

Databaseret tilgang til turismeudvikling

- Strategirapport til Destination Bornholm jf. *Udviklingsplan for turismen på Bornholm frem mod år 2030*



Billede 1: Nexø af Nikolaj Beyer

Indholdsfortegnelse

1	Indledning	3
2	Mål	3
3	Principper	4
4	Model	5
4.1	Beskrivelse	5
4.2	Forudsætninger	5
4.3	Gevinster	6
4.4	Fremtidig Organisering	6
5	Afsæt	7
5.1	Udviklingsplanens strategiske indhold	7
5.2	Test af use-cases	7
6	Kapacitet	11
6.1	Differentieret overnatningstilbud	12
6.2	Parkeringsfaciliteter	15
6.3	Butikker og spisesteder	16
7	Bevægelser på øen	18
8	Aktiviteter og attraktioner	21
9	Bæredygtighed og klimavenlig udvikling	23
9.1	Outdoor	23
9.2	Energi-ø og turisme	27
10	Konklusion	30

1 Indledning

Nærværende strategirapport indgår som et delelement i Udviklingsplan for turismen på Bornholm frem mod år 2030 (herfra omtalt Udviklingsplan 2030) med en vision om at gøre Bornholm til et *"helårsbaseret, bæredygtigt og foretrukket rejsemål med høj kvalitet og international gennemslagskraft"*. Strategirapporten er udarbejdet med henblik på at understøtte udviklingsarbejdet – og derigennem Bornholms turisme – og dermed sikre en databaseret tilgang til initiativerne i udviklingsplanen.

Strategirapporten er centreret omkring opbygning af en dataplatform, der indeholder datakilder indhentet fra lokale såvel som nationale aktører; både private og offentlige. Med baggrund i dataplatformen bliver det muligt at levere nøgletal, visualisere grafer, trække rapporter, sende adviseringer, undersøge tendenser inden for turismen samt udvikle modeller til prognoser.

En databaseret tilgang til turismeudvikling sikrer ikke kun, at implementeringen af Udviklingsplan 2030 tager afsæt i oplyst datagrundlag, men også, at effekten af de igangsatte tiltag kan måles. Ved at evaluere løbende på indsatsområder kan man prioritere og målrette ressourcer til de indsatser, der skaber positiv forandring, og dermed effektivt nå de opsatte succeskriterier.

Med en større og mere udbredt databaseret indsigt vil det være muligt for både de lokale erhvervsdrivende, Destination Bornholm og Bornholms Regionskommune at følge og forudse gæsternes færden på øen samt kende deres præferencer og behov. Det vil give et sikkert grundlag til at målrette tilbud af varer, services og aktiviteter, der møder gæsternes præferencer og bidrager positivt til turisterhverv på Bornholm.

Strategien drager nytte af de indsigter, der er oparbejdet hen over sommer/efterår 2022 på Bornholm gennem testcases, og er i tråd med den overordnede strategi om en fremtidig national dataplatform for turisme.

Strategien er udarbejdet af NTT Data Business Solution Nordics for Destination Bornholm. Billeder i rapporten er lånt af Destination Bornholm, fotografen er krediteret.

2 Mål

Destination Bornholm har et ønske om, at turisterhvervet samarbejder om en databaseret tilgang i implementering af Udviklingsplan 2030. Nærværende strategirapport peger på, hvad det kræver at: **1) etablere et bredt datagrundlag** og **2) bruge det aktivt til at understøtte de strategiske indsatsområder fra udviklingsplanen.**

Den digitale strategi indeholder derfor både overvejelser omkring **principper og metoder** for en databaseret tilgang samt **konkrete eksempler** på, hvilke digitale løsninger der kan understøtte strategiske hovedgreb inden for de valgte indsatsområder.

Allerede i Destination Bornholms strategi fra 2017-2020 indgik en ambition om at være den destination i Nordeuropa, som kender sine gæster bedst. Et indgående kendskab til gæsternes præferencer er et essentielt skridt for at kunne udvikle relevante tilbud. Denne datastrategirapport bygger på denne ambition og fører det til næste skridt: At handle på denne viden, gøre det sammen, gøre det målrettet, gøre det til alles fordel. Lykkes det at skabe et økosystem af synergier omkring en databaseret tilgang til turismeudvikling, vil gevinsterne være til at høste for:

- Gæsterne – der har gode oplevelser
- De lokale erhvervsdrivende – der kan planlægge og målrette deres aktiviteter
- Destination Bornholm – der løbende kan justere udviklingsindsatsen og kampagnetiltag
- Bornholms Regionskommune – der modtager data som beslutningsgrundlag

Test af use cases foretaget i sommeren/efteråret 2022 har sikret erfaringer omkring arbejdet med turismedata til brug på både det nationale og det lokale plan. Målet med den nuværende digitale strategi er at skitsere muligheder for en databaseret turismeudvikling på Bornholm, som de ser ud pr. efterår 2022, samt give et økonomisk overslag over deres implementering.

3 Principper

Strategien bygger på en række principper, der skal sikre, at arbejdet med en databaseret tilgang bringer mest mulig værdi for alle involverede aktører.

De digitale løsninger skal være **fleksible**. Fleksibiliteten af løsningerne ses både i forhold til typen af datakilder, måder af visualisere rapporter på samt målgruppe. Fordelen ved at arbejde med fleksible løsninger er, at de løbende kan evalueres og tilpasses. Det er med til at højne kvaliteten af løsningerne og samtidig gøre det muligt at følge og målrette investeringerne.

De digitale løsninger skal være **skalerbare**. Skalerbarheden af løsningerne ses både i forhold til mængde af datakilder, formidlingspunkter og antal brugere. Fordelen ved at arbejde med skalerbare løsninger er, at udbredelse baseres på erfaring og kan tilpasses afhængigt af ressourcer og interesse.

De digitale løsninger skal føre til refleksion og **aktivt tilvalg/fravalg af handling**. De indsigter, som data giver, er uden værdi, hvis de ikke resulterer i en handling. Af den grund præsenterer denne datastrategi en model, der identificerer, hvordan de valgte løsninger kan anvendes i praksis.

Datakilderne skal have **emnemæssig bredde**. Fordelen ved at samle forskellige datakilder under den samme dataplatform er, at man kan undersøge de valgte emner fra forskellige vinkler og dermed opbygge analyser, der undersøger forskellige aspekter af et forhold, med den ønskede detaljeringsgrad. For hver datakilde, der tilføjes dataplatformen, øges antallet af mulige analysekombinationer. Det er et stærkt redskab, der kan synliggøre overraskende relationer og sammenhænge.

Datakilderne skal have **tidsmæssig bredde**. Datakilder, som dækker forskellige tidsperspektiver, bidrager med forskellige værdier. Historiske data giver mulighed for at visualisere udvikling af paramenterne over tid og undersøge tendenser. Aktuelle data giver mulighed for at være opdateret løbende. Prognoser giver en indikation af, hvordan man kan forvente, at en parameter vil udvikle sig i fremtiden.

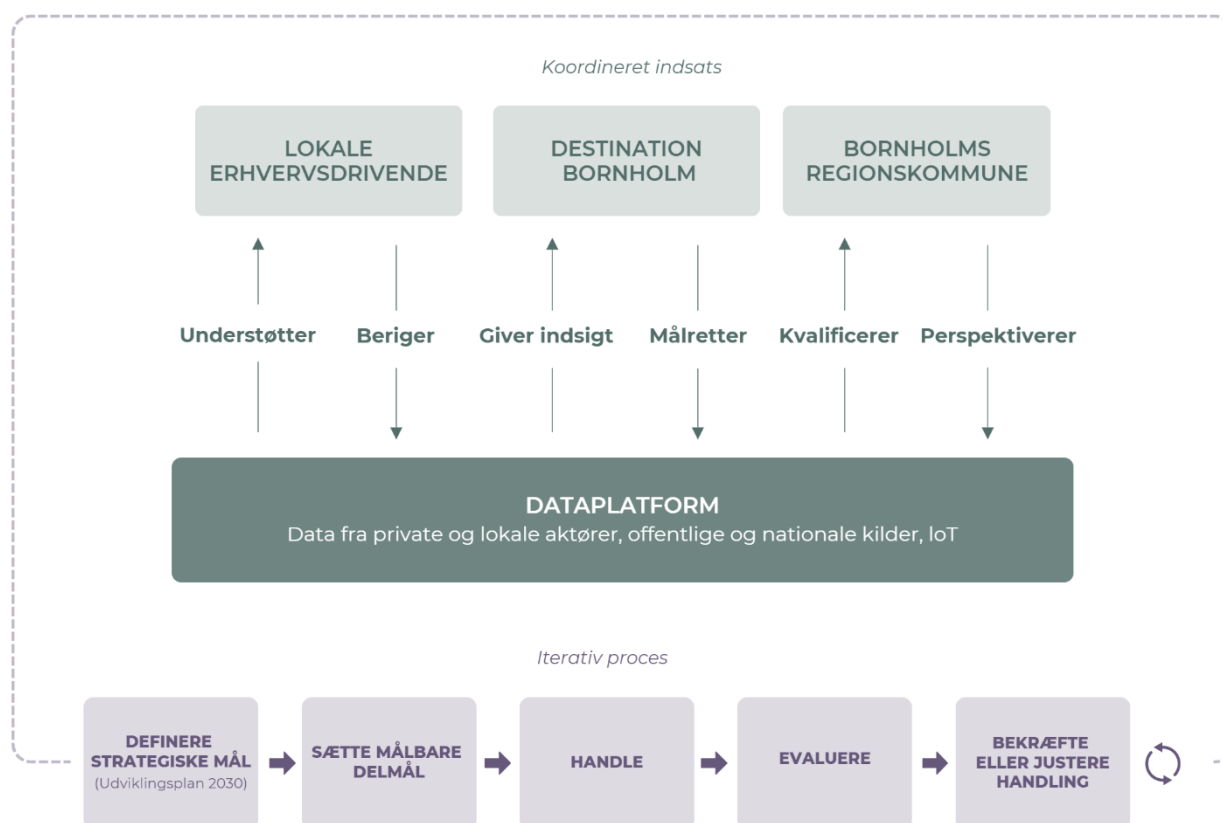
Datadeling skal være **sikker**. En professionel tilgang til dataarbejde kræver, at data opbevares på en afprøvet og stabil platform, og at adgang til data styres efter aftalte rettigheder.

Datadeling skal være **etisk**. Datadelingsprojekter baseres på tillid imellem deltagere. De deltagere, der leverer data til projektet, skal kende og acceptere, hvad data bliver brugt til. De deltagere, der behandler data, skal følge de indgåede aftaler og sørge for at følsomme oplysninger ikke bliver offentliggjort. De deltagere, der ser de formidlede data, skal kende, hvor data kommer fra, og hvad man kan udlede af dem.

