



Formidlingsstrategi

Tilbudsindhentning



Indledning.....	1
Ordregiver.....	1
Projektets overordnede formål og indsatser.....	2
Formål med formidlingsstrategien	2
Aktørkreds og organisatorisk forankring.....	3
Leverancer.....	4
Samarbejde og proces	5
Tilbuddet	5
Pris og økonomi.....	5
Kvalitet i opgaveløsningen	5
Kvalifikationer og leverancesikkerhed	6
Tids- og procesplan	6
Evaluerings af tilbud	6
Ad 1) Pris (30 %)	7
Ad 2) Kvalitet i opgaveløsningen (40 %)	7
Ad 3) Kvalifikationer og leverancesikkerhed (30 %)	7
Behandling af indkomne tilbud	8
Øvrige betingelser.....	8
Ejerskab og rettigheder	8
Branding og synlighed	8
Ophavsret og databeskyttelse	9
Kontrakt og misligholdelse	9
Bilag 1.....	9

Den nye normal - bæredygtighed som førstevalg

Tilbudsinhentning i forhold til formidlingsstrategi for code of conduct i National Park Vadehavet

Indledning

Der ønskes på vegne af et bredt partnerskab indhentet tilbud på udarbejdelse af en formidlingsstrategi der skal udbrede kendskab til Nationalpark Vadehavets code of conduct i nationalparkens område.

Ordregiver

Tilbudsinhentningen er offentlig.

Ordregiver på undersøgelsen er:

Foreningen Destination Sønderjylland

CVR.-nr.: 36 65 05 24

Supplerende spørgsmål vedrørende opgaven rettes til:

Mette Mischorr Grønborg

Mobil: +45 81401804

E-mail: mette@dssj.dk

Formidlingsstrategien udarbejdes som en integreret del af projektet *“Den nye normal – bæredygtighed som førstevalg”*, som er bevilliget af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse under call’et *Lokale og tværgående turismeprojekter 2025*.

Projektet gennemføres i perioden 1. december 2025 til 30. november 2028.

Projektets overordnede formål og indsatser

Projektet har til formål at styrke en langsigtet, balanceret og bæredygtig turismeudvikling i og omkring Vadehavet, hvor hensynet til natur, klima, lokalsamfund og erhvervsudvikling går hånd i hånd. Dette sker gennem udvikling af autentiske og kvalitetsrige oplevelser, der forener områdets natur- og kulturværdier og samtidig understøtter bevidstheden om det bæredygtige valg.

Gennem strategiske partnerskaber udvikles nye koncepter for guidede ture og pakkeløsninger, ligesom projektet arbejder målrettet med at afdække og realisere et nyt potentiale inden for erhvervsturisme. Bæredygtighed er projektets centrale omdrejningspunkt. Ved at understøtte den grønne omstilling, forbedre gæsteoplevelsen og øge kvaliteten af de samlede tilbud er ambitionen, at bæredygtighed bliver det naturlige førstevalg for både turister og erhvervsaktører. Projektet styrker blandt andet lokale aktørers kompetencer, fremmer grøn omstilling og implementerer data- og nudging baseret visitor management som grundlag for en mere balanceret turismeudvikling.

Projektet arbejder med bæredygtig turismeudvikling gennem fire sammenhængende udviklingsspor:

1. Certificering og code of conduct
 - styrkelse af ansvarlig adfærd blandt gæster, borgere og virksomheder.
2. Autentiske og bæredygtige oplevelser
 - udvikling og kommercialisering af oplevelser med afsæt i natur, kultur og lokale fortællinger.
3. Visitor management, nudging og analyse
 - datadrevet styring af turismetryk og adfærd.
4. International markedsføring
 - synliggørelse af Vadehavsområdet som bæredygtig destination.

Formidlingsstrategien indgår som en bærende del af det samlede projekt og skal særligt danne grundlag for, hvordan budskabet omkring Nationalpark Vadehavets code of conduct i fremtiden skal formidles af destinationsselskaberne til besøgende.

Formål med formidlingsstrategien

Formålet er at udarbejde en målrettet formidlingsstrategi for udbredelsen af Nationalpark Vadehavets code of conduct, der sikrer øget kendskab, forståelse og ansvarlig adfærd blandt borgere, gæster og turistvirksomheder i Nationalpark Vadehavet.

