



MESSECENTER **HERNING** KONGRESCENTER

Hedens Colosseum

Et oplevelsesfyrtårn i Midtjylland

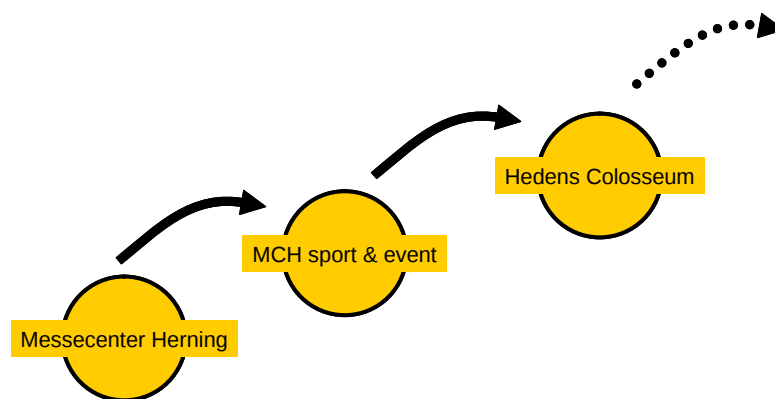
Ansøgning om udviklingsbistand i puljen: Internationale Oplevelsesfyrtårne

Indholdsfortegnelse

1.	Indledning	2
2.	Idé og koncept	3
2.1	Idé	3
2.2	Koncept:	4
2.3	Oplevelsescentret	4
2.3.1	Bygningens udtryk	4
2.3.2	Indhold og fleksibilitet	7
2.3.3	Skalerbare oplevelser	10
2.3.4	Det nye og banebrydende	12
2.4	Multiarenaen	13
2.5	Shed, det udendørs spillested	13
3.	Mål for projektet samt forventet udbytte	15
3.1	Fase 1: Multiarena	15
3.1.1	Kommercielt koncept (forretningsmodel)	15
3.1.2	Organisation	15
3.1.3	Salg og markedsføringsmateriale	16
3.2	Fase 2: Oplevelsescenter	16
3.2.1	Indledende konceptbearbejdning og detailudvikling	16
3.2.2	Feasibility studie	17
3.2.3	Udvikling af forretningsmodel	17
3.2.4	Aftaler og indgåelse af alliancer	17
3.2.5	Prospekt til brug ved partnersøgning	17
3.2.6	Udarbejdelse af finansieringsmodel	18
3.3	Fase 3: Udendørs koncertområde	18
3.3.1	Konceptudvikling og –beskrivelse	18
3.3.2	Feasibility studie	18
3.3.3	Skitseforslag og beskrivelser	18
3.3.4	Anlægsbudget	19
3.3.5	En holdbar og afprøvet finansieringsmodel	19
3.3.6	Aftaler mellem de partnere der skal løfte projektet	19
4.	Budget	20
5.	Projektets forankring	21
6.	Projektplan	22
7.	Aktører i konsortiet	23
7.1	MCH	23
7.2	Herning Kommune	23
8.	Risikovurdering	24
8.1	Innovationspartnerskaber	24
8.2	Forretningspartnerskaber	24
8.3	Finansieringspartnere	24
8.4	Drift af multiarena	25
8.5	Finansiering af fase 3	25

1. Indledning

MCH repræsenterer mere end 50 års erfaring inden for messer, events og arrangementer med et stringent fokus på vedvarende udvikling af nye og tidssvarende faciliteter igennem hele perioden. Seneste to større investeringer har været i form af Hal M (11.000 m²) og SAS arenaen (11.500 tilskuerpladser). I dag servicerer MCH knap 1 mio. gæster om året og det er MCH's ambition at fortsætte denne udvikling og fortsat i fremtiden være en førende udbyder af enestående rammer for unikke oplevelser, hvor mennesker hvor mødes.



Set i lyset af MCHs fysiske omfang som er opnået igennem ovennævnte udvikling og de ambitioner der eksisterer for fremtiden med bl.a. en multiarena og et udendørs koncertområde er der behov for at MCH's fysiske udtryk samles i en mere visuel helhedstænkning der samler områdets faciliteter og funktioner i en markant ankomstportal, som samtidig skal afspejle de igangværende events og integrere en fuldendt oplevelse fra start til slut.

I det følgende skitseres, hvordan Hedens Colosseum i fremtiden dels vil stå som et unikt byggeri og vartegn i Region Midtjylland, dels vil danne en unik ramme inden for en bred vifte af oplevelser.

