

KRAVSPECIFIKATION

Erhvervshus Sjælland ønsker at modtage tilbud på en Grøn Kickstart-workshop, som afholdes som en kompetencegivende og -afklarende workshop inden for grøn omstilling for små og mellemstore virksomheder (SMV'er) i EU-programmet *SMV:Grønne Kompetencer*.

Tilbuddet kan udarbejdes med afsæt i de krav og forventninger, vi har beskrevet på de følgende sider.

Erhvervshus Sjælland gør opmærksom på, at annonceringen er offentliggjort på [SMV:Grønne Kompetencers hjemmeside](#) i henhold til gældende regler.

Hvem er vi? (ordregiver) – Erhvervshus Sjælland

Erhvervshus Sjælland er sat i verden for at hjælpe virksomheder og iværksættere i Region Sjælland med udvikling og vækst. Vi hjælper løbende virksomheder i gang med særligt målrettede aktiviteter inden for alt fra turisme, eksport, grøn og cirkulær omstilling, digitalisering, iværksætteri m.v.

I forbindelse med EU-projektet SMV:Grønne Kompetencer ønsker vi at udbyde en Grøn Kickstart-workshop, som har til hensigt, at SMV'er kan opnå viden og afklaring på kompetencebehov i forhold til grøn omstilling.

Læs mere om [SMV:Grønne Kompetencer](#) og [Grøn Kickstart](#) på programmets hjemmeside.

Opgavebeskrivelse – Grøn Kickstart-workshop – Grøn kommunikation for turismevirksomheder

Formålet med workshoppen:

Formålet med workshoppen er at give de deltagende SMV'er viden og afklaring på deres kompetencebehov inden for bæredygtig kommunikation.

Målgruppen er SMV'er med behov for grøn omstilling og i særlig grad SMV'er uden et afklaret og formuleret kompetenceudviklingsbehov. Fokus er på turismevirksomheder og deltagerne forventes at være ledere og kommunikationsansvarlige (1-2 personer per virksomhed).

Efter deltagelse i workshoppen skal SMV'erne dels have fået viden og afklaring på deres kompetencebehov inden for lovgivningen knyttet til bæredygtig kommunikation, best practice, masser af inspirationseksempler samt opnået nogle uformelle kvalifikationer inden for struktureringen og håndteringen af lovlig, troværdig og relevant bæredygtig kommunikation i pressen, sociale medier, nyhedsbreve, web og i forbindelse med dokumentation og ESG-rapporteringen.

En beskrivelse af, hvad vi fagligt forventer, at workshoppen indeholder:

Fagligt skal workshoppen indeholde forståelse og baggrund for, hvorfor det i højere grad bliver en forventning og krav fra virksomhedens kunder og øvrige samarbejdspartnere, at bæredygtighed er tænkt ind i virksomhedens forretningsmodel, produkter og ydelser, når de handler med virksomheden.

Virksomhedens kommunikation med omverdenen, om virksomhedens bæredygtige indsatser og fremskridt, bliver derfor yderst vigtig i fremtiden.

Derfor skal virksomhederne inspireres, faciliteres og lære om min. nedenstående 7 gode råd for bæredygtig kommunikation:

De 7 gode råd er vores bud på nødvendige elementer i grøn kommunikation og markedsføring, men vi er selvfølgelig åbne for tilbud, der afviger lidt fra vores udspil i dette udbudsmateriale såfremt der er en god faglig begrundelse.

Trin 1: Vær åben og ærlig

Lær virksomheden at kommunikere åbent omkring virksomhedens indvirkning på mennesker, miljø og samfund. Åbenhed kan i nogle tilfælde imødekomme kritik. På den anden side kan det give anledning til dårlig omtale, hvis virksomheden overdriver eller fortæller halve sandheder om indvirkningen. Eksempler ønskes.

Gør virksomheden opmærksom på, at markedsføringen ikke må være vildledende for forbrugerne og faktiske oplysninger skal kunne dokumenteres. Det følger af markedsføringslovens regler. Hjælp virksomheden med at bruge klima- eller miljøudsagn i markedsføringen, så de er korrekte og klart formulerede og forbrugerne umiddelbart forstår dem. Virksomheden skal kunne dokumentere rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold. Virksomheden må heller ikke udelade væsentlige oplysninger.

