

Helsingør, 19.02.2020

Turismeudvikling i Nationalpark Kongernes Nordsjælland

Delprojekt 2: Signatur-produkter udviklet af enkeltstående virksomheder eller virksomhedsgrupper

Udbudsindhold

Baggrund

I samarbejde med Helsingør, Fredensborg, Gribskov, Hillerød og Halsnæs kommune i Nordsjælland, Naturstyrelsen Nordsjælland, Erhvervshus Hovedstaden, sekretariatet for Nationalpark Kongernes Nordsjælland, samt Dansk Kyst og Naturturisme har VisitNordsjælland iværksat et 2-årigt udviklingsprojekt under navnet "Turismeudvikling i Nationalpark Kongernes Nordsjælland."

Projektet er finansieret af Destinationspuljen i Erhvervsstyrelsen samt ovenstående partnere. Det ledes af VisitNordsjælland. For at realisere projektet udbydes tre delprojekter til eksterne konsulenter:

- Delprojekt 1: Signatur-steder i og omkring Nationalpark Kongerne Sjælland egnede til formidling, service og oplevelser (og forbundet til de udpegede portal-steder i Nationalpark kongernes Nordsjælland).
- Delprojekt 2: Signatur-produkter (formidling, service og oplevelser) udviklet af enkeltstående virksomheder eller virksomhedsgrupper (partnerskaber).
- Delprojekt 3: Et kvantitativt styringsgrundlag eller scorecard, der parallelt sikrer mål for job-vækst i prioriterede steder/produkter og integration af samt respekt for nationalparkens værdier og fortællinger.

Ordregiver

Ordregiver er

VisitNordsjælland
Stengade 72
3000 Helsingør
info@visitnordsjaelland.com

Spørgsmål rettes til

Projektchef Bettina Kampmann
Telefon 2165 5021
bka@visitnordsjaelland.com

Formål

Forventet output af det samlede projekt; Turismeudvikling i Nationalpark Kongernes Nordsjælland

Bedre sæsonfordeling af turismen; gøre det mere attraktivt at besøge Nordsjælland uden for højsæsonen (kort sagt "strand om sommeren; skov om vinteren") og dermed fremme af en udvikling som fx i Alperne, hvor det oprindelige sommerprodukt, blev suppleret af et alpint vinterprodukt. Bedre aktiviteter vil også give nordkysten fordele, for det er ved kysten, at størstedelen af overnatningskapaciteten er lokaliseret.

Projektet omfatter 5-7 "live tests", hvor både lokale og internationale besøgende, hvoraf nogle deler en særlig nationalparkforankret passion (fx Unesco Parforce landskabets historie, et udvalg af vilde urter eller særlige planter) mens andre er mere generelt engageret, tester parkens og områdets besøgsverdi og giver forslag til forbedringer.

En samlet (men ikke endelig) plan for etablering og udvikling af nye faciliteter inden for nationalparken (udstillinger, guide-knudepunkter, traktørsteder, mødelokaler, bålpladser, overnatningsmuligheder o.m.a. til udlejning) blandt andet med udgangspunkt i det gennemførte forslag til nationalparkplan for Nationalpark Kongernes Nordsjælland.

En kortlægning af lokaliteter og plan for udvikling af turisme- og oplevelsesøkonomiske knudepunkter på egnede steder i og uden for nationalparken (ud fra principper om fortætning, tematisering med afsæt i nationalparken, bæredygtighed m.v.).

Koncept for events med forankring i nationalparken. Her tages afsæt i de portaler/besøgscentre, som kommunerne udpeger som et delgrundlag for den kommende nationalparkplan (minimum én lokalitet pr. kommune fx Esrum Kloster og Møllegaard i Gribskov Kommune).

En model for udbud af og tidsbegrænset eneret til en eller to konkurrerende operatører af kommercielle aktiviteter, guidning, undervisning, forplejning, overnatning m.v. i nationalparken (blandt andet inspireret af Fuglsøcenteret på Mols).

Visionen med det samlede projekt

Sammen med turisme- og oplevelseserhvervet i og omkring Nationalpark Kongernes Nordsjælland, kommunerne bag parken, Naturstyrelsen, sekretariatet for Nationalparken, Dansk Kyst- og Naturturisme, og Erhvervs- og Udviklingscenteret gennemfører VisitNordsjælland et 2-årigt projekt, der vil løfte 8-10 udvalgte Nationalpark-tematiserede service- og oplevelses-steder målt på anbefalelsesværdighed og omsætningsvækst. Der arbejdes med 4 helårssteder, 3 sæsonsteder og 3 event-steder.

