Fremtidens Fynske Bymidter

FREMTIDENS FYNSKE BYMIDTER

Markedsafsøgning

Oplæg, foredrag og workshops

Vi søger faglige eksperter, der vil byde ind med deres eget stærke bud på konkrete behov i de fynske bymidter.

Fire hovedtemaer

AI & digitalisering | Salg & service | Samarbejde i og om bymidten | Drift & økonomi

Markedsafsøgningen varetages af Erhvervshus Fyn P/S, CVR-nr. 34206228

Projektet er medfinansieret af EU's Regionalfond.

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Fremtidens Fynske Bymidter

Indholdsfortegnelse

1. Kort om projektet **3**

2. Hvad vi beder leverandørerne om **3**

3. Temaer og oplevede behov **4**

Hovedtema: AI og digitalisering *4*
Sociale medier, der faktisk skaber kunder 4
Bliv fundet af søgemaskinernes AI 5
Brug mail og digital kalender bedre 5
Google Business Profile 5
Brug LinkedIn professionelt 5
Liveshopping 5
Bliv bedre til Shopify 5

Hovedtema: Salg og service *6*
Samarbejd om kunderne 6
Turisten som kunde 6
Fra butik til oplevelse 6
Kundeklub, nyhedsbreve og genkøb 6
Fra besøgende til betalende kunde 7
Detailhandlens lavthængende frugter 7
Butikstyveri 7
Kundetyper 7

Hovedtema: Bymidtesamarbejde *7*
Hvordan ser fremtidens bymidte ud, og hvordan kommer vi derhen? 7
Fællesskaber, de store og de små fællesskaber 8
Bidrag til liv i bymidten 8

Hovedtema: Drift og økonomi *8*
Prissætning og indtjening 8
Få ro i maven og styr din likviditet 8
Bliv en mester til indkøb og reducér dit lager 8
Funding og partnerskaber 8
Ledelse for små virksomheder 9
Onboarding af unge medarbejdere 9
Undgå at blive flaskehals 9
Sæt dit POS-system op, så du kan bruge det til data 9
Regnskab og økonomi 9

4. Krav til leverancen **9**

5. Det skal tilbuddet indeholde **10**

6. Vurdering af tilbud **11**

7. Praktiske og kontraktuelle forhold **11**

8. Indsendelse og kontakt **12**

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Fremtidens Fynske Bymidter

1. Kort om projektet

Fremtidens Fynske Bymidter er et EU-støttet regionalfondsprojekt under indsats 4: Levende og Bæredygtige Bymidter. Projektets deltagende byer er Assens, Faaborg, Kerteminde, Nyborg, Ringe, Rudkøbing og Årslev og kombinerer virksomheds- og kompetenceudvikling med privat-offentlige bymidtesamarbejder og fysisk omstilling. Målet er blandt andet at opkvalificere 250 virksomheder gennem workshops, oplæg og skræddersyede handleplaner.

Erhvervshus Fyn er operatør på den virksomhedsrettede del og bymidtesamarbejderne. Denne markedsafsøgning skal give projektet et kvalificeret grundlag for at vælge relevante leverandører af oplæg, foredrag og workshops.

Målgruppen af virksomheder

Den virksomhedsrettede del henvender sig til bymidteerhverv med salg eller service til private og med en fysisk placering i en af de deltagende bymidter. Målgruppen omfatter blandt andet detailhandel, oplevelseserhverv, restaurant- og caféerhverv, kunst- og kulturaktører, behandlere samt liberale erhverv. Det er oftest små eller mindre virksomheder.

Hvad er bymidtesamarbejderne?

I hver af de syv deltagende byer arbejdes der med et privat-offentligt bymidtesamarbejde, hvor forskellige lokale kræfter mødes om udviklingen af bymidten. Det kan fx være erhvervsdrivende, kommune, kultur- og fritidsaktører, foreninger og lokale ildsjæle. Formålet er at bringe forskellige perspektiver og ressourcer sammen, skabe en fælles retning for bymidten.

Hertil findes et fælles-fynsk bymidtesamarbejde, der er målrettet hovedsageligt kommunale nøglepersoner indenfor udvikling af bymidter og bymidteerhverv samt nøglepersoner fra bymidteerhverv og bymidteforeninger, på tværs af alle fynske kommuner. Denne har fokus på videns- og erfaringsdeling.