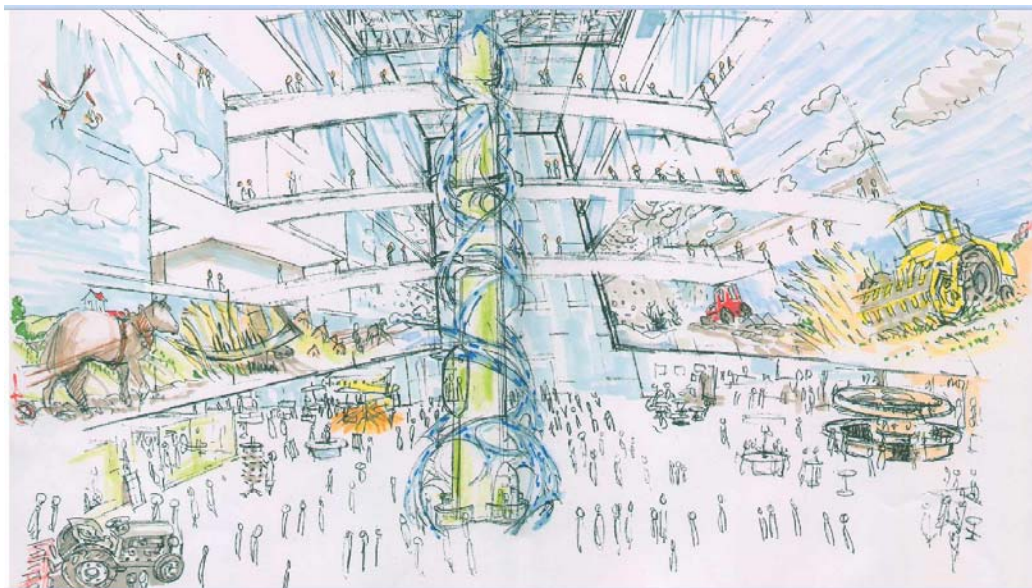
For en god ordens skyld skal vi gøre opmærksom på, at "Hedens Colosseum" fortsat er en arbejdstitel, der kan ændres i løbet af projektet.

2. Idé og koncept

2.1 Idé

Idéen med Hedens Colosseum er illustreret via udtalelser fra fremtidige brugere, som udtaler sig om, hvordan Hedens Colosseum har skabt unikke oplevelser. I dette tilfælde er det reaktioner på, hvordan Hedens Colosseum har skabt en unik ramme om en messe, men det kunne ligeså vel have været et hvilket som helst andet arrangement, som det også vil blive berørt senere i afsnittet:

Her opleves Hedens Colosseum fase 2: Den enestående eksponeringskanal:



Arrangøren:

Vi ønskede som arrangører at skabe de perfekte rammer for vores medlemmer til at eksponere deres services og produkter, og derfor var et vigtigt kriterium, at de besøgende skulle have mulighed for at leve sig ind i landbrugsmiljøet. Vores medlemmer er desuden meget forskellige, og derfor var fleksibiliteten i udstillingsmuligheden i Hedens Colosseum perfekt til formålet. Vi føler virkelig, at Hedens Colosseum kan iscenesætte deres multiarena unikt til ethvert formål. Dette skræddersyede univers og skalerbarheden for vores udstillere var unik og aldrig set før.

Udstilleren:

Vi udstillede i forbindelse med landbrugsmessen en række af vores nyskabende landbrugsmaskiner. Hedens Colosseum skabte en fantastisk ramme omkring vores udstilling. De multifleksible muligheder, som skabte en perfekt atmosfære og stemning, har vi hidtil aldrig før oplevet. Unikheden i løsningerne fra indgangen gennem den imponerende foyer udsmykket til lejligheden over selve messens rammer (udstillingsarealet) til de personlige tilpassede hotelværelser, der gav os en fantastisk

mulighed for kundepleje i den rette atmosfære, har dannet fundamentet for den perfekte eksponering.

Den besøgende:

Årets besøg på messen skilte sig markant ud fra tidligere år ved at have en helt unik oplevelsesgrad. Lige fra når man trådte ind af døren var atmosfæren den helt rigtige. Vi spiste frokost på høballer, og maden blev serveret af farmere i overalls, hvilket virkeligt var gennemført. Selv hotelværelset var i denne anledning indrettet til formålet. For første gang følte vi, at vi havde en totaloplevelse, som var gennemsyret af unikke løsninger.

2.2 **Koncept:**

Konceptmæssigt består Hedens Colosseum på nuværende tidspunkt af 3 elementer, der tilsammen gør Hedens Colosseum til et nyskabende og unik oplevelsesmekka med potentiale til at blive et internationalt oplevelsesfyrtårn i Midtjylland: De 3 elementer er:

- Oplevelsescentret som både rummer servicefaciliteter for hele MCH's arrangementsflade, samt unikke oplevelser (Hedens Colosseum, fase 2, 34.200m²)
- Danmarks første multiarena (Hedens Colosseum, fase 1, 27.568m²)
- Danmarks første faste udendørs koncertområde, et "Shed" med inspiration fra lignende faciliteter i USA (Hedens Colosseum, fase 3, plads til 20.000 tilskuere)

2.3 **Oplevelsescentret**

2.3.1 **Bygningens udtryk**

Hedens Colosseum fase 2 byggeriet vil i fremtiden blive det første man oplever, når man som besøgende nærmer sig MCH. Bygningen vil være markant, dels fordi den rent bogstaveligt rager op i forhold til sine omgivelser. Dels fordi bygningen arkitektonisk og funktionelt bliver en helt unik velkomst- og ankomstportal for den besøgende. Bygningen vil på en gang være udgangspunktet for unikke oplevelser i Messecenter Herning, SAS Arena, Multiarenaen og Det udendørs koncertområde. Bygningen vil også i sig selv byde på helt særlige oplevelser, som det redegøres for herunder.

