



Bornholms Turisme – hele året og på hele øen

UDBUD

WORKSHOPS

INDHOLD

ORDREGIVER	3
INDLEDNING	4
FORMÅL	4
KONTRAKTPERIODE	4
UDBUDSBETINGELSER	5
UDBUDSFORM	5
TIDSPLAN	5
AFLEVERING AF TILBUD	5
BEHANDLING AF INDKOMNE BUD	5
SUPPLERENDE OPLYSNINGER	5
TILBUDSFORBEHOLD	6
DELAFTALER	6
ALTERNATIVE BUD	6
KRAVSPESIFIKATIONER	7
OPGAVEBESKRIVELSE	7
OM DELTAGERNE	7
OM WORKSHOPS	7
Krav til leverandøren	9
FORVENTNINGER TIL TILBUDSMATERIALET OG ØKONOMISK RAMME	9
EVALUERING AF TILBUD	9
KONTRAKTMÆSSIGE FORHOLD	11



ORDREGIVER

Destination Bornholm ApS

Simon Lambrecht

Ndr. Kystvej 3

3700 Rønne

CVR: 15731796

E-mail: simon@bornholm.info

Telefon: 5693 0369

Hjemmeside: bornholm.info/erhverv/bornholms-turisme/

Supplerende spørgsmål vedr. opgaven rettes til:

Business Center Bornholm

Lone Bentzen / Travis Thornton

Landemærket 26

3700 Rønne

CVR: 31124816

E-mail: lb@bornholm.biz / travis@bornholm.biz

Telefon: 3070 1778

Dato: den 13. marts 2025

Projektet "Bornholms Turisme – hele året og på hele øen" gennemføres af Destination Bornholm som projekter i samarbejde med Business Center Bornholm som partner.

Projektet er iværksat med tilskud fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses decentrale erhvervsfremmemidler og med tilskud fra Bornholms Regionskommunes Erhvervs-, Bolig-, og Beskæftigelsesudvalgs tilskudspulje.

INDLEDNING

FORMÅL

Det overordnede formål med projektet "Bornholms turisme – hele året og på hele øen" er:

At gøre andre (flere) geografiske områder på Bornholm attraktive som mål for besøg/overnatning af turister i sommerperioden, på den måde styrkes Bornholms samlede oplevelsestilbud og tiltrækningskraft, og flere dele af øen får større del i omsætning/indtjening, genereret gennem turisme. Målet er samlet set at skabe en styrket turisme, og en håndtering der giver et godt samspil mellem borgere, erhvervsliv og gæster.

For at det kan blive en realitet kræves udvikling af nye tiltag/services og produkter i de udpegede områder, så de bliver attraktive mål for besøg/overnatning af turister i sommerperioden.

At øge antallet af gæster i perioden mellem september og juni, på kort sigt med fokus på september-december samt marts-maj og på langt sigt hele perioden.

Projektet iværksætter en række af de tiltag, som er anbefalet i den nyligt godkendte "Udviklingsplan for turismen på Bornholm frem mod år 2030" med det formål at medvirke til realisering af visionen om Bornholm som et helårsbaseret, bæredygtigt og foretrukket rejsemål med høj kvalitet og international gennemslagskraft.

Projektet fokuserer bl.a. på udvikling/organisering og igangsætning af nye produkter/services, der understøtter en fælles identitet hos aktører i udpegede geografiske områder samt for styrkepositionen "Outdoor" og øvrige styrkepositioner.

Dette udbud vedrører virksomhedsudvikling:

Workshop 1: Forståelse af erhvervsturisme – Kundesegment, kunderejse og værditilbud

Workshop 2: Udvikling af tiltag til at tiltrække erhvervsturister

KONTRAKTPERIODE

April – maj 2025.

UDBUDSBETINGELSER

UDBUDSFORM

Minimum to virksomheder kontaktes med henblik på at byde på opgaven.

Udbud offentliggøres desuden på bornholm.info/erhverv/bornholms-turisme/

TIDSPLAN

Udbuddet offentliggøres den 13. marts 2025.

Sidste frist for aflevering af tilbud: kl. 12.00 den 25. marts 2025.

