

Midtvejsevaluering af Tourism Together

Wonderful Copenhagen

December 2024
Endelig version

IRISgroup

Pluss.

Projektnummer	039
Version	Endelig
Udgivelsesdato	09.12.24
Udarbejdet af	Sigurd Gylstorff, IRIS Group

INDHOLD

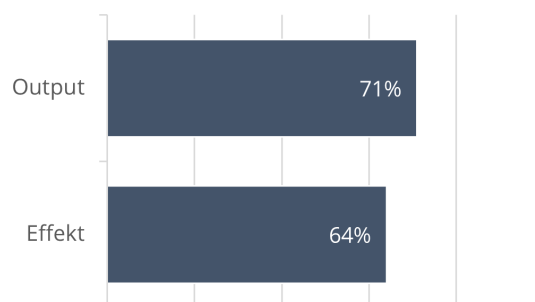
1. Resume.....	3
2. Fakta om projektet.....	4
2.1 Projektets effektkæde.....	5
2.2 Evalueringens datagrundlag.....	6
2.3 Scoring af fremdrift ift. projektmål.....	6
3. Projektstatus.....	7
3.1 Overordnet status.....	7
3.2 Status på output.....	7
3.3 Status på effekter.....	9
4. Projektets implementering.....	10
4.1 Input.....	10
4.2 Rekruttering.....	11
4.3 Virkemidler.....	11
4.4 Outcome & effekt	12
4.5 Forankring.....	13
4.6 Monitorering og opfølgning.....	13
5. Anbefalinger og læring.....	14

1 Resumé

Status på projektets indikator

Projektet har ved midtvejsevalueringen opnået 71% af de opstillede outputmål samt 64 % af de opstillede effektmål og er således nået langt. Det gælder både i forhold til spor 1 (spredning af turisme i København) og spor 2 (destinationsudvikling af en større geografi i Hovedstaden).

De resterende aktiviteter knytter sig særlig til etablering af tværkommunale samarbejder, styrket forståelse af turismens betydning samt formalisering af samarbejdsmodeller.



Note: Ovenstående fremdrift er ift. projektets totale måltal.

Input 	Rekruttering 
Vi vurderer, at projektteamet besidder de nødvendige kompetencer, og at der er etableret en solid struktur for samarbejdet mellem de mange lokale aktører. Projektlederen udfører sin rolle på en særdeles professionel måde og opretholder en passende balance mellem central styring af projektet og hensynet til de enkelte lokale aktørers forskelligartede behov.	Vi vurderer, at det er lykkedes at rekruttere relevante deltagere til spor 1 og 2 i projektet. Der er dog fortsat potentiale for at forbedre samarbejdet mellem projektpartnerne med henblik på at styrke rekrutteringsindsatsen. Fremadrettet anbefaler vi særligt at fokusere på at identificere og inddrage de lokale aktører, der endnu ikke har været en del af projektet.
Virkemidler 	Outcome & effekt 
Vi vurderer, at projektets virkemidler fungerer efter hensigten og opleves som relevante og værdiskabende af projektets deltagere. Det gælder både virkemidlerne i spor 1 og spor 2. Det har dog endnu ikke været muligt at evaluere, om de planlagte virkemidler til at sikre lokalpolitisk opmærksomhed og opbakning til turismen er tilstrækkelige.	Vi vurderer, at projektet gennem spor 1 har formået at engagere lokale aktører i turismeudviklingen og understøttet en bredere spredning af turismen i København og omegn. Samtlige adspurgte deltagere fremhæver, at projektet har bidraget til en større viden om destinationsudvikling og etablering af nye, centrale samarbejder og netværk. Markedsføringsaktiviteterne i projektets spor 2 vurderes desuden at styrke forudsætningerne for øget spredning af turismen i hovedstadsområdet på længere sigt.
Forankring 	Monitorering 
Projektet er med til at styrke deltagernes mulighed for at arbejde videre med at indfri de langtidssigtede potentialer med at sprede turismen i Hovedstadsområdet. Men det er vores vurdering, at der er usikkerhed forbundet med at sikre vedvarende turismesamarbejder. Det er derfor vigtigt, at projektholder har fokus på, hvordan de nyetablerede samarbejder og aktiviteter fastholdes efter projektets afslutning.	Vi vurderer, at projektholder har en effektiv løbende opfølgning på projektets samlede fremdrift og risici og foretager de nødvendige justeringer undervejs. Fremadrettet ser vi potentiale i at fokusere på en tættere inddragelse af de kommunale aktører i spor 2 samt en kontinuerlig opfølgning på den lokalpolitiske opbakning til turismen.

