

DET SVENSKE MARKED: ANALYSE OG WORKSHOPS

UNIKKE SJÆLLANDSKE POTENTIALER

1. INVITATION TIL AT GIVE TILBUD

Der ønskes tilbud på gennemførelse og formidling af en dybdegående analyse af det svenske marked for ferieophold på Sjælland og øerne som grundlag for ny, fælles markedsførings- og udviklingsindsats.

Tilbudsindhentningen gennemføres i henhold til Udbudsloven afsnit V, da der er tale om et indkøb under tærskelværdien og uden klar grænseoverskridende interesse. Ordregiver har for at sikre at nærværende aftale bliver indgået på markeds-mæssige vilkår valgt at annoncere opgaven offentligt på www.udbud.dk samt på <https://www.kystognaturturisme.dk/dansk-kyst-og-naturturisme/vidensbank/udbud>.

ORDREGIVER

Ordregiver på undersøgelsen samt kontraktpart er:

Visit Lolland-Falster A/S
Kidnakken 7
4930 Maribo
CVR.: 40296042
Mail: Jane Borre Kjørup: jbk@visitlf.dk

Opgaven indgår som delaktivitet i projektet "USP – Unikke sjællandske potentialer", som bygger på et samarbejde mellem seks destinationsselskaber: Destination Sjælland, VisitFjordlandet, VisitNordsjælland, Visit Sydsjælland & Møn, Visit Lolland-Falster samt VisitDenmark, Wonderful Copenhagen og Dansk Kyst- og Naturturisme. Projektet er støttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

visit
FJØRDLANDET

DESTINATION SJÆLLAND

VisitNordsjælland

SYDSJÆLLAND MØN

VisitLollandFalster

VisitDenmark

**wonderful
copenhagen**

**DANSK
KYST & NATUR
TURISME**

**Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse**

2. UDBUDSBETINGELSER

TIDSPLAN

Udbuddet af opgaven samt udvælgelse af leverandør følger følgende tidsplan:

- Offentliggørelse af udbud af opgave: 24. marts 2026
- Sidste frist for indgivelse af evt. spørgsmål: 11. april 2026 kl. 12
- Sidste frist for aflevering af tilbud: 17. april 2026 kl. 12
- Meddelelse om tilbud er antaget eller forkastet: 24. april 2026
- Aftalens ikrafttræden: 1. maj 2026
- Opgaven forventes løst i perioden maj til december 2026.

Supplerende spørgsmål vedrørende opgaven kan rettes skriftligt til: Bettina Kampmann fra VisitNordsjælland, bka@visitnordsjaelland.com, tlf. 29244294

Skriftlige spørgsmål og svar vil blive gjort tilgængelige for alle i anonymiseret form på DKNT's hjemmeside. Tilsvarende vil eventuelle ændringer til udbudsmaterialet blive gjort tilgængelige. Det er tilbudsgivers ansvar at holde sig opdateret med eventuelle spørgsmål, svar og ændringer på ordregivers hjemmeside.

AFLEVERING AF TILBUD

Tilbuddet bedes sendt senest den 17. april kl. 12 til Bettina Kampmann: bka@visitnordsjaelland.com.

Tilbud, der helt eller delvist modtages efter denne frist, vil ikke komme i betragtning. Alle relevante oplysninger skal fremgå af tilbuddet.

BEHANDLING AF INDKOMNE BUD

Indkomne tilbud behandles fortroligt.

I forbindelse med valg af leverandør kan Ordregiver få behov for at udsende supplerende spørgsmål vedr. de indkomne tilbud, og i så fald udsendes spørgsmålene til alle tilbudsgiverne. Ordregiver kan også vælge at invitere alle tilbudsgiverne til et individuelt teamsmøde med henblik på at uddybe tilbudsmaterialet, såfremt der vurderes behov herfor.

