

**MOVING DESTINATIONS - UDBUD  
SPØRGSMÅL OG SVAR (01)**

Dette dokument indeholder de modtagne spørgsmål, samt Ordregivers svar derpå.

Medmindre andet fremgår af sammenhængen, anvendes i dette dokument de definitioner, som følger af udbudsgrundlaget. Grå markering indikerer, at spørgsmål og svar tidligere er offentliggjort.

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
01	Må Tilbudsgiver vedlægge bilag udover tilbuddets 15 sider?	Ja, der er ikke krav til antal bilag.
02	Udbudsmaterialet bruger begrebet "Konsulenten", og tilbudsgiver skal vedlægge CV'er på nøglepersoner. Er det korrekt forstået, at konsulenttydelserne forventes at blive løst af en række nøglepersoner og ikke blot én konsulent?	Ja, begrebet 'konsulenten' skal forstås som refererende til virksomheden, og man må knytte det antal personer til projektet som man ønsker.
03	Er det Ordregivers forventning, at Tilbudsgiver i Fase 2 udvælger og etablerer kontakt til teknologivirksomheder (s.7) eller er det en opgave, der varetages af Ordregiver? Såfremt Tilbudsgiver selv har de kompetencer, der kræves af en teknologivirksomhed i Fase 2, må Tilbudsgiver da selv agere teknologivirksomhed?	Ja, tilbudsgiver må selv agere teknologivirksomhed. Såfremt tilbudsgiver ikke har disse kompetencer, forventes det, at tilbudsgiver udvælger og etablerer kontakt hertil.

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
04	I udbudsbetingelserne(1.2, side 7), at budgettet er eksklusiv udgifter til eksempelvis licenser eller produktudvikling. Har VisitAarhus i projektet et budget afsat til netop disse udgifter?	<p>Ja, der er i projektet afsat midler til både licenser og produktudvikling. Disse midler er dog ikke på forhånd øremærket specifikke aktiviteter, men vil blive tilføjet og justeret afhængigt af, hvad mapping-fasen foreslår.</p> <p>Mapping-fasen er afgørende for at identificere de konkrete behov og prioriteringer, og derfor ønsker vi at sikre fleksibilitet i budgettet, så de mest relevante og værdiskabende aktiviteter kan understøttes. På den måde sikrer vi, at ressourcerne anvendes målrettet og med størst mulig effekt.</p>
05	I udbudsbetingelserne (1.2, side 5), at konsulenten vil være ansvarlig for rekruttering af turismevirksomheder til pilotforløbene, men i tæt samarbejde med VisitAarhus og Destination Fyn. Hvordan forventer VisitAarhus og Destination Fyn at kunne bidrage i forbindelse med rekruttering?	<p>VisitAarhus og Destination Fyn forventer at bidrage til rekrutteringen af turismevirksomheder til pilotforløbene gennem et tæt og konstruktivt samarbejde med konsulenten. Vi lægger vægt på at udnytte vores tætte kontakt til erhvervet og vores lokalkendskab, så vi kan bistå konsulenten med de mere logistiske opgaver, som f.eks.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opsætning af møder og kontakt med nøgleaktører.</li> <li>• Kommunikation med vores eksisterende netværk og interessenter for at sikre deres engagement.</li> <li>• Generel kommunikation gennem forløbet</li> <li>• Indsamling af viden ift. med mapping</li> </ul> <p>Vores mål er at skabe de bedste forudsætninger for en effektiv og målrettet rekrutteringsproces, hvor ressourcerne udnyttes optimalt.</p>
06	Tilbudsfristen fremstår som 15. Januar, kl 00.00. Skal det forstås som midnat ved start eller slut på d. 15. januar?	Det skal forstås som slut på d. 15. januar (23:59)
07	I udbuddet lægger I op til at vi skal samarbejde med tech virksomheder, men	Såfremt tilbudsgiver ikke har de teknologiske kompetencer til at igangsætte de, på baggrund af kortlægningen, anbefalede forløb, er det tilbudsgivers opgave at udvælge og etablere kontakt til teknologiske virksomheder. Kompetenceudvikling i kortlægningsfasen, ligger uden for

