



JUTLAND COLLECTIVE

Markedsafsøgning og tilbud på samlet opgave

1. Kort om markedsafsøgningen

VisitHerning og Destination Trekantområdet indbyder leverandører til at afgive tilbud på at udvikle og producere Jutland Collectives samlede internationale salgs- og præsentationsunivers. Opgaven omfatter digital salgsplatform, content, produkt- og partnerskabsudvikling samt sales toolkit og fysiske mødematerialer.

Formålet er at gøre de to destinationer lettere at forstå, vælge og sælge for internationale mødeplanlæggere, agenter, DMC'er og corporate buyers. Resultatet skal kunne bruges konkret før, under og efter salgsdialog, messer og famtrips.

Indsatsen gennemføres med finansiering fra FL25-turismereserven via MeetDenmark, der er det nationale udviklingsselskab for erhvervs- og mødeturismen i Danmark. MeetDenmarks formål er at udvikle og fremme dansk erhvervs- og mødeturisme, herunder at styrke den private og offentlige indsats for at tiltrække flere internationale møder, messer og kongresser til Danmark, med henblik på at skabe vækst og udvikling i turisterhvervet og dansk erhvervsliv generelt.

Læs mere om foreningens virke og medlemmer [her](#).

Jutland Collective er et samarbejde mellem VisitHerning og Destination Trekantområdet. De to destinationer skal præsenteres som komplementære dele af én indgang til møder i Central Jutland, med fokus på venues, kapacitet, tilgængelighed, lokale erhvervsstyrker, værtskab, oplevelser og dokumenterbare bæredygtige valg.

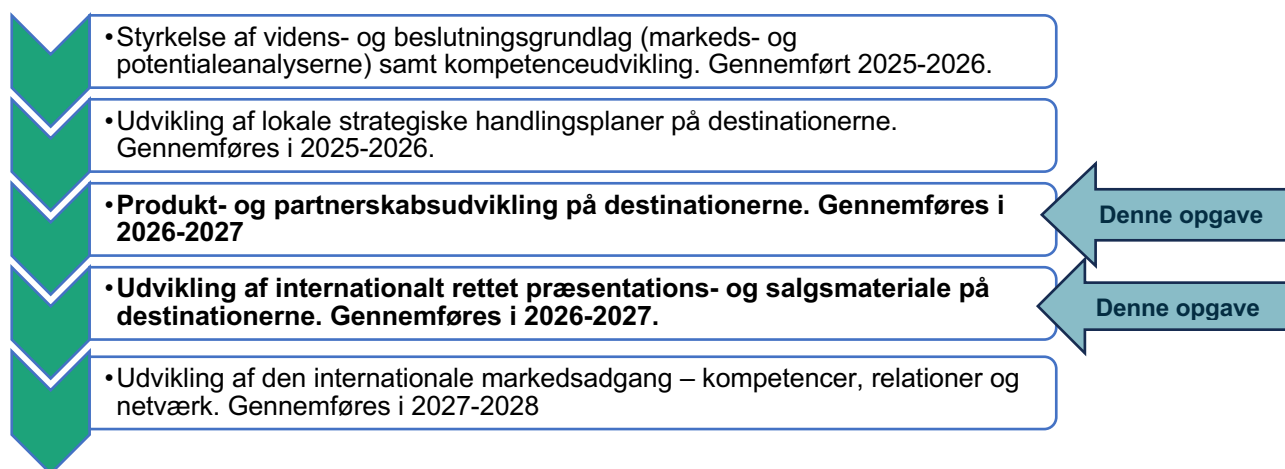
2. Opgavens overordnede ramme

Der investeres i perioden 2025-2028 i en styrkelse af produktudvikling og udvikling af partnerskaber på de danske mødedestinationer uden for de fire storbyer. Målet er at styrke destinationernes relevans og synlighed for internationale mødekøbere og dermed øge muligheden for at tiltrække mødegæster fra udlandet gennem hele året.

Logikken og kronologien bag investeringen skitseres i nedenstående figur. Det første trin, som var udvikling af et styrket videns- og beslutningsgrundlag, er gennemført. Således blev der offentliggjort en markeds- og potentialeanalyse for hver af MeetDenmarks medlemsdestinationer i februar 2026. Aktuelt arbejder alle medlemsdestinationerne sammen med lokale mødeaktører på at udarbejde en strategisk handlingsplan for deres mødeturismeudvikling de kommende år.

