# Udbudsmateriale vedrørende evaluering af udviklingsprojekt Danske Naturparker

Friluftsrådets mærkningsordning Danske Naturparker har eksisteret siden 2014. Der er pt. 12 mærkede naturparker i Danmark men i 2020-21 forventes yderligere 2-3 parker at blive del af mærkningsordningen.

Friluftsrådet har fået en bevilling fra Nordea-fonden til et udviklingsprojekt for mærkningsordningen Danske Naturparker. 2019 er primært opstartsår, hvor aftaler mv. kommer på plads. Første udførende aktivitet i projektet forventes tidligst at være i april 2020.

## Projektets formål og mål

Projektets overordnede formål er, at flere danskernes kommer ud i den danske natur og får et større ejerskab til den. For at realisere dette formål er der opstillet tre projektmål, som skal styrke naturparkernes tilbud til befolkningen, øge kendskabet til Danske Naturparker og styrke udviklingskapaciteten i Danske Naturparker for at sikre fremtidig bæredygtighed:

1. **Attraktive tilbud:** 250.000 danskere har i 2022 fået kendskab til et eller flere af fire udbredte koncepter for friluftsoplevelser og naturformidling i forbindelse med besøg af i en naturpark
2. **Øget synlighed:** Danske Naturparker er kendt af 40 procent af den danske befolkning i 2022.
3. **Større udviklingskapacitet:** Udviklingskapaciteten i Danske Naturparker er styrket gennem øget erfaringsudveksling og videndeling mellem parkerne.

Der er for opnåelsen af disse tre projektmål opstillet følgende hovedindikatorer:

* Fire afprøvede koncepter er blevet kvalificeret og lokalt tilpasset på baggrund af eksisterende erfaringer.
* Fire afprøvede koncepter for friluftsoplevelser og naturformidling er blevet udbredt til minimum fem naturparker pr. koncept.
* 40 procent af den danske befolkning kender Danske Naturparker eller en eller flere af medlemmerne af Danske Naturparker i 2022.
* Kommunikationsindsatser i projektet har synliggjort Danske Naturparker for 500.000 danskere.
* I 2022 er der minimum 15 medlemmer af Danske Naturparker – og i 2025 er der 20.
* Der er udviklet en praksis for videndeling og erfaringsudveksling, som kan føre til løbende udbredelse af afprøvede koncepter på tværs af naturparkerne.

## Projektets aktiviteter

Projektet løber i perioden 2019-22 og består af følgende 3 elementer

**Udbredelse af 4 koncepter**:

1. *Unge Naturparkguider***:** Unge Naturparkguider er et undervisningsforløb, der har til formål øge elevernes kendskab til deres lokale naturpark, og som kan demonstrere, hvordan naturparken kunne være en ressource i undervisningen i grundskolen.
2. *Lokale guider***:** Konceptet går ud på at inddrage og kompetenceudvikle lokale aktører til frivillige formidlere. Det kan f.eks. være lokalhistoriske ildsjæle, naturentusiaster eller den lokale landmand, som klædes på til at formidle netop deres specielle interesseområder og agere som aktive ambassadører for naturparkerne.
3. *Spring Ud i Naturen***:** Gennem konceptet får små børn i 0-6-års alderen styrket deres viden om naturen samtidig med, at deres motorik og sanser styrkes. Aktiviteterne er skabt for og med børn samt afprøvet og evalueret af 150 pædagoger og dagplejere over hele landet. Konceptet kan udvikle naturparkerne som tilbud til og destination for de små børn – hvad enten de besøger naturparkerne med deres dagtilbud eller familie.
4. *VILD MAD***:** VILD MAD er et landsdækkende koncept, som er udviklet af non-profit-foreningen MAD. Denne organisation vil også stå for udbredelsen af konceptet i naturparkerne i dette projekt. VILD MAD-projektet har til formål at give danskerne bedre forståelse for at samle og spise råvare fra naturen. Projektet formidler, blandt andet gennem en app, undervisningsmaterialer, arrangementer og personlig formidling, hvor man kan finde naturens råvare, og hvordan man bruger dem. Dermed kan konceptet både udbredes til de af naturparkens gæster, som færdes på egen hånd, i forbindelse med større arrangementer eller festivaler, som en del af naturvejledernes arrangementer og i forbindelse med læringsforløb for skoleelever.