2 Fakta om projektet

Dette afsnit indeholder en kort beskrivelse af projektets formål og baggrund samt en gengivelse af de vigtigste baggrundsoplysninger for projektet (tekstboks). Afsnittet afsluttes med en opsamling af projektets 'effektkæde' og en kort beskrivelse af evalueringens datagrundlag.

Formålet med projektet er at modvirke overturisme i Hovedstaden ved at bidrage til hhv. mere geografisk spredning og inddragelse af lokalsamfund i turisme- og destinationsudviklingen. En succesfuld udvikling kræver, at lokale borgere og turismeaktører inddrages aktivt i arbejdet med at skabe en balanceret og bæredygtig destinationsudvikling. Indsatsen skal understøtte en bæredygtig og sammenhængende turismeudvikling, der tager hensyn til både lokale og besøgendes behov. Ved at udvide hovedstadens oplevelsesgeografi og sprede turisterne over et større område, kan projektet skabe værdi for borgere, erhvervslivet og gæsterne.

Samarbejdet mellem lokale aktører, turismeerhverv og borgere skal fremme en mere inkluderende og robust sektor, der kan tiltrække og håndtere besøgende på en måde, der styrker lokalsamfundet og sikrer hovedstadens position som en attraktiv og konkurrencedygtig destination.

Projektet har følgende målsætninger:

- Turisterne skal spredes geografisk i hele byen, både til gavn for Indre by og de mindre besøgte områder og til gavn for gæster, borgere og turismevirksomhederne.
- Sammenhængen mellem København og resten af Greater Copenhagen skal styrkes og forbedre forudsætningerne for lokal forankring og vækst af turismen i hele regionen
- Borgere og lokale kræfter skal indtænkes, engageres og have mulighed for at medskabe en bæredygtig turismeudvikling

Tourism Together består af to hovedspor:

- **SPOR 1 – CIVIC IMPACT:** Understøtte at turismen spredes mere inden for København til flere bykvarterer (mini-destinationer) samt håndtere særlige udfordringer med turismen i hotspots.
- **SPOR 2 – COPENHAGEN BEYOND:** Destinationsudvikling og markedsføring af en større geografi i Hovedstaden gennem bl.a. etablering af tværkommunale samarbejder med fokus på lokalt forankret destinationsudvikling samt indfrielse af Kystbanens potentiale og styrket mobilitet i hele hovedstaden.

FAKTA-BOKS

Tilskudsmodtager	Wonderful Copenhagen
Sagsbehandler	Anette Ege Fuglsang Larsen, ERST
Finansieringskilde	Decentrale Erhvervsfremmemidler
Indsatsområde	Lokale- og tværgående turismeprojekter
Samlet budget	DKK 14.845.586
Bevillingsperiode	01.07.2023 – 31.12.2025

2.1 Projektets effektkæde

Projektets effektkæde er sammenfattet i tabellen herunder. Evalueringen har især fokus på outcome, som er bindeleddet mellem projektets umiddelbare output/leverancer og resultaterne/effekterne på længere sigt, hvilket er nærmere udfoldet i afsnit 4.4.