Meddelelse om tilbud er antaget eller forkastet: forventes den 26. marts 2025.

Aftalens ikrafttræden forventes: den 28. marts 2025

AFLEVERING AF TILBUD

Tilbud og anden dokumentation skal være ordregiver i hænde senest den 25. marts 2025 kl. 12.00.

Tilbud sendes elektronisk som pdf-fil til Destination Bornholm, e-mail simon@bornholm.info. Tilbud, der helt eller delvist modtages efter denne frist, vil ikke komme i betragtning. Alle relevante oplysninger skal fremgå af tilbuddet. Tilbudsgiver skal udfylde samtlige punkter i udbudsmaterialet.

BEHANDLING AF INDKOMNE BUD

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 behovet for dette, vil ordregiver indkalde til et sådant møde.

Alle deltagere i tilbudsgivningen forventes at modtage skriftlig underretning den 26. marts 2025, om det afgivne tilbud er antaget eller forkastet.

Tilbudsgivernes eventuelle omkostninger i forbindelse med udarbejdelse af tilbuddet samt dokumentation, eventuelle uddybende møder, samtaler, kontraktudarbejdelse og lignende, er ordregiveren uvedkommende.

Ordregiveren kan til enhver tid aflyse indhentningen af tilbud, hvis der foreligger en saglig begrundelse herfor.

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

SUPPLERENDE OPLYSNINGER

Alle henvendelser vedrørende udbuddet skal være modtaget inden den 25. marts 2025 kl. 12. Spørgsmål til udbudsmaterialet skal rettes til Simon Lambrecht. Spørgsmål til opgaven skal rettes til Lone Bentzen lb@bornholm.biz eller Travis Thornton travis@bornholm.biz. Spørgsmål modtaget inden denne frist vil blive besvaret løbende.

TILBUDSFORBEHOLD

Tilbudsgiver opfordres til at undlade at tage forbehold overfor udbudsmaterialet, da tilbudsgiver derved risikerer, at ordregiveren vil være både berettiget og forpligtet til at afvise tilbuddet som ukonditionsmæssigt.

Tilbud med forbehold vil blive afvist som ukonditionsmæssige, medmindre der er tale om forbehold af ubetydelig art. Forbehold af ubetydelig art vil efter omstændighederne blive kapitaliseret uden drøftelser med tilbudsgiver, og værdien heraf vil i så fald medgå i vurderingen af tilbuddets økonomiske værdi.

Har tilbudsgiver spørgsmål eller bemærkninger til kravspecifikationen, eller finder tilbudsgiver, at kravspecifikationen er uklar på ét eller flere punkter, opfordres tilbudsgiver til at søge dette afklaret ved at rette skriftlig henvendelse til Ordregiveren, jf. ovennævnte tidsfrister.

DELAFTALER

Der skal gives bud på begge af de to workshops.

ALTERNATIVE BUD

Der er ikke mulighed for at afgive alternative bud på opgaven.

KRAVSPECIFIKATIONER

OPGAVEBESKRIVELSE

OM DELTAGERNE

Deltagerne i Bornholms Turisme er erhvervsdrivende, som har øens turister som kunder. Det vil være overnatningssteder, outdoor-aktører, kunsthåndværkere, oplevelsessteder, restauranter/caféer med fokus på lokale fødevarer, samt enkelte detailhandlere.

De er mindre virksomheder med ingen eller få ansatte (0-15). Det vil oftest være ejeren/ejerne, der deltager i workshops. Der er ofte ingen specialister ansat i virksomheden inden for områder som markedsføring, SEO, webudvikling, SoMe og økonomi. Derfor udføres disse opgaver ofte af personer, der også er ansat til noget andet, hvis det faktisk udføres.

Fælles for deltagerne er, at de har et ønske om at udvikle og fremtidssikre deres forretning gennem ny viden og bedre forståelse af deres kernekunder og de er dermed dedikerede i deres tilgang til at deltage og lære.

OM WORKSHOPS

I marts måned 2025 tilbydes deltagere i virksomhedsudviklingsdelen af projektet Bornholms Turisme – hele året og på hele øen to workshops. Der vil ca. være 30 - 50 deltagere per workshop.