Trin 2: Fokuser på konkrete resultater

Lær virksomheden, at det kan være nemmere for kunderne at huske konkrete resultater frem for gode intentioner, fx et skift til brug af genanvendte materialer i virksomhedens produktemballage.

Trin 3: Brug eksempler og historier

Lær virksomheden, at det kan være nemmere at kommunikere med eksempler og historier end med politikker, principper og strategier. Fortæl fx, hvordan virksomheden har engageret sine medarbejdere i den bæredygtige omstilling, skaffet flere kunder, effektiviseret produktionen eller udskiftet oliefyret med en varmepumpe, og hvad det har betydet i praksis.

Trin 4: Skab relevans i en større sammenhæng

Lær virksomheden at sætte de bæredygtige tiltag ind i en bredere samfundsmæssig sammenhæng, så kunden kan se, at aktiviteterne er relevante og bidrager positivt til den bæredygtige omstilling. Fortæl fx om de globale klimaforandringer og virksomhedens direkte påvirkning af lokalsamfundet – eller beskriv, hvordan arbejdet med aktiviteterne har medført nye efterspurgte produkter.

Trin 5: Mål effekten

Lær virksomheden, at det kan være værdifuldt for en virksomhed at evaluere, hvilken effekt kommunikationen har haft på kunderne. En god effektmåling hjælper med at målrette virksomhedens arbejde med kommunikation af forskellige budskaber til forskellige målgrupper på forskellige kommunikationsplatforme.

Trin 6: Få andre til at støtte dit budskab

Inspirer virksomhederne til at en mulig fremgangsmåde er at få virksomheds samarbejdspartnere til at fortælle om virksomhedens bæredygtige indsatser. Det kan styrke troværdigheden, hvis en samarbejdspartner, en kunde eller en organisation udtaler sig positivt om virksomhedens indsats på området.

Trin 7: Regler og etik i markedsføringen

Fortæl og uddyb gerne med eksempler, at når en virksomhed kommunikerer virksomhedens grønne og bæredygtige indsats, er det vigtigt, at virksomheden er opmærksom på eventuel lovgivning om markedsføring. Der findes nemlig generelle og specifikke krav til, hvordan virksomheder må anvende miljømæssige og etiske påstande i deres markedsføring. Vær bl.a. opmærksom på, at virksomheden kun bruger relevante ord om sit produkt eller sin serviceydelse, at ordene er afbalancerede, og at virksomheden ikke overdriver deres klima- og bæredygtighedsudsagn og risikerer greenwashing. Omvendt er det heller ikke ønskværdigt at virksomhederne udelader væsentlige oplysninger for at fremstå mere bæredygtige eller for at undgå kritik (=greenhushing).

Når virksomheden bruger etiske eller miljømæssige udsagn på produkterne eller i markedsføringen, skal virksomheden også kunne dokumentere, at udsagnene er sande og afspejler de faktiske forhold. Lær virksomheden om miljømæssige og etiske udtryk i markedsføringen under henvisning til Forbrugerombudsmandens guide og regler samt evt. sidste nyt ift. lovgivning om grøn kommunikation fx EU's direktiv for greenwashing.

Præcisering af vores faglige forventninger til tilbudsgivers viden og erfaring om emnet for workshoppen:

Hvad vi vægter i valg af leverandør:

- Leverandør skal have et veludviklet og velafprøvet koncept for inspiration/undervisning i bæredygtig kommunikation og markedsføring samt facilitering af udvikling af nye bæredygtige kommunikationstiltag.
- Leverandør skal have indgående kendskab til bæredygtig kommunikation og markedsføring samt turismebranchen.
- Leverandør har erfaring med at arbejde med SMV'er, og skal kunne fremvise eksempler på tidligere, tilfredse kunder – helst indenfor turismebranchen.