Inspirationsmæssigt rummer bygningen elementer fra historiske monumenter såsom Colosseum i Rom og Babelstårnet. Disse markante historiske bygninger er nyfortolket på en måde, som matcher både nutidens og fremtidens behov.

Billedet herunder viser en skulptur skabt af en kunstner, der har været involveret i konceptudviklingen af Hedens Colosseum. Skulpturen udtrykker i sit ydre, det markante skarpskårne og moderne. Skjult i det indre bag de markante ydermure gem-

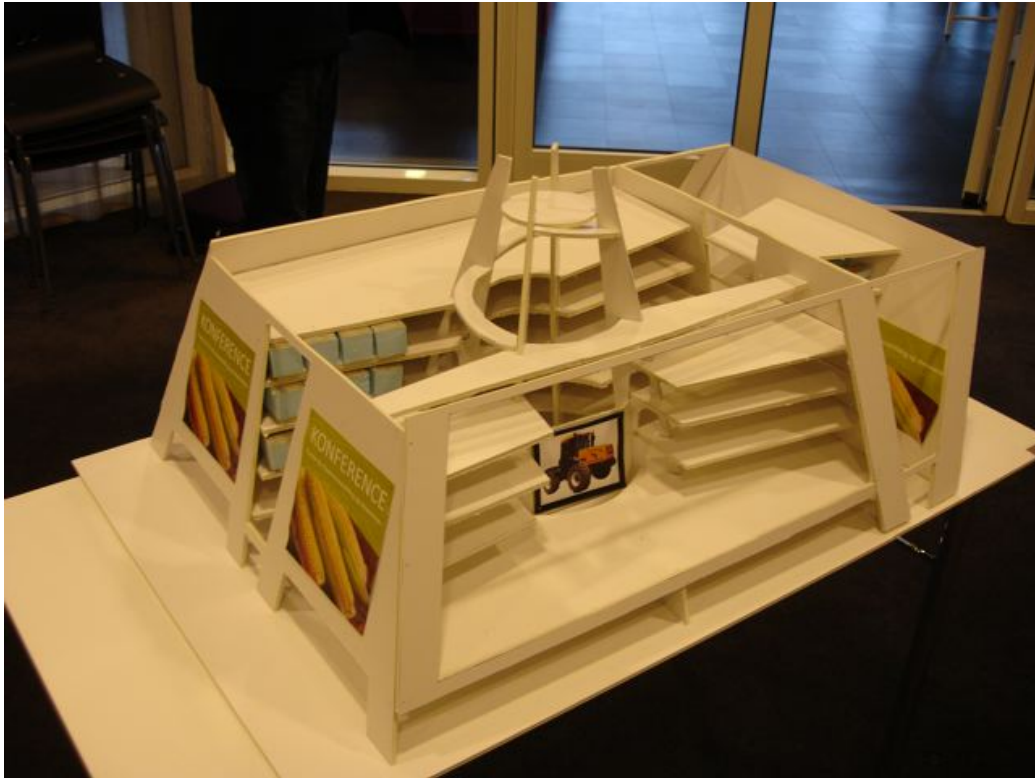
mer bygningen på et indre med stærke associationer til Colosseum. På toppen af bygningen ses Babelstårnet, som vil være en frodig oase og en markant udkigsoplevelse højt over Herning.

Skulpturen er 16cm lang, 8cm høj, og 13 cm høj til toppen af Babelstårnet.



De næste billeder illustrerer bygningen via en anden form for model, ligeledes udviklet som en del af konceptudviklingen. Her anes, hvordan det runde colosseums inspirerede åbne rum i midten af bygningen opadtil smelter sammen med den frodige babelstårns lignende oase.

Modellen på billederne er 85cm lang, 60 cm bred, 30 cm høj og 45 cm høj til toppen af Babelstårnet.