- **Fokus:** Brugbar og omsættelig viden, målrettet virksomheder, som har turister som kunder og deres evt. tilknyttede website/webshop. Deltagerne skal få styrket kompetencer og øget viden.
- **Hvor:** På Bornholm.
- **Varighed:** Hver workshop skal have en varighed af 5-6 timer inkl. pause.

Workshop 1: Forståelse af erhvervsturisme – Kundesegment, kunderejse og værditilbud

Formål: Denne workshop har til formål at give deltagerne en dybdegående forståelse af erhvervsturisme som kundesegment, hvordan de planlægger og gennemfører en effektiv kunderejse, samt hvordan bornholmske turismevirksomheder, sammen og hver for sig, kan tilpasse deres værditilbud for at imødekomme segmentets behov.

Indhold:

- **Introduktion til erhvervsturisme:**
 - Definition af kundesegmentet, herunder nøglekarakteristika, købsadfærd og behov.
 - Information om relevante messer og publikationer, der er målrettet kundesegmentet, og hvordan virksomheder kan bruge disse til at netværke og markedsføre deres tilbud.
 - Information om krav til pakkerejseforsikring.

- **Kundesegmentanalyse:** Hvilke virksomheder, organisationer eller brancher kan være målgruppen for Bornholm, og hvad søger de?
- **Kunderejsen:**
 - En case-baseret præsentation, hvor en erhvervskunde laver et oplæg (fysisk eller online) om sin proces med at finde og koordinere et arrangement.
 - Oplægget skal give indsigt i kundens overvejelser, beslutningspunkter og udfordringer fra første kontakt til arrangementets gennemførelse.
- **Tilpasning af værditilbud:** Praktiske eksempler på, hvordan bornholmske virksomheder, hver for sig og i samarbejde, kan udvikle tilbud, der matcher erhvervskunders behov, og hvordan det kan integreres i virksomhedens eksisterende produkter og services.
- **Oplæg fra et konferencested:** Et konferencested fortæller om (fysisk eller online), hvordan de har haft succes med at tiltrække erhvervskunder og deler deres erfaringer og strategier.

Udbytte: Deltagerne vil efter workshoppen have en solid forståelse af erhvervsturisme som kundesegment, inspiration til at arbejde med kunderejser gennem en konkret case, og konkrete ideer til, hvordan de kan tilpasse deres værditilbud for at tiltrække og fastholde erhvervskunder.

Workshop 2: Udvikling af tiltag til at tiltrække erhvervsturister

Formål: Denne workshop skal klæde deltagerne på til i praksis at udvikle og implementere tiltag, der kan tiltrække erhvervskunder til Bornholm. Fokus vil være på at arbejde kreativt og samarbejdsorienteret for at skabe konkrete og gennemførlige ideer.

Indhold:

- **Brainstorming og idégenerering:** Identifikation af muligheder og styrker på Bornholm, der kan være attraktive for erhvervsturister.
- **Udvikling af tiltag:** I grupper, baseret på virksomhedens beliggenhed, udvikles konkrete initiativer og kampagner, som kan være med til at tiltrække erhvervskunder.
- **Samarbejde og netværk:** Diskussion af, hvordan virksomheder kan samarbejde på tværs for at skabe synergier og styrke Bornholm som erhvervsturismested.
- **Indlæg fra Destination Bornholm:** Destination Bornholm præsenterer deres markedsføringstiltag i forhold til erhvervsturisme og giver indsigt i, hvordan virksomheder kan understøtte og drage fordel af disse initiativer.
- **Handlingsplan:** Udarbejdelse af en simpel handlingsplan for implementering af de udviklede tiltag.

Udbytte: Efter workshoppen vil deltagerne have skabt konkrete ideer og forslag til tiltag, der kan tiltrække erhvervsturister, samt have identificeret mulige samarbejdspartnere og tiltag til implementering. De vil være bedre rustet til at omsætte deres viden til handling og tiltrække det nye kundesegment.

Krav til leverandøren

Stor erfaring med workshoppens emne og stor erfaring i at arbejde med turismevirksomheder.