Alle deltagere i tilbudsgivningen vil modtage skriftlig underretning, om det afgivne tilbud er antaget eller forkastet hurtigst muligt efter, at ordregiveren har truffet beslutning herom.

Tilbudsgivernes eventuelle omkostninger i forbindelse med udarbejdelse af tilbuddet samt dokumentation er ordregiveren uvedkommende.

Ordregiveren kan til enhver tid aflyse indhentningen af tilbud, såfremt der foreligger en saglig begrundelse herfor. En saglig begrundelse foreligger eksempelvis ved manglende konkurrence eller utilfredsstillende bud, fejl i tilbudsprocessen, og/eller manglende bevillingsmæssig dækning til realisering af opgaven.

Ordregiveren anser ikke valg af leverandør for afsluttet, før der er indgået endelig kontrakt med en leverandør.

TILBUDSFORBEHOLD

Tilbudsgiver opfordres til at undlade at tage forbehold overfor udbudsmaterialet, da tilbudsgiver derved risikerer, at ordregiveren vil være både berettiget og forpligtet til at afvise tilbuddet som ukonditionsmæssigt.

Tilbud med forbehold vil blive afvist som ukonditionsmæssige, medmindre der er tale om forbehold af ubetydelig art. Forbehold af ubetydelig art vil efter omstændighederne blive kapitaliseret uden drøftelser med tilbudsgiver, og værdien heraf vil i så fald medgå i vurderingen af tilbuddets økonomiske værdi.

Har tilbudsgiver spørgsmål eller bemærkninger til udbudsmaterialet, eller finder tilbudsgiver, at kravspecifikationen er uklar på ét eller flere punkter, opfordres tilbudsgiver til at søge dette afklaret ved at rette skriftlig henvendelse til Ordregiveren, jf. ovennævnte tidsfrister.

DELAFTALER

Der kan ikke afgives bud på dele af opgaven.

ALTERNATIVE BUD

Der er ikke mulighed for at afgive alternative bud på opgaven.

3. OPGAVEBESKRIVELSE

BAGGRUND: UNIKKE SJÆLLANDSKE POTENTIALER

Projektet Unikke Sjællandske Potentialer har overordnet til formål at tiltrække flere svenske turister til destinationerne på Sjælland og øerne og herunder bidrage til at skabe bedre sæsonmæssig spredning. Det skal ske gennem bedre indsigt hos aktørerne om det svenske marked, nye unikke oplevelsestilbud og -ruter samt en ny og fælles markedsføringsindsats på det svenske marked.

Unikke Sjællandske Potentialer består af fire aktivitetsspor:

1. Efterspørgselsanalyse og potentialekortlægning - Sverige
2. Udvikling af lokale rutekoncepter
3. Udvikling af tværgående brandingruter og en digital formidlingsplatform
4. Testkampagner i Sverige

Den udbudte opgave indgår under spor 1.

Geografien i fokus i Danmark er de områder, der er dækket af destinationerne VisitNordsjælland, VisitFjordlandet, Destination Sjælland, Visit Sydsjælland & Møn og Visit Lolland-Falster.

København og Wonderful Copenhagen indgår i projektsamarbejdet, dog som en videnspartner, og ikke et fokusområde eller selvstændig destination for projektets udviklings- og markedsføringsindsatser.

Projektet bygger på videre erfaringer og herunder de fælles analyser og kommunikationskonceptet fra den sjællandske samarbejdsalliance (SMA-Z), som dog var rettet mod det tyske marked. Se resultater fra dette projekt under afsnittet "Baggrundsmateriale".

FORMÅL

Det svenske marked har over længere tid været nedadgående – i hele Danmark og herunder på Sjælland og øerne. Dog har der i 2025 været fornyet vækst de fleste steder i landet, herunder på Sjælland og øerne

Svenske overnatninger har traditionelt været fokuseret om Københavnsområdet, Trekantområdet og Nordjylland, mens de fem destinationer på Sjælland og øerne i alt står for knap 200.000 overnatninger, hvoraf knap halvdelen foretages i hoteller og feriecentre i Lolland-Falster. Dertil kommer formentlig et stort antal endagsbesøg i området.