4 Model

4.1 Beskrivelse

Strategien er centreret omkring anvendelse af en dataplatform, der skaber værdi for både de lokale erhvervsdrivende, Destination Bornholm og Bornholms Regionskommune. Modellen er bygget op om tre niveauer, hvor interaktionen mellem aktørerne og dataplatformen tager forskellig form og svarer til forskellige behov. Arbejdet med en databaseret tilgang kan deles op i 5 faser, der gentages i en iterativ proces, indtil de ønskede mål er opnået. Startpunktet er de strategiske indsatsområder beskrevet i Udviklingsplan 2030. For hvert område skal der opsættes målbare delmål at styre og handle efter. Effekten af de igangsatte initiativer evalueres derefter gennem dataindsamling og analyse. Rapporterne generet på baggrund af data vil give en indikation af, om der er en positiv udvikling imod de opsatte succeskriterier, eller om evaluering giver grundlag for at justere på tiltag og indsatser.



Figur 1: Model for implementering af en databaseret tilgang til turismeudvikling

4.2 Forudsætninger

For at gevinsterne af en databaseret tilgang realiseres, er det således afgørende, at der etableres en tovejs forbindelse mellem dataplatformen og de involverede aktører. Værdien af dataplatformen øges i takt med, at flere erhvervsdrivende leverer og deler data med hinanden. Samtidig vil gevinsterne af en datadrevet tilgang øges i takt med, at data løbende bliver anvendt til at planlægge og evaluere udviklingstiltag.

Der er således et indbyrdes forhold mellem dataplatformen og aktørerne, der styrker hinanden. Jo mere data, jo mere indsigtsfulde analyser og bedre forecast-modeller kan der udarbejdes. Jo flere løbende evalueringer, jo bedre datadrevne beslutninger, der understøtter de ønskede mål.

4.3 Gevinster

Modellen fordrer, at arbejdet med implementering af den digitale strategi er nedbrudt i mindre dele, der tager udgangspunkt i evaluering af målbare succeskriterier. På den måde sikres det, at de udviklede løsninger tager udgangspunkt i den kontekst, hvor de skal bruges, og svarer til konkrete behov.

Aktørerne på alle niveauer bliver involveret tæt i opbygning af dataplatformen og tilhørende analyser da disse er afhængige af deres bidrag og input. Fordelen med denne tilgang er, at der skabes **ejerskab** hos aktører og **lokal forankring** af løsningerne. Den lokale forankring kan understøttes ved at afholde workshops med deltagelse af aktørerne, hvor der samles input til, hvilke data det er relevant at indsamle, og hvilke spørgsmål det er relevant at søge svar på. Ejerskab over de digitale løsninger kan understøttes ved at arrangere forløb, der klæder aktørerne på til at kunne læse grafer, fortolke resultater af analyser og stille hypoteser. Det er vigtigt her at bringe data ned i øjenhøjde for at sikre, at aktørerne ikke tabes.

Et systematisk arbejde med en databaseret tilgang med løbende evalueringer vil desuden bidrage til en øget **digital modning** af aktørerne. De kompetencer, der opbygges ved implementering af den digitale strategi, vil således kunne bruges i andre sammenhænge og samlet sikre bedre udnyttelse af ressourcer.

En anden signifikant gevinst ved anvendelse af data i forhold til turismeudvikling er, at data understøtter en **økonomisk estimering af effekten af fremtidige indsatser**. En økonomisk estimering, der vil rationalisere og forbedre muligheden for finansiering af indsatser og projekter.

4.4 Fremtidig Organisering

Arbejdet med en databaseret turismeudvikling kræver en kontinuerlig og målrettet indsat, og det kan løftes med dedikerede ressourcer – både i forhold til økonomi, tid og kvalifikationer.

VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme i et partnerskab med destinationerne har i juni startet et initiativ om udrulning af en national dataplaform for turisme. Dette fællesskab indebærer, at løsninger og datakilder udviklet på platformen vil kunne anvendes nationalt. Destination Bornholm vil med fordel som en del af dette partnerskab kunne samarbejde med andre destinationer om fælles udvikling af indsatser.

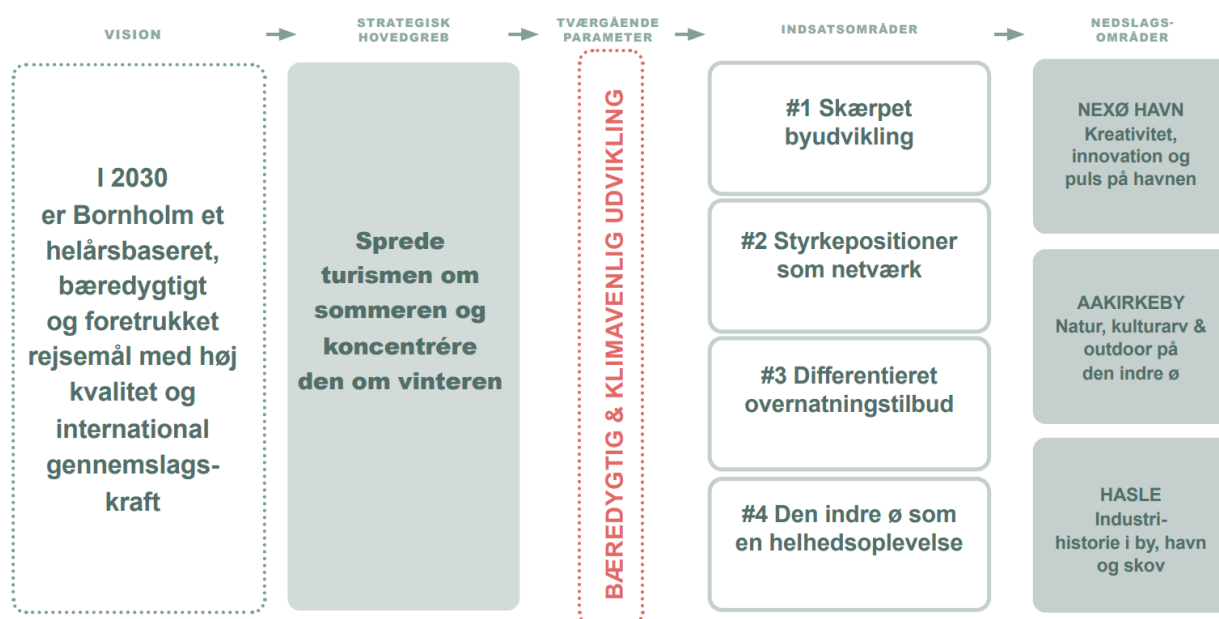
Arbejdet med at sikre koordinering af indsatserne og deres fremgang kan med fordel forankres hos destinationsselskabet, som allerede har taget initiativ til den indledende undersøgelse og test af use cases. Der er flere opgaver, der skal løftes i denne sammenhæng: At sikre deltagelse af en kritisk masse af lokale erhvervsdrivende, adressere de tekniske spørgsmål, definere og afgrænse undersøgelsesområder, målrette analyser, formidle deres resultater og sørge for, at dataindsigterne aktivt bliver brugt til at tilpasse og udvikle initiativer lokalt.

Repræsentanter fra både de lokale erhvervsdrivende, Destination Bornholm og Bornholms Regionskommune bør blive involveret i implementeringen af den digitale strategi, da de alle skal bidrage og drage nytte af de fælles indsatser – om end i forskellige former og omfang.

5 Afsæt

5.1 Udviklingsplanens strategiske indhold

Den digitale strategi tager afsæt i det strategiske indhold af Udviklingsplan 2030. De løsninger, der er præsenteret i nærværende strategirapport, skal bidrage til at målrette, evaluere og justere tiltagene igangsat inden for de fire nævnte indsatsområder: Skærpet byudvikling, Styrkepositioner som netværk, Differentieret overnatningsilbud og Den Indre Ø som en helhedsoplevelse.



Figur 2: Overblik, Udviklingsplan for turisme på Bornholm frem mod 2030, s. 20.

5.2 Test af use-cases

Destination Bornholm har gennemført en test af use cases for at afprøve værdien en databaseret tilgang til implementering af udviklingsplanen. På baggrund af dette er der blevet udarbejdet flere rapporteringsdashboards, der visualiserer udvikling på udvalgte parametre. Disse use cases giver en forsmag på, hvilke typer af indsigt man kan få ved at bygge analyser omkring en dataplatform, der samler forskellige datakilder.

I de valgte test use-cases indgår data fra: Telia, NETS, DMI, Bornholmslinjen, billetsalg fra enkelte attraktioner, salgsdata fra en række butikker og en trafiktæller opsat i Gudhjem.

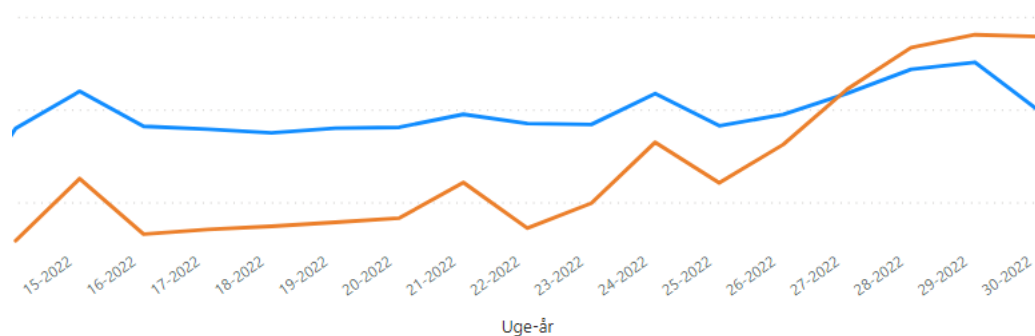
Disse data giver blandt andet mulighed for at visualisere:

- Udvikling i antal personer i afgrænsede geografiske områder på dagsbasis,
- Udvikling i antal personer i forhold til udvikling af omsætning,
- Udvikling i omsætning over tid på Bornholm,
- Udvikling i omsætning for egen attraktion eller butik,
- Udvikling i antal personer i afgrænsede geografiske områder i forhold til vejr,

- Udvikling i antal biler i Gudhjem på timebasis,
- Udvikling i antal solgte færgebilletter og
- Prognose af antal solgte færgebilletter.

Nogle af de iagttagelser, som analysen viser, er beskrevet i det følgende. Udviklingsplan 2030 har i sammenhæng med analysen dannet baggrund for den digitale strategi. Det skal bemærkes, at billetsalg og butiksom sætningen ikke har haft et omfang til at være konkluderende, men giver alligevel et antal interessante indikationer.