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
	<p>kan I uddybe rollefordelingen mellem konsulenten, tech virksomheder og redaktørgruppe/styregruppe/arbejdsgruppe?</p> <p>a. Er det fx konsulentens opgave at udvælge og indgå samarbejdsaftaler med tech virksomhederne?</p> <p>b. Og skal tech virksomhederne bidrage med kompetenceudvikling i kortlægningsfasen?</p>	<p>udbuddets omfang og denne del varetages af VisitAarhus. Der lægges naturligvis op til at der er tæt samarbejde og sparring om alle opgaver i projektet.</p>
08	<p>Er det korrekt forstået, at der i alt skal inddrages 200 turismevirksomheder i det samlede projekt, og at der i første iteration af pilotprojekter skal indgå 50-70?</p>	<p>Ja, det er korrekt forstået.</p>
09	<p>Skal DMO'er inddrages på samme vilkår som turismevirksomhederne eller er det et parallelt forløb i projektet?</p>	<p>Forløbet for DMO'er er et parallelt forløb, der varetages af VisitDenmark, og det forløb er ikke en del af opgaven i dette udbud.</p>
10	<p>Er det korrekt antaget, at de 15 sider er 2400 tegn x 15, hvormed det vil være tilladt at medsende illustrationer, tidsplaner og projektmodeller, som ikke tæller i de 15 sider.</p>	<p>Ja, det er korrekt antaget, hvis illustrationer, tidsplaner og projektmodeller vedlægges som bilag, tæller de ikke med i sideantallet på 15. sider.</p>

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
11	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tilbudsgiver finder det svært tolke, hvad budgetrammen på de 800.000 kroner skal dække. Der fremlægges 3 faser, 3 iterationer og 3 spor. Er det korrekt at forventning til de 800.000 kroner dækker:            Én iteration med Fase 1 og én iteration med fase 2 (spor 1 og spor 2, men uden DMO-sporet), med i alt 5-10 hhv. simple og komplekse pilotforløb jf. konsulent-leverancer fase 2 i bilag "Udbud fase 1 - Moving Destinations-FINAL-v2.pdf". I så fald ovenstående ikke er korrekt antaget, vil Ordregiver præcisere hvad deres forventning de 800.000 kroner i så fald er?</li> </ul>	<p>Budgettet på de 800.000,- skal dække kortlægningen (Fase 1) og facilitering af pilotforløb i fase 2 – se udbuddet pkt. 1.2 for uddybelse af konsulent-leverancer i begge faser. Selve arbejdet med projektmodellens fase 3 – udbredelse nationalt og regionalt er ikke en del af opgaven i udbuddet. Iterationer i projektmodellens fase 2 skal illustrere ønsket om den løbende evaluering og tilpasning i de 6. mdrs. pilotforløb i fase 2.</p>
12	<p>Ud fra Tilbudsgivers fortolkning betyder det, at med 2-4 virksomheder i simple pilotprojekter og 1 virksomheder i komplekse pilotprojekter kan antallet af mulige deltagere maksimalt blive 37 virksomheder (9 simple á 4 virksomheder samt 1 komplekst á 1 virksomhed), hvilket divergerer fra de ønskede 50-70 virksomheder nævnt under Fase 2, Konsulent-leverancer fase 2 i selve udbuddet. Hvordan skal dette tolkes?</p>	<p>Jeg antager at du her refererer til side 6 og 7 (Fase 2 – Pilotforløb) i projektbeskrivelsen. Disse antals-benævnelser skal ses som vejledende, da vi er meget åbne over for at kortlægningen skal vise os hvor mange forløb der skal igangsættes samt hvor mange, der skal deltage i hvert forløb. Der kan eksempelvis godt være flere virksomheder, der deltager eller samarbejder om et komplekst pilotforløb. Eller, hvis det giver mening, at 10 virksomheder deltager i et simpelt pilotforløb, er dette også en mulighed. Det er de 50-70 virksomheder, vi sigter efter.</p>
13	<p>Skal den detaljerede kortlægning og identifikation af udfordringer for det samlede turismeerhverv for Aarhusregionen og Fyn gentages for hver iteration, og dermed 3</p>	<p>Nej, tilbudsgiver forventes at kunne håndtere de teknologi-kompetencer som pilotforløbene kræver. Har tilbudsgiver ikke kompetencerne 'in-house', forventes det, at tilbudsgiver selv faciliterer et samarbejde med nogen der kan og gerne gør sig nogle tanker herom i tilbuddet. (OBS. evt. udgifter til licenser, som forløbene måtte kræve, ligger uden for udbuddets budget).</p>