To mulige målgrupper for samme faglige emne

Et oplæg eller en workshop kan blive booket i to forskellige sammenhænge:

- Den virksomhedsrettede del, hvor deltagerne er virksomheder i projektet. Aktiviteten kan afholdes lokalt i én by eller på tværs af de syv deltagende byer.
- I regi af bymidtesamarbejder, enten lokalt, på tværs af deltagende byer eller på tværs af de fynske kommuner.

Det er projektet, der beslutter, hvilke(n) sammenhæng(e) en leverance bookes til. Leverandøren skal derfor være indstillet på, at samme faglige emne kan anvendes i begge sammenhænge, og at indhold og formidling tilpasses den konkrete deltagergruppe, i dialog med projektledelsen.

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

2. Hvad vi ønsker fra leverandørerne

Behovene nedenfor er opstået gennem dialog med og ønsker fra projektets deltagende virksomheder, samt de oplevede behov fra projektets medarbejdere. De beskrevne underemner er derfor pejlemærker, ikke færdige undervisningsprogrammer.

Det er leverandøren, der er eksperten. Vi ønsker derfor, at tilbudsgiver med afsæt i sin faglighed og erfaring foreslår den vinkel, metode og form, som forventes at skabe størst værdi inden for det valgte hovedtema og de beskrevne behov.

- Der kan gives tilbud på ét eller flere hovedtemaer og på én eller flere konkrete leverancer under et hovedtema.
- Leverandøren må gerne samle flere nært beslægtede underemner i ét stærkt oplæg eller workshopformat, hvis det fagligt giver bedre mening.
- Leverandøren må gerne komme med egne bud på vinkel eller udfordring, der vil give mening at arbejde med, under de nævnte hovedtemaer.
- Tilbuddet skal tydeligt angive, om leverancen tilbydes fysisk, som webinar eller er muligt i begge formater.
- Hvis pris eller indhold varierer mellem webinar og fysisk afholdelse, skal dette fremgå særskilt.
- Leverandøren skal være indstillet på, at projektet kan booke leverancen til enten den virksomhedsrettede del, et bredt bymidtesamarbejde eller begge dele. Den konkrete tilpasning aftales med projektledelsen.
- Hvor der anvendes digitale værktøjer eller platforme, skal eventuelle nødvendige abonnementer, licenser eller deltagerudgifter oplyses.

3. Temaer og oplevede behov

Nedenstående er de behov, projektet aktuelt ønsker at markedsafsøge. Formuleringerne er bevidst åbne, så leverandøren kan bringe sin specialistviden i spil. Ligeledes er navnene på oplæg / workshops udelukkende brugt som eksempler.

Hovedtema: AI og digitalisering

Sociale medier, der faktisk skaber kunder

Behov vi oplever: Virksomhederne har behov for at blive bedre til at omsætte deres tilstedeværelse på sociale medier til synlighed og kunder.

Mulige underemner: Instagram og Facebook • contentplan • lokal målretning • sæsonbaseret målretning

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Fremtidens Fynske Bymidter

Bliv fundet af søgemaskinernes AI

Behov vi oplever: Søgeadfærd og AI-genererede søgeresultater ændrer vilkårene for digital synlighed. Virksomhederne efterspørger viden om, hvordan de bliver fundet.

Mulige underemner: synlighed i AI-baserede søgninger • relevant indhold og struktur • praktiske greb for den mindre virksomhed

Brug mail og digital kalender bedre

Behov vi oplever: Der er efterspørgsel på helt grundlæggende og tidsbesparende brug af mail og digital kalender i hverdagen. Mange virksomhedsejere har aldrig lært dette.

Mulige underemner: BCC og god mailpraksis • signaturer • kalenderfunktioner og automatiske tilføjelser • struktur og tidsbesparelse

Google Business Profile

Behov vi oplever: Det skal være nemmere for gæster og kunder at finde / opdage virksomhederne via Google-søgninger og Maps.

Mulige underemner: profilens grundopsætning • synlighed i søgning og Maps • løbende vedligehold og praktisk anvendelse

Brug LinkedIn professionelt

Behov vi oplever: Nogle deltagende virksomheder bruger LinkedIn lidt eller slet ikke, selv om de ser en mulighed for faglig synlighed og dialog.

Mulige underemner: relevans for gadeplansvirksomheder • professionel tilstedeværelse • relevant indhold • netværk og faglig dialog

Liveshopping

Behov vi oplever: Der er nysgerrighed på liveshopping som en supplerende kanal til at skabe synlighed og salg.