2.3.2 Indhold og fleksibilitet

Bygningen kommer helt overordnet til at rumme to funktioner:

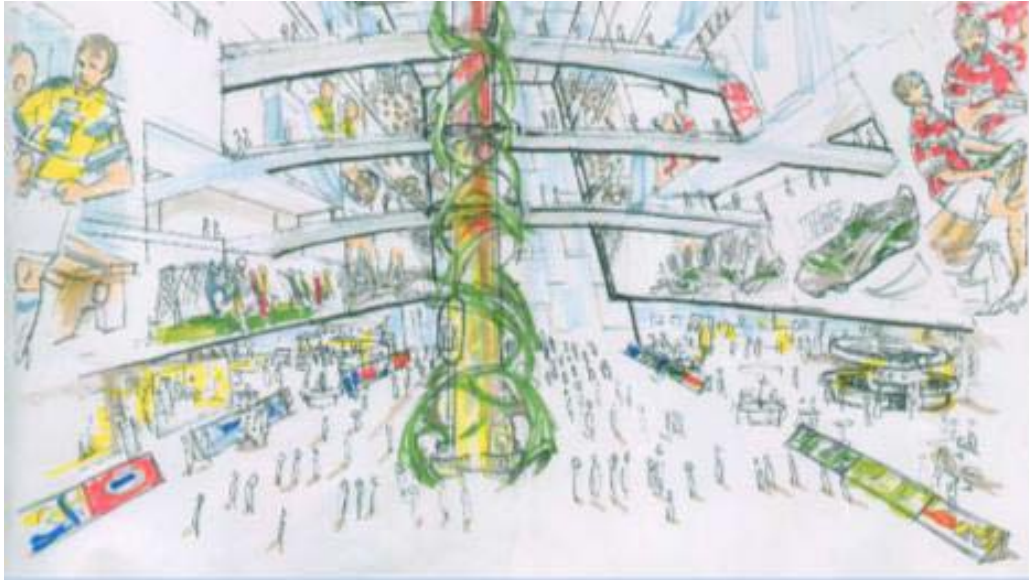
1. Bygningen bliver en gigantisk ankomsthal og eksponeringskanal for de besøgende, der kommer til arrangementer ved MCH. I denne funktion er oplevelsescentret ikke målet for de besøgende, men derimod en eksponeringskanal, som iscenesætter den oplevelse de besøgende kommer for. Det være sig messer, koncerter, events, sportsbegivenheder eller lignende.
2. Bygningen kommer ligeledes til at indeholde oplevelsesattraktioner, som i sig selv bliver målet for de besøgende. Flere af disse attraktioner relaterer sig til selve bygningen; eksempelvis Babelstårnet på bygningens top. Andre attraktioner relaterer sig til oplevelseskoncepterne i bygningen; eksempelvis en årlig e-sports turnering inden for underholdning. Centrets blivende oplevelser vil primært defineres inden for følgende fire områder, samt synergierne mellem områderne som illustreret med de overlappende ringe.



I det efterfølgende foldes eksempler fra oplevelsescentret ud for at give et indtryk af de oplevelsesmuligheder fleksibiliteten i bygningen skaber. Første punkt illustrerer bygningens fleksibilitet, de øvrige eksempler illustrerer, hvordan fleksibiliteten er med til at skabe unikke oplevelser i bygningen.

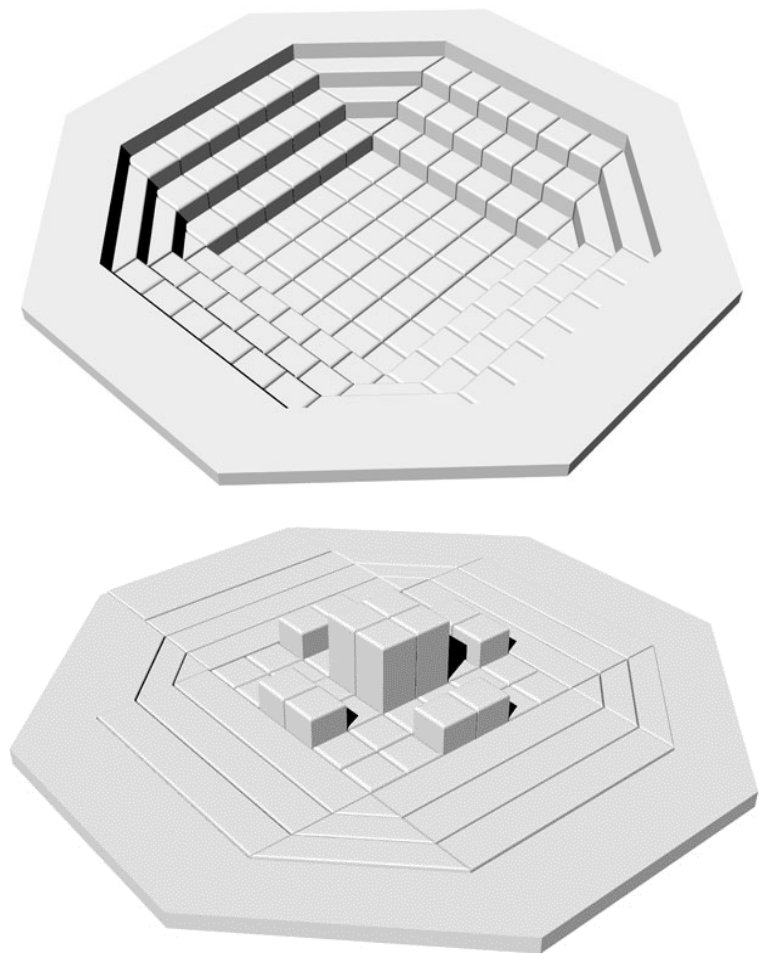
- Bygningen bliver fra idé til realisering tænkt multifleksibel med store åbne arealer, som rummer store unikke eksponeringsflader. Hvor der er lukkede rum søges disse i maksimal udstrækning gjort modulære og fleksible således at eksempelvis vægge og installationer kan flyttes og forandres efter behov.
- Bygningen bliver den gigantiske ankomsthal, som er starten på de besøgendes brug af MCH's faciliteter. Hele stueetagen af bygningen er ét gigantisk areal på knapt 7.000m², som midt i bygningen åbner sig op helt til babels-