Tabel 1: Projektets effektkæde

Indhold	Aktiviteter
Input	- Samlet projektbudget: 14.845.586 DKK - Indsigter og viden fra tidligere projekter: TUR-19-0025 "Tourism Moves", REM-18-0086 "Land & By" & TUR-21-0107 "Sustainable choices"
Hovedaktiviteter	Spor 1 - CIVIC IMPACT <i>Tourism Relocation</i>: I samarbejde med lokale aktører udvikles en kernefortælling, et brandtema og markedsføringsaktiviteter for syv geografiske områder med henblik på at tiltrække turister. <i>Civic Solutions</i>: WOCO faciliterer en designproces, der skal bidrage til at udvikle løsninger på borgernes største udfordringer, hvor turismen spiller en central rolle. <i>Civic Baseline & Data</i>: Der gennemføres dataindsamling om borgernes opbakning til turisme og en kortlægning af friktionspunkter mellem borgere og turister. Derudover udvikles en "København-model" for inddragelse af lokale borgere. Spor 2 - COPENHAGEN BEYOND <i>Lokalt forankret destinationsudvikling af hele Hovedstaden</i>: Facilitering og udvikling af tre destinations-samarbejder på tværs af kommuner, samt udvikling af markedsføringsmateriale. Afholdelse af videns- og erfaringskonference, der skal belyse projektets resultater samt hvilken rolle kommuner og turister kan spille for hhv. destinationsudvikling og lokalsamfundet. <i>Indfrielse af Kystbanens turismemæssige potentiale</i>: Udvikle fysisk markedsføringskoncept af oplevelser på stationer på hovedstrækninger i regionen, samt skalering, med afsæt i erfaringerne, til andre togstrækninger. <i>Styrket mobilitet i hele Hovedstaden</i>: Gennemførsel af barriere og UX-analyser på digitale/fysiske kontaktpunkter ift. spredning af turisme.
Output	Spor 1 - Civil Impact: - Brand-toolbox til Københavns yderkvarterer - Forankret ejerskab omkring destinationsudviklingen i 7 områder - Kampagner og markedsføring af de 7 områder - En e-mail-service for nyt om oplevelser i København - En operationel samarbejdsmodel om friktioner i byen - Et årligt revideret vidensgrundlag for udfordringer - En markedsføringsmetode til geografisk spredning - En København-model for lokalinddragelse Spor 2 - Copenhagen Beyond: - Etablering af tre tværkommunale samarbejder - Et etableret brand for oplevelser i den bredere region - En bredere forankret forståelse kommunalt for turismens betydning - Et sammenhængende fysisk koncept for markedsføring på togstationer - Et levende og attraktivt miljø omkring kystbanestrækningen - Et vidensgrundlag for mobilitet
Outcome	Se afsnit 4.4
Resultater (effekter)	- Geografisk spredning af turister til brokvarterer - Øget tilfreds blandt turister - Styrket borgeropbakning - Geografisk spredning af turister til omegnskommuner - Omkostning pr. skabt kendskab - Omkostning pr. skabt præference

2.2 Evalueringens datagrundlag

Evalueringen er primært baseret på semistrukturerede interviews med projektholder samt udvalgte projektpartnere og -deltagere. Der er gennemført fem interviews med projektpartnere under COPENHAGEN Beyond. Disse er VisitNordsjælland, Helsingør Kommune, Dragør Kommune, Lyngby-Taarbæk Kommune samt Furesø Kommune. Dertil er der gennemført fire interviews med Frederiksberg Kommune, der er projektpartner i CIVIC IMPACT samt fire aktører, der har deltaget i udviklingen af mini-destinationer. De fire aktører er ENIGMA, Home of Carlsberg samt Netværk Nordvest hjælper. Derudover indgår projektholders seneste statusnotat til Erhvervsstyrelsen som en del af datagrundlaget for midtvejs-evalueringen.

Interviewene og det øvrige datamateriale giver indblik i både det forventede og det allerede opnåede udbytte blandt deltagerne. Det skal dog understreges, at materialet ikke giver en fuldstændig beskrivelse af indsatsens samlede effektskabelse.

2.3 Scoring af fremdrift ift. projektmål

Vurderingen af projektets målopnåelse er primært baseret på fremdrift ift. outputmål. Scoren tildeles på baggrund af en helhedsvurdering af projektets målopnåelse, men med udgangspunkt i projektets kvantitative målopnåelse på evalueringstidspunktet. Nedenstående tabel over sammenhæng mellem målopnåelse og trafiklysscore er vejledende.

Tabel 2: Vejledende sammenhæng mellem målopnåelse og trafiklys

Trafiklys	Målopnåelsen er	Midtvejsevaluering	Slutevaluering
Grøn	... som ønsket eller bedre	45 % +	95 % +
Grøn	... lidt under det ønskede niveau	35-44 %	81-90 %
Gul	... noget under det ønskede niveau	24-34 %	65-80 %
Rød	... meget under det ønskede niveau	15-24 %	20-64 %
Rød	... ikke eksisterende eller tæt på	0-14 %	0-19 %

3 Projektstatus

Afsnittet indeholder en kort fremstilling af status for projektets fremdrift. Vi indleder med en kort overordnet status. Dernæst følger en status på de specifikke måltal, der er aftalt med Erhvervsstyrelsen, og som fremgår af projektets indikatorskema. Der er i projektets indikatorskema kun opstillet mål vedrørende output og resultater, og der er derfor ikke et afsnit om aktivitetsmål.

3.1 Overordnet status

Overordnet set vurderer vi, at projektet ved midtvejsevalueringen er nået langt på flere områder og har realiseret en række af de officielt opstillede mål. For flertallet af de fastsatte outputmål er de planlagte måltal for perioden blevet opfyldt, hvilket betyder, at projektet generelt performer som forventet i forhold til målene for hele projektperioden.