**En kommunikationsindsats**, som synliggør Danske Naturparker som helhed. Det omfatter blandt andet:

* En kampagne med titlen ”Oplev Danske Naturparker”. Kampagnen vil gennem koncentrerede kommunikationsindsatser – presseomtale, annoncering og sociale medie-indsatser – sætte fokus på de sanselige oplevelser man kan få i Danske Naturparker.
* Udviklingen af en digital besøgsportal, som skal give potentielle gæster et overblik over de danske naturparker og de oplevelser, de byder på.

**Styrkelse af netværk og videndeling**. Det omfatter blandt andet etablering af et netværk på tværs af naturparker, geoparker og nationalparker, afholdelse af faglige inspirationsmøder for parker, udvikling af inspirationskatalog over afprøvede koncepter og projekter, ekskursioner til parker i udlandet samt forskellige former for faglig formidling.

## Evalueringens formål og mål

Evalueringen omfatter to typer evaluering:

1. En kendskabsanalyse

Der er tre kendskabsniveauer

* 1. Danske Naturparker som mærkningsordning
  2. De enkelte pilotnatur- og naturparker; 12-15 parker
  3. De 4 koncepter

1. En vurdering af koncepternes fremtidige forankring

Heri indgår også støtte til samt evaluering af parkernes egenevaluering

Evalueringen skal som minimum bestå af følgende elementer

* Kvantitativ baselineundersøgelse og slutmåling (før-/eftermåling) af kendskabet til
  + mærkningsordningen Danske Naturparker
  + de enkelte naturparker under mærkningsordningen Danske Naturparker
  + NB. de fire koncepter skal IKKE indgå her
* Medieanalyse (såvel trykte og sociale medier som radio og tv) vedrørende omtale af
  + mærkningsordningen Danske Naturparker
  + de enkelte naturparker under mærkningsordningen Danske Naturparker
  + de fire koncepter

Antal hits på de enkelte naturparkers hjemmesider, Facebook mv. bør også indgå. Det skal dog aftales med de enkelte parker.

* Støtte til parkernes egenevaluering af de fire koncepter, herunder koncepternes forventede leveduelighed efter projektets afslutning. NB. Hver park skal for hvert koncept, de deltager i, lave et ”Notat vedrørende fremtidig drift af konceptet”. Støtten skal som minimum bestå af følgende:
  + En skabelon til brug for parkernes afrapportering vedrørende de enkelte koncepter, herunder brugen af og deltagelsen i aktiviteter under de enkelte koncepter. Denne skal laves i dialog med Friluftsrådet.
  + Opfølgende interviews med de deltagende parker.
  + Analyse af medieomtale af de fire koncepter i forbindelse med de enkelte naturparker
* En samlet analyse af virkning og rækkevidde af koncepterne i parkerne.

## 3.1 Metode

Det forventes, at tilbudsgiver beskriver sit metodevalg, dvs. hvordan og med hvilke metodikker man vil gennemføre

* Før-eftermåling
* Medieanalyse
* Designudvikling af skabelon for parkernes afrapportering

Til inspiration kan overvejes følgende metoder/tilgange

* Websurveys blandt et repræsentativt udsnit af befolkningen.
* Måling af projektets digitale aftryk, f.eks. via Google Trends eller Falcon Social Listening.

## 3.2 Tidsplan

Evalueringen skal påbegyndes forår 2020 og afsluttes forår 2023.

* Førmålingen skal være gennemført senest pr. 31. marts 2020.
* Skabelon til brug for parkernes afrapportering skal være tilgængelig senest 31. marts 2020.
* Interviews med de deltagende parker kan udrulles i takt med implementeringen af de fire koncepter men forventes tidligst at kunne finde sted i 2021-2022.
* Medieanalysen kan tidligst gennemføres januar 2023 og skal være gennemført pr. 28. februar 2023.
* Eftermålingen kan tidligst gennemføres januar 2023 og skal være gennemført pr. 28. februar 2023.

## 3.3 Dialog

Der forventes en løbende dialog mellem opdragsgiver og tilbudsgiver, dog minimum tre møder:

* opstartsmøde, hvor opgaven og tilbuddet gennemgås for at sikre fælles forståelse af opgaven og dens løsning
* gennemgang af endeligt evalueringsdesign for evaluering af de fire koncepter, herunder skabelonen for parkernes afrapportering og interviewguide.
* afsluttende møde forud for færdiggørelsen og den endelige overlevering, fx i form af et fortolkningsseminar.