Med en beliggenhed så tæt på Sverige og de aktuelle valutaforhold vurderer parterne i projektet, at tiden er moden til en ny, langsigtet og fokuseret indsats på det svenske marked. Indsatsen indebærer en relancering af det østdanske oplevelsestilbud ledsaget af en fælles markedsføringsindsats. Indsatsen skal imødekomme de mest relevante målgrupper samt svenskernes interesse i "gode (og økonomiske) tilbud", høj gennemsigtighed, fleksibilitet mv. jf. VisitDenmarks seneste analyse af det svenske marked (se under afsnittet "baggrundsmateriale").

Formålet med den udbudte opgave er at skabe et dybdegående og anvendelsesorienteret vidensgrundlag om det svenske marked, som direkte kan anvendes af parterne til:

- Rute- og oplevelsesudvikling. Der skal udvikles lokale og tværgående oplevelsesruter på grundlag af viden om styrkepositioner og svenskeres ferieadfærd. Ruteforslagene kan også få relevans på andre markeder.
- Opkvalificering af erhvervet. Turismeaktører opnå nye indsigter i, hvordan man agerer i forhold til det svenske marked.
- Fælles testmarkedsføringskampagner på det svenske marked

Den udbudte opgave består af to delopgaver:

1. En større og dybdegående markedsundersøgelse af det svenske marked med fokus på Sjælland og øerne som destination
2. Opkvalificering af erhvervsaktører i området iht. indsigter om svenske turister

DELOPGAVE 1. MARKEDSUNDERSØGELSE AF DET SVENSK MARKED

Der skal gennemføres en undersøgelse af det svenske markeds potentialer for besøg og ferieophold til Sjælland og øerne. Undersøgelsen skal bygge videre på VisitDenmarks markedsanalyser konklusioner om barrierer og potentialer på det svenske marked, dog målrette dem til den aktuelle geografi og rejsemuligheder til Sjælland og øerne. Den skal dykke længere ned i de svenske turisters aktuelle behov, adfærd og interesser i forskellige typer af ferierejser i nærområdet generelt, kendskab og interesse i destinationer og oplevelser på Sjælland og øerne, og på den baggrund nå frem til, hvilke muligheder en relancering af Sjælland og øerne på det svenske marked kan tage udgangspunkt i.

Ud fra aktuelle data om svenskernes rejser til Danmark er der en forventning om, at korte ferier og endagsbesøg er den mest efterspurgt og relevante rejseform i forhold til ophold på Sjælland og øerne, dog er rejse længden og i relation hertil transporttid netop et af de emner, undersøgelsen skal belyse.

Følgende emner forventes at indgå i undersøgelsen (bruttoliste):

- Aktuelle grundlæggende krav, behov og ønsker til korte og længere ferier. Forventet udvikling i efterspørgselstendenserne i lyset af den aktuelle økonomiske situation, valutaforhold mv. Indplacering af evt. rejser til Sjælland og øerne i det samlede billede for ferier og ture i løbet af et år.
- Hvilken erfaring, interesse i og kendskab har svenskerne til kortere eller længere ferieophold på Sjælland og øerne? Særlige potentialer og kendskab til forskellige overnatningsformer, geografiske områder på Sjælland og øerne og udvalgte turisme produkter. Muligheder for at forlænge besøget.
- Hvad er barriererne for kortferie, endagsbesøg eller andre typer af ophold på Sjælland og øerne – generelt og målrettet specifikke opholdstyper samt opdelt på rejsegrupper?
- Rejsen hertil: Hvordan forholder potentielle svenskere sig til afstanden til destinationer på Sjælland og øerne, og hvor langt er man interesseret i at køre/bevæge sig fra hjem til destination. Herunder brug af adgangen via Øresundsbroen og Helsingør/Helsingborg mv., og oplevede fordele og ulemper hermed.
- Bevægelsesmønstre og transportformer på Sjælland og øerne – evt. udvalgte destinationer i det geografiske område.
- Interesse i tidspunkter for besøg og sæson for Sjælland og øerne
- Identifikation og beskrivelse af målgrupper og potentielle rejsegrupper for Sjælland og øerne
- Opholdslængde – hvilke typer af ophold og opholdslængde er relevant for markedet set i forhold til Sjælland og øernes turismeudbud