tårnet i toppen. Når der eksempelvis er fodboldkamp på SAS Arena vil stue-etagen og eksponeringsfladerne på væggene i foyeren være én stor iscenesættelse af den forestående fodboldkamp. Tegningen herunder illustrerer eksponeringsportalen i fodboldsituationen:



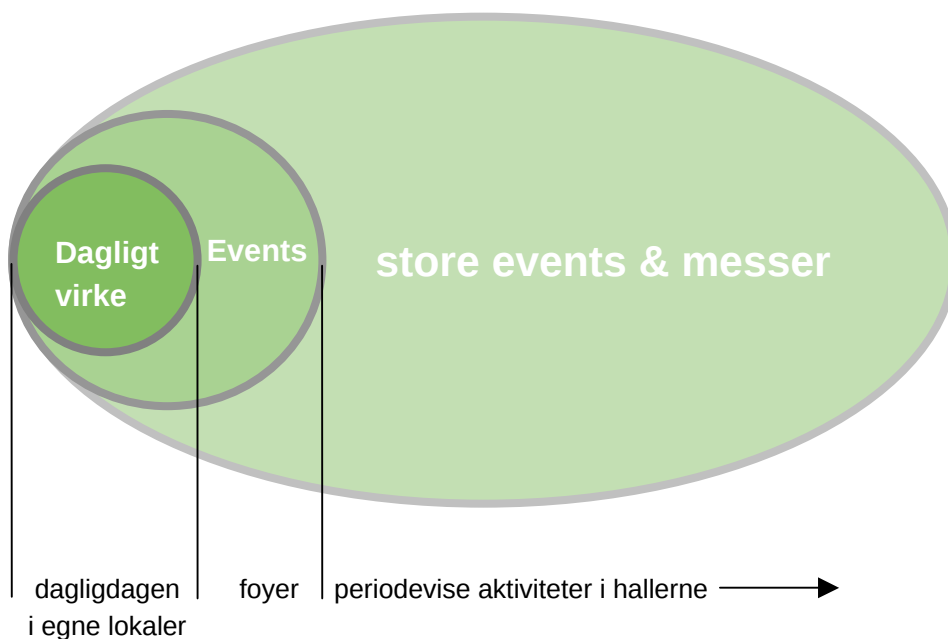
- Som tegningen illustrerer, er foyeren starten på fodboldoplevelsen. Der vil være billeder, film og musik om de to hold. Der vil være mulighed for, at de lokale handlende i Herning rykker dele af deres forretning ud i foyeren og har en salgsstand i foyeren, hvor der kan sælges merchandise, øl, vand, mad og lignende. Der kan være mulighed for, at eks. Hummel har mulighed for at vise deres seneste nyheder, og måske sælge de nyeste fodboldstøvler som hjemmeholdet nu bruger. Alt dette blot som eksempler. Pointen er, at bygningens fleksibilitet og helt unikke muligheder for eksponering skaber unikke rammer, som vil gøre, at mange mennesker vil bruge timer i foyeren som opvarmning til kampen. En opvarmning som både skaber meromsætning og medvirker til, at oplevelsen omkring kampen bliver helt unik.
- Foyeren i centret bliver sammen med bygningens øvrige arealer en oplevelse i sig selv, idet der vil være skiftende udstillinger og oplevelser indenfor områder såsom:
 - Eksperimentarium med fokus på energi & miljø.
 - En række spændende restauranter i et eksperimentarium for fødevarer, som tilsammen udgør et "food court". Her kan man eksempelvis købe sin forret ved én restaurant og sin hovedret ved en anden, og frit vælge, hvor man vil spise.