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
	<p>gange i alt jf. Side 10 i "BILAG 1- projektbeskrivelse-Moving Destinations" eller blot én enkelt gang, som tilbudsgiver tolker det i Udbuddets Omfang jf. afsnit 1.2 side 4 "Udbud fase 1-Moving Destinations-FINAL-v2"?</p>	
14	<p>Ud fra tilbudsgivers erfaring er det en bekymring, at rekruttering af virksomheder er en meget tidskrævende opgave, og at dette i så fald kommer til at tage timer fra selve faciliteringen af pilotforløbene. Jf. spørgsmål svar ID 05, I tilfælde af virksomhedstilslutningen til fase 1 og fase 2 ikke er som forventet, hvem påhviler ansvaret så for at imødekomme dette? Og eksekveres projektet blot fortsat såfremt tilslutningen ikke er som forventet, og dermed prioriteres fremdrift, eller afventes der til forventningen til tilslutning er imødekommet.</p>	<p>Rekruttering vil ske i tæt samarbejde med VisitAarhus, Destinations Fyn og projektets øvrige partnere og tilrettelægges således, at tilbudsgivers tid er brugt bedst muligt. Såfremt der i fællesskab ikke rekrutteres det forventede antal, påhviler ansvaret VisitAarhus og Destination Fyn. Fremdrift prioriteres.</p>
15	<p>Jf. spørgsmål svar ID 05, vil Ordregiver afholde omkostninger i forbindelse med at stille lokaler og forplejning til rådighed i tilfælde af fysiske arrangementer fx workshops og netværksarrangementer</p>	<p>Ja, dette kan afholdes af Ordregiver.</p>
16	<p>Jf. kontrakten fremgår det af aftalegrundlagets punkt 3, at der henvises til kravspecifikationen (bilag 2). Vil Ordregiver bekræfte, at henvisningen til dette bilag 2 er</p>	<p>Ja, det er korrekt, der er tale om selve udbuddet.</p>

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
	bilaget "Udbud fase 1-Moving Destinations-FINAL-v2".	
17	Budgettet på 800.000 DKK – dækker det udelukkende konsulenttimer, og kan det antages, at udgifter til softwareudvikling samt specialviden ikke er inkluderet i budgettet?	Vedrørende specialviden så forventes det at tilbudsgiver kan håndtere de teknologi-kompetencer som pilotforløbene kræver. Har tilbudsgiver ikke kompetencerne 'in-house', forventes det, at tilbudsgiver selv faciliterer et samarbejde med nogen der kan. (Udgifter til licenser ligger ikke i dette budget)
18	<p>Hvordan definerer styregruppen begrebet "udvikling" i projektet?</p> <p>Vi er interesserede i at få klarlagt sektionen omkring "produktudvikling" i forhold til budgettet. Konkret ønsker vi at forstå, om aktiviteter såsom "prototyping" er inkluderet eller ekskluderet i det, der defineres som udvikling.</p>	Prototyper er en del af budgettet. I projektets første år er det ikke ambitionen, at vi står med færdige produkter, men snarere et udgangspunkt for, hvad der vil være værdifuldt at arbejde videre med.
19	Forventer styregruppen, at konsulenterne er tilknyttet projektet på fuldtid i den angivne periode?	Ikke nødvendigvis, dette er op til tilbudsgiver og noget som vi vil forventningsafstemme med den udvalgte konsulent ved opstart.
20	Er der udarbejdet en rollebeskrivelse samt en oversigt over forventningerne til bidraget fra styregruppen, arbejdsgruppen og redaktionsgruppen?	Rollerne for de enkelte grupper er defineret. Ved projektet opstart gennemgår vi dette og forventningsafstemmer ift. hvordan vi sammen bidrager til et succesfuldt projekt.