- Svenskeres interesse for og rejseadfærd set i forhold til det sjællandske oplevelsesudbud, herunder evt. tematiserede oplevelser. I den forbindelse ønskes indsigt i af eksempler på forskellige kombinationer af steder/oplevelser/attraktioner i en kontekst af (korte) ferieophold på Sjælland og øerne
- Holdning til og evt. brug af pakketure, herunder fleksibilitet og priser – set i forhold til Sjælland og øerne
- Informationssøgning forud for rejserne og vigtigste kilder til information om oplevelser under opholdet set i relation til relevante typer af feriebesøg på destinationer i Sjælland og øerne.

Det er væsentligt, at undersøgelsen leder frem til ny indsigt, dybdegående forståelse OG handlingsanvisende anbefalinger målrettet såvel erhvervsaktører som destinationsselskaberne vedr.:

- Udvikling af ruter og oplevelseskoncepter lokalt og på tværs af området
- Strategier for at tilbyde gode tilbud, gennemskuelige priser og imødekomme svenskernes barrierer for rejser til Sjælland og øerne: Hvordan kan man eksempelvis udvikle fleksible (pakke)ophold?
- Markedsføring: Input til fælles konceptualisering af Sjælland og øerne samt brug af medier og budskaber også i forhold til informationssøgning under opholdet i Danmark.

Analysens indsigter skal bidrage til at styrke gennemslagskraften af Sjælland og øerne som helhed, og – hvor det er relevant i forhold til efterspørgslen – differentiere og målrette anbefalingerne i forhold til de specifikke destinationer i projektet.

Tilgang

Det forventes, at undersøgelsen vil blive gennemført ved brug af flere metoder, såvel kvantitative som kvalitative, hvor den kvalitative undersøgelse skal give ny og dybere indsigt i det svenske marked set i forhold til kortferie og Sjælland og øerne, mens den kvantitative undersøgelse skal indkredse de mest udbredte potentialer og målgrupper, der har relevans for Sjælland og øerne. Begge metoder skal være rettet mod slutbrugeren, dvs. den svenske turist.

Den kvantitative undersøgelse forventes at være foretaget blandt et repræsentativt udsnit af den voksne befolkning i Sydsverige inklusive Stockholm (NUTS2: 11 samt 21-23).

Den kvalitative undersøgelse skal have en eksplorativ tilgang til forståelsen af svenskernes rejseadfærd og kan tage forskellige metoder i brug – det kan rumme alt fra fx face-to-face interview med svenske turister, der i forvejen besøger Sjælland og øerne over sommeren kombineret med/eller via digitale metoder, fx photo voices, online interview mv. med potentielle svenske turister.

Begge metoder skal tage højde for at favne Sjælland og øerne som samlet destination OG de enkelte deltagende destinationer. Det betyder i praksis, at der skal tilstræbes en vis geografisk fordeling af den indsamlede data, så hver destination er så vidt muligt er repræsenteret.

Eksisterende viden fra tidligere analyser skal inddrages aktivt såvel i designet af undersøgelserne som, hvor det skønnes relevant, i den efterfølgende formidling af resultater.

Den udbudte opgave forventes løst selvstændigt af rådgiveren / rådgiverteamet med løbende sparring og inddragelse af arbejdsgruppen.