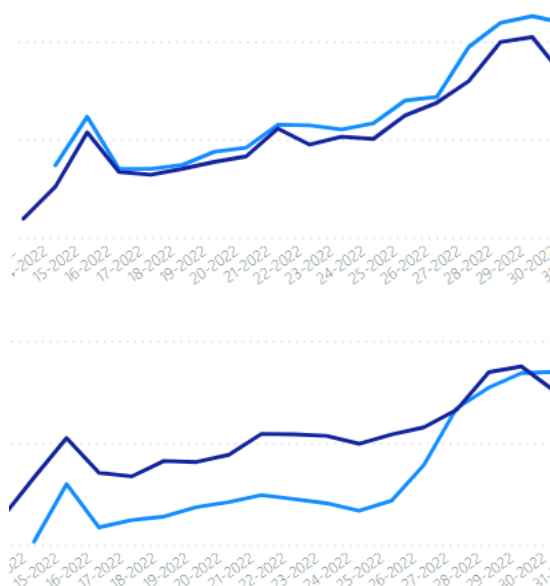
I påske og efterårsferie er Bornholm næsten lige så besøgt som sommerferien, men forbrug per person er højere i sommerferien.



Figur 3: Indekseret forbrug på Bornholm baseret på betalingskort-transaktioner sammenlignet med antal personer.

Der er indikation på, at det lavere forbrug i skuldersæson delvist kan forklares med de begrænsede åbningstider.

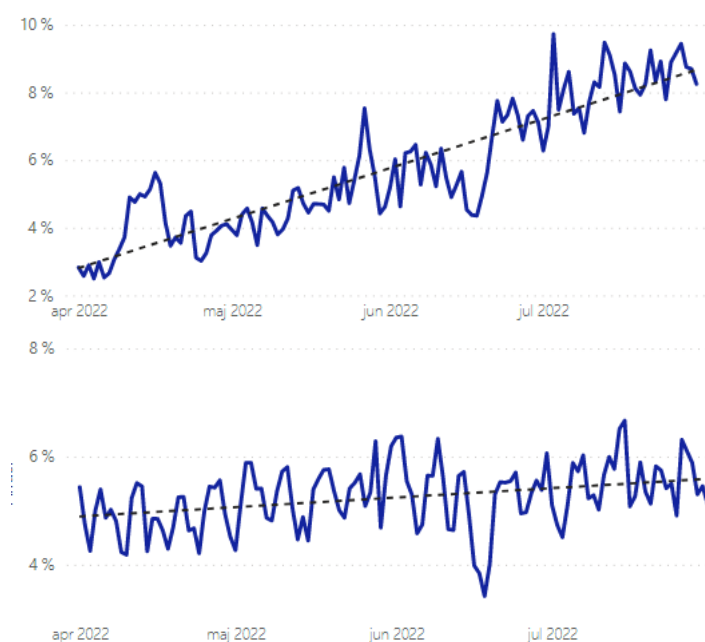
På baggrund af de daglige omsætningstal modtaget for perioden april-august 2022 kan det ses, at de butikker, der har haft den samme åbningstid i hele perioden, ikke har oplevet fald i omsætning per person. De butikker og attraktioner, som har haft begrænsede åbningstider i skuldersæsonen, har derimod oplevet en fald i omsætning per person i perioden med kortere åbningstider.



Figur 4: Eksempel på omsætning sammenlignet med antal personer registreret gennem teledata for 2 butikker med henholdsvis ens åbningstider i skulder- og højsæson og begrænsede åbningstider i skuldersæson. Mørkeblå linje viser antal personer, lyseblå linje viser omsætning.

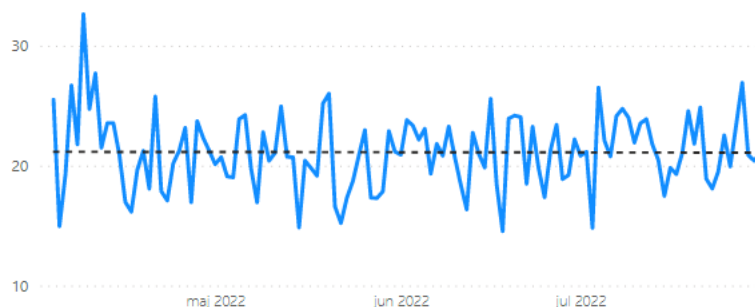
Gæster på Bornholm er langt mere mobile i højsæsonen end resten af året, men koncentrerer sig i høj grad i kystbyerne Gudhjem, Svaneke, Allinge, og Sandvig. Forbruget stiger også tilsvarende mere i de specifikke kystbyer end på resten af Bornholm.

Mobilitet er udregnet fra det totale antal mobiltelefoner på Bornholm sammenholdt med antal mobiltelefoner på de enkelte telemaster. En telefon, der har været koblet på 4 telemaster på en enkelt dag, er mere mobil end en mobiltelefon, der kun har været koblet på 2 telemaster.



Figur 5: Antal personer, der har besøgt Gudhjem (øverst) og Aakirkeby (nederst) på en given dag i procent af det samlede antal personer på Bornholm

Kapacitetsanalysen i Gudhjem viser ikke tegn på overturisme. Det vil sige, at antal besøgende ikke overstiger kapacitet i butikker og restauranter.

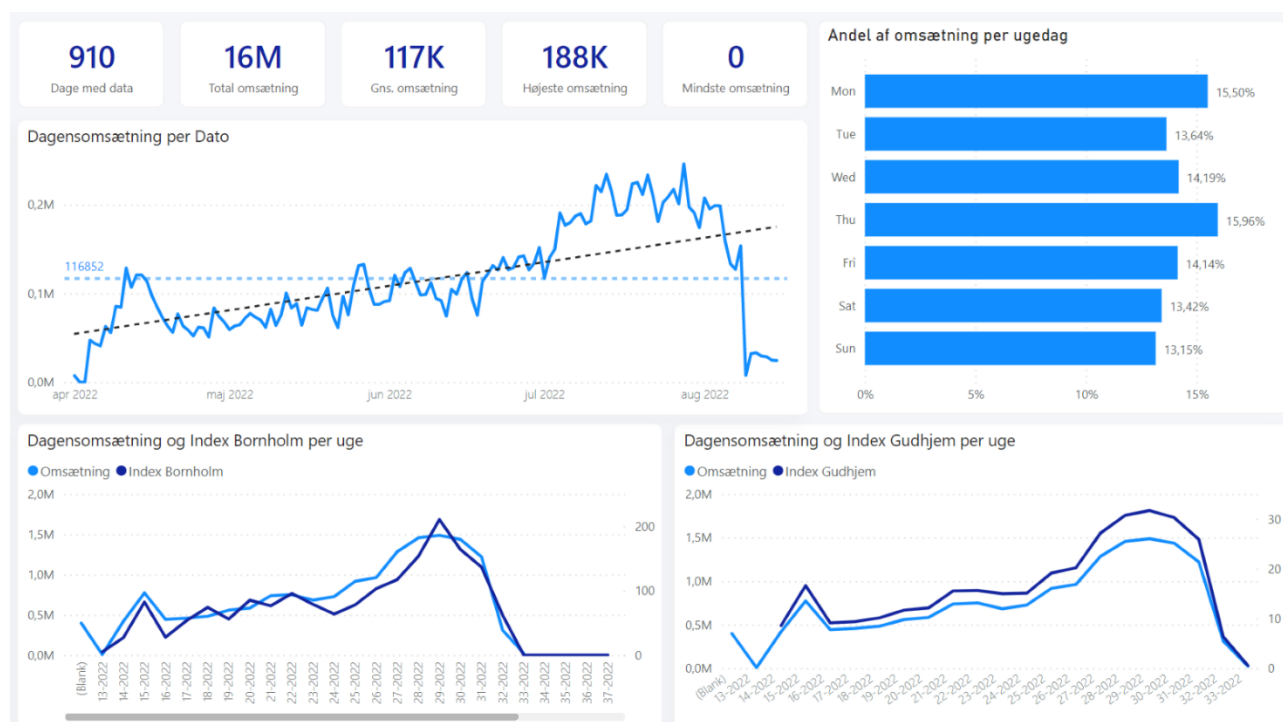


Figur 6: Dagsomsætning for deltagende butikker i Gudhjem sammenholdt med antal personer i Gudhjem baseret på teledata.

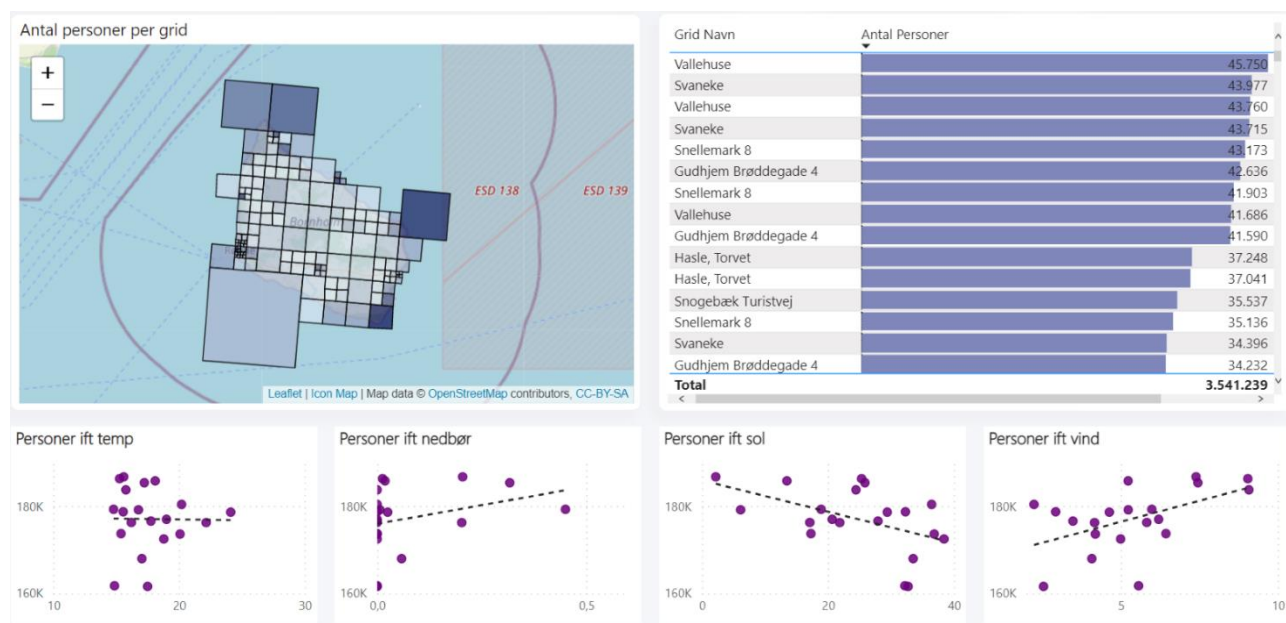
Gæster på Bornholm anvender en markant større del af deres samlede forbrug på spisesteder end gæster i resten af landet.