Statustallene giver overordnet indtryk af, at projektets aktiviteter er forløbet som planlagt, uden væsentlige forsinkelser eller samarbejdsudfordringer. Dette indtryk bekræftes yderligere af de gennemførte interviews med sagsbehandler, projektholder og projektdeltagere.

3.2 Status på output

På evalueringstidspunktet er 71 % af de opstillede outputmål nået, beregnet som et simpelt gennemsnit. Status for de enkelte outputmål er gengivet i tabellen nedenfor.

Tabel 3: Status på de opstillede outputmål per 20.11.2024

Output	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
En brand-toolbox til Københavns yderkvarterer (spor 1)	1	1	100 %
Forankret ejerskab omkring destinationsudvikling i 7 områder (spor 1)	7	5	71%
Kampagner og markedsføring af de 7 områder (spor 1)	7	5	71%
En email-service for nyt om oplevelser i København (spor 1)	1	0	0 %
En operationel samarbejdsmodel om friktioner i byen (spor 1)	1	0	0 %
Et årligt revideret vidensgrundlag for udfordringer (spor 1)	2	1	50 %
En markedsføringsmetode til geografisk spredning (spor 1)	1	1	100%
En Københavnermodel for lokalinddragelse (spor 1)	1	0	0 %
Etablering af 3 tværkommunale samarbejder (spor 2)	3	1	33 %
Et etableret brand for oplevelser i den bredere region (spor 2)	1	0	0 %
En bredere forankret forståelse kommunalt for turismens betydning (spor 2)	1	0	0 %
Et sammenhængende fysisk koncept for markedsføring på togstationer regionalt (spor 2)	1	0	0 %
Et levende og attraktivt miljø omkring kystbanestrækningen (spor 2)	1	0	0 %
Et vidensgrundlag for mobilitet (spor 2)	2	1	50 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluatør af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Projektet har realiseret en række af outputmålene inden for spor 1, som fokuserer på at sprede de internationale turister til flere dele af København. Inden for spor 1 har projektet blandt andet støttet udviklingen af fem mini-destinationer ved at engagere lokale turisme- og kulturaktører i at skabe en fælles kernefortælling. Der er udviklet en brand-toolbox for områderne og gennemført en række markedsføringsaktiviteter i samarbejde med aktører som Københavns Kommune, DOT og Metroselskabet.

Desuden er der etableret en samarbejdsmodel, som styrker dialogen og koordineringen mellem WoCo og de væsentligste forvaltningsenheder i Københavns Kommune (KKF, TMF og ØKF), hvor der afholdes månedlige møder. Dog mangler projektet stadig at færdigudvikle en Københavner-model for lokalinddragelse.

Inden for spor 2, der fokuserer på destinationsudvikling og markedsføring af en større geografi i hovedstadsområdet, er der realiseret lidt færre outputmål. Projektsporet forløber dog overordnet set planmæssigt.

Ved tidspunktet for midtvejsevalueringen er Copenhagen Beyond halvvejs gennemført, og der er etableret et tværkommunalt samarbejde. Blandt andet er der udviklet en kernefortælling for Copenhagen East og Copenhagen North i tæt samarbejde med kommuner og lokale turismeaktører. Områderne er blevet promoveret gennem en række markedsføringsaktiviteter, herunder udgivelsen af et magasin målrettet internationale turister.

Projektet arbejder desuden på at indfri Kystbanens turismemæssige potentiale. Dette inkluderer støtte til lokale værtskaber på stationerne samt dialog med DSB Ejendomme om ejendommenes kvalitet og mulighederne for at tiltrække nye, turismerelevante lejere.

3.3 Status på effekter

På evalueringstidspunktet er 64 % af de opstillede effektmål nået, beregnet som et simpelt gennemsnit. Status for de enkelte effektmål er gengivet i tabellen nedenfor.

Tabel 4: Status på de opstillede effektmål per 20.11.2024

Indikator	Måltal i projektperioden	Måltal efter projektperioden	Status	Målopnåelse i procent
Geografisk spredning til brokvarterer (baseline: 47 %)	50	53	49,3	99 %
Turisternes tilfredshed (baseline: 189)	189	189	215	+100 %
Borgeropbakning (baseline: 71 %)	71	71	61,4	86 %
Geografisk spredning til omegnskommuner (baseline: 19 %)	25	30	21,6	86 %
Omkostning pr. skabt kendskab	1.814.700	-	-	0 %
Omkostning pr. skabt præference	6.838.00	-	-	0 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt. - angiver, at projektholdet endnu ikke er begyndt at samle data ind på denne indikator. 'Målopnåelse i procent' er beregnet p.b.a. måltallene for den samlede projektperiode.