- Et underholdningscenter med fokus på spil, gaming, koncerter for spil-musik, e-sports events og lignende. Desuden årlige megaevents såsom pokerturning, backgammon turneringer og lignende, som optager hele foyeren.
- Det modulære livsstilshotel. Her bliver ikke tale om et fast hotelkoncept, men derimod et modulært hotel, hvor kunden selv kan medvirke til at specificere indretning, størrelse og kvalitet af værelset, og dermed i princippet, hvor mange "stjerner" værelset skal have. Modulariteten rækker også til, at en kunde eks bestiller et hotelværelse indrettet med et tilstødende konferencelokale, hvor der kan holdes VIP møder ifm med en messe, sportsbegivenhed, koncert eller lignende.
- Et eksklusivt velværekoncept, som bygges op omkring sponsor- og abonnementsordninger. Med andre ord vil der ikke være ubegrænset "adgang fra gaden". Velværekonceptet vil primært være for særligt indbudte, for mennesker som bor på hotellet og for dem, der i en eller anden udstrækning har en tilknytning til Hedens Colosseum.
- Babelstårnet med sin frodighed i midten af bygningen vil være et markant vartegn at beskue både udefra og inde i bygningen, og samtidig vil det være muligt for de besøgende i Hedens Colosseum at drage på ekspeditioner helt op i toppen af tårnet.
- Danmarks mest markante møde- og conferencefaciliteter i midten af bygningen i Colosseum arealet. Gulvet i denne del af bygningen bliver et modulært "robotic floor", som kan hæves og sænkes i forskellige niveauer. I Hedens Colosseum etableres et "Robotic floor", hvor niveauforskellene kan være flere meter. Billederne herunder illustrerer gulvets anvendelse i to situationer:
 - o I den ene situation holdes en konference i foyeren, og gulvet tager her form efter Colosseum.
 - o I den anden situation afholdes bilmesse, og gulvet skaber piedestaler, hvor bilproducenterne kan leje den bedst mulige eksponeringsplads, hvor alle besøgende passerer forbi.



2.3.3 Skalerbare oplevelser

Afgørende og unikt i konceptet bag Hedens Colosseum er, at alle oplevelser kan skaleres, som det er illustreret med figuren herunder. Den grønne farve indikerer, at der er tale om skalering af velværekonceptet området, her blot som illustration, da skaleringstanken er gældende for alle typer af oplevelser:



1. Dagligt virke

Velværekonceptet kunne eksempelvis være drevet som et Ole Henriksen center. I dagligdagen drives forretningen i Ole Henriksens lokaler i Hedens Colosseum i synergier med eksempelvis hotellet.

2. Events

Periodevis arrangeres events i Hedens Colosseums foyer. Der kan være tale om, at Ole Henriksen laver et "sundheds event" alene eller eksempelvis sammen med restauranterne i fødevare eksperimentarium. I forbindelse med disse events kan det store areal i foyeren, samt foyerens unikke eksponeringsflader bruges. Såfremt der er tale om et mere konferenceorienteret event kunne både foyer, eksponeringsflader og Colosseum arealet/gulvet bruges. Herved kan skabes events i helt unikke rammer.

3. Store events og messer

Slutteligt vil det være helt oplagt at lave en årlig sundhedsmesse, som dels er i Hedens Colosseums foyer som beskrevet ovenfor, dels rykker ud i MCH's Multiarena og øvrige haller.

Ved sådanne arrangementer kan udstillere vælge en bred vifte af eksponeringsmuligheder i Hedens Colosseum:

- Den klassiske messestand
- Udstillingsareal i foyerens stueetage
- Brug af Hedens Colosseums unikke eksponeringsflader i foyeren
- Specialindretning af VIP møde- og konferencefaciliteter i det modulare hotel

- Unikke middagsarrangementer, som for den sags skyld kan arrangeres i velværeområdet
- Aftenarrangementer, hvor Colosseumsarealet med det modulære gulv bruges til foredrag
- Osv osv...

Denne skalerbarhed og eksponering af oplevelserne vil være unik på verdensplan, idet ingen andre har tilsvarende arealer at disponere over kombineret med Hedens Colosseums modularitet og eksponeringsmuligheder.

2.3.4 Det nye og banebrydende

1. Modularitet i bygningen:

Som metafor betragter vi fase 2 bygningen i Hedens Colosseum projektet som en schweizerkniv inden for byggeriet: Bygningen har faciliteter, der kan løse stort set enhver udfordring, og er forbavsende kompakt i forhold til sin funktionalitet. I den internationale analyse udarbejdet omkring sammenligneligt byggeri har vi ikke fundet bygninger på verdensplan, som matcher Hedens Colosseum fase 2 på modularitet.

Realiseringen af fase 2 bygningen vil fordre en lang række innovationer, idet flere af installationerne og produkterne til dette modulære byggeri endnu ikke findes i markedet. I afsnit 3 herunder er beskrevet, hvordan der kan arbejdes i innovationskæder, som kan tilvejebringe forudsætningerne for at realisere bygningen i forhold til konceptet.