Rådgiverens rolle vil omfatte design af undersøgelsen, afgrænsning af emner og hypoteser, udfærdigelse af spørgeskema samt spørgeramme og i den forbindelse udformning af evt. illustrationer for oplevelser samt kort- og billedmateriale, der skønnes nødvendigt for at opnå en både dybdegående og konkret indsigt i markedet og nå frem til handlingsanvisende anbefalinger.

Formidling og leverancer

Undersøgelsen skal afrapporteres som følger:

- En rapport, der er stærk visuel og grafisk, med tydelig og konkret fremstilling af hovedresultater og indsigter (pdf/online-formidling)
- En pixi-version af rapporten målrettet erhvervsaktører i form som en miniguide for det svenske marked. Denne version skal have høj læsevenlighed og være grafisk bearbejdet, så guiden kan trykkes.
- Tabeller og (rå)data
- 2 – 3 præsentationer af resultater for USP-partnerne

DELOPGAVE 2. OPKVALIFICERING AF ERHVERV

Med udgangspunkt i den indsamlede viden om det svenske marked skal rådgiveren bidrage til formidling af indsigterne på fem workshops med turismeaktører.

Der vil være tale om fem ensartede workshops, der holdes i hver af de fem destinationer ud fra samme program og koncept, dog med en tilpasning af udvalgte budskaber til det relevante geografiske område. Der forventes ca. 25 deltagere på hver workshop.

Målet med workshoppen er videndeling på baggrund af den gennemførte markedsundersøgelse, dog har workshopkene også til formål at give erhvervsaktører redskaber til indsatser, der kan skabe gennemslagskraft på det svenske marked samt inspiration til udvikling af oplevelsesruter.

Rådgiverens opgave er at udarbejde et forslag til program, facilitere workshopkene, således at deltagerne opnår både indsigter og inspiration til at arbejde med det svenske marked samt bidrage med indlæg. Workshopkene organiseres i tæt

samarbejde med ordregiver, som udover eget bidrag til program vil forestå praktiske forhold vedr. invitationer, deltagelse, forplejning mv.

ORGANISERING

Den valgte rådgiver vil i den løbende opgaveløsning referere til Bettina Kampmann i VisitNordsjælland.

Derudover vil rådgiveren deltage og bidrage på ca. 4-5 møder, primært online men enkelte også fysisk, i løbet af processen med en større arbejdsgruppe, der repræsenterer partnerkredsen (ca. 6-7 personer).

Den valgte rådgiver vil derudover skulle bidrage med præsentationer af undersøgelsens resultater for dels arbejdsgruppen samt på max 2-3 møder i alt med andre dele af projektets partnerkreds.

Ordregiver vil være behjælpelig med organisering af møder, dog forventes den valgte rådgiver at forestå tilrettelæggelsen og projektledelsen af møder med ordregiver og partnerkreds.

BAGGRUNDSMATERIALE

Som grundlag for løsning af opgaven er det væsentligt, at den valgte rådgiver orienterer sig i følgende materiale:

- Ansøgningen til Erhvervsfremmebestyrelsen: Unikke Sjællandske Potentialer (kan rekvireres hos Bettina Kampmann)
- VisitDenmarks markedsprofil for [det svenske marked](#), 2025
- [Svenskernes valg af Danmark som feriedestination](#), VisitDenmark 2025
- SMA-Z analyser og markedsføringskoncept:
<https://www.sydsjaellandmoen.dk/danische-oestsee-inseln>, herunder formidlingen af tværgående oplevelser ud fra et fælles koncept:
<https://www.visitdenmark.de/daenemark/regionen/ostsee/die-daenischen-ostseeinseln>
- Kortlægning og produktmapping af udbuddet på Sjælland og øerne, SMA-Z-projektet, juli 2024 (kan rekvireres hos Bettina Kampmann)
- [Naturnær overnatning – en kvalitativ markedsanalyse](#), Dansk Kyst- og Naturturisme, 2023. Denne rapport er relevant i forhold til mulige metoder i undersøgelsesdesignet.

