemmer sikrer inddragelse af relevante vidensmedarbejdere, når opgaven kræver det.

ØKONOMI

Den samlede budgetramme for opgaven er 80.000 kr. Prisen angives i danske kroner og eksklusive moms.

Kontraktperiode

Kontraktperioden løber fra januar 2022 og frem til juni 2023.

Tidsplan

Indhentningen af tilbud sker fra den 14. december 2022 til den 16. januar 2023. Aflevering af tilbud senest kl. 12.00 til Charlotte på charlotte@visitvesterhavet.dk

Valg af tilbud sker i uge 4, hvor alle får skriftlig besked om baggrunden for valget af leverandør.

Når leverandøren er udvalgt, vil der hurtigt herefter blive sat et opstartsmøde i kalenderen. Formålet er at få forventningsafstemt processen og slutproduktet samt dele viden om platforme, datakilder m.m.

Behandling af indkomne tilbud

Indkomne tilbud behandles fortroligt. I forbindelse med valg af leverandør kan der opstå behov for at afholde et møde med udvalgte tilbudsgivere, med henblik på at uddybe tilbudsmaterialet. Opstår der et behov for dette, vil ordregiver indkalde til et sådant møde med afholdelse i løbet af uge 3.

Tilbudsgivere kan umiddelbart efter tilbudsfristens udløb rekvirere en samlet oversigt over de virksomheder, der har afgivet rettidige tilbud. Alle deltagere i tilbudsgivningen vil modtage skriftlig underretning om det afgivne tilbud er antaget eller forkastet, hurtigst muligt efter at ordregiveren har truffet beslutning herom. Tilbudsgivernes eventuelle omkostninger i forbindelse med udarbejdelse af tilbuddet samt dokumentation er ordregiveren uvedkommende. Ordregiveren kan til en hver tid aflyse indhentningen af tilbud, såfremt der foreligger en saglig begrundelse herfor. En saglig begrundelse foreligger f.eks. ved manglende konkurrence eller utilfredsstillende bud, fejl i tilbudsprocessen og/eller manglende bevillingsmæssig dækning til realisering af opgaven. 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 samlet vurdering af de indkomne tilbud. Der lægges vægt på kvalifikationer, kvaliteten og leverancesikkerhed i opgaveløsningen samt pris.

1. Pris: 10 pct. vægtning
2. Kvalitet i løsningsbeskrivelsen: 50 pct. vægtning
3. Kvalifikationer og leverancesikkerhed: 40 pct. Vægtning

Ad 1) Følgende elementer indgår i evalueringen af prisen:

- Den samlede pris for ydelsen
- Det samlede timeforbrug afsat til løsning af ydelsen

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

- Der lægges vægt på kvaliteten i løsningsbeskrivelsen, opgaveforståelsen, tilgang og metode. Her foretages der en samlet helhedsvurdering af tilbudsgivers beskrivelse af tilgang til løsning af opgaven, som viser forståelse for opgavens omfang, procesplan, samt anvendte metoder

Uddybende

- Erfaringer med og kompetencer til at udarbejde en sådan strategi
- Erfaringer og kompetencer med lignende leverancer
- Erfaring med at formidle resultater på en let tilgængelig og brugervenlig måde i form af grafik og tekst i strategien
- Indsigt og kendskab i outdoorturisme og friluftsliv

Ad 3) Følgende elementer indgår i evalueringen af tilbuddets kvalifikationer og leveringssikkerhed

- Der lægges vægt på, at tilbudsgiver har en projektorganisation med en tilstrækkelig erfaring, faglig bredde og dybde til at kunne gennemføre en kvalificeret løsning af opgaven. Heri indgår en vurdering af de til opgaven allokerede nøglemedarbejderes kompetencer set i forhold til løsningen af opgaven

Uddybende

- Anciennitet hos de allokerede medarbejdere
- Faglige kvalifikationer og referencer
- Leveringssikkerhed og fleksibilitet

Ophavsret (Ejerskab og rettigheder)

I forbindelse med indgåelse af kontrakt med tilbudsgiver indgår følgende forhold som betingelser for samarbejdet:

- At kontrakten kan ophæves ved misligholdelse, dvs. manglende leverancer på opgavens delopgaver.
- At ordregiver erhverver fuldt ejerskab til alle indsamlede data og resultater.
- Brug af Destination Vesterhavets (eller Varde Kommunes) designskabeloner i afrapportering, herunder skal alt anvendt billedmateriale have nødvendige tilladelser ift. ophavsretten, således materialet kan offentliggøres.

Nærmere kontrakt udarbejdes ved indgåelse af aftale.