Data fra betalingskortstransaktioner viser, at gæster på Bornholm i 2022 har anvendt 20% af deres samlede forbrug på spisesteder mens det tilsvarende tal for hele Danmark og København er henholdsvis 10% og 12%. Svenske gæster anvender 25% af deres samlede forbrug på spisesteder, mens tyske og norske gæster anvender henholdsvis 15% og 17%.

Andre dashboards udviklede i forbindelse med test af use cases vedrører visualisering af omsætninger for butikker, antal personer i forhold til vejr og udvikling af antal biler i Gudhjem.



Figur 7: Omsætning for butik/attraktion/hotel: Nøgletal for omsætning (øverst), omsætning på dagsniveau (midt venstre), omsætning per ugedag (øverst højre) og omsætning på uge niveau ift. resten af Bornholm og lokalområde (nederst).



Figur 8: Udvikling i antal personer i afgrænsede områder ift. temperatur, nedbør, sol og vind: Valg af område (øverst venstre), antal personer i det valgte område (øverst højre) og deres udvikling ift. vejret (nederst).

Date	05:00:00	06:00:00	07:00:00	08:00:00	09:00:00	10:00:00	11:00:00	12:00:00	13:00:00	14:00:00	15:00:00	16:00:00	17:00:00	18:00:00	19:00:00	20:00:00	21:00:00	22:00:00	23:00:00
19. juli 2022								128	206	193	171	169	176	163	129	111	63	20	
20. juli 2022	7	14	36	56	118	138	192	205	197	173	162	139	193	168	141	117	60	36	
21. juli 2022	6	9	35	69	135	171	240	232	193	219	179	187	190	193	137	97	55	37	
22. juli 2022	6	10	42	64	135	167	238	259	273	239	234	221	194	194	138	90	48	30	
23. juli 2022	1	10	23	53	78	184	267	266	241	280	216	185	131	145	93	66	54	29	
24. juli 2022	3	8	36	51	108	178	233	221	216	196	207	178	137	120	68	77	37	21	
25. juli 2022	1	20	42	79	113	137	173	180	207	198	183	155	155	132	107	82	29	29	
26. juli 2022	2	12	23	63	115	179	228	280	232	251	244	183	193	137	105	71	50	25	
27. juli 2022	4	4	29	50	97	162	225	285	282	250	208	205	199	134	132	78	51	19	
28. juli 2022	3	10	30	60	130	137	194	200	228	236	192	172	180	134	99	114	46	35	
29. juli 2022	6	9	29	63	120	144	189	213	177	167	135	155	200	136	84	79	50	28	
30. juli 2022	5	8	28	46	85	158	163	196	208	183	168	152	153	134	101	81	55	18	
31. juli 2022	3	16	32	53	103	140	172	175	135	188	150	147	138	124	114	66	52	14	
1. august 2022	2	11	29	55	115	132	182	227	224	209	186	184	149	129	84	73	33	24	
2. august 2022	5	10	42	52	112	151	205	237	235	224	190	187	163	152	88	72	48	22	
3. august 2022	5	10	29	73	104	133	176	179	172	187	150	149	203	151	130	95	48	26	
4. august 2022	4	17	31	70	101	137	172	173	132	141	143	151	156	153	117	85	49	23	
5. august 2022	2	17	26	56	80	147	205	256	216	216	197	220	145	107	70	49	39	12	
Total	154	730	2106	3415	6512	7757	10120	11098	10615	11016	10078	8934	8107	6812	4475	3103	1662	950	

Figur 9: Udvikling i antal køretøjer i Gudhjem: Valg af køretøj, bus, bil, motorcykel, person i indadgående eller udadgående retning i Gudhjem på time, dag eller total basis.

Øges den mængde af datakilder, herunder antallet af attraktioner og butikker, der leverer og deler data, vil det være muligt at foretage flere og mere detaljerede analyser. Det vil give et mere oplyst beslutningsgrundlag og give flere muligheder for at evaluere effekten af igangsatte initiativer. I de kommende kapitler vil det løbende blive eksemplificeret, hvordan der kan arbejdes yderligere med de indsamlede data, samt hvilke datakilder der kunne være relevante at indarbejde i videreudviklingen af dataplatformen.

6 Kapacitet

Udviklingsplan 2030 har som strategisk hovedgreb at sprede turismen om sommeren og koncentrere den om vinteren. For at målet kan opfyldes, skal den nødvendige infrastruktur være til stede. Hvad sommeren angår, handler det om at sikre, at der på hele øen er ledige

overnatningsmuligheder, tilgængelige parkeringspladser, åbne butikker og spisesteder samt relevante aktiviteter og attraktioner. Hvad de øvrige sæsoner angår, skal den beskrevne infrastruktur være til stede i de byer, hvor man ønsker at koncentrere gæsterne.

Med en databaseret tilgang til turismeudvikling vil man kunne understøtte disse mål ved at 1) **måle status quo** 2) **vise det uudnyttede potentiale** 3) **evaluere resultater af igangsatte indsatser**.



Billede 2: Camping af Semko Balcerski

6.1 Differentieret overnatningstilbud

Strategisk hovedgreb og indsatsområde

Relevante overnatningstilbud er afgørende for gæsternes valg af rejsedestination. Målet om at øge og differentiere overnatningstilbuddene på Bornholm skal bidrage både til at gøre Bornholm til en helårsrejsedestination samt fremme den som kvalitetsdestination. En datatilgang til turismeudvikling kan bidrage med at monitorere tilbud og anvendelse af overnatningsmuligheder og give et datagrundlag for målrettede initiativer, samt efterfølgende evaluering af deres effekter.

Datagrundlag

Udlejningsdata bestående af booking- og salgsdata fra overnatningssteder er af strategisk værdi af flere grunde. For det første giver bookingsdata den tidligste indikation på antallet af forventede gæster. For det andet indeholder salgsdata øvrige informationer om gæsterne, der kan danne grundlag for segmentering af gæster.

Ved at samle og analysere udlejningsdata fra overnatningstilbud kan man blandt andet belyse:

- Historik over udlejninger
- Bookinger for kommende uger
- Benchmark mod andre byer
- Benchmark mod andre kommuner
- Hvornår der er opnået fuld kapacitetsudnyttelse
- Hvordan gæsterne spreder sig i forhold til de forskellige overnatningstilbud
- Prognose af forventede bookinger
- Fordeling af overnatningsmuligheder efter type
- Fordeling af overnatningsmuligheder efter geografi
- Gæsternes præferencer for overnatningsmuligheder i forhold til demografi
- Gæsternes præferencer for overnatningsmuligheder i forhold til tid
- Potentielt antal gæster ved ændrede åbningstider

Ved at analysere udlejningsdata i kombination med andre datakilder kan man opdage ukendte relationer og sammenhænge. Det kan give en pejling mod, hvilke initiativer der kan igangsættes for at understøtte de strategiske mål. Man kan blandt andet undersøge:

- Gæsternes demografi i forhold til ændring af omsætning i specialbutikker og attraktioner
- Gæsternes demografi i forhold til billetsalg for attraktioner
- Gæsternes demografi i forhold til brug af transportmiddel
- Gæsternes demografi i forhold til valg af aktiviteter
- Modeller til prognose af antal gæster
- Modeller til prognose af type gæster
- Modeller til prognoser af afledte effekter

Fordele for de lokale erhvervsdrivende

Indsigterne fra udlejningsdata vil være til gavn for overnatningssteder med mulighed for effektiv ressourceplanlægning i forhold til indkøb, behov for arbejdsstyrke og åbning af tilknyttede tilbud. Ledige lejemål ville være synlige, og det vil være muligt at benchmarke antal udlejninger på tværs af byer over tid. En tydelig visualisering af egne data samt benchmarking kan virke som en motivationsfaktor for udlejere i forhold til at forbedre egen virksomhed og se potentiale i at udvide antal overnatningssteder, type af overnatningstilbud og åbningstid.

Udvikling af prognose over antal gæster vil give branchen de bedste forudsætninger for at forberede sig i god tid på de kommende sæsoner. Analysen af udlejningsdata vil bringe værdi også uden for branchen. Jo tidligere information om forventede antal gæster bliver delt med de øvrige erhvervsdrivende, jo bedre vil de erhvervsdrivende have mulighed for at tilpasse deres tilbud med hensyn til åbningstider, produktudvalg og aktivitetstilbud.

Fordele for Destination Bornholm

Ved at få et detaljeret indblik i overnatningsmuligheder og efterspørgsel vil Destination Bornholm få viden om gæsternes fordeling på øen samt afdække bookingflowet, herunder hvor tidligt de forskellige overnatningsmuligheder bliver booket, og hvad der karakteriserer segmenterne, der booker overnatningerne.

Ved at analysere rapporterne på tværs af overnatningstilbud vil Destination Bornholm også kunne vurdere status på målet om at tilbyde et differentieret overnatningstilbud. Ved at sammenkoble udlejningsdata med kvalitative interview vil man kunne vurdere gæsternes oplevelse ved de forskellige overnatningstilbud.

En segmentering af gæsterne efter relevante parametre vil med fordel kunne benyttes i markedsføringen til at ramme potentielle gæster for de områder, hvor der er ledig kapacitet.

Fordele for Bornholms Regionskommune

En kortlægning af udlejningsdata vil danne et solidt datagrundlag for Bornholms Regionskommune i forhold til udvikling af lokalplaner, planlægning af anlægsprojekter og i tiltrækning af kommercielle investorer.

Forudsætninger

For at analysen af udlejningsdata bringer værdi er det nødvendigt, at en kritisk masse af overnatningstilbud – både kommercielle og private som AirBnB – løbende leverer data om deres bookinger, inklusive demografiske oplysninger om deres kunder såsom antal børn, antal voksne og bopælskommune. For at der kan etableres værdifulde indsigter på tværs af overnatningstilbud, skal datastrukturen være ens, hvilket kan være en udfordring, når overnatningssteder bruger forskellige bookingsystemer, eller visse tilfælde ikke bruger digitale bookingsystemer. Leverance af udlejningsdata skal ske løbende og stabilt, hvis man ønsker at udnytte mulighed for at se bookinger for de kommende perioder og dermed være forberedt på at tage imod gæsterne. Deri ligger en opgave for Destination Bornholm med at koordinere arbejdet sammen med branchen og formidle forholdet mellem den leverede datakvalitet og brugbarheden af de resulterende rapporter.

