

UDBUDSMATERIALE PROFIL OG KERNEFORTÆLLING VÆKSTPROJEKT THORSMINDE-THYBORØN

INDHOLD

1	Ordregiver	3
2	Indledning.....	4
2.1	Formål.....	4
2.2	Kontraktperiode.....	4
3	Udbudsbetingelser	5
3.1	Udbudsform.....	5
3.2	Tidsplan.....	5
3.3	Aflevering af tilbud	5
3.4	Behandling af indkomne bud.....	5
3.5	Supplerende oplysninger	6
3.6	Tilbudsforbehold.....	6
3.7	Delaftaler	6
3.8	Alternative bud	6
3.9	Minimumsoplysninger	6
4	Kravspecifikationer	7
4.1	Opgavebeskrivelse	7
4.1.1	Delopgave 1: Foranalyse	7
4.1.2	Delopgave 2: Udvikling af lokal profil og kernefortælling for de to kystbyer og kyststrækningen	8
4.1.3	Delopgave 3: Udvikling af content og kommunikationsmateriale	8
4.1.4	Samlet leverance	9
4.2	Pris	9
5	Tildelingskriterier.....	10

1 ORDREGIVER

Med udgangspunkt i det nyudviklede fælles vestkystbrand, arbejdes der med hvordan det udfoldes på lokalt niveau. Der udarbejdes en profil- og kernefortælling, fælles brand og markedsføring for Thorsminde, Thyborøn samt den fælles destination.

Ordregiveren er:

Dansk Kyst- og Naturturisme
Skeelslundvej 99, 1. 9440 Aabybro
www.kystognaturturisme.dk

Supplerende spørgsmål vedrørende opgaven rettes til:

Kristina Englev
Projektleder
Tlf. +45 21 19 34 18
E-mail: kristina.englev@lemvig.dk

2 INDLEDNING

2.1 FORMÅL

En lokal kernefortælling og profil for de to kystbyer og kyststrækningen, der spiller sammen med kernefortællingen for hele Vestkysten, danner ramme for og udgangspunkt for vækstprojekt Thorsminde-Thyborøn. Opgaven i dette udbud er konkret at skabe den lokale profil og kernefortælling.

Kystbyerne Thorsminde og Thyborøn har et stort uudnyttet vækstpotentiale inden for turisme og er i "Udviklingsplan for Vestkysten - En fælles ambition for turismen frem mod 2025", udarbejdet af Partnerskab for Vestkystturisme, udpeget som to af de nye stærke feriesteder på Vestkysten. Udviklingsplanen konkluderer, at såfremt vækstmålene for den samlede vestkystsatsning skal realiseres, er det nødvendigt at få flere kystbyer i spil, hvorfor der er behov for et udviklings- og vækstprojekt i byerne. Udviklingen af stærke og attraktive destinationer i udvalgte geografiske områder med en tydelig profil og brand, større kritisk masse, mangfoldig overnatningskapacitet og vækstpotentiale er aktuelt et centralt indsatsområde i nationale strategier for at skabe vækst og udvikling i dansk kyst- og naturturisme.

Via en koncentreret indsats omkring kystbyerne Thorsminde og Thyborøn skabes en ny, attraktiv og innovativ stærk destination, der kan fungere som et nyt vækstlokomotiv på den danske Vestkyst - på sigt i både et nationalt og internationalt perspektiv. Kystbyerne Thorsminde og Thyborøn bindes sammen af Vestkysten, Nissum Fjord, naturen og særligt Geopark Vestjylland. Området differentierer sig på den uberørte, rå og autentiske natur og kultur. Her kan man finde ro og koble af i ordets egentlige betydning og være aktiv i den spektakulære natur. Særligt naturen er områdets hovedattraktion.

Formålet med opgaven er at skabe en skarp profil og kernefortællinger, der indeholder gennemarbejdet og testet tekst, billeder, film, visuelt udtryk og markedsføringskoncepter. Det færdige produkt skal være med til at sætte rammerne og retningen for både markedsføring, turismeerhvervsudviklingen, produktudviklingen og den fysiske udvikling i kystbyerne og destinationen. Det er derfor vigtigt at fortælle det unikke ved kystbyerne og destinationen på en let kommunikerbar måde, som f.eks. via visuelle stemningseffekter eller velskrevne tekster.