Visionen er at skabe en kommerciel infrastruktur i, men i særdeleshed omkring parken, der kan fremme og optimere gæsternes samlede oplevelse samt fremme erhvervsudvikling og jobvækst. Samtidig med at commercialiseringen af Nationalparken "tøjles", så bevarelse, kvalitet og bæredygtighed sikres.

Projektets produkt er en aktør-forankret plan for kommerciel service- og oplevelsesudvikling forankret i Nationalparkens DNA, oplevelsesgeografi og indholdsmæssige temaer (jf. Nationalparkplan, samt en supplerende tema- og zoneplan).

Lokale ønsker, frivillighed m.v. er vigtige hensyn, men den frivillige kan ikke lave forretningsudvikling – der er erhvervsfolk bedre til. Udviklingsprocessen er stedbundet; det er lokale erhvervsfolk, der skal lede udviklingen

det enkelte sted. Med behørig inddragelse af lokalbefolkning og frivillige m.v.

Udviklingsprojektet gennemføres inden for rammerne af den gældende Nationalparklovgivning, FN-målene m.v. Lovens bestemmelser om lokal forankring, inddragelse af frivillige, fordele for lokalsamfund, beskyttelse af natur og kulturarv m.v.

Sidst men ikke mindst er det en præmis for projektet, at der skal udvikles kvalitetsprodukter og kvalitetssteder. Samtidig med at de nye services og oplevelser skal være tematiseret og forankret i Nationalparkens DNA, skal de altså også være kvalitetssteder.

Projektet bygger på den væksthypotese, at den turisme- og oplevelsesmæssige vækst i og omkring Nationalparken kan accelereres ved at implementere "lokal klyngeudvikling" (se uddybning herunder) på 8-10 udvalgte steder i og omkring nationalparken (i Fredensborg, Gribskov, Halsnæs, Helsingør og Hillerød Kommuner).

Som en af de nyeste Nationalparker har Kongernes Nordsjælland den fordel, at andre nationalparker har betalt lærepenge og skabt resultater ift. at fremme service- og oplevelsesudvikling. Dette projekt vil høste på de skabte erfaringer og resultater. Projektet bygger imidlertid også på en ambition om at bruge etablerede resultater til at skabe større volumen, bedre sortiment og højere kvalitet i de service- og oplevelsessteder, der knytter sig til Nationalparken.

Samtidig skal de særlige DNA-spor for parken i Nordsjælland, blandt andet det markante kulturhistoriske indhold fremhæves.

Projektets metode: Lokal klyngeudvikling

Projektets metode - lokal klyngeudvikling - er velkendt inden for erhvervsfremme. Metoden blev i 2018 tilpasset turismeområdet via en fælles udviklingsproces i Danske Destinationer.

Metoden, der mange steder i landet danner udgangspunkt for nytænkningen af det lokale turismelandskab og de nye destinationsselskaber, er udførligt beskrevet i en rapport fra Danske Destinationer (se særligt figuren side 19, som også præsenteres på kick-off konferencen). Se www.danskedestinationer.dk

Hovedprincippet i metoden er at koble stedet (det lokale udbud; den lokale erhvervsklynge og alle de lokale kvaliteter) til gæsterne (markedet; eksisterende/kommende niches, segmenter, kanaler m.v.) via en proces, der styrker samspil og samskabelse mellem udbud og efterspørgsel. Det handler om at forbinde nye kombinationer på udbudssiden og nye præferencer på efterspørgselssiden.

Stedets DNA skal være rodfæstet i Nationalparken (det indhold, temaer og fortællinger, som prioriteres), oplevelsen skal være en signaturoplevelse for parken (skal aktivere de temaer og fortællinger, der er prioriteret) og stedet/lokaliteten/ruten skal være en attraktion i sig selv. Der skal peges på infrastruktur både i form af skræddersyet infrastruktur til de prioriterede oplevelser og kommerciel infrastruktur (adgang, parkering, forpagtning, cykelruter o.a.).