For at realisere de initiativer, der skal støtte udvikling af en differentieret overnatningstilbud, skal Bornholms Regionskommune sikre gunstige rammer, da det kan involvere ændringer i lokalplaner og større anlægsprojekter. Troværdighed af datakilder er altid afgørende i en databaseret tilgang. I forhold til overnatningskapacitet kræver dette en særlig opmærksomhed, da der kan være tale om beslutninger af større tidsmæssigt og økonomisk omfang. Det er derfor nødvendigt at sikre, at der er intern enighed om definitioner og måleenheder anvendt til rapporterne samt kendskab til datagrundlag, indsamlingsmetoder og grafisk fremstilling.

Løsningsforslag

Udlejningsdata og knyttede analyser kan gøres tilgængelige på forskellige detaljeringsgrader og på forskellige platforme, herunder:

- Dashboard til udlejere med detaljer for egne udlejningsdata og benchmarking mod samme overnatningstilbud på tværs af byer
- Nøgletal til udlejere præsenteret på en app fx antal ledige overnatningssteder
- Nøgletal til lokale erhvervsdrivende med forventet antal gæster og segmentering
- Dybdegående analyser af udlejningsdata sammen med andre datakilder til undersøgelser af tendenser og hypotesetestning
- Opbygning af forecast-modeller til overnatningstal og afledte effekter
- Adviseringer per mail ved bestemte mål
- Rapporter med overblik over kapacitetsudnyttelse
- Rapporter omkring udvikling af bookinger over en sæson
- Nøgletal formidlede til gæster på en hjemmeside eller app med informationer om byer med ledig kapacitet, evt. fordelt efter overnatningstyper

6.2 Parkeringsfaciliteter

Strategisk hovedgreb og indsatsområde

Ledige og tilgængelige parkeringspladser er en nødvendig infrastruktur, både i de byer hvor der forventes en større antal gæster, og de steder, hvor mange besøger byen og hvor trafikafviklingen ikke afvikles smidigt. Mangel på parkeringspladser kan give en oplevelse af trængsel i byerne og være en hindring for deres omsætning, ligesom det bidrager til utilfredshed blandt lokalbefolkningen.

Et evidensbaseret overblik over den aktuelle parkeringssituation kan være første trin i at vurdere eventuelle behov for udvidelse af parkeringspladser eller igangsættelse af andre initiativer, hvis effekt efterfølgende kan evalueres med nye målinger.

Datagrundlag

Der er flere tilgange til at afdække parkeringskapacitet afhængigt af graden af præcision og detaljer, man ønsker at få:

- Antal kendte parkeringspladser sat op imod teledata giver overblik over nuværende kapacitet i forhold til antal gæster
- Data fra betalingsterminaler oplyser antal biler på timebasis på betalingsparkeringspladser
- Opsætning af trafiktæller ved ind-/udkørsel til byen giver mulighed for at følge type og antal transportmidler i byen samt skønne gennemsnitlig besøgstid

Fordele for de lokale erhvervsdrivende

En kortlægning af parkeringskapacitet i forhold til antal turister vil give de lokale erhvervsdrivende databaseret evidens for eventuelle behov for øget parkeringskapacitet. Tydelige henvisninger til ledige parkeringspladser kan dirigere gæsterne til mindre besøgte steder og minimere trængsel, sprede gæsterne og sikre en højere omsætning.

Fordele for Destination Bornholm

Ved at analysere historisk data kan man med større præcision afgrænse kapacitetsudfordringer i forhold til tid og geografi. Det vil give et databaseret udgangspunkt til at diskutere behovet for øget parkeringskapacitet eller alternative løsninger. Oplysning om, hvilke parkeringspladser der har ledige pladser, giver en indikation af, hvilke områder der kan være genstand for en yderligere formidlingsindsats.

Fordele for Bornholms Regionskommune

Overblik over trængsel på parkeringspladser giver en klar indikation af, hvor og hvornår parkeringskapaciteten er fuldt udnyttet. Analysen af parkeringsdata over tid vil skabe et sikkert input til beslutningsprocessen i forhold til ændringer af parkeringsfaciliteter.

Forudsætninger

En analyse af parkeringskapacitet kræver en kortlægning af aktuelle parkeringsforhold, adgang til teledata og data fra parkeringsterminaler. For at kunne følge med i trafikgennemstrømning kræver det opsætning optiske tællere, som efterfølgende eventuelt kan flyttes til et nyt område.

Løsningsforslag

Kortlægning og analyse af parkeringsdata kan formidles på forskellige niveauer og platforme afhængig af, om det er målrettet gæster eller erhvervsliv:

- Storskærme, der viser antal ledige parkeringspladser
- Visning af ledige parkeringspladser på hjemmeside og app
- Kortlægning af aktuel parkeringskapacitet
- Optælling af trafikgennemkørsel
- Rapport over parkeringskapacitet i forhold til antal gæster

6.3 Butikker og spisesteder

Strategisk hovedgreb og indsatsområder

Muligheden for at finde åbne butikker og spisesteder har indflydelse på gæsternes valg af destination og kvalitetsvurdering af rejseoplevelsen. Ønskes det at sprede gæsterne om sommeren, skal butikker og spisesteder uden for de mest populære kystbyer være synlige, tilgængelige og relevante for gæsterne. Det er en vigtig faktor for at nå målet om at sprede turisterne om sommeren, da butikker og spisesteder er spredt over et større areal og kan være med til at tiltrække turister – også de steder, hvor der ikke er overnatningstilbud.

Målet om at gøre Bornholm til en helårsdestination af høj kvalitet kræver således en bred opbakning og samarbejde mellem de lokale erhvervsdrivende til/om at holde åbent, når der er gæster, og at præsentere et relevant produktsortiment. Om sommeren handler det om at have kapacitet til at tage imod gæster over hele øen; i de øvrige sæsoner gælder det om at tilpasse åbningstider til det forventede antal gæster. Kender man gæsternes ønsker og behov, får man også mulighed for at tilpasse varesortiment og tilbud derefter.

En databaseret tilgang vil i første omgang give et overblik over de aktuelle forhold til omsætning, åbningstider og antal gæster, som kan skabe en nulpunktsmåling. Det vil give et udgangspunkt for at måle effekten af de igangsatte tiltag.



Billede 3: Gourmet af Semko Balcerski.

Datagrundlag

Ved at indhente og analysere omsætningsdata fra butikker og spisesteder kan man belyse:

- Udvikling af omsætning over tid
- Udvikling af omsætning i forhold til åbningstider
- Benchmark mod butikker/spisesteder af samme type
- Benchmark mod butikker/spisesteder i samme by
- Benchmark mod butikker/spisesteder på Bornholm
- Benchmark mod butikker/spisesteder i andre kommuner
- Prognose af antal kunder og omsætning ved ændrede åbningstider

Ved at analysere omsætning sammen med andre datakilder kan man undersøge:

- Udvikling af omsætning i forhold til antal gæster
- Kapacitet per branche på specifikke lokationer og om kapaciteten er tilsvarende sæsonbestemt efterspørgsel
- Udvikling af omsætning i forhold til vejrforhold
- Prognose af fremtidig efterspørgsel og kommende kunders præferencer

Analysen af omsætning for butikker og spisesteder kræver adgang til detaljerede salgsdata, der inkluderer dato for transaktioner og varekategori, som kan indhentes gennem butikkernes og spisestedernes anvendte POS eller økonomi-systemer. For at kunne sammenligne data på tværs af butikker og spisesteder er det nødvendigt, at det leverede data har den samme kvalitet og struktur. Ønsker man at sammenligne omsætningsdata med andre kommuner, kan datagrundlaget give mulighed for det.

Ønsker man at følge udvikling af omsætning inden for styrkepositionerne kunsthåndværk og kvalitetsfødevarer kræver det, at de relevante aktører bliver identificerede og har mulighed for at levere data af samme kvalitet i forhold til indhold, struktur og frekvens.

Fordele for de lokale erhvervsdrivende

En tydelig visualisering af omsætningsudvikling samt benchmarking kan give de lokale erhvervsdrivende viden og incitament til forretningsudvikling. Prognoser for antal kunder og deres præferencer er et vigtigt redskab til effektiv ressourceplanlægning. Hvad butikkerne angår, er viden brugbar i forhold til tilpasning af produktsortiment og åbningstider. Hvad spisesteder angår er det brugbar viden til ressourceplanlægning i forhold til arbejdskraft og indkøb.

Hvis butikkernes og spisestedernes omsætning ikke følger antal personer i området, kan dette være et tegn på, at omsætningspotentialet ikke er udnyttet optimalt. Det kan give anledning til at undersøge årsagen og teste effekten af forskellige initiativer såsom ændring af sortiment eller åbningstider.

Fordele for Destination Bornholm

Overblik over udvikling i omsætning inden for forskellige byer, brancher eller styrkepositioner giver Destination Bornholm et grundlag for at igangsætte ønskede tiltag og derefter evaluere deres effekter – og derigennem styrke det strategiske arbejde. Deling af data og analyser kan også være et værktøj til at styrke organisering og samarbejde mellem aktørerne inden for de forskellige styrkepositioner, der vil have en interesse i at samles omkring brug af data.

Fordele for Bornholms Regionskommune

Med de leverede rapporter vil Bornholm Regionskommune opnå en let tilgængelig oversigt over udvikling af omsætning på Bornholm inden for forskellige brancher og på tværs af byer. Bornholms Regionskommune vil få mulighed for værdifulde indsigter i behov jf. myndighedsopgaven omkring udlægning af arealer, behov jf. serviceunderstøttende faciliteter og meget mere.

Forudsætning

For at gevinsterne af en databaseret tilgang kan realiseres, kræver det en vilje fra de lokale erhvervsdrivende til at dele data med hinanden, en interesse i at analysere data og bruge dem til at teste effekten af forskellige tiltag.

Udvikling af rapporter for branchen kræver, at de lokale erhvervsdrivende kan levere data med den ønskede detaljeringsgrad og den ønskede frekvens, hvorfor der skal etableres en dialog med systemleverandørerne for de brugte POS- og bookingsystemer. Er aktørerne ikke digitaliserede på disse områder, vil det sætte en begrænsning for datadeling.

Destination Bornholm skal facilitere samarbejde mellem de lokale erhvervsdrivende, definere standard til udveksling af data, specificere krav til visualisering samt aktivt arbejde med analyse og formidling af data – et arbejde der skal tage udgangspunkt i konkrete behov med formålet om at eftersøge ny viden.