I opstarten af processen vil ordregiver udforme en oversigt over eksisterende attraktioner og oplevelsestilbud i geografien. Derudover vil VisitDenmark efter nærmere anvisninger være behjælpelig med særanalyser vedr. det svenske marked af såvel turistundersøgelsen 2025, image- og potentialeanalysen 2026 samt særkørsler fra "Svenskernes valg af Danmark som feriedestination".

4. AFLEVERING AF TILBUD

Tilbudsgiver bedes indsende et kortfattet tilbud, der indeholder en beskrivelse af rådgiverens/rådgiverteamets kompetencer, organisering og rolle og som konkret beskriver foreslåede analysemetoder, forventninger til workshops samt foreslår tids- og procesplan for projektet. Følgende bedes indgå i tilbuddet:

OPGAVEFORSTÅELSE: PROCES OG METODER

Tilbudsgiver bedes beskrive en kort motivation for opgaven og en uddybning af:

- Tilgange og metoder for markedsundersøgelsen. En uddybning og begrundelse af forslag til konkrete delundersøgelser, antal respondenter, længde af spørgeskema, detaljer om tilgang og metoder i de kvalitative interview, herunder evt. brug af underleverandører samt erfaringer med resultater af de foreslåede metoder.
- Forslag til workshop-format, hvor vidensgrundlaget kan udvikles og præsenteres på den mest hensigtsmæssige måde i forhold til den videre anvendelse i kompetenceforløb samt markedsføring.
- Forslag til leveranceformat, der gør resultaterne mest egnede til direkte inddragelse i de øvrige delopgaver.
- Tids- og procesplan med forventede leverancer samt afholdelse af møder og workshops.

PRIS

Tilbudsgiver bedes angive en samlet pris (DKK, ekskl. moms) for løsning af hele opgaven, herunder priser for delopgaver og gennemsnitlige timepriser på centrale medarbejdere i det foreslåede rådgiverteam.

Ordregiver har en budgetramme på max. 450.000 DKK ekskl. moms. Prisen omfatter alle forhold knyttet til løsning af opgaven, herunder rådgiverens egne udgifter til transport mv. Dog afholder ordregiver evt. udgifter til lokaleleje, forplejning mv. ved afholdelse af workshops, evt. trykning af materiale, rapporter og møder i projektgruppen samt evt. incentives o. lign. inden for rimelighedens grænser.

KVALIFIKATIONER

Tilbudsgiver skal for de allokerede medarbejdere og evt. bidragende parter oplyse og dokumentere følgende (i det omfang det er muligt):

1. En beskrivelse af organiseringen af det team, der skal løse opgaven ift. opgavefordeling, ansvarsområder, projektstyring og timeforbrug pr. medarbejder.

2. Oplyse anciennitet og relevant erfaring på nøglepersoner knyttet til ordren.
3. Dokumentation og positive referencer fra for de til opgaven afsatte ressourcer på gennemførelse og afrapportering af lignende analyser.

5. EVALUERING AF TILBUD

TILDELINGSKRITERIER

Tildeling af opgaven sker på baggrund af det økonomisk mest fordelagtige tilbud. Det økonomisk mest fordelagtige tilbud bedømmes ud fra følgende underkriterier med dertilhørende vægte:

- 1) Pris: 10 pct.
- 2) Kvalitet: 50 pct.
- 3) Kvalifikation: 40 pct.

Ad 1) Følgende indgår i evalueringen af prisen: Den samlede pris for ydelsen.