Vores ønsker til workshoppen i forhold til f.eks. afholdelsessted, format (online/fysisk), afholdelseskriterier (f.eks. 1 dag/flere dage) og lign.

Workshoppen skal være en fysisk halvdagsworkshop i tidsrummet kl. 9-13.00 og afholdes i Erhvervshus Sjællands lokaler på Fulbyvej 15, 4180 Sorø.

Nogle uger efter den fysiske workshop ønsker vi også, at der afholdes en 2 timers online opsamlingsworkshop med fokus på gennemgang af deltagernes nye bæredygtige kommunikations- og markedsføringsinitiativer med rådgiverfeedback. Formålet er at deltagerne kan inspirere hinanden.

Estimeret tidsramme

Hvornår vi forventer, at workshoppen skal afholdes:

Vi forventer at afholde workshoppen i slutningen af maj 2024.

Endelig dato og tidsrum fastsættes i samråd med Erhvervshus Sjælland.

Budgetramme – max. 24.000 kr. ekskl. moms

Tilbudsgiver skal i dette tilbud give pris på:

- Pris for afholdelse af ét samlet forløb ved minimum 7 deltagere og op til cirka 25 deltagere.

Der afregnes ikke særskilt for:

- Transport til/fra mødestedet for tilbudsgiver og eksterne oplægsholdere
- Honorar til eksterne oplægsholdere
- Udgifter til print og andre udleverede materialer
- Tid forbrugt på koordineringsmøder og evalueringsmøder

Tilbudsbetingelser

Det forventes, at tilbudsgiver udarbejder et skriftligt tilbud på dansk på maksimalt 2 A4-sider ekskl. bilag med afsæt i de krav og forventninger, som er beskrevet.

Grøn Kickstart er finansieret dels af EU's Socialfond Plus og Decentrale Erhvervsfremmemidler gennem programmet SMV:Grønne Kompetencer, hvorfor vi foretager en markedsafsøgning med det formål at afdække markedets bud på løsninger på opgaven beskrevet ovenfor.

Alle tilbudsgivere vil samtidig modtage annoncering. Tilbud modtaget inden for tilbudsfristen vil blive evalueret ud fra nedenstående tildelingskriterier. Alle tilbudsgivere vil samtidig og skriftligt blive orienteret om resultatet af annonceringen umiddelbart herefter.

Erhvervshus Sjælland forbeholder sig retten til ikke at vælge et af de modtagne tilbud, hvis ingen tilbud vurderes at kunne udføre opgaven tilfredsstillende. I så fald vurderer Erhvervshus Sjælland om opgaven annonceres på ny eller ikke gennemføres.

Meddelelsen til den vindende tilbudsgiver, om at dennes tilbud er identificeret som det vindende tilbud, er ikke et løfte om at ville indgå kontrakt med tilbudsgiveren før, der foreligger en leverandørkontrakt.

Tildeling

Beskrivelse af hvilke forhold vi tillægger positivt vægt på, såfremt de tilbydes af tilbudsgiverne:

Den vindende tilbudsgiver findes efter en evaluering af hvert tilbuds pris og kvalitet, herunder erfaringer med nærværende opgave. Den vindende tilbudsgiver er den tilbudsgiver, ordregiver vurderer samlet set har afgivet det tilbud med det bedste forhold mellem pris og kvalitet.

Hvad vægter vi i valg af leverandør:

- 30 % pris
- 70 % kvalitet

Kvalitet bliver bedømt ud fra følgende 4 kriterier, som det samlede tilbud skal give et klart billede af:

- Forløbets koncept og opbygning
- Faglige kompetencer ift. forløbets tema.
- Erfaring og kompetencer i forhold til undervisning og facilitering.
- Forståelse for og erfaring med forløbets målgruppe.

Tilbudsfrist

20/02/2024
Klokken 12.00

Kontaktperson hos Erhvervshus Sjælland (ordregiver)

Tilbuddet skal sendes til nedenstående kontaktperson, som ligeledes kan kontaktes for svar på evt. opfølgende spørgsmål til kravspecifikationen og/eller annonceringen.

Kontaktperson: Randi Terp

E-mail: rte@ehsj.dk