Løsningsforslag

Omsætningsdata kan formidles på forskellige platforme, både individuelt eller sammen med øvrige datakilder:

- Dashboard med udvikling af omsætning for egen virksomhed
- Benchmarking mod virksomheder i samme by
- Rapporter over udvikling af omsætning i forhold til antal gæster
- Rapporter over udvikling af omsætning inden for styrkepositioner
- Rapporter over udvikling af omsætning på tværs af byerne

7 Bevægelser på øen

Strategisk hovedgreb og indsatsområder

En enorm styrkeposition for Bornholm er det faktum, at det er en ø, herved man kan med et lavt antal trafiktællere monitorere turisternes færden på øen. Der må antages, at det er overkommeligt at lave et estimat på antallet af allerede indregistrerede biler på Bornholm.

Med det allerede eksisterende optiske tællere fra Swarm Analytics analyseres billederne real-time onsite, hvor statistikken laves, og efterfølgende slettes billedet, så der ikke opbevares personfølsomme data. De optiske tællere kan meget præcist monitorere de enkelte køretøjer og borgereres bevægelse i Gudhjem, og dermed kan den skabte data benyttes til at give et retvisende billede af bevægelsesmønstre.

Med disse optiske tællere muliggøres det at følge både personbiler, lastbiler, motordrevne køretøjer, cykler og gående. Dette danner grundlag for en stor mængde data, der er mere retvisende end klassiske trafiktællere, hvor der kun tælles antallet af et specifikt køretøj, og udelukkende tælles, om de har passeret en specifik strækning.



Billede 4: Hammershus af Daniel Villadsen.

Beskrivelse af data og analyser

På nuværende tidspunkt kan bevægelsen på øen monitoreres på to måder: På baggrund af teledata, og på baggrund af den optiske tæller i Gudhjem. Antallet af turister kendes i forvejen relativt præcist på baggrund af kommende færge- og flydata. Antallet af bosiddende Bornholmere er ligeledes kendt på forhånd, hvilket muliggør at følge gæsternes færden nemmere.

For at måle effekten af indsatsen på enten spredning eller samling kan der opsættes et dashboard for de relevante aktører. Som parameter kigges der på historiske teledata sammenlignet med aktuelle teledata. Det muliggør at måle antallet af besøgende i forskellige perioder, hvilket er en indikator for, om indsatsen har en effekt. For at understøtte dette kan der opsættes trafiktællere, der har til formål at tracke besøgsmonstret. Som et sidste parameter kan der regnes på omsætning. Her vil det være muligt direkte at se den økonomiske effekt af en spredning af de besøgende. Afslutningsvis har man allerede en idé om den demografiske fordeling af gæsterne. På sigt vil der komme yderlig demografisk information fra både færge- og flydata. Med et dashboard, hvor dette er en central parameter, vil det for både Destination Bornholm og de erhvervsdrivende være muligt at målrette deres marketing, regulere åbningstiderne i butikkerne og tilbud til de forskellige målgrupper.

Teledata er en god indikator for gæsternes bevægelse på øen, da man dermed kan følge et bevægelsesmønster for den enkelte bruger. Teledata har dog en række begrænsninger, der gør,

at det på sigt vil være mere optimalt at fokusere på andre løsninger i samspil med teledata. Teledata kan udelukkende registrere de sidste 24 timers færden, hvorfor gæsternes hjemkommune går tabt efter én dag.

I skrivende stund er der én optisk tæller fra Swarm Analytics opsat på Bornholm, placeret i Gudhjem. På baggrund af trafiktælleren er det muligt at følge gæstens færden ind og ud af byen, for derved meget præcist at forudse antallet af biler i Gudhjem i en given periode. Denne metodik kan kopieres til andre områder på Bornholm.

En anden interessant datakilde vil være Destination Bornholm-app'en, hvor brugeren i øjeblikket har mulighed for at dele sin lokalitet med appen. På baggrund af dette kan den enkelte gæsts færden på øen følges meget præcist. Udfordringen ved denne type tracking er, at gæsten selv har magt over delingen af sin lokalitet; det kan vælges fra, og der kan gå værdifulde oplysninger tabt. En anden måde, hvor der kan tracks gennem Destination Bornholm-app'en, er gennem QR koder som gæsterne kan skanne rundt på øen og få værdifulde indsigter, historiske oplysninger og ruteanbefalinger. Denne idé vil blive beskrevet nærmere i *Outdoor Turisme – Besøg Bornholm App*.

Alle ovennævnte datakilder kan benyttes med færgedata, som er en meget præcis indikator for antallet af gæster på øen. Ligeledes kan de benyttes i sammenhæng med vejrdato. På baggrund af dette, kan der udledes vejrets indflydelse på gæsternes bevægelsesmønstre på øen.

Fordele for de lokale erhvervsdrivende

Sommer

Det kan det have stor interesse at undersøge omsætningen i forhold til besøgende, målt på åbningstid. Et dashboard omhandlende dette, kan understøtte argumentet om, at butikkerne bør have åbent i en længere periode. Med data fra POS-systemer, vil det være muligt at undersøge, hvilke varer der bliver solgt i bestemte tidsrum, hvad der efterspørges og hvilken type butik der holder åbent. Dette kan fungere som et pejlemærke for Destination Bornholm og de lokale erhvervsdrivende, og det kan give en indikation af, om der skal prioriteres længere åbningstider i perioden. Da der blev testet use cases, var der ikke tilstrækkeligt med butikker repræsenteret i datagrundlaget, hvilket har medført manglende kvantitet og kvalitet i aktørdata.

Forår og efterår

Opfattelsen er, at der er erhvervsdrivende der i perioden holder lukket. Størstedelen af deres indtægt er bundet op på sommermånederne, hvor Bornholm er travlt besøgt, og derved fokuserer de på deres sommerperiode – for at kunne holde fri i skuldarsæsonen. Med en indsigt i historiske data såvel som aktuelle data vil det i højere grad være muligt for de lokale erhvervsdrivende at tilpasse deres åbningstider efter antallet af besøgende.

Fordele for Destination Bornholm

Ved at kortlægge og analysere bevægelsesmønstre af gæsterne på øen vil Destination Bornholm modtage data på hvor mange besøgende der er i forskellige områder over tid. Det vil give mulighed for at forudsige og forebygge trængsel, hvilket kan kræve en opkvalificering af infrastruktur og målrettet markedsføring mod de mindre besøgte steder. Dette kan bidrage til et databaseret bidrag i planlægningen af større events.

Fordele for Bornholms Regionskommune

Bornholms Regionskommune vil kunne bruge data om bevægelser på øen til at kvalificere beslutningsprocessen omkring vedligeholdelse og udvikling af infrastruktur.

Hvad der er tilgængeligt nu af teledata, er som udgangspunkt rigeligt for at dette kan indgå i dashboard. Trods det, at der ikke er adgang til alt telefondata på tværs af selskaber, er der med Telias markedsandel et solidt fundament til at data kan ekstrapoleres og dermed give total antal personer i enkelte områder på dagsniveau. Teledata opdateres på nuværende tidspunkt månedligt (men stadig med antal personer per dag/område) og for nuværende vurderes dette tilstrækkeligt. Der er dog mulighed for at kunne få data med kortere intervaller (ugentligt eller dagligt).

Ønskes der en mere detaljeret analyse af trafikdata, kræver dette flere optiske tællere. Optimalt vil der være en trafiktæller ved alle indkørsler til byerne, samt en trafiktæller ved færgen og lufthavnen. Dette muliggør i høj grad en dybere analytisk tilgang til det aktuelle bevægelsesmønster for de besøgende.

Ud fra data, der kan indhentes fra IoT-devices, som opsættes i byerne, vil det være muligt at monitorere turisternes færden på øen. De førnævnte IoT-devices kan være alt fra persontællere ved de mest populære attraktioner og restaurationer og trafiktællere ved de mest besøgte områder på øen.

Hvad skal aktørerne bidrage med?

For at muliggøre monitoreringen af gæsternes færden på øen, kræver det, at de lokale kan acceptere et øget antal optiske tællere på Bornholm. Det kræver, at de er villige til at dele deres data med Destination Bornholm – det kræver en forståelse for, at Bornholm i høj grad lever godt på de besøgende, og de er med til at drive et væld af lokale iværksættere frem.

Destination Bornholm skal bidrage til at få de lokale erhvervsdrivende med på platformen. Med mere data tilgængeligt på platformen bliver både analyserne og dashboards langt mere præcise og derved mere nyttige for alle aktørerne. Destination Bornholm skal i høj grad afgøre, hvor det vigtigste indsatsområde er i første omgang, og på baggrund af dette træffe yderlige valg om, hvilken data der er mest nyttig, og hvordan dette opnås.

Løsningsforslag

På baggrund af data indsamlet i realtid vil det være muligt for Destination Bornholm at formidle og anbefale en række oplevelser til gæsterne. Disse kan leveres gennem Destination Bornholms app, hvor der via et *push* feed kan leveres anbefalinger på baggrund af aktuelle og historiske data fra andre besøgende, samt den besøgendes egen lokalitet. Eksempler på dette kan være mindre populære strande, for at sikre spredning af turisterne i sommermånederne. Omvendt kan det være aktuelle begivenheder i skuldersæsonen for at samle turisterne.

8 Aktiviteter og attraktioner

Strategisk hovedgreb og indsatsområder

Udvikling af nuværende tilbud spiller en væsentlig rolle i Udviklingsplan 2030 i forhold til at sprede gæsterne om sommeren og koncentrere dem om vinteren. En databaseret tilgang til turismeudvikling vil give mulighed for at evaluere effekterne af attraktionerne i forhold til gæsternes spredning og omsætning.

Datagrundlag

Et dashboard til attraktioner med visualisering af egne salgsdata med benchmarking. Løsningen er skalerbar og kan eksekveres på forskellige niveauer afhængigt af, hvor detaljeret indsigt der ønskes. Det er muligt at benchmarke salgsdata mod et indeks for:

- Hele Bornholm
- Samme by på Bornholm
- Samme branche på Bornholm
- Andre byer i Danmark

Til benchmarking bruges der et indeks, hvilket gør det muligt at følge ændringer i tiden uden at se de aktuelle tal for andre virksomheder. Index for hele Bornholm kan fås via NETS-data. Index for samme by eller samme branche kræver datadeling fra en kritisk masse af lokale erhvervsdrivende. Benchmarking mod andre byer i Danmark kræver, at der bruges de samme mål som er brugt i andre nationale initiativer, for at data kan sammenlignes.