De fire første effektmål fokuserer på spredning og tilfredshed blandt turisterne samt borgeropbakning til turismen, der løbende monitoreres af projektholder. De konkrete mål er sat i forhold til en baseline måling ved projektets start. Baslinemålingen for de fire første effektmål er skrevet i parentes i tabellen.

Projektet er meget tæt på at opnå 100 % målopfyldelse i forhold til den geografiske spredning af internationale turister, der planlægger besøg i et eller flere brokvarterer. Det opstillede mål for turisternes tilfredshed med deres besøg i København er allerede opnået, og projektet er også tæt på at indfri målet om større borgeropbakning til turismen. Derudover er projektet godt på vej til at nå målet for den geografiske spredning af turister til omegnskommuner.

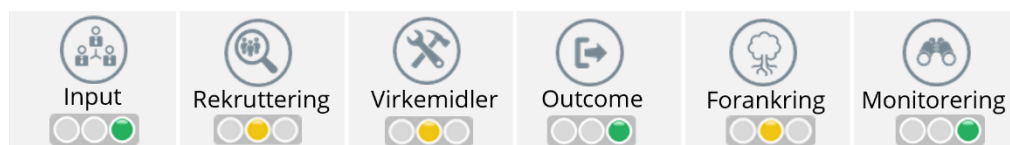
På tidspunktet for midtvejsevalueringen er der dog endnu ikke indsamlet data for de sidste to effektmål, som vedrører omkostninger pr. skabt kendskab og præference.

Projektholder vurderer, at et par af resultatmålene bør revideres. Resultatmål 3 er baseret på en baseline fra 2021, hvor turismen var minimal, og det foreslås derfor at benytte en baseline fra 2019 i stedet. Derudover vurderes det, at resultatmål 5 og 6 bør justeres til nye resultatindikatorer, der bedre kan måle effekten af projektets markedsføringsinitiativer.

4 Projektets implementering

I dette afsnit præsenterer vi vores vurdering af projektets implementering ud fra seks faste evalueringsparametre. Figuren nedenfor giver et overblik over evalueringens konklusioner i forhold til de seks parametre. En grøn score indikerer en tilfredsstillende implementering, evt. med nogle få forbedringspotentialer; en gul score indikerer et behov for at adressere visse udfordringer og en rød score indikerer, at der er ét eller flere forhold, som ikke er tilfredsstillende.

Figur 5 Tildeling af scorer for de seks evalueringsparametre



Forklaring af scorer:

	Grøn score	Projektimplementeringen er tilfredsstillende. Få forbedringspotentialer.
	Gul score	Et eller flere elementer i projektimplementeringen bør have fokus.
	Rød score	Kritiske forhold i projektimplementeringen. Væsentlige forbedringspotentialer

I de følgende afsnit uddyber vi vurderingerne af projektet under de enkelte parametre.

4.1 Input



Projektholder har sikret et godt samarbejde med partnerne og sikret, at projektet har realiseret mange mål, men der er et potentiale for at inddrage projektparterne mere i aktiviteterne.

Projektet er organiseret med Wonderful Copenhagen som projektholder og en række projektpartnere, herunder VisitNordsjælland, Københavns Kommune, Dragør Kommune, Helsingør Kommune og Lyngby Kommune. Partnerne er aktive i forskellige dele af projektet.

Det er vores vurdering, at de nødvendige kompetencer overordnet set er til stede i projektet, og at der eksisterer et velfungerende samarbejde mellem parterne. Samarbejdet opleves af både projektholder og de interviewede projektpartnere som præget af stor åbenhed. Projektholder har skabt og faciliteret et effektivt samarbejde mellem de lokale turismeaktører, som indgår i projektet med forskellige forudsætninger og kompetencer. Dette afspejles i, at projektet har opnået mange af de opstillede outputmåltal for perioden, jf. afsnit 3.2.

Vi vurderer, at projektholder udfylder projektlederrollen på meget tilfredsstillende vis. Der er etableret en effektiv model for samarbejdet med en bred vifte af lokale aktører, hvor fokus ligger på de enkelte aktørers behov, samtidig med at der sikres central styring af projektets fremdrift og overordnede mål.

Der er dog et potentiale for at styrke samarbejdet mellem projektparterne yderligere. Nogle af de interviewede kommuner efterspørger mere løbende informationsdeling og inddragelse i projektets aktiviteter. Selvom projektholder har afholdt flere statusmøder med projektparterne i løbet af projektperioden, peges der på, at kommunikationen om

relevante afholdte og planlagte aktiviteter kan forbedres. Fremadrettet bør projektholder fokusere på en større inddragelse af især de kommunale samarbejdspartnere.