På baggrund af det nye vidensgrundlag og de lokale strategiske prioriteringer iværksættes nu produkt- og partnerskabsudvikling. Det er således grundlæggende, at destinationerne uden for de store byer kan leve op til de internationale mødekunders (ofte større) behov og krav samt at der bliver skabt et tættere partnerskab mellem mødeturismeaktørerne på de respektive destinationer – herunder mellem destinationsselskabet, kommunen samt lokale venues, hoteller, oplevelses- og serviceudbydere samt større/førende virksomheder inden for lokale erhvervsmæssige styrkepositioner mv.

Denne opgave omfatter både produkt- og partnerskabsudvikling og udvikling af internationalt rettet præsentations- og salgsmateriale. De fire leverancer skal udvikles i sammenhæng, så de færdige mødeprodukter og cases kan bruges direkte i platform, content og sales toolkit.



3. Formål, mål og leverancer

Leverandøren skal omsætte Jutland Collectives fælles position til en brugbar international salgsindsats. Indsatsen skal give køberne et hurtigt overblik over de to destinationer, skabe 6-8 salgbare mødekoncepter og 4-6 buyer-cases, modne lokale partnere til international dialog samt levere sammenhængende digitalt og fysisk salgsmateriale på engelsk og relevante dele på tysk.



3.1 Opgavens leverancer

Opgaven omfatter fire sammenhængende leverancer:

- Leverance 1: Fælles international salgsplatform
- Leverance 2: Contentproduktion
- Leverance 3: Produkt- og partnerskabsforløb
- Leverance 4: Sales toolkit og fysiske mødematerialer

Tilbudsgiver skal beskrive, hvordan alle fire leverancer løses som en opgave, herunder metode, bemanding, proces, kvalitetssikring og samspil mellem leverancerne. Tilbudsgiver skal foreslå en realistisk prioritering inden for den økonomiske ramme.

Tilbudsgiver kan foreslå justeringer eller supplerende aktiviteter inden for opgavens formål og budget. Eventuelle afvigelser fra de angivne minimumsleverancer skal fremgå tydeligt.

De fire leverancer uddybes nedenfor:

Leverance 1: Fælles international salgsplatform

Formål og mål: Et samlet, internationalt salgsunivers, hvor købere hurtigt kan finde relevante venues, mødeformater, oplevelser, kapacitet, logistik og kontaktpunkter.

Hovedaktiviteter: Opdatere fælles landingsside, herunder tysk sprogversionering; udarbejde international digital brochure; etablere interaktivt kort over venues, hoteller, transport, oplevelser og mødemoduler; opdatere kapacitetsoversigt; forbedre buyer journey med 'Why Jutland Collective?', 'Where to meet?', 'What to experience?' og 'How we help'; sikre tydelig håndtering af internationale forespørgsler.

Leverance 2: Contentproduktion

Formål og mål: Sammenhængende foto, film og cases, der dokumenterer destinationernes styrker og kan bruges i salgsdialog og på digitale kanaler.

Hovedaktiviteter: Producere én hero-film på 60-90 sekunder, 4-6 korte film til sociale medier og salg, foto af venues (antal aftales), møder, mennesker, oplevelser og gastronomi, 4-6 buyer-cases, herunder konkrete og dokumenterbare eksempler på bæredygtige valg. Buyer-cases skal vise konkrete mødesituationer og destinationernes styrker. Tilbuddet skal beskrive plan for rettigheder, samtykker og levering af redigerbare filer.

Leverance 3: Produkt- og partnerskabsforløb

Formål og mål: Udvikle 6-8 salgbare fælles eller parallelle mødekoncepter og tydelige partnerroller på tværs af de to destinationer. Det kan eksempelvis være koncepter som "Wind & Energy Study Tours" eller "Business Events + Art & Culture"

Hovedaktiviteter: Facilitere destinationsworkshop med relevante venues, hoteller og oplevelsesudbydere; planlægge og gennemføre studietur eller benchmark-besøg; indhente feedback fra 2-3 internationale agenter eller meeting planners; gennemføre produktudviklingssprint og dokumentere koncepter, mødemoduler, ansvar og næste salgstrin.

Leverance 4: Sales toolkit og fysiske mødematerialer

Formål og mål: Give salgsteam og partnere konkrete, ensartede materialer til messer, agentmøder og famtrips.

Hovedaktiviteter: Udarbejde trykt brochure, kort med QR-koder til venues og mødemoduler, markeditilpassede one-pagers, buyer cards, præsentationsmapper og event-/famtrip-kit. Tilbuddet skal angive oplag, formater, korrekturgange og trykpriser samt levering af tryklare og redigerbare filer.



4. Pris

Den samlede opgave angiver forventede 520.000 kr. fordelt med ca. 120.000 kr. til salgsplatform, 220.000 kr. til content, 80.000 kr. til produkt- og partnerskabsforløb og 100.000 kr. til sales toolkit. Tilbudsgiver skal prissætte de fire leverancer særskilt og samlet. Ordregiver bekræfter at budgetrammerne er ekskl. moms.