Opgaven har følgende delopgaver

1. En foranalyse og kortlægning af lokalt unika
2. Udvikling af lokal profil og kernefortælling for de to kystbyer og kyststrækningen
3. Udvikling af content og kommunikationskoncepter

2.2 KONTRAKTPERIODE

Kontrakten træder i kraft 30. maj 2019 og forventes at løbe frem til den 30. november 2020. Kontrakten udløber dog først, når Tjenesteyderen har leveret de i kontrakten foreskrevne opgaver.

3 UDBUDSBETINGELSER

3.1 UDBUDSFORM

Indhentning af tilbud sker som varer og tjenesteydelser uden klar grænseoverskridende interesser. Opgaveformuleringen er offentlig tilgængelig på: <https://www.kystognaturturisme.dk/indsatser/udbud/>

3.2 TIDSPLAN

- Offentliggørelse af opgaveformuleringen: 15. april 2019
- Sidste frist for indgivelse af evt. spørgsmål: 13. maj 2019, kl. 9.00
- Sidste frist for aflevering af tilbud: 16. maj 2019, kl. 8.00
- Møde med udvalgte tilbudsgivere: 27. maj 2019.
- Meddelelse om hvorvidt tilbuddet er antaget eller forkastet: 29. maj 2019
- Opstartsmøde med valgt leverandør: 30. maj 2019
- Aftalens ikrafttræden: 30. maj 2019

3.3 AFLEVERING AF TILBUD

Tilbud og anden dokumentation skal være Ordregiveren i hænde senest 16. maj 2019, kl. 8.00

Tilbud sendes elektronisk som pdf-fil til Kristina Englev på kristina.englev@lemvig.dk

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.

3.4 BEHANDLING AF INDKOMNE BUD

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 29. maj 2019.

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.

Ordregiveren kan til enhver tid aflyse indhentningen af tilbud, såfremt der foreligger en saglig begrundelse herfor. En saglig begrundelse foreligger eksempelvis ved manglende konkurrence eller utilfredsstillende bud, fejl i tilbudsprocessen, og/eller manglende bevillingsmæssig dækning til realisering af de indkomne bud.

3.5 SUPPLERENDE OPLYSNINGER

Alle henvendelser vedrørende spørgsmål til udbudsmaterialet skal ske skriftligt og evt. mundtligt senest 13. maj 2019, kl. 9.00 til Kristina Englev: Kristina.englev@lemvig.dk. +45 21 19 34 18.

Alle spørgsmål og svar vil blive offentliggjort på <https://www.kystognaturturisme.dk/indsatser/udbud/>

3.6 TILBUDSFORBEHOLD

Tilbudsgiver opfordres til at undlade at tage forbehold over for 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 afvise tilbud, 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.

3.7 DELAFTALER

Der kan ikke afgives bud på dele af opgaven.

3.8 ALTERNATIVE BUD

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

3.9 MINIMUMSOPLYSNINGER

Tilbudsgiver skal som minimum vedlægge dokumentation om følgende:

- 1) Pris på delopgaver
- 2) Oplysninger om de uddannelsesmæssige og faglige kvalifikationer hos Tilbudsgiver og medarbejdere, der er allokert til opgaven.
- 3) En liste over de mest betydelige tjenesteydelser med relevans for opgaven, der er udført i løbet af de sidste tre år med angivelse af beløb og tidspunkter samt de offentlige eller private modtagere af de leverede tjenesteydelser.
- 4) Overvejelser omkring opgaveløsning med det formål at vise forståelse for opgaven.

- 5) Overvejelser omkring proces for udarbejdelse af delopgave 1: Foranalyse og inddragelse af lokale aktører samt hvordan sammenhængen sikres til de øvrige indsatser i vækstprojekt Thorsminde-Thyborøn.
- 6) Overvejelser omkring sikring af lokalt medejerskab og princip for inddragelse af lokale aktører samt evt. beskrivelse af erfaringer på området.