4.2 Rekruttering



Projektet har været meget succesfuld med at rekruttere lokale turismeaktører både i København og omegnskommuner. Fremadrettet er det vigtigt at understøtte yderligere lokal mobilisering og ejerskab.

Projektholder har haft stor succes med at rekruttere og samle lokale turisme- og erhvervsaktører til destinationsudvikling i både spor 1 og 2. Aktørlandskabet i både spor 1 og spor 2 er præget af stor variation mellem store og små aktører med forskellige forudsætninger, kompetencer og erfaringer. Trods forskelle i aktørlandskabet har projektholder haft succes med at engagere de lokale aktører. Dette bekræftes af interviews, hvor hovedparten vurderer, at rekrutteringen er forløbet godt, og at hovedparten af de relevante aktører er blevet inddraget i projektet.

Dog udtrykker flere af de interviewede deltagere usikkerhed om, hvordan projektet vil engagere aktører, der endnu ikke har deltaget. Der efterspørges en strategi for at aktivere disse aktører. I udviklingen af de syv mini-destinationer peger nogle deltagere på usikkerhed omkring inddragelsen af aktører, der ikke har været med i det indledende arbejde. En barriere er, at flere turisme- og kulturvirksomheder ikke ser en klar gevinst ved øget turisme. De interviewede deltagere vurderer at en stærkere value proposition og tydeligere fortælling om de mange fordele ved turisme vil kunne styrke rekrutteringen af aktører, der ikke deltog fra start.

En lignende udfordring gør sig gældende i spor 2, hvor det har været svært at engagere mindre erhvervsdrivende i omegnskommunerne. De interviewede projektpartnere vurderer, at en større inddragelse af dem i rekrutteringen kan have positiv effekt.

4.3 Virkemidler



Projektets virkemidler er velfungerende i forhold til at opnå målet om at en større geografisk spredning af internationale turister, men for tidligt at vurdere, hvorvidt virkemidlerne er tilstrækkelige til at sikre lokalpolitisk opbakning.

Det er vores vurdering, at projektets virkemidler generelt er velfungerende i forhold til målet om at sprede turismen inden for København til flere bykvarterer og samtidig understøtte destinationsudvikling og markedsføring i en større geografi i hovedstadsområdet. De centrale virkemidler, herunder etablering af mini-destinationssamarbejder, workshops, udvikling af samarbejdsmodeller og tværkommunale samarbejder, vurderes som velfungerende og forventes at skabe den ønskede forandring.

Dette billede understøttes af de gennemførte interviews med projektpartnere og aktører, hvor der er bred tilfredshed med projektets aktiviteter. Deltagerne fremhæver især workshops til udvikling af kernefortællinger som professionelle og effektive. Det værdsættes også, at projektet har afsat midler til specifikke aktiviteter i de enkelte mini-destinationer, hvilket vurderes som væsentligt for at skabe lokal værdi.

Samtlige interviewede aktører vurderer, at projektets virkemidler har bidraget positivt til at opnå målsætningerne. Langt de fleste påpeger desuden, at de ikke ville have igangsat aktiviteterne uden projektets støtte. Projektholder roses bredt for at have udfyldt rollen professionelt og for at bidrage med stærke projektlederkompetencer, som har været højt værdsatte.

En mulig udfordring, der fremhæves i interviewene med projektparterne, er, hvorvidt virkemidlerne er tilstrækkelige til at sikre en stærk lokalpolitisk forankring og opbakning til turismen. For at realisere projektets mål er det afgørende at skabe politisk opbakning på lokalt niveau. Der er planlagt en større konference i Q1 2025 med fokus på turismens lokale betydning, målrettet det politiske system, samt en række masterclasses rettet mod kommunale forvaltninger. Dog udtrykker flere interviewede partnere bekymring for, om disse tiltag alene vil være nok til at fastholde et politisk fokus på turismen, særligt i et valgår.

4.4 Outcome & effekt



Projektet har engageret lokale aktører og bidraget til en mere sammenhængende turismeudvikling, der kan understøtte en større spredning af turismen i København og omegn.

Vi vurderer, at *Tourism Together* i høj grad har haft succes med at engagere og inddrage borgere og lokale aktører i turismeudviklingen samt skabe gode rammer for at sprede turisterne geografisk i København. Projektet har desuden bidraget positivt til at styrke forbindelsen mellem København og resten af Greater Copenhagen og understøttet etableringen af flere nye netværk og samarbejder mellem aktører i regionen.