Mulige underemner: hvornår og for hvem formatet giver mening • praktisk tilrettelæggelse • indhold og salg

Bliv bedre til Shopify

Behov vi oplever: En del deltagere bruger Shopify og ønsker hjælp til at bruge løsningen bedre.

Mulige underemner: grundlæggende drift • produkter og struktur • praktiske forbedringer af webshoppen • Ai-værktøjer der kan hjælpe

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Bliv bedre til WooCommerce

Behov vi oplever: En del deltagere bruger WooCommerce og ønsker hjælp til at bruge løsningen bedre.

Mulige underemner: grundlæggende drift • produkter og struktur • praktiske forbedringer af webshoppen • Ai-værktøjer der kan hjælpe

Hovedtema: Salg og service

Samarbejd om kunderne

Behov vi oplever: Der er oplagte muligheder for at lokale aktører kan skabe mere værdi sammen, frem for hver for sig.

Mulige underemner: krydssalg • fælles kampagner • partnerskaber mellem butikker, caféer, kultur-, fritids- og oplevelsesaktører

Turisten som kunde

Behov vi oplever: Inspiration til at blive mere relevante for besøgende og omsætte lokale oplevelser til salg, på en måde, så turisten får lyst til at komme tilbage til både virksomheden og byen

Mulige underemner: samarbejde med turismeaktører • lokale oplevelser som salgsanledning • gæstens kunderejse • forskelle på købsmønstre hos turist og lokal

Fra butik til oplevelse

Behov vi oplever: Fysiske butikker, caféer og servicevirksomheder skal klædes på til at arbejde med oplevelser, så der er flere grunde til, at kunderne besøger dem. Ikke kun som et par årlige events, men som en integreret del af virksomheden.

Mulige underemner: oplevelser og aktiviteter • anledninger til besøg • kobling mellem oplevelse og forretning

Kundeklub, nyhedsbreve og genkøb

Behov vi oplever: Tydeliggør mulighederne i at arbejde systematisk med loyalitet og genkøb.

Mulige underemner: e-mailmarketing • kundeklubber • automatisering • AI • GDPR-principper

Håndtering af anmeldelser – både de gode og de dårlige

Behov vi oplever: Vigtigheden af at håndtere anmeldelser på trustpilot, tripadvisor og Google, i stedet for bare at lade dem være.

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Mulige underemner: håndtering af dårlige anmeldelser • få flere af de gode anmeldelser • sprog og tone of voice • arbejd aktivt med anmeldelser

Fra besøgende til betalende kunde

Behov vi oplever: Der er behov for praktiske greb, der kan øge konvertering og salg i den fysiske kunderejse.

Mulige underemner: konvertering • mersalg • kunderejse • butiksindretning og vareplacering • service

Detailhandlens lavthængende frugter

Behov vi oplever: Konkrete greb, som hurtigt kan afprøves og skabe synlig effekt. En kickstart på virksomhedsomstilling, der giver mod til at prøve mere.

Mulige underemner: 5-10 prioriterede forbedringsgreb • inspiration til næste udviklingsskridt • praktisk implementering

Butikstyveri

Behov vi oplever: Butikker oplever tyveri som en konkret driftsudfordring og efterspørger viden om forebyggelse og typiske mønstre.

Mulige underemner: forebyggende greb • typiske fremgangsmåder • medarbejdernes rolle og praksis

Kundetyper

Behov vi oplever: Der er efterspurgt et praksisnært oplæg om forskellige kundetyper og hvordan de bedst mødes.

Mulige underemner: kundetyper • tilpasning af dialog og service • praktiske eksempler

Hovedtema: Samarbejde i og om bymidten

Hvordan ser fremtidens bymidte ud, og hvordan kommer vi derhen?

Behov vi oplever: Viden om- og perspektiver på, hvordan bymidter udvikler sig, og hvad det kræver lokalt. OBS: De syv deltagende byer i projektet har mellem 4.000 og 20.000 indbyggere.

Mulige underemner: forskning og aktuelle perspektiver • fremtidens virksomhedsmix • nødvendige ændringer i tankegang og lokal praksis, herunder kommunalt • erhvervsdrivende rolle og muligheder i at forme den levende bymidte • privat-offentlige samarbejder • langsigtede løsninger og quick fixes

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Fællesskaber - de store og de små

Behov vi oplever: Der er behov for at styrke og tydeliggøre sammenhængen mellem forskellige lokale fællesskaber frem for at arbejde i siloer. Hertil også at opbygge nye fællesskaber.