På (eller nær) stedet, skal der være/peges på/skabes et udbud af kommercielle serviceydelser (bespisning, transport, shopping, overnatning), der matcher gæsternes behov og udgør et bæredygtigt erhvervsgrundlag ("kritisk masse"), både lokalt og i sammenhæng med Den Danske Riviera.

Præstationer måles løbende, så udvikling/tests kan styres/evalueres.

Udbud af tre delprojekter

Til at understøtte projektets gennemførelse udbydes tre individuelle opgaver (ét firma kan kun løse ét delprojekt). Projektet rummer 5 hovedaktiviteter fordelt på de 3 delprojekter, som vist i tabellen.

Aktiviteter	Delprojekt
Aktivitet 1. God praksis i udvikling af service- og oplevelsessteder fra danske og udenlandske nationalparker	Delprojekt 1
Aktivitet 2. Identifikation, afdækning og prioritering af målgrupper, nicher og værdikæder	Delprojekt 2
Aktivitet 3. Test og formidling af nye nationalpark-tematiserede service- og oplevelseskoncepter	Delprojekt 2
Aktivitet 4. Planlægning af turisme- og oplevelsesstedernes knudepunkter og faciliteter; i og udenfor Nationalparken	Delprojekt 1
Aktivitet 5. Nationalpark Kongernes Nordsjællands betydning for turisme- og oplevelsesøkonomi	Delprojekt 3

Hovedvægten af opgaven ligger i:

- Delprojekt 1: 2020 andet halvår
- Delprojekt 2: 2020/2021 hele året
- Delprojekt 3: 2020 andet halvår

Der afholdes 2-3 koordinationsmøder á 3 timer med leverandørerne. Projektleder/opdragsgiver styrer denne proces.

Samlet tidsplan

Aktivitet	Første halvår 2020	Andet halvår 2020	2021
Delprojekt 1 Sekretariatet for Nationalparken, Naturstyrelse, og kommuner har særlig rolle	// Steder udvalgt (præsenteres på konference i maj 2020) // Afklaring ift. planer m.v. med kommuner og nationalpark // Åbnings konference (maj 2020; alle 3 konsulenter med)	// Steder kan "stå af"; stoppe deltagelse i projektet // Yderligere afklaring ift. planer m.v. med kommuner og nationalpark	// Steder kan "stå af"; stoppe deltagelse i projektet // Yderligere afklaring ift. planer m.v. med kommuner og nationalpark
Delprojekt 2 VisitNordsjælland, Erhvervs- og Hovedstaden og de private aktører har særlig rolle	// Grundlag for produkt- og forretningsudvikling; gode eksempler udefra og datagrundlag for forretningsudvikling	// Lokale produkt- og forretningsudviklingsseminarer (5 stk.; september 2020, oktober 2020, januar 2021, september 21, november 21)	// Test af nye koncepter og produktideer "live" // Udvalgelse af bedste steds- og produktudviklingstiltag (forår/sommer/ efterår 2021)
Delprojekt 3 VisitNordsjælland og sekretariatet for Nationalparken har særlig rolle	// Et kvantitativt styringsværktøj som projektledelsen kan anvende aktivt (en vifte af effekt-indikatorer) // Måling hvert kvartal; 2, kvartal 2020	// Måling hvert kvartal; 3 og 4 kvartal 2020	// Måling hvert kvartal; 1, 2, 3, 4 kvartal 2021 // Samlede målinger; 2. kvartal 2020-4 kvartal 2021 // Afsluttende konference december 2021

Delprojekt 2. Signatur-produkter udviklet af enkeltstående virksomheder eller virksomhedsgrupper

Aktivitet 2. Identifikation, afdækning og prioritering af målgrupper, niches og værdikæder

Forventet output af delprojekt 2/ aktivitet 2

Baseret på eksisterende data udarbejdes en beskrivelse af markedet for service og oplevelser knyttet til nationalparken, som udviklingsarbejdet kan bygge på (præsentation).

Med eksisterende økonomiske modeller som grundlag udarbejdes i delprojekt 3 et værktøj, som anvendes i delprojekt 2. Værktøjet kan kalkulere markedseffekten af planlagte udviklingstiltag (hvad giver et nyt hotel med x værelser eller en ny restaurant med y borde i job- og omsætningsvækst). Værktøjet bruges både i tidlig fase til at prioritere mulige indsatser og i sen fase til at verificere og efterkalkulere de prioriterede indsatser.