Dette understøttes af interviews med lokale aktører, der generelt vurderer, at de har haft stort udbytte af at deltage i projektet. Der peges særlig på at projektet har styrket samarbejdet og netværket mellem de lokale aktører. De interviewede kommuner angiver, at projektet dertil har givet en bedre forståelse for turismens betydning lokalt samt potentialet for at tiltrække yderligere turister. Der er blandt de interviewede en forventning om, at projektet på længere sigt vil føre til de ønskede resultater, herunder en større geografisk spredning af turister.

De deltagere, der repræsenterer de fem mini-destinationer, vurderer, at udviklingen af kernefortællinger samt brand- og markedsføringsaktiviteter har styrket den lokale forankring af turismeindsatsen. Deltagerne udtrykker desuden, at de nye samarbejdsrelationer mellem lokale aktører ikke ville være blevet etableret uden projektets støtte.

I forhold til destinationsudvikling og markedsføring i en større del af hovedstadsområdet vurderer de interviewede kommunale projektpartnere, at projektets aktiviteter har skabt værdi. Flere kommuner fremhæver, at de har etableret nye samarbejder og relationer, og at der er kommet et øget fokus på de muligheder, som turismen bringer med sig.

4.5 Forankring



Projektet har udviklet og forankret viden og kompetencer blandt lokale aktører, men det er usikkert, hvorvidt de etablerede netværk og samarbejde kan fastholdes efter projektets afslutning.

De interviewede aktører og projektpartnere fremhæver alle, at de, at de har fået styrket deres kompetencer inden for turisme, samt at projektet aktivt har delt metoder, værktøjer og viden blandt deltagerne.

Det vurderes dog usikkert blandt de interviewede aktører, om det vil være muligt at sikre en stærk forankring af både de lokale mini-destinationer i København og de tværkommunale samarbejder, når projektet afsluttes.

For at styrke forankringen har projektholder etableret styregrupper i de enkelte mini-destinationer, der består af lokale aktører. Styregrupperne består typisk af små erhvervsdrivende eller kulturinstitutioner, som ofte mangler stærke kompetencer inden for turisme eller har begrænsede økonomiske ressourcer. Derfor peger på lokale aktører på et behov for yderligere økonomisk støtte og rådgivning for at sikre fortsat understøttelse af lokale initiativer.

Projektholder er meget opmærksom på, at de lokale netværk og samarbejder i mini-destinationerne er sårbare samt deres behov for at blive understøttet i en længere periode. Derfor har projektholder ansøgt om EU-midler, der bl.a. kan bruge til fremadrettet at understøtte styregrupperne i de syv kvarterer.

Ligeledes er der blandt de interviewede kommunale projektpartnere i spor 2 en usikkerhed om projektets forankring. Der er betydelige forskelle mellem de deltagende kommuner med hensyn til, hvor stor lokalpolitisk opbakning turismen nyder. Denne variation i politisk støtte gør, at flere af de interviewede projektpartnere på nuværende tidspunkt er usikre på, hvordan det tværkommunale samarbejde kan forankres på længere sigt.

4.6 Monitorering og opfølgning



Projektholder foretager en grundig monitorering af projektets fremdrift og har god dialog med aktører. Fremadrettet kan projektet med fordel fokusere på mere systematisk feedback fra projektpartnere ift. hvordan den lokalpolitiske opbakning kan styrkes.

Vi vurderer, at projektholder løbende gennemfører en grundig monitorering af projektets fremdrift. Projektholder er i løbende dialog med de deltagende aktører om projektets fremdrift og afholder statusmøder med projektpartnere for at drøfte behov for tilpasning af aktiviteter. De interviewede aktører fremhæver også projektet som værende præget af god ledelse, hvor aktiviteterne justeres fleksibelt efter behov.

Fremadrettet vurderer vi, at projektholder med fordel kan fokusere på en tættere inddragelse af de kommunale aktører i spor 2 og på systematisk at indsamle input til, hvordan den lokalpolitiske opbakning kan styrkes. En sådan indsats vil kunne fremme videns- og erfaringsopsamlingen i projektet, især hvis inputs om lokalpolitiske forhold indsamles løbende og systematisk.