Formidlingsstrategien skal tage afsæt i den eksisterende code of conduct for Nationalpark Vadehavet, udviklet i projektet VaBene, og de 10 udvalgte code of conducts som der arbejdes med i Nationalpark regi (jf. bilag).

I forlængelse af formidlingsstrategien skal der udarbejdes 2 contentproduktioner som skal kunne anvendes til at formidle Nationalpark Vadehavet og destinationerne, samtidig med at de formidler nationalparkens code of conduct til gæster i området.

Nationalpark Vadehavet er UNESCO Verdensarv og formidlingsstrategien skal derfor også indeholde en strategi for hvordan UNESCO brandet formidles og anvendes som en styrkeposition for området.

Ud fra VisitDenmarks segmentering af målgrupper, ønskes der anbefalinger til hvordan code of conduct skal formidles til 2 udvalgte segmenter, som repræsenterer størstedelen af turisterne i Nationalpark Vadehavet. De udvalgte segmenter er natur-og friluftsturisterne samt de samvittighedsfulde familier. Destinationsselskaberne arbejder med markederne Tyskland og Nederlandene og derfor henvises der til VisitDenmarks markedsprofiler (jf. bilag).

Spørgsmål der ønskes besvaret i formidlingsstrategien:

Hvordan formidles Nationalpark Vadehavets code of conduct nu?

Hvordan skal den kommunikeres til de udvalgte målgrupper (hvilke medier, osv)?

Hvordan sikres samspillet mellem destinationsselskabernes formidling af code of conduct?

Hvor er der mulige points of contact ift. målgruppen?

Contentproduktionerne skal kunne anvendes i kampagner og til kommunikation af code of conduct til gæster der besøger Nationalpark Vadehavet. Produktionerne skal engagere og skabe interesse hos målgrupperne og skal efter projektperioden være tilgængelige for besøgende der kommer til området. Contentproduktionerne forventes leveret i oktober.

Aktørkreds og organisatorisk forankring

Projektet gennemføres i et bredt og tværgående partnerskab bestående af:

- Destination Vadehavskysten (projektlead)
- Destination Sønderjylland
- Destination Vesterhavet
- Nationalpark Vadehavet
- VisitDenmark
- Dansk Kyst- og Naturturisme

Partnerkredsen repræsenterer både destinationsudvikling, naturforvaltning, national turismestrategi og international markedsføring.

Formidlingsstrategien skal kunne anvendes på tværs af denne partner-/aktørkreds og bidrage til fælles forståelse og prioritering.

Tidsplan for tilbudsindhentning

Udsendelse af tilbudsmateriale: 6. februar 2026

Deadline for evt. spørgsmål: 2. Marts 2026

Deadline for indsendelse af tilbud: 13. marts 2026 kl. 12.00

Meddelelse om tilbud er antaget eller forkastet: 19. Marts 2026

Opstartsmøde med valgt leverandør: Uge 16, 17. april 2026

Endelig levering af leverancer: ultimo oktober 2026

Tilbud og anden dokumentation skal være ordregiveren i hænde senest fredag d. 13. marts 2026 kl. 12.00. Tilbud sendes elektronisk som PDF-fil til Destination Sønderjylland på: mette@dssj.dk

Man er velkommen til at indgå konsortium med øvrige konsulenter.

Kontrakten træder i kraft efter opstartsmøde med valgt leverandør og forventes at løbe frem til 30. november 2028. Kontrakten udløber dog først, når rådgiver har leveret de i kontrakten foreskrevne data og afrapporteringer i kontraktmæssig stand.

Leverancer

Tilbuddet skal som minimum omfatte:

- Formidlingsstrategi for udbredelsen af eksisterende code of conduct i Nationalpark Vadehavet.
- 2 contentproduktioner målrettet udvalgte segmenter.
- Præsentation af resultater for projektets parter; præsentationen skal både kunne formidles til et møde og dels, hvis der vurderes behov herfor et møde eller webinar for en større kreds, hvor eks. kommuner også deltager.
- Power point præsentation af formidlingsstrategien.
- Konkrete og anvendelige anbefalinger.

Samarbejde og proces

Tilbudsgiver forventes at indgå i et tæt samarbejde med projektets parter, herunder:

- Sparring om spørgeramme og fokus.
- Løbende dialog om fund og fortolkning.
- Mulighed for justeringer undervejs.