Indgår i projektlederens præsentation på kick off konference og danner grundlag for stedsudviklingsgruppernes arbejde.

Inspiration til tilbudsgivers bud på opgaveløsning

De næste faser i arbejdet foregår ude på hver af de 10 steder. Her gennemføres hvert sted i alt 5 seminarer (4 timers varighed inklusiv spisning i tidsrummet kl. 16-20 med efterfølgende spisning).

Seminarforløbet, der faciliteres af VisitNordsjælland og Erhvervshus Hovedstaden og/eller eksterne konsulenter, påbegyndes i efteråret 2020 og afsluttes i efteråret 2021 med følgende indhold:

- **Kick off konference (maj 2020)**
- **Seminar 1 (september 2020)** Base-line, potentialer og prototype
- Hvor står vi nu? Kort status; hovedtal på de enkelte forretninger, status på stedet som helhed, er det gået op eller ned i de senere år, ambitioner muligheder frem mod 2025? (spørgsmål udsendt på forhånd)?
- Muligheder ift. nationalpark – lav den første prototype for jeres sted: Hvilke tanker og ideer? Hvilket segment? Hvilken type service- og oplevelser? Hvilke temaer? Hvilke faciliteter? Hvilke ankervirksomheder? Hvilke mindre virksomheder? Hvilket omsætningspotentiale? Hvilke risikofaktorer?
- Dansk Kyst- og Natur stiller op og fortæller om særlige feriesteder, gæsteanalyser, oplevelsesmatricen, investeringsfremme m.v.
- **Seminar 2 (oktober 2020):** Markedsindsigt i Kongernes Nordsjælland og Den Danske Riviera.
- Profil; de gæster du møder i dag i din forretning; sæt profil på lokale, sommerhusejere og turister? Hvilke behov får gæsterne ikke opfyldt?
- Interesse for nationalparken. Dine nuværende gæster/kunder; hvilke "gaps" kan nationalparken medvirke til at lukke? Hvilke temaer/oplevelser i parken skal din forretning/ vores sted i fællesskab satse på? Har vi data, der be- eller afkræfter det, vi er nået frem til? Er der ting vi skal afdække?

- Hvordan kan vi teste det, vi nu tror på i praksis? Hvem gør hvad, hvornår? Nedsættelse af test-undergruppe, der under ledelse af konsulenten udvikler forslag til test forud for møde 3 (eller fælles projekt).
- Visit Denmark stiller med en relevant niche-markedskanal (salgskanal eller specialmedie; VisitNordsjælland kender) stiller op (gerne en turoperatør/incoming bureau med aktiviteter i Nordsjælland og/eller en svensk/tysk medie Nationalpark Kongernes Nordsjælland stiller op og fortæller blandt andet om eksempler fra andre nationalparker, om hvad der kan lade sig gøre og ikke lade sig gøre m.v.
- **Seminar 3 (januar 2021)**
- Forslag til test (med deltagelse af aktører fra hele værdikæden; oplevelse, overnatning, bespisning, transport og shopping) præsenteres med den besked at max 7 af de 10 cases vil få en test; mindst tre bliver fravalgt ud fra en samlet kvalitetsvurdering, som projektet foretager gerne i form af en "Løvens Hule"-lignende event.
- Forslaget vurderes, videreudvikles og konkretiseres. Sluttes så vidt muligt med en nøglefærdig testplan.
- Test afvikles i sæsonen 2021.
- **Seminar 4 (september 2021)**
- Justering af steds-koncept efter test
- Præsentation af testens resultater og efterfølgende justering af koncept både i lyset af test og egne videre overvejelse og eftertanke
- Afslutningsvis godkendelse af det endelige koncept, input til budgetoverslag m.v.
- **Seminar 5 Økonomi og organisation (november 2021)**
- Økonomi og organisering af koncept
- Leverandøren på delprojekt 3 stiller op; har op til mødet regnet rentabilitet frem mod 2025 og usikkerhed (følsomhedsanalyse) på det koncept, der er arbejdet med blandt aktørerne på steder ud fra de data, projekterne har leveret.
- Der gennemføres således en enkel analyse på alle 7-10 steder, så projekternes økonomi (drift og etablering) kan skønnes på et struktureret grundlag. Modellen bag denne kalkulation kan godt udvikles i samarbejde med Visit Denmark og Dansk Kyst- og Naturturisme, men det tages som forudsætning, at det ikke er VisitNordsjælland, der skal stå for dette.
- Der fastlægges endvidere en model for, hvordan indsatser og planer på det enkelte sted fremover skal forankres lokalt. Hvordan forventes VisitNordsjælland, der fremover bliver den samlende/koordinerende kraft i arbejdet, spille ind? Hvordan vil den lokale organisering være? Er der allerede en lokal struktur af virksomheder eller skal der etableres et nyt lokalt stedsfællesskab á la klyngen i Herslev (omkring Herslev Bryghus), i Klitmøller, i Hundested, omkring Kulturhavnen i Helsingør eller? Hvad vil den enkelte kommune spille ind med?
- **Afsluttende konference (december 2021)**
- De deltagende steder præsenterer resultater.
- Leverandør på delprojekt 3 redegør for økonomiske beregninger. Fondene responderer (Nordea, APM, RealDania o.a.). Nationalparken kvitterer.
- Deltagere personligt inviteret. Ministeren, Naturstyrelsen, bestyrelsen og rådet for Nationalparken, orgmestrene, embedsmænd, Erhvervshus Hovedstaden, Visit Denmark, Dansk Kyst- og Naturturisme. Præsentation/dialog med borgerne foregår i hvert af de 10 steder.