2. Eksponeringskanal:

Måden at tænke hele fase 2 bygningens stueplan som én stor åben foyer, der sammen med store digitale eksponeringsflader på væggene i op til 30 meters højde er ligeledes banebrydende. Det er det ikke mindst, når det påtænkes, at eksponeringen ikke blot er for dem, der kommer for at opleve attraktioner i bygningen, men også for de tusindvis af mennesker, der passerer gennem bygningen på vej til et arrangement. Hvad vil det eksempelvis være værd for BMW at få eksponeret en ny bilmodel på hele eksponeringsfladen i foyeren, hvor alle på vej til bilmesse passerer forbi?

3. Skalerbare oplevelser:

Som beskrevet omkring skalerbare oplevelser i afsnittet ovenfor har MCH med Hedens Colosseum helt unikke muligheder for at skabe skalerbare oplevelser via udnyttelse af modularitet og eksponering i fase 2 byggeriet samt de tusindvis af kvadratmeter MCH råder over i messearealerne, på SAS arena, og i Hedens Colosseum fase 1, multiarenaen.

Med skalerbarheden og fleksibiliteten skabt via modularitet og eksponeringsarealer rammer Hedens Colosseum direkte trenden med, at oplevelser skal være mere og mere unikke og varierede.

4. Iscenesættelse af oplevelser:

Fra 50 års virke med messer og arrangementer har MCH opbygget en unik spidskompetence i at iscenesætte oplevelser. Desuden er MCH utrolig stærke inden for den logistik, som skal til at afvikle omkring 400 arrangementer årligt. Disse kompetencer kan videreføres direkte ud i de fleksible koncepter i Hedens Colosseum, hvorved der kan argumenteres for, at det netop er MCH, der bedre end nogen anden vil kunne drive en sådan unik eksponeringskanal. I virkeligheden kan hele Hedens Colosseum fase 2 bygningen betragtes som en avanceret messehal, hvor MCH sammen med nye partnere skaber unikke oplevelser.

5. Sæsonudjævning af arrangementskalender:

Traditionelt er sommerperioden lavsæson for MCH. Via Hedens Colosseum byggeriet, samt stedets partnere vil der kunne skabes helt andre og mere højtprofilerede arrangementstyper end det ses i dag. Disse events kunne med fordel målrettes de mange turister på vestkysten.

2.4 **Multiarenaen**

Multiarenaen er et vigtigt element i Hedens Colosseum, idet den bidrager med de events, der kan tiltrække mange besøgende løbende. Med et etageareal på 28.000 m² og en publikumskapacitet på op til 12.000 mennesker afhængig af event, samt en helt ekstraordinær arrangementsfleksibilitet bliver den Danmarks første rigtige multiarena.

Det nye og banebrydende ved fase 1 ligger hovedsageligt inden for de to områder beskrevet her under:

- Det er den første rigtige multiarena i Danmark med international standard. Dette betyder, at multiarenaen i særdeleshed vil fremstå som et internationalt oplevelsesfyrtårn, som vil tiltrække store oplevelser til Region Midtjylland.
- Flexibiliteten i multiarenaen er større end hos mange af vores konkurrenter i det nære udland. Den kan håndtere en messeportefølje, hvilket giver den et unikt forretningskoncept, og en oplagt mulighed for at udnytte synergieffekterne fra Messecenter Hernings øvrige aktiviteter.

2.5 **Shed, det udendørs spillested**

Det udendørs spillested og koncertområde (eller 'sheds' som de kaldes i USA) bliver opført som et klassisk udendørs amfiteater, som det kendes både fra Danmark og mange andre steder i Europa. Forskellen fra de eksisterende versioner i Europa er, at den får en tilskuerkapacitet på 20.000, hvor den normalt er langt mindre. Idéen er at skabe en udendørs koncertarena, der er permanent og ikke skal bygges op og pilles ned, hver gang der skal afholdes koncert.

Det nye og banebrydende ved fase 3 beskrives i understående punkter:

- I vores tidligere gennemførte analyser har vi ikke kunnet finde Sheds i Europa på dette niveau. Vi vil derfor være de første på det europæiske koncertmarked med sådanne faciliteter, hvilket giver naturlige fordele i forhold til trækning af koncertnavne. Desuden vil det bidrage til at fremhæve Hedens Colosseum som et unikt oplevelsesfyrtårn og en helt stor aktør på det europæiske eventmarked.
- En fast scene, der ikke skal bygges op fra gang til gang, giver en langt bedre økonomi i koncerterne, hvilket giver økonomisk råderum til at tiltrække endnu flere store events til Hedens Colosseum.