5 anbefalinger og læring

Her præsenterer vi de vigtigste anbefalinger og læringspunkter, som evaluator vil pege på med baggrund i evalueringen. Punkterne er ikke i prioriteret rækkefølge. For hver anbefaling eller læringspunkt er der angivet en primær målgruppe. Nedenstående tabel giver et overblik over, hvilke målgrupper, anbefalingerne og læringspunkterne relaterer sig til

Anbefaling/læringspunkt nr.	1	2	3	4	5
Projektholder	x	x	x	x	x
Øvrige projektpartnere			x	x	
Erhvervsstyrelsen					x

1: Øget fokus på at styrke den lokalpolitiske opbakning til turismeudvikling. En af de største udfordringer i projektet er den varierende og lave politiske opbakning til yderligere turismeudvikling i omegnskommuner. For at sikre mobilisering og ejerskab blandt aktører anbefaler vi, at projektet arbejder målrettet med at styrke den lokalpolitiske opbakning til turismen. Dette kan opnås ved at øge fokus på at skabe interesse og forståelse for turismens betydning blandt lokale beslutningstagere. En vigtig indsats er at udvikle materiale, der tydeligt viser turismens økonomiske bidrag lokalt, herunder hvordan turismen skaber omsætning og arbejdspladser. Derudover anbefaler vi, at projektet udarbejder en samlet fortælling om turismens bredere betydning. Fortællingen bør ikke kun fremhæve de økonomiske gevinster, men også turismens bidrag til områder som unges beskæftigelse, støtte til borgere på kanten af arbejdsmarkedet og styrkelse af levende bymidter, der gavner hele lokalsamfundet.

2: Overvej yderligere støtte til de etablerede styregrupper i mini-destinationerne. Vi anbefaler, at projektet overvejer, hvordan de lokale mini-destinationer kan understøttes yderligere for at sikre en stærk forankring. Det er vigtigt fortsat at styrke de lokale samarbejder og netværk, da mange af turismeaktørerne er mindre virksomheder eller kulturinstitutioner med begrænsede ressourcer. Projektet bør undersøge mulighederne for at tilbyde yderligere støtte til de lokale styregrupper, fx gennem rådgivning eller kapacitetsopbygning. Derudover anbefales det, at projektet hjælper med at facilitere dialog med relevante fonde, såsom Realdania, der kan bidrage økonomisk til fremtidige udviklingsprojekter i de pågældende kvarterer. Dette vil styrke både ejerskab og bæredygtigheden af de lokale initiativer.

3: Styrket inddragelse af kommunale projektpartnere. Vi anbefaler, at projektholder i de kommende aktiviteter under spor 2 i højere grad og på mere regelmæssig basis inddrager de kommunale og interkommunale samarbejdspartnere. Disse partnere kan spille en central rolle i projektets succes ved at understøtte en grundig aktørmapping i deres lokalområder og bidrage til rekrutteringen af relevante erhvervs- og turismeaktører. Derudover er de kommunale partnere afgørende for at sikre politisk opbakning til projektet. En tættere involvering af disse aktører vil kunne styrke projektets forankring både lokalt og politisk samt bidrage til at skabe en bredere forståelse og engagement omkring turismeudviklingen.

4: Overvej større fokus på rekruttering af flere lokale aktører. Vi anbefaler, at projektet overvejer og udarbejder en strategi for, hvordan man kan rekruttere flere aktører til at deltage i projektet. Det er særlig relevant i forhold til de mindre erhvervsdrivende samt turisme- og kulturinstitutioner, som indtil nu ikke har været en del af projektet. Det gælder både i spor 1 samt spor 2. En styrket indsats inden for spor 2 bør fokusere på at inddrage projektpartnere mere aktivt i mappingen af relevante aktører i omegnskommunerne for at identificere og motivere flere til at deltage. Samtidig er det vigtigt at udvikle en stærk value proposition og en tydelig fortælling om turismens økonomiske fordele for at øge interessen blandt aktørerne.

5: Opstilling af nye effektmål for den resterende del af projektperioden Projektholder ønsker at justere tre af de eksisterende effektmål for bedre at afspejle projektets resultater. Vi vurderer, at dette vil være hensigtsmæssigt. Det er udfordrende at koble projektets aktiviteter og output direkte til en række af de nuværende effektmål. Der er flere eksterne faktorer, som påvirker turisternes tilfredshed og borgeropbakning til turismen, som ligger uden for projektets kontrol. Det gør det udfordrende at isolere projektets bidrag til resultaterne. Vi anbefaler derfor, at der opstilles et par nye, mere specifikke måltal, som tydeligere relaterer sig til projektets konkrete aktiviteter og de forventede effekter af disse. Dette vil give Erhvervsstyrelsen og andre interessenter et klarere billede af projektets fremdrift og resultater.