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
21	Har styregruppen en intern projektleder, eller forventes det, at konsulenten indtager denne rolle?	VisitAarhus er primær projektleder og varetager intern kommunikation.
22	Hvilket tidsforbrug og hvilke kompetencer forventer VisitAarhus og Destination Fyn selv at bidrage med i projektforsløbet?	VisitAarhus har to projektledere, der hver især dedikerer min. 50 % af deres tid til dette projekt (det samlede projekt). Destination Fyn bidrager også med et stort antal timer. Når konsulenten er valgt, forventes det at indgå et tæt samarbejde, herunder også hvilke kompetencer vi hver især bidrager med. VisitAarhus og Destination Fyn har et stort forhåndskendskab til områdernes turismeaktører og en god kontakt til disse.
23	Vurderer styregruppen at det vil være en fordel eller en ulempe, at nogle af AI-eksperterne er fra EU og taler engelsk, hvorfor kommunikationen med disse er på engelsk?	Vi vurderer, at dette som udgangspunkt vil være fint.
24	Er der adgang til rapporter indeholdende erfaringer fra tidligere projekter, som vi allerede nu kan få adgang til? Vi tænker primært på teknologi-projekter eller projekter med en høj grad af innovation og nytænkning. Et relevant eksempel kunne være de erfaringer, I henviser til i Bilag 1, side 15, hvor der nævnes, at fokus på forretningsnære problemstillinger har ført til mere praksisnær viden og konkrete forandringer hos deltagerne.	I VisitAarhus og hos Destination Fyn har vi løbende dialog med vores turismeaktører på mange niveauer. Dette giver os i nogen grad en grundviden, som vi naturligvis vil bringe i spil i samarbejdet med den valgte konsulent for at opnå en fyldestgørende kortlægning.

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
25	<p>Præcisering af den eksisterende viden            Angående kortlægningen af udfordringer, teknologisk modenhed og teknologiske løsninger angiver I, at projektet allerede står på viden om muligheder og udfordringer. Vi er usikre på, hvor langt vi kan nå med denne viden til at sikre en fyldestgørende kortlægning af udfordringer og muligheder, som er repræsentativ for de 50-70 virksomheder. Kan I afklare, hvem der indgår i analyserne, hvad de undersøger, og hvad I mener det nuværende videngrundlag kalder på for at blive fyldestgørende (fx om I har tænkt i konkrete aktiviteter, der skal kunne det)?</p>	<p>I VisitAarhus og hos Destination Fyn har vi løbende dialog med vores turismeaktører på mange niveauer, dette giver os i nogen omfang en grundviden som vi naturligvis vil bringe i spil samarbejdet med den valgte konsulent ift. kortlægningen.</p>
26	<p>Præcisering af pilotforløb            Vi har i flere tilfælde arbejdet med AI-pilotforløb af forskellig kompleksitet og deraf forskelligt omfang. Angående pilotforløb i udbuddet håber vi derfor, I kan hjælpe os med at præcisere omfanget heraf ud fra følgende:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Inkluderer et pilotforløb én virksomhed eller én løsning, som flere virksomheder prøver af?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Vi forestiller os, at flere virksomheder deltager i samme pilotforløb. Antallet af pilotforløb, der igangsættes, afhænger af kortlægningens resultater.</li> <li>2) Vi forventer at konsulenten jævnligt tjekker ind og samler viden/erfaringer til løbende 'optimering' (iterationerne). Når det 6 mdrs. Pilotforløb er afsluttet, forventes det at konsulenten kommer med anbefalinger til det videre arbejde.</li> </ol>



NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
	<p>2) I arbejdet med tidligere pilotforløb har vi erfaret, at det for udvikling og gennemførelse er vigtigt at indtænke specialistkompetencer som dataudvikler og jurister. Tænker I, at disse er inkluderet i den økonomiske ramme, eller noget vi kan finde andetsteds?</p>	
27	<p>Er det korrekt forstået at kortlægningen i Fase 1 primært er baseret på eksisterende materiale og dialog med turismeaktører faciliteret af VisitAarhus? Hvis det er tilfældet, har Ordregiver en forventning om antallet af dialoger?</p>	<p>Vi forventer at tilbudsgiver faciliterer en kortlægning og i tilbuddet redegør for jeres tilgang til dette, samt hvad en kortlægning kræver herunder evt. også antal dialoger (se udbuddets pkt. 1.2). Samarbejdet med VisitAarhus og Destination Fyn vil være tæt, særligt i forbindelse med kontakt til aktørerne.</p>
28	<p>I projektbeskrivelsen s. 5 står der: "Allerede i første fase vil projektet opkvalificere aktører med viden om AI-løsninger. Aktørerne efterspørger</p>	<p>Den opkvalificering der henvises til, ligger uden for udbuddets omfang og er noget som VisitAarhus varetager. Der lægges naturligvis op til, at der er tæt samarbejde og sparring om alle opgaver i projektet, således der opnås bedst mulig synergi på tværs af aktiviteter.</p>

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
	<p>viden og inspiration om kunstig intelligens, og hvilke muligheder det giver for deres forretning. For at rekruttere deltagere til projektet vil der blive iværksat en række initiativer, herunder informationskampagner, workshops og netværksarrangementer, hvor aktørerne bliver introduceret til mulighederne inden for kunstig intelligens.", mens der i udbudsmaterialet er et mere tydeligt fokus på kortlægning (se s. 4). Er det primært udbudsmaterialet vi skal forholde os til her, så vores forslag til hvordan fase 1 forløber ikke indeholder opkvalificering af aktører, men primært omhandler kortlægning?</p>	
29	<p>Hvilke specifikke barrierer har I tidligere oplevet, der har hæmmet digitalisering eller implementering af teknologi i turismebranchen?</p>	<p>Viden om muligheder og den forskel det kan skabe. Tid og ressourcer.</p>
30	<p>Er der organisatoriske, kulturelle eller tekniske udfordringer, vi bør tage højde for?</p>	<p>Dette håber vi, at kortlægningen kan gøre os klogere på.</p>
31	<p>Hvordan ser I på mulighederne for at udvikle og dele fælles datasæt mellem turismeaktører?</p>	<p>Vi ser, at der er gode muligheder. Til eksempel arbejdes der allerede med deling af data i regi af VisitData: <a href="https://www.visitdata.dk/forside">https://www.visitdata.dk/forside</a></p>
32	<p>Hvilke juridiske, tekniske eller konkurrenceprægede barrierer oplever I som udfordringer i forhold til datadeling?</p>	<p>Det kunne være forskelligartet data (formater, systemer eks.)</p>

NR.	SPØRGSMÅL	ORDREGIVERS SVAR
33	Hvem står for rekruttering af deltagere til forløbet og de enkelte workshops?	Dette gør tilbudsgiver i tæt samarbejde med VisitAarhus og Destination Fyn.
34	Er det et krav, at AI er en del af alle løsningsforslag – eller er det primære mål digitalisering og automatisering?	Det er ikke et krav at AI er en del af alle løsningsforslag.