## 3.4 Produkt/leverance

Evalueringen skal levere følgende produkter

* en samlet rapport med minimum 2 hovedafsnit samt et metodeafsnit
  + Udviklingen over tid i kendskabet til mærkningsordningen Danske Naturparker
  + Evaluering af de implementerede koncepters virkning og rækkevidde
  + Metode; sådan blev evalueringen gennemført.

Evalueringen skal levere følgende produkter

* endeligt evalueringsdesign, tilpasset efter justeringer og aftaler på opstartsmødet
* en samlet rapport med minimum følgende indhold/afsnit:
  + Dokumentation og analyse af udviklingen over tid i kendskabet til mærkningsordningen Danske Naturparker, herunder også af de enkelte pilotnatur- og naturparker
  + Evaluering af de implementerede koncepters virkning, rækkevidde og levedygtighed
  + Metode; sådan blev evalueringen gennemført.

## 3.5 Økonomi

Der er afsat maksimalt 350.000 kr. inklusiv moms[[1]](#footnote-1), der skal dække den fulde udførelse af opgaven, herunder alle omkostninger relateret til opgavens løsning.

## 3.6 Svarfrist

Deadline for afgivelse af tilbud er fredag den 31. januar 2020 kl. 12.00 og sendes pr. e-mail til projektleder Sven-Åge Westphalen [swe@friluftsraadet.dk](mailto:swe@friluftsraadet.dk). Til hvem der også kan stilles afklarende spørgsmål. Svar på spørgsmål af principiel karakter vil blive offentliggjort på Friluftsrådets hjemmeside.

## 3.7 Vurdering af indkomne tilbud

Tildelingskriterium: Bedste forhold mellem pris og kvalitet.

De indkomne tilbud vil blive vurderet på følgende parametre:

* Forståelse af opgaven
* Metode til løsning af opgaven
* Pris

# Bilag 1. Målsætninger for koncepter i udviklingsprojekt Danske Naturparker

Der opereres med tre tilgange til målsætninger for koncepterne i udviklingsperioden 2020-22.

1. kompetenceopbygning i parkerne
2. Udbredelse af kendskab via deltagere og deres netværk
3. Udbredelse af kendskab via kommunikation

Dertil kommer en fjerde tilgang, som er med til at konsolidere koncepterne efter udviklingsprojektets afslutning

1. Parkernes vurdering af forankring af koncepterne efter afslutning af udviklingsprojektet

Det er forankringen af koncepterne i parkerne – efter projektets ophør – som forventeligt vil generere den største kendskabsgrad. Det er derfor beredt med en vis usikkerhed, hvorvidt måltallene nås inden for udviklingsprojektets tidsramme, mens det er givet, at målene nås senest 1-3 år efter afslutningen af udviklingsprojektet.

Den direkte udbredelse sker via aktiviteter, mens den indirekte udbredelse og mobilisering af nye deltagere sker via formidling af koncepterne til relevante målgrupper som skoler, daginstitutioner mv.

## Kompetenceopbygning i parkerne

Udgangspunktet for udviklingsprojektet er spredning af fire koncepter til flere parker. Følgende kompetenceopbygning forventes

* Unge Naturparkguider; minimum 32 personer i forvaltninger, skoler og parker har gennemført forløbet.
* Lokale guider; minimum 50 lokale guider har gennemført forløbet.
* Spring ud; minimum 15 lokale formidlere har gennemført forløbet.
* Vild mad; minimum 40 lokale formidlere har gennemført forløbet.

## Udbredelse af kendskab via deltagere og deres netværk

Kompetenceopbygningen muliggør gennemførelse af aktiviteter under de fire koncepter Der sættes følgende måltal for udbredelsen af koncepterne:

* 4.480 personer har via aktiviteter og afledt netværk kendskab til Unge Naturparkguider.
* 60.000 personer har via aktiviteter og afledt netværk kendskab til Lokale Guider.
* 48.000 personer har via aktiviteter og afledt netværk kendskab til Spring Ud.
* 32.000 personer har via aktiviteter og afledt netværk kendskab Vild mad.