Ved at analysere omsætningsdata fra attraktioner og aktiviteter sammen med andre datakilder såsom udlejningsdata kan man arbejde mod udvikling af en model til prognose af forventet antal kunder og segmentering af kunder i forhold til interesser.

Fordele for de lokale erhvervsdrivende

De attraktioner, der leverer data til platforme, vil have mulighed for at følge udvikling af eget salg og analysere den i forhold til omsætning og antal gæster i området. Kendskab til historiske tal og fremtidige bookinger vil også give mulighed for en effektiv ressourceplanlægning i forhold til åbningstider, personale og varesortiment. Benchmarking mod andre attraktioner kan være motiverende i forhold til at undersøge muligheder for udvikling.

Fordele for Destination Bornholm

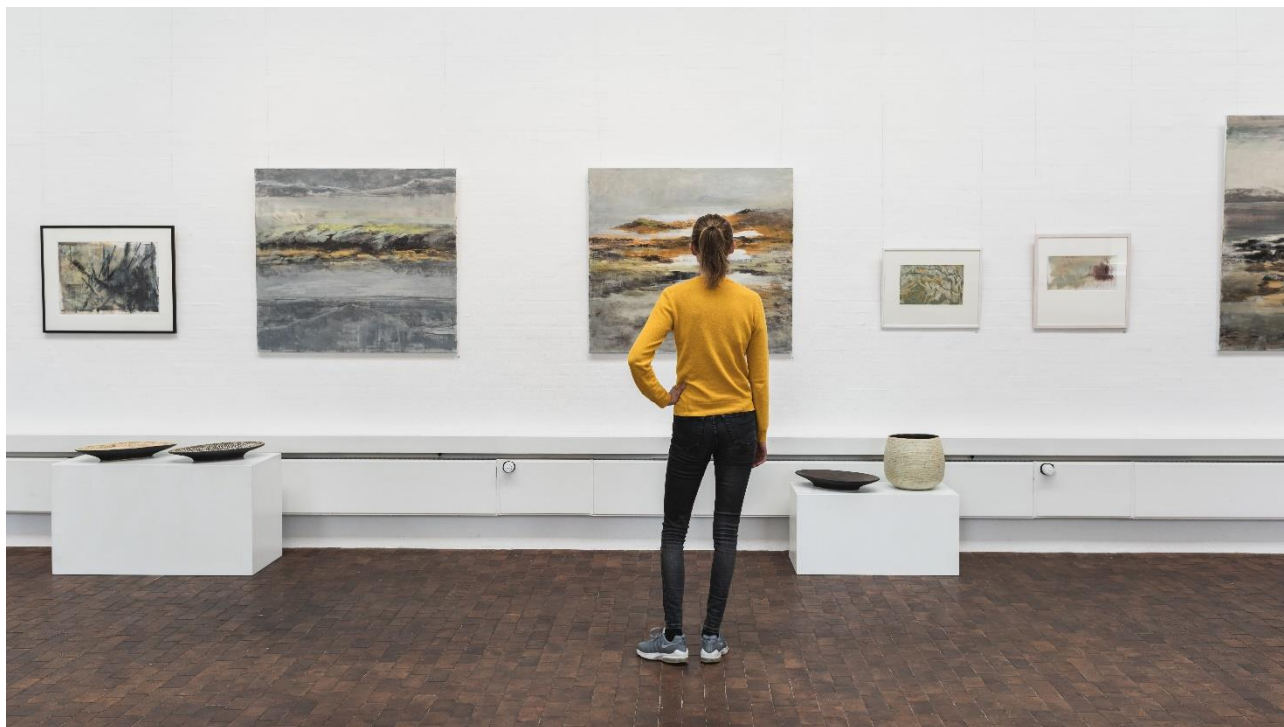
Indhentning af data fra aktiviteter og attraktioner til den fælles dataplatform vil give et solidt grundlag for at vurdere effekter af de igangsatte initiativer, herunder tiltrækningskraft og omsætning fra et nyt museumscenter og vandkulturhus.

Fordele for Bornholms Regionskommune

Ud fra de rapporter, der vil kunne udvikles, vil Bornholms Regionskommune få en indikation af popularitet af de forskellige attraktioner og vurdere de økonomisk afledte effekter, som de kulturelle aktiviteter har på omsætningen i området.

Forudsætninger

For at kunne analysere data fra aktiviteter og attraktioner er det nødvendigt, at de involverede aktører har mulighed for at levere data med den ønskede detaljeringsgrad, kvalitet og frekvens. Destination Bornholm skal agere facilitator i denne sammenhæng og sikre intern enighed omkring definitioner og analyse af data, samt aktivt bruge indsigterne i relation til erhverv, borgere, kommune og stat.



Billede 5: Gudhjem Museum af Destination Bornholm.

Løsningsforslag

Salgsdata fra attraktioner og aktiviteter kan blive præsenteret for de relevante aktører og tilmed bringe værdi uden for branchen. Data kan blandt andet danne grundlag for:

- Visualisering af åbne aktiviteter og tilbud på et kort gennem hjemmeside eller app
- Visualisering på hjemmeside eller i app af mindre besøgte attraktioner
- Dashboard med udvikling af omsætning
- Benchmarking mod sammenlignelige attraktioner/aktiviteter
- Rapporter over udvikling i omsætning for attraktioner på tværs af byer
- Advisering per mail ved valgte nøgletal

9 Bæredygtighed og klimavenlig udvikling

Ifølge Udviklingsplan 2030 identificeres der fra Destination Bornholm tre styrkepositioner samt en fremtidig styrkeposition – i følgende afsnit vil disse blive betragtet fra et dataperspektiv og beskrives dybere, hvordan der kan arbejdes med disse punkter.

9.1 Outdoor

Strategisk hovedgreb og indsatsområder

I følgende afsnit arbejdes der med outdoor i en bred forståelse tilsvarende Udviklingsplan 2030's forståelse. Da outdoorindustrien på Bornholm er domineret af mange mikro-entreprenører, vil der i denne sektion fokuseres på en ekstra datakilde drevet af Destination Bornholm.

Beskrivelse af data og analyser

Der arbejdes på nuværende tidspunkt ikke med data fra outdoor-industrien. Som en opstart vil det være interessant at få data om benyttelse af rekreative aktiviteter som udendørs overnatning i shelters, gratis campingområder og vandrerruter. Her har historiske data med bookinginformation, antal besøgende samt demografiske informationer stor interesse – disse bør som udgangspunkt være tilgængelige gennem Shelter-app'en, som i øjeblikket er ansvarlig for bookingsystemet til shelters. I samspil med vejrdata, teledata og data fra IoT-devices kan det benyttes til at forudsige adfærd i naturen og interessen for outdoor-tiltag.



Billede 6: Kyststien ved Hammershus af Frie Fodspor.

Fordele for de lokale erhvervsdrivende

De lokale mikro-entreprenører kan drage en række fordele af at indgå i et datasamarbejde med Destination Bornholm. De får i første omgang en dybere indsigt i deres egen data. Derudover bliver de benchmarket mod lignende aktiviteter og de får et overblik over tendenser hos gæsterne samt de generelle bevægelsesmønstre.

Fordele for Destination Bornholm

Kortlægningen af tilbud inden for outdoor-aktiviteter og deres anvendelse vil generere en dybere indsigt i gæsternes præferencer på øen. Med en, i forvejen, høj kendskabsgrad til gæsternes kulturelle præferencer, vil dette bidrage med en øget kendskabsgrad af gæsterne. En systematisk indsamling og analyse af data fra outdoor aktiviteter kan også være med til at understøtte en stærkere organisering af aktørerne inden for outdoor. En datadrevet tilgang vil give input til fælles tiltag til udvikling af relevante tilbud og aktiviteter for outdoor.

Fordele for Bornholms Regionskommune

En øget udnyttelse af outdoor-arealer vil skabe en større balance på Bornholm mellem de kystnære områder og det indre ø, med en øget synlighed af de forskellige kvaliteter, som Bornholm kan byde på til gæsterne. Den forventede effekt er en øget tiltrækningskraft mod segmenter af gæster, der er interesseret i forskellige aktiviteter i forskellige sæsoner.

Hvilken data er der brug for?

For at lykkedes med at digitalisere outdoor-aktiviteterne er der brug for flere forskellige typer data. Fra mikro-entreprenørerne er der behov for bookingdata, herunder type af aktivitet, antal bookinger, karakteristika for personerne samt aktivitetens varighed. På baggrund af dette kan der laves anbefalinger til brugerne gennem Destination Bornholm-app'en.

Ved de gratis aktiviteter, som involverer de mere rekreative aktiviteter, er det mere besværligt at specificere, hvilke data der er behov for, da det i høj grad afhænger af den ønskede detaljegrade i dashboardene. Som udgangspunkt ville det være optimalt med oplysninger om personerne ved booking gennem Shelter-app'en, herunder demografiske oplysninger. Ved benyttelse af vandrer- og cykelruter vil det være interessant at undersøge bevægelsesmønstrene hos gæsterne. Dette kan gøres på baggrund af både teledata, optiske sensorer, med Destination Bornholm-app'en, eller ved QR-koder. QR-koder vil blive beskrevet i afsnittet "*Outdoor Turisme – Besøg Bornholm App*".

Cykelturisme – Lejecykler, IoT

Med en håndfuld cykeludlejningsvirksomheder på Bornholm antages det, at folk benytter sig af dette. Der promoveres allerede cykelferie på Bornholm, men hvordan bevæger turisterne sig rundt?

Ved at følge lejecyklernes færden på øen kan man indirekte følge de besøgendes færden på øen. Med denne metode kan man kortlægge den generelle besøgendes interessepunkter på Bornholm. Dette muliggør et indblik i, hvor de stopper, hvorfor de stopper, og hvor lang tid de bruger ved hvert stop, men i lige så høj grad giver metoden indblik i, hvor de ikke stopper – for det er helt centralt. På baggrund af dette kan der undersøges mangler på ruterne og i byerne.

Ved denne metode kobles cyklens data ikke sammen med brugeren, da interessen er den generelle færden, mere end de specifikke segmenters færden. Herved arbejdes der ikke med personfølsomme data, og det muliggør et transparent indblik i de besøgendes dagligdag. Denne idé muliggør et dashboard med oversigt over cyklens geografiske rute, antallet af udlejede cykler og generelle anbefalinger til cykelruter.