Ad 2) Følgende elementer indgår i evalueringen af tilbuddets kvalitet:

- En overordnet vurdering af tilbuddets indhold, metoder og leverancer. Det vil sige tilbudsgivers samlede opgaveforståelse og tilgange, forståelse og indsigt i eksisterende data, herunder hvordan opgaven tænkes løst inden for de givne rammer og med det givne formål. Her vægter det positivt, at tilbudsgiver tilrettelægger en proces, der i høj grad er rettet mod anvendelsen af undersøgelsens resultater i markedsføring og udvikling af oplevelsesruter.
- Omfanget og den vurderede kvalitet af ny data til projektet ses som væsentligt kvalitetsparameter. Heri indgår følgende positivt: Antallet af gennemførte kvantitative interviews, opnået repræsentativitet samt en innovativ, dog realistisk og veldokumenteret tilgang i de kvalitative interview, der giver høj grad af dybde og handlingsanvisende indsigter. Tilbudsgivers analytiske kompetencer og i denne forbindelse evne til at udvikle og formidle nye indsigter på grundlag af analyse af data vægter også positivt.
- Vurdering af tilbudsgivers forslag til metoder og proces for workshops, idet det vægter positivt, at tilbudsgiver har relevante bud på involvering og kommunikation med erhvervsaktører.

Ad 3) Følgende elementer indgår i evalueringen af kvalifikation:

- At der til opgaven er etableret et egnet team, dedikeret til hele opgaven og dækkende de efterspurgte kompetencer med en smidig organisering, der tager højde for et tæt samarbejde med ordregiver samt behov for tilpasning ved eventuelle ændringer i processerne undervejs.

- Erfaring med lignende processer, herunder erfaring med gennemførelse af såvel kvantitative som kvalitative undersøgelser
- Erfaring med analyse og formidling af analyseresultater på en let tilgængelig og brugervenlig måde i form af grafik og tekst
- Erfaring med afholdelse og bidrag på opkvalificerende erhvervsworkshops
- Turismefaglig indsigt og anciennitet hos de allokerede medarbejdere

Vurderingen af kvalifikationer forholder sig udelukkende til de til opgaven allokerede ressourcer.

EVALUERING

Der anvendes en lineær pointmodel til evaluering af de indkomne tilbud.

Evalueringen af underkriteriet "Pris" foretages ud fra den samlede tilbudstekniske pris. Der tildeles points for underkriteriet "Pris" ved brug af en lineær pointmodel, hvor point tildeles på en skala fra 0-5, og hvor 5 er maksimumpoint. Det konditionsmæssige tilbud med den laveste tilbudssum tildeles således maksimumpoint (5). Tilbudssummer, der er 30 % højere end laveste tilbudssum, tildeles 0 point. De resterende tilbud gives point ud fra lineær interpolation mellem disse 2 yderpunkter. Den lineære pointmodel kan angives ved følgende formel: $\text{Point} = 5 - ((5/30 \text{ pct.}) * (\text{pris} - \text{laveste pris})/\text{laveste pris})$.

Der vil ved vurderingen af de kvalitative underkriterier blive anvendt en pointmodel, der udmønter den verbale vurdering af det enkelte underkriterium i et point. Der gives hermed for hvert enkelt kvalitativt underkriterium et point på en skala fra 0 til 5, hvor 0 er laveste og 5 er højeste pointscore:

- 0 Dårlig opfyldelse af kriteriet (men konditionsmæssigt tilbud)
- 1 Mindre tilfredsstillende opfyldelse af kriteriet
- 2 Under middel opfyldelse af kriteriet
- 3 Middel opfyldelse af kriteriet
- 4 God opfyldelse af kriteriet
- 5 Bedst mulige opfyldelse af kriteriet

KONTRAKTMÆSSIGE FORHOLD

I forbindelse med indgåelse af kontrakt med tjenesteyderen indgår følgende forhold som betingelser for samarbejdet:

- At kontrakten kan ophæves ved misligholdelse
- At tjenesteyderen råder over det tekniske udstyr til brug for dataindsamling
- At ordregiver erhverver fuldt ejerskab til alle indsamlede data og resultater.
- At tjenesteyderen sikrer sig, at billedmateriale anvendt i rapporteringer, der skal offentliggøres, har de fornødne tilladelser ift. ophavsretten.