Mulige underemner: gadefællesskaber • bymidte- og interessefællesskaber • samarbejde på tværs af generationer, handelsstandsforening, medlemskab, virksomhedstyper, kultur, fritid og erhverv

Bidrag til liv i bymidten

Behov vi oplever: Inspiration fra andre steder til, hvordan erhvervslivet kan bidrage aktivt til byliv – og hvordan en kommune kan understøtte det

Mulige underemner: cases fra andre byer • virksomhedsskabte aktiviteter og events • samarbejde mellem kommuner og lokale aktører

Hovedtema: Drift og økonomi

Prissætning og indtjening

Behov vi oplever: Virksomhederne ønsker en bedre forståelse af, hvordan prisvalg påvirker indtjening.

Mulige underemner: kalkulation • dækningsbidrag • prispsykologi • rabatter • produktmix

Få ro i maven og styr din likviditet

Behov vi oplever: Det kan være svært at skabe overblik over cashflow og likviditet. Der er brug for læring, teknikker og værktøjer.

Mulige underemner: likviditetsstyring • cashflow-overblik • forudsigelighed og håndtering af uforudsete udgifter

Bliv en mester til indkøb og reducér dit lager

Behov vi oplever: Penge bundet i lager er en udfordring, og virksomhederne har brug for bedre indkøbs- og lagergreb.

Mulige underemner: indkøbsteknik • leverandørdialog og forhandling • lagerbinding og lagerreduktion

Funding og partnerskaber

Behov vi oplever: Nogle virksomheder og fællesskaber har udviklingsidéer, hvor finansiering kan være en barriere. Her ønskes indsigt i mulige partnerskaber og fundingveje.

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Mulige underemner: partnerskabsmodeller • fra idé til finansierbar aktivitet • tilgang til at lave fondsansøgninger

Ledelse for små virksomheder

Behov vi oplever: Ejerledere efterspørger grundlæggende ledelsesværktøjer, som ofte er lettere tilgængelige i større organisationer.

Mulige underemner: ansættelse • daglig ledelse • den svære samtale • enkle ledelsesværktøjer

Onboarding af unge medarbejdere

Behov vi oplever: Virksomheder oplever udfordringer med at tiltrække og fastholde unge medarbejdere. Der er ønske om at se på egne processer og ledelse.

Mulige underemner: onboarding • ledelse af ungarbejdere • processer der understøtter tiltrækning og fastholdelse

Undgå at blive flaskehals

Behov vi oplever: Ejerledere har behov for at kunne uddelegere mere og skabe tydelige rammer, så driften ikke afhænger af dem i alle beslutninger.

Mulige underemner: uddelegering • beslutningsrum og ansvar • tillid og tydelige rammer • mere tid til udvikling

Sæt dit POS-system op, så du kan bruge det til data

Behov vi oplever: Virksomhederne har behov for at få mere ud af de data, som allerede findes i deres POS-system, så de kan få databaseret indsigt i kunder, salg og varer.

Mulige underemner: opsætning af kategorier og varegrupper • brug af data om kunder og varer • tips, tricks og praktiske hacks til at få mere ud af POS-systemet

Regnskab og økonomi

Behov vi oplever: Der er efterspurgt workshops, som gør regnskab og økonomi mere overskueligt og anvendeligt i den daglige drift.

Mulige underemner: praksisnær økonomiforståelse for mindre bymidtevirksomheder • opsætning af regnskabssystem, så det sparer både tid og penge (Dinero og Billy er blandt de mest anvendte hos deltagergruppen)

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

4. Krav til leverancen

Den konkrete varighed kan afhænge af emne og format, men som udgangspunkt anbefaler vi ikke workshops, der varer meget mere end 2,5 time, for at det kan passe ind i små virksomheders hverdag. Tilbudsgiver skal derfor anbefale en passende varighed og opbygning.

- Indholdet skal være fagligt aktuelt, praksisnært og formidlet i øjenhøjde.
- Der lægges vægt på konkrete metoder, værktøjer og handlinger, der kan omsættes i deltagernes hverdag.
- Ved gentagne afholdelser skal indholdet kunne justeres i dialog med projektledelsen på baggrund af erfaringer, deltagerfeedback og udviklingen inden for fagområdet.
- Relevant deltager- eller præsentationsmateriale skal kunne leveres digitalt i forbindelse med afholdelsen, når formatet tilsiger det.
- Prisen oplyses ekskl. moms og indeholde forberedelse, materialer samt alle leverandørens udgifter, herunder transport, eventuel overnatning og forplejning.