4 KRAVSPECIFIKATIONER

4.1 OPGAVEBESKRIVELSE

Formålet er at skabe en profil med et skarpt visuelt udtryk og tilhørende indhold, der sikrer en stærk lokal fortælling og forankring. Samtidig skal kernefortællingen give et strategisk afsæt for en samlet markedsføring og udviklingsplan for kystbyerne Thorsminde og Thyborøn samt den samlede kyststrækning. Profilen skal både være skarp og stærk, samtidig med at den fælles identitet i de to kystbyer og langs kysten fremhæves og forenes under den fælles branding og fortælling om Vestkysten. Det fælles brand for Vestkysten, forventes færdig ultimo juni 2019.

Det forventes, at Tilbudsgiver arbejder med procesplanlægning og inddragelse af lokale aktører. Af tilbuddet skal der derfor fremgå eksempler på løsninger af elementer i processen. Sideløbende med arbejdet omkring kernefortælling og profil er der igangsat et arbejde med udviklingen af en strategisk-fysisk udviklingsplan for Thorsminde og Thyborøn samt udvikling af nye produkter og oplevelser. Det forventes, at der skal foregå tæt koordinering og kommunikation mellem indsatserne bl.a. af hensyn til de lokale aktører og koordinering i vækstprojektet som helhed. Der skal i alle indsatserne foregå en løbende dialog med projektets Advisory Board. Advisory Boardet forventes at mødes 4-6 gange, hvor Tilbudsgiver deltager efter behov. Koordineringen af indsatserne i projektet foretages i tæt kontakt med projektleder Kristina Englev.

Følgende deadlines er vigtige at bemærke ift. procesplanlægningen.

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. september 2019: | Deadline for foranalyse, kendskabsanalyse og 1. udkast til profil og kernefortælling |
| 1. marts 2020: | Deadline for udarbejdelse af tre visuelle udtryk, 9 billedserier, 3 film og seks markedsføringskoncepter. Der redegøres for gennemført dialog med Advisory Board og markedsføringstest af kernefortælling. |
| 1. september 2020: | Deadline for redegørelse for gennemført dialog med Advisory Board og markedsføringstest af kernefortælling. |
| 1. november 2020: | Samlet redegørelse for test og markedsprøvning af den samlede profil (og kernefortælling, billeder, film, visuelt udtryk og markedsføringskoncept), redegørelse for inddragelse af lokale aktører samt gennemførelse og redegørelse for kendskabsanalyse nr. to. |

4.1.1 Delopgave 1: Foranalyse

Indledningsvist foretages en foranalyse, der skal danne grundlag for det videre arbejde med udviklingen af profil og kernefortælling samt et målrettet markedsføringsmateriale for Thorsminde og Thyborøn. Foranalysen skal indeholde: En desk research, to kendskabsanalyser, identifikation af lokalt unika samt en målgruppebeskrivelse.

Det forventes, at Tilbudsgiver sætter sig ind i tidligere udførte delanalyser. Det er bl.a. tilfredshedsanalyser, lokale master-, kultur og udviklingsplaner, udviklingsplan for Vestkysten mv. Tilbudsgiver forventes at tage afsæt i dette ma-

teriale, når der arbejdes med udviklingen af profil og kernefortællinger. Der udarbejdes en redegørelse for de konklusioner og opmærksomhedspunkter, der tages med herfra til det videre arbejde med delopgave 2 & 3.

Der gennemføres to kendskabsanalyser; en indledende og en ved projektets afslutning. Analyserne skal give information om, hvad gæsterne kender byerne og destinationen for. Der tages udgangspunkt i kystbyernes nuværende primære gæster: tyskere og danskere. Analysearbejdet vil ske via en online spørgeskemaundersøgelse til afgrænsede målgrupper i Tyskland og Danmark. Aktiviteten skal kortlægge destinationens nuværende kendskabsgrad og attraktivitet samt fastlægge et koncept til opfølgning på udviklingen efter projektets afslutning. Afrapporteringen sker i notat-form samt i power point, et notat for hvad gæsterne kender byen for og hvor attraktiv, de finder destinationen. Ligeledes udarbejdes en kort redegørelse for den overordnede metode i analysen.