Tilbuddet

Tilbuddet skal være klart, struktureret og overskueligt opbygget og som minimum indeholde nedenstående elementer. Tilbudsgiver opfordres til at disponere tilbuddet, så det direkte afspejler evalueringskriterierne.

Pris og økonomi

Tilbudsgiver skal redegøre for den økonomiske ramme for opgaven, herunder:

- Samlet fast pris for den samlede leverance.
- Eventuel pris opdeling, fx:
 - Pris pr. contentproduktion.
 - Pris på formidlingsstrategi.
- Beskrivelse og specificering af hvad prisen omfatter, herunder forventet timeforbrug på opgaven.
- Eventuelle forudsætninger, forbehold eller optioner, som har betydning for prisen.

Kvalitet i opgaveløsningen

Tilbudsgiver skal redegøre for den faglige og metodiske tilgang til opgaven med fokus på kvalitet, anvendelighed og relevans. Der ønskes en klar og præcis beskrivelse af tilbudsgivers forståelse af projektets formål og hvordan formidlingsstrategien bidrager til at opfylde formålet.

a) Metode og tilgang

- Beskrivelse af den foreslåede metode og tilgang, herunder:
 - Valg af metoder.
 - Begrundelse for metodevalg i forhold til opgavens formål.

b) Indholdsmæssig kvalitet og anvendelighed

- Redegørelse for hvordan formidlingsstrategien forventes at skabe praksisnære, anvendelige og beslutningsrelevante indsigter.

c) Formidling og analytisk styrke

- Beskrivelse af hvordan code of conduct formidles klart, overskueligt og målgruppetilpasset

Kvalifikationer og leverancesikkerhed

Tilbudsgiver skal dokumentere sine kompetencer og sin evne til at gennemføre opgaven rettidigt og i høj kvalitet, herunder:

- Beskrivelse af relevant erfaring og referencer. Særligt projekter inden for turisme, bæredygtighed, natur- eller lokalsamfundsudvikling.
- Præsentation af nøglemedarbejdere, herunder:
 - Roller i opgaven.
 - Faglige kompetencer og relevante erfaringer.
- Beskrivelse af tilbudsgivers organisatoriske setup og kapacitet, herunder:
 - Projektledelse.
 - Kvalitetssikring.
 - Evne til at overholde tidsplaner og leverancer.

Tids- og procesplan

Tilbudsgiver skal fremlægge et forslag til en realistisk og gennemarbejdet tids- og procesplan, som omfatter:

- Centrale milepæle og leverancer.
- Samarbejde og dialog med ordregiver og projektets parter.
- Forslag til opstart, proces, rapportering og præsentationer.

Evaluering af tilbud

Tildeling af opgaven sker på baggrund af en samlet vurdering af de indkomne tilbud. Ved evalueringen lægges der vægt på pris, kvalitet i opgaveløsningen samt tilbudsgivers kvalifikationer og leverancesikkerhed.

Evalueringen foretages ud fra følgende kriterier og vægtning:

- Pris: 30 %
- Kvalitet i opgaveløsningen: 40 %
- Kvalifikationer og leverancesikkerhed: 30 %

Ad 1) Pris (30 %)

Ved evalueringen af pris indgår følgende elementer:

- Den samlede pris for gennemførelse af opgaven.
- Sammenhængen mellem pris og forventet leveringskvalitet.

Ad 2) Kvalitet i opgaveløsningen (40 %)

Der foretages en samlet vurdering af den faglige og metodiske kvalitet i tilbuddet, herunder:

- Opgaveforståelse:
Tilbudsgiver skal demonstrere en klar og grundig forståelse af projektets formål, herunder formidlingsstrategiens rolle i projektet *“Den nye normal – bæredygtighed som førstevalg”* og opgavens betydning for bæredygtig turismeudvikling.
- Metode og tilgang:
Beskrivelsen af den foreslåede metode skal være klar, velbegrundet, og realistisk.
- Indholdsmæssig kvalitet og anvendelighed:
Det forventes, at formidlingsstrategien munder ud i fagligt solide, let anvendelige og praksisnære resultater, der kan anvendes direkte i projektets videre arbejde, herunder i dialog med kommuner, Nationalpark Vadehavet og øvrige samarbejdspartnere.