Tilbuddet skal angives som fastpris i DKK ekskl. moms, både samlet og for hver leverance. Prisen skal omfatte projektledelse, møder, transport, produktion, underleverandører, rettigheder, korrektur, test og levering. Eventuelle tilvalg skal prissættes separat.

Fakturering sker bagudrettet på baggrund af godkendte delleverancer og aftalte milepæle.

5. Organisering

Leverandøren refererer til en fælles projektgruppe med repræsentanter fra VisitHerning og Destination Trekantområdet. Formel aftalepart/ordregiver er VisitHerning.

Leverandøren skal deltage i opstartsmøde, løbende statusmøder, godkendelser ved centrale milepæle og afsluttende overdragelse. Møderne (fysiske og digitale) skal indgå i tilbudt pris og tidsplan. Destination Trekantområdet varetager projektledelsen i samarbejde med konsulenten.

6. Krav til tilbud

Tilbuddet skal som et minimum indeholde:

- Beskrivelse af opgaveforståelse, samlet kreativ og strategisk tilgang samt kort metode for hver af de fire leverancer.
- Beskrivelse af teamets relevante kompetencer, roller og eventuelle underleverandører. Angiv én ansvarlig projektleder.
- Realistisk tidsplan med afhængigheder, beslutningspunkter, test og godkendelser
- Fastpris i DKK ekskl. moms samlet og fordelt på de fire leverancer, inklusive forventet timeforbrug og eventuelle særskilte tilvalg.
- Eksempler på sammenlignelige internationale salgsplatforme, contentproduktion og produkt- eller partnerskabsforløb kan vedlægges.

Tilbudsgivernes eventuelle omkostninger ifm. udarbejdelse af tilbuddet samt dokumentation er uvedkommende for ordregiver.

7. Tidsplan og vigtige milepæle

Tilbud sendes elektronisk som PDF sn@visitherning.com senest onsdag d. 28. oktober kl. 12.00. Tilbud modtaget efter fristen kan ikke tages i betragtning.

Efter tilbudsfristen kan VisitHerning og Destination Trekantområdet invitere udvalgte tilbudsgivere til en kort digital præsentation af tilbuddet. Spørgsmål og svar af væsentlig betydning deles med alle tilbudsgivere. Præsentationer foregår fredag d. 30. oktober.

VisitHerning og Destination Trekantområdet forventer at vælge leverandør 2. november. Alle tilbudsgivere får skriftligt svar.

Tilbudsgiver skal indarbejde nedenstående milepæle i sin tidsplan. Den endelige detailplan aftales ved opstart.

Dato	Aktivitet
8. oktober	Markedsafsøgning sendes til leverandører
28. oktober	Frist for spørgsmål
28. oktober kl. 12.00	Frist for tilbud
30. oktober	Eventuelle præsentationsmøder
Primo november	Leverandørvalg og aftaleindgåelse
Nov. 2026	Opstart og strategisk/kreativ afklaring
Nov. 2026-feb. 2027	Produkt- og partnerskabsforløb, inkl. studietur og agentinput
Mar.-jun. 2027	Content og første salgsværktøjer; klar senest 1. juni 2027
Jun.-nov. 2027	Salgsplatform, brochure, kort og toolkit
Dec. 2027	Test og endelig aflevering af resterende opgaver senest 31. december 2027

8. Tildelingskriterier

Tilbuddene vurderes efter nedenstående kriterier:

- Opgaveforståelse, samlet løsning og kvalitet af metode (50 pct.)
- Kompetencer og relevant erfaring hos det tilbudte team (25 pct.)
- Samlet pris og gennemsigtighed i prisfordeling (25 pct.)

Tilbudsgiver skal kunne dokumentere erfaring med tværgående projektledelse og mindst to af følgende områder: internationale salgsplatforme, foto/video-content, mødeturisme eller facilitering af produkt- og partnerskabsudvikling. Kompetencer til de øvrige områder kan dækkes af underleverandører.

VisitHerning og Destination Trekantområdet vil vælge det tilbud, der samlet giver det bedste forhold mellem pris og kvalitet ud fra kriterierne ovenfor.

VisitHerning og Destination Trekantområdet kan aflyse processen, hvis der foreligger en saglig begrundelse, herunder manglende konkurrence, uacceptable tilbud eller væsentlige fejl i processen.

9. Kontaktoplysninger

Kontaktperson hos ordregiver:
Stine Nybo, Projektchef
sn@visitherning.com
Tlf. 9627 2221

Kontaktperson hos projektleder:
Lea Bennedsen, Projektleder
lb@tdto.dk
Tlf. 2963 9433