5. Det skal tilbuddet indeholde

Brug gerne punkterne nedenfor som udgangspunkt. Der kan indsendes ét samlet tilbud, selv om I byder på flere temaer. Pris og format skal dog fremgå tydeligt for hver enkelt foreslået leverance.

- Leverandørens navn, CVR-nr. og kort præsentation.
- Hvilket hovedtema tilbuddet dækker.
- Forslag til titel og kort beskrivelse af leverandørens faglige take på oplægget/workshoppen.
- Forventet udbytte for deltagerne.
- Format: fysisk, online/webinar eller mulighed for begge dele.
- Anbefalet varighed og kort beskrivelse af metode og deltagerinvolvering.
- Relevante erfaringer og referencer med tilsvarende målgrupper og fagområder.
- Pris pr. afholdelse ekskl. moms. Angiv særskilt pris for fysisk og webinar, hvis priserne er forskellige.
- Eventuelle nødvendige licenser, abonnementer, deltagerforberedelse eller andre forudsætninger.
- Mulighed for genbooking på samme vilkår/pris i projektperioden frem til og med april 2028.
- Dato for tilbud.

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

6. Vurdering af tilbud

Tilbud vurderes samlet for den enkelte foreslåede leverance, ud fra det bedste forhold mellem pris og kvalitet. For at fastholde en transparente vurderingsmodel anvendes følgende kriterier:

Kriterium	Vægt	Hvad vi ser efter
Faglig kvalitet og relevans	30 %	Faglighed, aktualitet, et stærkt bud på indhold og tydelig sammenhæng med det beskrevne behov.
Erfaring med målgruppen og formidling	25 %	Relevant erfaring, forståelse for målgruppens drift og virkelighed, formidling i øjenhøjde og evne til at tilpasse leverancen til bymidtevirksomheder og/eller bymidtesamarbejder.
Format og metode	15 %	En gennemtænkt form, passende varighed, deltagerinvolvering og tydeligt udbytte.
Pris	30 %	Pris i forhold til den samlede leverance, herunder forberedelse, materialer og eventuelle justeringer.

7. Praktiske og kontraktuelle forhold

- Der kan indsendes tilbud på én eller flere leverancer.
- Projektet kan vælge forskellige leverandører til forskellige temaer og er ikke forpligtet til at booke alle markedsafsøgte leverancer.
- Bliver en leverance relevant flere gange, skal den kunne genbookes på de vilkår og til den pris, der er angivet i tilbuddet, medmindre andet aftales skriftligt.
- Ordregiver forbeholder sig retten til at opsige et samarbejde, hvis leverancen ikke lever op til de aftalte krav til fagligt niveau, relevans eller formidling.
- Projektet forbeholder sig retten til at afvise ufuldstændige eller ikke-konkurrencedygtige tilbud.

Medfinansieret af
Den Europæiske Union

- En meddelelse om, at et tilbud er identificeret som det vindende tilbud, er ikke i sig selv et løfte om kontrakt. Aftale foreligger først, når parterne har gennemgået tilbuddet, forventningsafstemt leverancen og indgået kontrakt.
- Udvælgelsen skal kunne dokumentere sund forvaltningsskik, gennemsigtighed og økonomisk sparsommelighed.
- Projektet er medfinansieret af EU's Regionalfond. Erhvervshus Fyn administrerer den virksomhedsrettede del og bymidtesamarbejderne på vegne af Faaborg-Midtfyn Kommune, der er tilsagnsmodtager.

8. Indsendelse og kontakt

Offentliggørelsesdato: 30. oktober 2026
Deadline for tilbud: 18. november klokken 12.00
Forventet orientering om resultat: 30. november 2026
Forventet opstart: fra og med 1. halvår 2027

Tilbud sendes til:

Cindie Dahl Hiort, projektleder, Fremtidens Fynske Bymidter
Erhvervshus Fyn
cdh@erhvervshusfyn.dk
Tlf. 92 15 30 31

Tilbuddet udarbejdes på dansk. Vi anbefaler et kort og overskueligt tilbud med fokus på den konkrete leverance. Bilag med CV, cases eller referencer kan vedlægges efter behov.