Måltallene er baseret på følgende beregninger:

* Unge Naturparkguider; i gennemsnit 2 klasser á 20 elever i 8 naturparker i 2 år ganget med faktor 7, som er det anslåede antal personer i deltagende elevers omgangskreds, som ligeledes får kendskab.
* Lokale guider; i gennemsnit 50 guider gennemfører i 10 ture om året med 15 deltagere pr. tur i 2 år ganget med faktor 4, som er det anslåede antal personer i turdeltageres omgangskreds, som ligeledes får kendskab.
* Spring ud; i gennemsnit 15 vejledere gennemfører 20 ture om året med 20 deltagere pr tur i 2 år ganget med faktor 4, som er det anslåede antal personer i turdeltageres omgangskreds, som ligeledes får kendskab.
* Vild Mad; i gennemsnit 40 guider gennemfører 8 ture med 12 deltagere pr tur i 2 år ganget med faktor 4, som er det anslåede antal personer i turdeltagers omgangskreds, som ligeledes får kendskab.

## Udbredelse af kendskab via kommunikation

Kompetenceopbygningen, gennemførelse af aktiviteter under de fire koncepter, øvrig specifik udbredelse af kendskab til koncepterne samt mere generelle kommunikationsaktiviteter vil yderligere udvide kendskabet til koncepterne. Der sættes følgende måltal for kendskabsudbredelsen af koncepterne:

* I de 21 kommuner med helt eller delvist ejerskab til en naturpark
  + **21 skole- og daginstitutionsforvaltninger** vil få kendskab til koncepterne, herunder hvordan nye skoler og daginstitutioner kan komme i gang med fx unge naturparkguider og spring ud.
  + **393 skoler** (2018) vil på skoleniveau få kendskab til et eller flere af de udbredte koncepter. Blandt andet ved at sikre kendskab og motivation til det udviklede materiale og særligt konceptet Unge Naturparkguider.
  + **1.039 daginstitutioner** (2018) vil på institutionsniveau få kendskab til et eller flere af de udbredte koncepter. Blandt andet ved at sikre kendskab til det udviklede materiale under de enkelte koncepter og særligt konceptet Spring Ud.
* **5.-10.000** personer vil med Vild Mad app’en få kendskab til Vild Mad i naturparkerne
* **64.000 personer** vil med Naturparkpasset få kendskab til koncepterne (
  + Den nationale del; førsteoplag i forår 2020 på 10.000 eksemplarer, som i snit når 4 personer; 40.000 personer.
  + Den lokale individuelt parktilpassede del; 500 personer i 12 parker som i snit når 4 personer; 24.000 personer.
* **50.000 personer** vil med sociale medieindsatser, herunder film, få kendskab til koncepterne.

Dertil kommer øvrige kommunikationsindsatser, som der ikke sættes særskilte tal for men som understøtter ovenstående måltal, herunder

* Medieomtale generelt
* Særlige kanaler under Friluftsrådet
  + 700 daginstitutioner og 200 dagplejegrupper i 95 kommuner under Grønne Spirer med særlig kommunikation til medlemmer af Grønne Spirer i de kommuner, der har naturparker.
  + 210 folke- og efterskoler og 40 gymnasie- og erhvervsskoler under Grøn Skole med særlig kommunikation til medlemmer af Grøn Skole i de kommuner, der har naturparker.
  + 50 Blå flag og Badepunkt.dk kommuner med særlig kommunikation til kommuner, der også har naturparker.
* Synergi med øvrige indsatser under udviklingsprojektet.

## Parkernes vurdering af forankring af koncepterne efter afslutning af udviklingsprojektet

Den fremtidige forankring af koncepterne i parkerne er afgørende for den langsigtede succes for udviklingsprojektet. En tidlig bevidsthed om dette er væsentligt, og derfor har alle parkerne forpligtet sig til 1) at levere et notat vedrørende fremadrettet forankring af konceptet for hvert koncept, de deltager i, 2) deltage i ekstern evaluering af implementeringen.

Konkret betyder det, at der fra 12 parker vil komme minimum 30 vurderinger af koncepternes fremtidige forankring, herunder hvor godt det er lykkedes at forankre koncepter i fx

* Parkerne selv
* Skoler og daginstitutioner
* Skole- og daginstitutionsforvaltninger
* Frilufts- og naturorganisationer

1. Leverandørs momsmæssige position, herunder eventuelle mulighed for at afløfte moms af momsbelagte omkostninger afholdt i tilknytning til denne aftale, er Friluftsrådet uvedkommende. [↑](#footnote-ref-1)