Aktivitet 3 Test og formidling af nye nationalpark-tematiserede service- og oplevelseskoncepter

Forventet output af delprojekt 2/ aktivitet 3:

Konkurrenceelement; de svageste projekter vælges fra (metode til fremskridt undervejs; primært målt på i hvilken grad egne milepæle mødes undervejs).

Dokumentation af gæsteoplevelse og –feedback til brug i videreudvikling i 5-7 cases.

Lancering af udviklingsarbejdet i Danmark og internationalt (input hertil; varetages af projektledelse og VisitDenmark).

Anerkendelse til og omtale af de lokale kræfter, der har engageret sig i udviklingsarbejdet (levere indhold hertil).

Inspiration til tilbudsgivers bud på opgaveløsningen

For de identificerede primære nicher/passionerede målgrupper af både lokale og besøgende gennemføres test-aktiviteter og -events, der skal verificere potentialerne og give feedback til projektet om besøgs kvalitet og udviklingspotentiale.

Samtidig formidles de forskellige tests via digitale medier, redaktionelle kanaler og bloggere til de bredere målgrupper i ind- og udland. Dette vil også medvirke til at verificere interessen for de prioriterede temaer og oplevelser blandt internationale turoperatører, medier og gæster.

Udvælgelse af de 5-7 bedste cases efter højeste forventede omsætnings-effekt; efter risiko.

Test af nye oplevelser med deltagelse af danske/udenlandske gæster, medier og kanaler.

PR via medier i ind- og udland (DK, S, D). I samarbejde med VDK.

Udbudsbetingelser

Udbudsform

Udbudsforretningen gennemføres som et begrænset udbud, hvor valgkriteriet er økonomisk mest fordelagtigt.

Tidsplan

Udsendelse af udbudsmateriale	19. Februar 2020
Sidste frist for evt. spørgsmål	26. Februar 2020
Sidste frist for aflevering af tilbud	27. Februar 2020
Evt. telefon-møde om med tilbudsgivere	Uge 9 2020
Meddelelse om tilbud er antaget eller forkastet	6. Marts 2020
Opstartsmøde med valgt leverandør	11 Marts 2020

Aflevering af tilbud

Tilbud skal være VisitNordsjælland i hænde senest 27.02.2020. Selve tilbuddet må ikke overskride 5 A4 sider/10.000 anslag.

Tilbud sendes som PDF til:

Projektchef Bettina Kampmann
Telefon 2165 5021
bka@visitnordsjaelland.com

Behandling af indkomne tilbud

Indkomne tilbud behandles fortroligt.

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, dog senest den 6. marts 2020.

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

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

Supplerende oplysninger

Alle henvendelser vedrørende spørgsmål til udbudsmaterialet skal ske skriftligt senest 26/02 kl. 8.00 til:
Projektchef Bettina Kampmann
Telefon 2165 5021
bka@visitnordsjaelland.com

Alle spørgsmål og svar vil blive offentliggjort på info@visitnordsjaelland.com.