Hvad er unikt for byerne set med de lokales øjne? Der indsamles viden om kystbyerne og kyststrækningens særlige kendetegn set med de lokales øjne. Vidensindsamling sker gennem 10 kvalitative interviews med lokale ildsjæle i hver kystby. Udvælgelsen af interviewpersoner foretages i samarbejde med den interne arbejdsgruppe og det etablerede Advisory Board. På baggrund af de foretagende interviews udarbejdes en beskrivelse af karakteristika for de 2 kystbyer og deres fælles geografiske del af Vestkysten.

Destinationens primære målgruppe fastlægges og analyseres på baggrund af overstående og kan indeholde eksempelvis personaer eller andre former for målgruppebeskrivelser, tilpasset det lokale marked Thorsminde-Thyborøn. Der tages udgangspunkt i eksisterende veletablerede personaer, fx hos VisitDenmark m.fl. I løbet af projektet vil der være mulighed for, at personaerne kan tilpasses iht. feedback fra testperioderne på kernefortælling, markedsføring mv.

4.1.2 Delopgave 2: Udvikling af lokal profil og kernefortælling for de to kystbyer og kyststrækningen

Med udgangspunkt i det nyudviklede fælles vestkystbrand arbejdes der med, hvordan det kan spille sammen med det lokale niveau via en lokal profil og kernefortælling.

Med udgangspunkt i det udarbejdede materiale i foranalysen og den fælles kernefortælling og brand for hele vestkysten, udarbejdes en profil og kernefortælling for hhv. Thyborøn, Thorsminde samt den fælles kyststrækning. I udarbejdelsen af kernefortællingen skal der tages højde for de lokale styrkepositioner, der allerede er veletablerede og har vist sig kommunikativt stærke. I dette arbejde tages der således også højde for kommunernes egen kommunikationsindsats og profil. Profil og kernefortællingerne testes løbende via det etablerede Advisory Board for at sikre lokalt medejerskab, sammenhæng til det lokale DNA og for at skabe de første lokale ambassadører.

I arbejdet med udviklingen af en profil og kernefortælling for Thorsminde og Thyborøn gennemføres en markedsprøvningskoncept, der er repræsentativ for kystbyernes nuværende og fremtidige målgruppe. Der udvikles i den forbindelse et markedsprøvningskoncept, der gør det muligt at teste profil og kernefortælling samt de udarbejdede markedsføringskoncepter.

4.1.3 Delopgave 3: Udvikling af content og kommunikationsmateriale

Hvordan kan Thorsminde/Thyborøn bruge Vestkystbrandet og den lokale profil og kernefortælling bedst muligt i egen kommunikation og markedsføring? Hvordan kommer profilen og kernefortællingen bedst til udtryk visuelt via video og billeder?

Produktionen af content (visuelt udtryk, video og billeder) testes mod udvalgte målgrupper. Contentmaterialet skal kunne bruges af aktørerne. Det skal testes, evalueres og tilpasses med klart øje for, at Vestkystens brand og kernefor-

tælling bliver aktiveret og anvendt lokalt. Derved skabes lokale ambassadører, der kan hjælpe med at få det store fælles brand og kernefortælling endnu længere ud – og samtidig styrke den lokale retning og profil.

Der produceres konkret 9 billedserier, 3 film og 3 visuelle udtryk baseret på den lokale profil og det overordnede vestkystbrand. Der skal tages højde for, at materialet skal kunne fungere under forskellige niveauer af implementering, skal kunne anvendes online, på sociale medier og skal være frit tilgængeligt for de lokale aktører og samarbejdspartnere samt anvendes i kommercielle og ikke-kommercielle sammenhænge.

Til at understøtte udbredelsen af kernefortællingen og den fælles profil udarbejdes 6 markedsføringskoncepter, som de enkelte aktører kan anvende. Koncepterne skal være bundet op på de beskrevne målgrupper, gerne på tværs af byerne og kyststrækningen, samtidig med, at de understøtter kernefortællingen. Disse markedsføringskoncepter skal ligeledes markedstestes og udarbejdes i samarbejde med det lokale Advisory Board. Koncepterne skal være målrettet områdets målgruppe og kan være alt fra co-branding, viral marketing, "ambassadører", bloggere, youtubere, partnere på tværs af brancher, nye medier, influencers med videre. Markedsføringskoncepterne testes mod målgruppen, og minimum 25 lokale aktører inddrages i processen.