Leverandøren skal være dygtig til formidling i øjenhøjde og i et sprog, som alle kan forstå. Leverandøren skal være god til at afkode det niveau, deltageren er på - den enkelte deltagers muligheder og behov skal rammes.

Udgangspunktet er, at der i virksomheden skal kunne arbejdes videre med den viden deltageren får på workshoppen. Fokus er, at hjælpe dem med at forstå kundesegmentet erhvervsturisme og hvordan man skaber kontakt til dem.

Leverandøren skal finde cases (erhvervskunde og konferencested) til workshop 1 og lave aftaler med dem om et indlæg. Til workshop 2 er der lavet en foreløbig aftale med Destination Bornholm om at lave indlæg.

FORVENTNINGER TIL TILBUDSMATERIALET OG ØKONOMISK RAMME

Tilbudsgiver skal som minimum beskrive følgende:

- Leverandørens kompetencer og erfaringsgrundlag med målgruppen.
- Leverandørens kompetencer og erfaring med workshoppens emne.
- Workshopbeskrivelse og hvad deltagerne kan efterfølgende.
- Leverandøren skal kunne afholde begge workshops, gerne med anden oplægsholdere, som underleverandør.
- De to workshops skal være afholdt inden 1. juni 2025.
- Pris per workshop eks. moms*.
- Bekræftelse af, at leverandøren overholder GDPR-regler ift. deltagernes data.

*Vi betaler ikke for transport og transporttid

EVALUERING AF TILBUD

Tildeling af opgaven sker på baggrund af det økonomisk mest fordelagtige tilbud. Det økonomisk mest fordelagtige tilbud bedømmes ud fra følgende underkriterier med dertilhørende vægte:

1) Pris: 20 pct.

2) Kvalitet: 80 pct.

Ad 1) Følgende elementer indgår i evalueringen af prisen:

- Den samlede pris for tjenesteydelsen

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

- Kvalitet i løsningsbeskrivelse, opgaveforståelse, tilgang og metode. Ordregiver vil foretage en samlet helhedsvurdering af tilbudsgivers beskrivelse af tilgang til løsning af opgaven, de konkrete forslag til løsning skitseret i udbuddet, anvendte metoder samt forslag til rapportering.

- Kvalifikationer og leveringssikkerhed. Ordregiver vil lægge vægt på, at tilbudsgiver har en organisation med en tilstrækkelig erfaring, faglig bredde og dybde til at kunne gennemføre en kvalificeret løsning af opgaven. Endelig vil ordregiver lægge vægt på, at der i lyset af den udbudte opgave demonstreres en hensigtsmæssig og effektiv organisation, som indeholder klare og logiske kompetence- og ansvarsforhold.

Der anvendes en ikke-lineær pointmodel til evaluering af de indkomne tilbud, hvor tilbudspriserne omregnes til point ud fra formlen: $(\text{laveste pris} \cdot \text{maksimumpoint}) / \text{pris}$. Point for pris ganges med 20 pct. Point for kvalitet ganges med 80 pct. Point for kvalitet tildeles ud fra en fem-trins karakterskala:

- 0 gives for bud, der kun netop er konditionsmæssigt, men uden opfyldelse af underkriteriet
- 4 gives for det mindre tilfredsstillende bud på opfyldelse af underkriteriet
- 7 gives for det middel tilfredsstillende bud på opfyldelse af underkriteriet
- 9 gives for det meget tilfredsstillende bud på opfyldelse af underkriteriet
- 10 gives for det fremragende bud på opfyldelse af det formulerede underkriterium eller bud med få uvæsentlige undtagelser



KONTRAKTMÆSSIGE FORHOLD

Projektet gennemføres med støtte fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, og der vil derfor være en række krav om offentlig tilgængeliggørelse af alle resultater og delresultater samt brug af logo mv.

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

- At kontrakten kan ophæves ved misligholdelse, det vil sige manglende leverancer på aftalens opgaver
- At ordregiver erhverver fuldt ejerskab til alle indsamlede data og resultater
- At alle indsamlede data og resultater gøres offentligt tilgængelige og formidles af ordregiver