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. Tilbudsgiverne opfordres til nøje at gennemgå kravspecifikationen, idet ordregiveren vil være både berettiget og forpligtet til at afvisetilbud, som ikke opfylder alle krav i kravspecifikationen.

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 kan ikke afgives bud på dele af opgaven.

Alternative bud

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

Minimumsoplysninger

Tilbudsgiver skal som minimum vedlægge dokumentation for følgende:

- Pris på delopgaver
- Faglige og strategiske overvejelser til opgaveløsningen generelt og ift. de delopgaver, der er beskrevet i opgavebeskrivelsen.
- Faglige og strategiske overvejelser til processen vedrørende inddragelse af aktører samt samarbejdet med projektgruppen.
- Oplysninger om de faglige kvalifikationer hos tilbudsgiver og de medarbejdere, der specifikt er allokeret til opgaven.
- En liste over referencer med relevans for nærværende opgave, der er udført i løbet af de sidste tre år med angivelse af beløb, tidspunkt samt navn på ydelsesmodtager.

Tildelingskriterier

Tildeling af opgaven sker på baggrund af en samlet vurdering af følgende tre parametre med dertilhørende vægte:

1. Pris: 20 pct.
2. Kvalitet: 50 pct.
3. Leveringssikkerhed: 30 pct.

Ad 1) Følgende elementer indgår i evalueringen af prisen:

- Den samlede pris

Ad 2) Følgende elementer indgår i evalueringen af kvalitet:

- En opgørelse af antal timer fordelt på de forskellige opgaver og på de medarbejdere, der er allokeret til

løsning af opgaven.

- Indholdet i tilbuddet, bl.a. tilbudsgivers samlede opgaveforståelse, innovative løsninger, metodiske tilgang og konkrete forslag til løsning.
- Hvorvidt tilbudsgiver har detaljerede procedurer for og redskaber til at sikre høj kvalitet i leverancen af potentialeanalyser, proces for oplevelsesinnovation og manual til oplevelsesudvikling inden for hver af de tre oplevelseskategorier.
- Hvorvidt tilbudsgiver har et detaljeret, innovativt og kvalificeret bud på løsning af opgaverne forbundet med testforløb og forankring af resultaterne herunder inddragelse af og videreformidling til aktørerne i vækstklyngen.
- Hvorvidt tilbudsgiver har kvalificeret bud på gennemførelse af oplevelsestests inden for hver af de tre oplevelsestyper, som dels markedstester nye/videreudviklede oplevelser og dels bidrager til kvalificering af manualerne til oplevelsesudvikling.

Ad 3) Følgende elementer indgår i evalueringen af kvalifikationerne hos allokerede medarbejdere og samarbejdspartnere:

- Erfaring hos allokerede medarbejdere med gennemførelse af potentialeanalyser, udvikling af metode til oplevelsesinnovation, gennemførelse af oplevelses-innovationsproces samt udarbejdelse af manualer for oplevelsesudvikling eller lignende processer.
- Hvorvidt tilbudsgiver har erfaring med at arbejde med gæstefokuseret oplevelsesudvikling, og oplevelsesdesign.
- Anciennitet og erfaring hos de nøglepersoner der bliver knyttet til opgaven. Tilbudsgiver bedes oplyse dette samt specificere medarbejdernes eller samarbejdspartnernes konkrete opgaver og ansvar ift. leverancens delopgaver.
- Indgående kendskab til og erfaringer med virksomhedsudvikling gerne indenfor turisme- eller oplevelseserhverv. Det forventes, at tilbudsgiver evner at motivere virksomhederne til at arbejde med oplevelsesfokuseret forretningsudvikling.

Referencer

Relevante referencer fra de seneste 3 år angives i tilbuddet. Såfremt det vurderes nødvendigt, vil ordregiver have mulighed for at indhente yderligere referencer på tilbudsgivers tidligere arbejde.

Kontraktmæssige forhold

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

- At kontrakten kan ophæves ved misligholdelse, herunder at tidsfrister og leveringsaftale ikke overholdes, og der er givet tre advarsler.
- At prisen for ydelsen stiger fra tilbudsgivers side eller på anden ikke aftalt vis skrider.