4.1.4 Samlet leverance

- 4.1.1 Delopgave: Foranalyse
 - Kendskabsanalyse (en indledende og en ved projektets afslutning)
 - Koncept til opfølgning på udviklingen af destinationens kendskabsgrad og attraktivitet efter projektets afslutning
 - På baggrund af 20 lokale interviews udarbejdes en beskrivelse af karakteristika for de 2 kystbyer og deres fælles geografiske del af Vestkysten
 - En defineret målgruppe beskrevet og målrettet til Thorsminde og Thyborøn
- 4.1.2 Delopgave: Profil og kernefortælling
 - Gennemtestet profil og kernefortællinger i tekst, billeder og evt. visuelle eksempler for hhv. Thyborøn, Thorsminde og den fælles kyststrækning
 - Markedsprøvningskoncept til test af nye signaturprodukter og nye markedsføringskoncepter
- 4.1.3 Delopgave: Content og kommunikationsmateriale
 - 9 billedserier af 10 billeder, ligeligt fordelt på destinationen
 - 3 film af 3 minutters varighed ligeligt fordelt på destinationen
 - 3 visuelle udtryk ligeligt fordelt på destinationen
 - 6 markedsføringskoncepter bundet op på målgruppen og på tværs af destinationen
- Test og evaluering af profil og kernefortællinger, contentmateriale (billeder, film og visuelt udtryk) og markedsføringskoncepterne

Der udarbejdes løbende korte redegørelser for gennemført dialog med Advisory Board og markedsprøvning ift. profil og kernefortælling, billedserier, film, visuelt udtryk og markedsføringskoncepter.

4.2 PRIS

Tilbudsgiver skal angive prisen (DKK, ekskl. moms) for løsning af hele opgaven.

Ordregiver har en budgetramme på 680.000 kr.

Vejledende vægtning af budgettet: 20% på delopgave 1. 35% på delopgave 2. 45% på delopgave 3.

5 TILDELINGSKRITERIER

Tildeling af opgaven sker på baggrund af det økonomisk mest fordelagtige tilbud. Det økonomisk mest fordelagtige tilbud udvælges ud fra følgende:

- 1) Pris: 15 pct.
- 2) Kvalitet i løsningsbeskrivelsen: 25 pct.
- 3) Erfaring med lignende opgaver: 30 pct.
- 4) Overvejelser omkring sikring af lokalt medejerskab: 30 pct.

Ad 1

Følgende elementer indgår i evalueringen af prisen: Den samlede pris på løsning af hele opgaven.

Ad 2

Evaluering af kvaliteten i løsningsbeskrivelsen foretages på følgende vis: Ordregiver vil foretage en samlet helhedsvurdering af tilbudsgivers opgaveforståelse. Det vil sige en vurdering af Tilbudsgivers beskrivelse af tilgang til løsning af opgaven, indeholdende konkrete forslag til løsning af de forskellige delleverancer skitseret i udbuddet. Dette kan eksempelvis være forslag til både det indholdsmæssige og det udtryksmæssige indhold samt organisering og tidsplan.

Ad 3

Evalueringen af kvalifikationer baseres på følgende elementer: Ordregiver vil i vurderingen af kvalifikationer lægge vægt på, at tilbudsgiver har en tilstrækkelig projektorganisation med en tilstrækkelig erfaring, faglig bredde og dybde til at kunne gennemføre en kvalificeret løsning af opgaven. Ordregiver vil således 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. Desuden vil ordregiveren lægge vægt på, at Tilbudsgiveren gennem referencer kan demonstrere viden fra tidligere forløb.

Ad 4

Evaluering af overvejelser omkring sikring af lokalt medejerskab i løsningsbeskrivelsen foretages på følgende vis: Ordregiver vil i vurderingen lægge vægt på, hvordan Tilbudsgiver vil inddrage de lokale aktører, om tilbudsgiver formår at nytænke involveringen og hvordan det gode møde faciliteres. Ordregiver vil lægge vægt på, at Tilbudsgiver udviser forståelse for den specifikke aktørgruppe og formår at medtænke gruppens begrænsede tid mv. i arbejdet med sikring af lokalt medejerskab.