Outdoor Turisme – Destination Bornholm App

Det tænkes, at der opsættes QR-koder på ruterne, hvor gæsterne ved scanning kan indtjene point i et loyalitetsprogram, som kan veksles til reelle økonomiske fordele for turisterne. Herved skabes der incitament for gæsterne til aktivt at benytte sig af loyalitetsprogrammet, og i den sammenhæng skaber det et fundament for Destination Bornholms yderligere dataindsamling, hvor man på et relativt billigt grundlag kan indsamle data, hjælpe de erhvervsdrivende med flere besøgende og skabe gamification ved bæredygtig turisme. QR-koder kan være en relativ simpel og billig måde at indsamle data fra de besøgende; det kræver blot, at de besøgende har installeret Destination Bornholm-app'en og er logget ind ved scanning af QR-koden.

Selve idéen om et datasamarbejde ved et loyalitetsprogram kan ligeledes benyttes på den generelle turisme.



Billede 7: Mountainbiker af Active Content Partners og Destination Bornholm.

Forudsætninger

For at styrke datasamarbejdet mellem de lokale aktører og Destination Bornholm er det essentielt, at der i første omgang kommer outdoor-entreprenører med på platformen. Destination Bornholm kan i første omgang gå forrest som det gode eksempel og vise, hvad indsigterne fra aktiviteter i naturen kan bruges til. Dette kan inspirere lokale mikro-entreprenørernes til at samarbejde omkring deling af data.

Løsningsforslag

På baggrund af data indsamlet i realtid vil det være muligt for Destination Bornholm at formidle og anbefale en række oplevelser til gæsterne. Disse kan leveres gennem Destination Bornholm-app'en, hvor der gennem et push-feed kan leveres anbefalinger på baggrund af aktuelle og historiske data fra andre besøgende, samt den besøgendes egen lokalitet. Det kan være aktiviteter, som andre med lignende interesser har fundet anvendt, eller aktuelle oplysninger om frie shelters i turistens område. Destination Bornholm kan på baggrund af data få indsigter i bookingflowet, herunder hvad der bookes før rejsen, hvad der bookes under rejsen, og hvor langt de besøgende er villige til at køre for en oplevelse. Dette bidrager til det generelt øgede kendskab af gæsterne.

9.2 Energi-ø og turisme

Strategisk hovedgreb og indsatsområder

På baggrund af et politisk mandat er det besluttet at placere en havvindmøllepark 20 kilometer sydvest for Bornholm. Som identificeret i Udviklingsplan 2030 ligger der et turismemæssigt potentiale i udpegningen af Bornholm som fremtidig energi-ø. Jævnfør Udviklingsplan 2030 vurderes det, at etableringen af havvindmølleparken vil lede til et øget behov for lokal arbejdskraft inden for overnatning, forplejning og transport. Med udgangspunkt i Bornholms Regionskommunes ambition om at recirkulere alt affald tilbage i samfundet, er der lagt et politisk fundament for et grønt og miljøskånsomt fokus på Bornholm.

Beskrivelse af data og analyser

Med et øget fokus på Bornholm som en destination for energiturisme, vil der være en naturlig sammenhæng i at forsøge at omstille turismen til at styrke miljøvenlige initiativer. Med indsigter i vandforbrug, energiforbrug og affald vil der kunne opsættes dashboards, der giver aktuelle billeder af miljøbelastningen, og på baggrund af dette kan der fokuseres på at nedbringe forbruget – både ved indsigt og ved specifikke tiltag.

Data på forbrug kan hentes både med IoT-produkter og gennem integration med platforme som for eksempel energinet. Disse digitale indsigter kan benyttes til videre at fokusere på den grønne omstilling, og desuden hjælpe både de lokale erhvervsdrivende, Destination Bornholm og Bornholms Regionskommune med at accelerere den grønne omstilling, spare penge og tiltrække det stigende antal turister, hvor bæredygtighed har indflydelse på deres valg af destination.



Billede 8: Vindmøller af Stefan Asp.

Konkret kan dashboard opsættes på tre niveauer: Private, erhvervsdrivende og kommunalt. De tre følgende afsnit vil beskrive fordele ved dette.

Fordele for erhvervsdrivende

På kort sigt kan de lokale erhvervsdrivende spare penge med disse indsigter ved at reducere energiforbruget. Med samme metodik som de private, vil de lokale erhvervsdrivende kunne få et overblik over det aktuelle forbrug i deres forretning.

Fokuseres der på virksomheder med overnatningstilbud, vil de på kort sigt have mulighed for, i højere grad, at kontrollere deres gæsters forbrug – på lang sigt er det realistisk at vurdere, at de vil vinde en markedsandel og anerkendelse på at være et positivt miljømæssigt alternativ til konkurrerende overnatningstilbud.

Fordele for Destination Bornholm

Destination Bornholm kan skabe en helt ny form for turisme på øen. Med et grønt alternativ til charterrejser kan Destination Bornholm vinde markedsandel på at brande Bornholm som en grøn ø. Med et allerede eksisterende fokus på Bornholm som energi-ø er denne kobling naturlig og oplagt set fra et dataperspektiv.

Et øget nationalt fokus på den grønne omstilling, kan hjælpe Destination Bornholm med en række indsigter i gæsternes præferencer samt forbrug på øen. Et dashboard omhandlende ressourceforbruget på øen, kan i høj grad understøtte fremtidig markedsføring. Herunder påtænkes der, som i de dashboards nævnt før, at dette skal indeholde det samlede ressourceforbrug for øen – som destination skal det være muligt at se de enkelte overnatningstilbuds ressourceforbrug, men også destinations ressourceforbrug benchmarket mod andre destinationer.

Fordele for Bornholms Regionskommune

Med et kommunalt fokus på ressourcespild har Bornholms Regionskommune høje ambitioner – med en datadrevet tilgang, er disse ambitioner ikke uden for rækkevidde. Med et dashboard vil det være muligt at benchmarke sig mod andre kommuner, understøtte ambitionerne både fra de erhvervsdrivende og private.

Hvilke data er der brug for?

I et forsøg på at digitalisere hele ressourceforbruget – og derved skabe et datagrundlag – er der behov for en større investering i hele området. Som udgangspunkt må det antages, at der på nuværende tidspunkt kan hentes ressourceforbrugsdata på et detaljeret niveau på alle matrikler på hele øen. Disse data vil give et indblik i det aktuelle ressourceforbrug. Her påtænkes der forbrugsdata fra Bornholms Energi & Forsyning på elektricitet, fjernvarme og vand – forbrugsdata på både erhvervsdrivende, offentlige institutioner og offentlige myndigheder.

Med et yderligere fokus på affaldshåndtering kræver det investeringer i affaldshåndtering for at få et datagrundlag på dette. På et overordnet niveau vil eksisterende data fra affaldshåndteringen være gavnlige, alt fra den totale mængde af affald, til typen og genanvendelsesmetoden. På længere sigt vil mere et omfangsrigt datagrundlag kunne understøtte transformeringen.

Forudsætninger

De lokale aktører skal bidrage med en villighed til at monitorere deres eget forbrug, hvorfor det er helt centralt at få de lokale aktører med på idéen. Som udgangspunkt vil det ikke kræve den store investering hverken tids- eller tankemæssigt fra de lokale aktører i første omgang – men på sigt vil det kræve en villighed til at begrænse sit ressourceforbrug.

Destination Bornholm skal i høj grad facilitere både viden og indsigt for derigennem at sikre det strategiske arbejde med indsatserne. Muligheden for en grøn omstilling på Bornholm er unik fra et dansk perspektiv, da det er muligt at kontrollere en høj grad af de produkter og ressourcer, der ankommer til øen. Hvis Bornholm skal segmentere sig som det grønne alternativ til en udenlandsrejse, er det helt centralt, at de lokale ser Bornholm som en miljømæssig foregangskommune.

Løsningsforslag

Med et skærpet fokus på Bornholm som en energi-ø, vil det være relevant for Destination Bornholm i et samspil med Bornholms Regionskommune at fokusere internt på, at gøre Bornholm til en grønnere ferie- og erhvervsturisme. Med investeringen i dashboard omhandlende elektricitetsforbrug, vandforbrug, fjernvarme og affaldsforbrug vil det illustrere forbruget på øen. Derved skabes der, som før nævnt, incitament for borgerne såvel som virksomhederne, til at den grønne omstilling er fremtiden for Bornholms turisme. Data kan aktivt bruges i fremtidig markedsføring.

10 Konklusion

Destination Bornholm har lagt et solidt fundament for en databaseret turismeudvikling. Erfaringer fra den indledende undersøgelse og test af udvalgte use cases har givet en indikation af, hvad det kræver at udbygge en fælles dataplatform samt hvilke fordele branchen vil kunne drage af det.

Viljen til at dele data med hinanden og samarbejde om fælles indsatser er afgørende for, at en databaseret tilgang til turismeudvikling kan bringe de ønskede effekter. Dertil kommer de tekniske spørgsmål omkring niveau af digitalisering mellem aktørerne, mulighed for at bygge integrationer mellem systemer, og kvalitet og frekvens af de data der kan indsamles.

Fordelen ved at arbejde med fleksible og skalerbare løsninger som dem, der er præsenteret i nærværende strategi, er, at arbejdet med en databaseret tilgang til turismeudvikling kan startes allerede nu og videreudvikles løbende i takt med, at flere af de lokale erhvervsdrivende bliver engageret, flere dataleverandører bliver involveret, og samtidig med at der samles positive erfaringer fra en aktiv brug af dataindsigterne.

Jo flere datakilder der arbejdes med, og jo større antal erhvervsdrivende der bidrager til platformen, jo mere sigende, oplysende og dybdegående analyser kan der foretages. Lige så vigtigt er Destination Bornholms koordinerende rolle i forhold til at definere og afgrænse undersøgelsesområder, målrette analyser og formidle resultater.

Data kan bruges til at beskrive status, til at give indsigt at handle ud fra, men også til at evaluere effekten af de igangsatte tiltag. Derfor kan et systematisk og kontinuerligt arbejde med data understøtte de mål, der er sat for turismeudvikling på Bornholm, ved at måle succeskriterier og give et evidensbaseret grundlag for at prioritere mellem aktiviteterne.

Ved en øget indsigt i gæsternes adfærd, deres købsmønstre samt valg af aktiviteter og overnatningstilbud, vil de lokale erhvervsdrivende have mulighed for at tilpasse varesortiment og åbningstider efter behov samt effektivisere deres ressourceplanlægning i forhold til indkøb og personalebehov. Kortlægning og analyse af trafik- og bevægelsesmønstre på Bornholm vil bidrage til at forudsige og forebygge trængselsudfordringer – til fordel for både gæster og lokale bornholmere. Segmentering af gæster vil give værdifuldt input i forhold til marketingskampagne og planlægning af tværgående initiativer i turismesektoren. Disse eksempler er omtalt i nærværende strategi, men samme model kan bruges i andre use cases og tilpasses til de strategiske indsatser.

Fremtiden for Bornholms turisme er datadrevet.