Ad 3) Kvalifikation og leverancesikkerhed (30 %)

Ved vurderingen af kvalifikation og leverancesikkerhed indgår følgende elementer:

- Tilbudsgivers dokumenterede erfaring med lignende opgaver, gerne inden for turisme, bæredygtighed, natur- eller lokalsamfundsudvikling.
- Nøglemedarbejdernes faglige kompetencer og relevante erfaring.
- Tilbudsgivers kapacitet og organisatoriske setup, herunder evne til at levere rettidigt og i høj kvalitet i overensstemmelse med den aftalte tidsplan.
- Oplysning om team.
Tilbudsgiver skal i sit tilbud oplyse, hvilket team – herunder navngivne nøglepersoner og deres roller – der forventes at løse opgaven. Der skal endvidere angives én primær kontaktperson.
- Ordregiver forudsætter, at det i tilbuddet angivne team også er det team, der faktisk varetager opgavens udførelse. Ændringer i teamets sammensætning kan alene ske efter forudgående skriftlig godkendelse fra ordregiver.
- Dette krav vil blive indarbejdet som en forpligtelse i den kontrakt, der indgås med den vindende tilbudsgiver.

Behandling af indkomne tilbud

Indkomne tilbud behandles fortroligt. Ordregiver forbeholder sig retten til at afholde dialogmøder med udvalgte tilbudsgivere med henblik på at få uddybet eller præciseret dele af tilbuddet, såfremt dette vurderes nødvendigt.

Efter tilbudsfristens udløb kan tilbudsgivere rekvirere en samlet oversigt over de virksomheder, der har afgivet rettidige tilbud. Alle tilbudsgivere vil modtage skriftlig underretning om, hvorvidt deres tilbud er antaget eller forkastet.

Ordregiver forbeholder sig retten til at aflyse tilbudsindhentningen, såfremt der foreligger en saglig begrundelse, herunder eksempelvis:

- Manglende konkurrence eller utilfredsstillende tilbud.
- Fejl eller uhensigtsmæssigheder i tilbudsprocessen.
- Manglende bevilling eller ændrede forudsætninger for gennemførelse af opgaven.

Valg af leverandør er først endeligt, når der er indgået en skriftlig kontrakt.

Øvrige betingelser

Ejerskab og rettigheder

Ved kontraktindgåelse erhverver projektets partnerkreds (Destination Vadehavskysten, Destination Sønderjylland, Destination Vesterhavet, Nationalpark Vadehavet, VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme) fuldt ejerskab til alt skriftligt og visuelt materiale, herunder analyser, rapporter, præsentationer og datamateriale, der udarbejdes som led i opgaven. Materialet må frit anvendes og distribueres af projektets partnerkreds.

Branding og synlighed

Partnernes logoer samt Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses logo skal fremgå af relevante leverancer i overensstemmelse med gældende retningslinjer.

Ophavsret og databeskyttelse

Alt materiale skal leveres med de nødvendige rettigheder til offentlig og kommerciel anvendelse. Tilbudsgiver er ansvarlig for, at dataindsamling og databehandling sker i overensstemmelse med gældende regler for databeskyttelse (GDPR).

Kontrakt og misligholdelse

Kontrakten kan ophæves ved væsentlig misligholdelse, herunder manglende eller utilstrækkelige leverancer. En nærmere kontrakt udarbejdes og indgås ved aftaleindgåelse.

Bilag 1

<https://nationalparkvadehavet.dk/nyheder/2025/november/10-nye-codes-of-conduct-film>

Udklip fra Nationalpark Vadehavets hjemmeside.

Code of conduct – altså god og bæredygtig adfærd i naturen – tager over, hvor lovgivning og reguleringer slipper. Via code of conduct kommunikerer vi sund fornuft til gæster og beboere ved Vadehavet.

I VaBene har vi lavet et skrivebordsstudie over eksisterende codes of conduct i hele vadehavsregionen fra Holland til Danmark. Studiet viser, at der er beskrevet en lang række codes of conduct for færden og aktiviteter i Vadehavet, og at der er flest i Danmark. Afstemningen blandt fagpersoner inden for natur, naturvejledning og turisme om de vigtigste codes of conduct gav denne top 10-liste:

1. Affald i naturen
2. Hund i snor
3. Skræmmeafstand til fugle og sæler
4. Droneflyvning
5. Kitesurfing og windsurfing
6. Autocampere
7. Respekt for lokalbefolkningen
8. Sankning og plukning
9. Vandring
10. Strandsejlad