3. Mål for projektet samt forventet udbytte

Med afsæt i de resultater vi har opnået via vores indledende analysearbejde, som vi har gennemført i perioden februar – oktober 2008 står det klart at der er behov for yderligere analyse – og udviklingsarbejde for at realisere hele Hedens Colosseum. Vi er langt med fase 1, men der er fortsat mange uafklarede ting specielt i forhold til fase 2 og 3. Derfor søger vi nu Region Midtjylland om risikovillig kapital til at udføre følgende udviklingsarbejde:

3.1 Fase 1: Multiarena

Fase 1 er igangsat og vi forventer at arenaen står færdig i 2010. Noget af det arbejde der har været grundlaget for at igangsætte byggeriet er lavet med støtte fra regionen (prospekt og identifikation af finansieringskilder), og noget har vi selv finansieret (eksempelvis arbejde med selskabskonstruktion, ejerforhold, driftsbudget og finansieringsmodel). Med byggeriet godt i gang er næste skridt at få etableret et kommercielt koncept, dvs en detaljeret forretningsmodel, en organisation der kan drive arenaen samt materiale til salg og markedsføring. Nedenfor er de enkelte elementer beskrevet:

3.1.1 Kommercielt koncept (forretningsmodel)

Konceptet skal i detaljer beskrive, hvordan der skal tjenes penge i arenaen, herunder hvilke produkter der skal sælges. Vi har i forbindelse med udarbejdelsen af driftsbudgettet lavet en række forudsætninger omkring det kommercielle koncept, men der er behov for en yderligere detailbearbejdning af disse forudsætninger. I den sammenhæng vil det være naturligt at arbejde med bl.a. sponsorpakker, navngivning af arena, salg/udlejning af VIP loger, salg af abonnementspladser, udbud i restaurant og fastfood boder, aftaler med leverandører af drikkevarer osv. Som et led i udarbejdelsen af det kommercielle koncept vil der blive gennemført en lang række møder med kunder, leverandører og andre samarbejdspartnere.

3.1.2 Organisation

Der skal designes en organisationsplan, der indeholder en detaljeret beskrivelse af hvilke funktioner og afdelinger arenaens driftsselskab skal indeholde. Planen skal indeholde en detaljeret og præcis liste over hvilke opgaver der skal løses. I forlængelse af denne liste skal der udarbejdes en sourcing strategi, hvor det besluttet hvilke opgaver der skal løses af driftsselskabet og hvilke opgaver der med fordel kan outsources. I den forbindelse skal der indsamles og anvendes erfaringer fra andre eksisterende arenaer i Europa. Når sourcing strategien er på plads skal der afsøges og indgås aftaler med relevante samarbejdspartnere omkring de opgaver der skal outsources. De tilbageværende opgaver, som skal løses i driftsselskabet, fordeles på en række afdelinger og jobprofiler (direktør, arrangementschef, driftsansvarlige osv.). Med udgangspunkt i jobprofilerne rekrutteres de nødvendige medarbejdere.

3.1.3 **Salg og markedsføringsmateriale**

Med henblik på at understøtte specielt udarbejdelsen af det kommercielle koncept, men også som støtte til det generelle salg og profileringsarbejde i arenaen skal der udarbejdes et markedsføringsmateriale, der bl.a. omfatter webside, brochurer mv. Materialet skal bruges overfor sponsorer, kunder, eventarrangører, leverandører, samarbejdspartnere osv.

3.2 **Fase 2: Oplevelsescenter**

I forhold til fase 2 er der blevet udviklet et enestående innovativt koncept om et service- og oplevelsescenter, der skal ligge i forlængelse af multiarenaen i fase 1. Der er bl.a. udarbejdet en række analyser og studier i forhold til, hvordan et service- og oplevelsescenter skal etableres for at kunne skabe et bæredygtigt forretningskoncept.

Disse studier og analyser danner baggrunden for konceptet for service- og oplevelsescentret, og er allerede udarbejdet på et overordnet niveau, og skal nu detailplanlægges og testes. Konceptet for fase 2 er meget innovativt, og en stor del af de løsninger der ligger i konceptet kræver nyudvikling og samarbejde med partnere, der vil deltage i denne udviklingsfase. Der vil derfor være en lang række udfordringer og opgaver der skal løses, for at få henholdsvis gennemført et detaljeret bæredygtighedsstudie af konceptet og derudover få detailplanlagt fase 2 og indgået partnerskaber o.l.

3.2.1 **Indledende konceptbearbejdning og detailudvikling**

I forbindelse med udviklingen af oplevelsescentret forestår en række indledende opgaver i form af udvikling af særlige faciliteter og funktionaliteter. Bl.a. er det ambitionen at udvikle koncepter for fleksibelt gulv i foyer, modularitet i hotelfaciliteter, displays i form af LED beton, digital skærme, projicering, interaktive facader, dynamisk glas m.m.

Samtidig er det ambitionen at skabe et byggeri, der er state of the art inden for bæredygtighed. Der vil ikke blot være fokus på at minimere ressourceanvendelsen, men i høj grad også hvorledes bæredygtighedstanken kan tilvejebringe nye funktionelle designs for udstillings- og eventarealer.

I den indledende konceptbearbejdning dekomponeres detailkoncepter og der afdækkes innovationsmuligheder. I tilknytning hertil vil der pågå en løbende dialog med interesserede teknologileverandører, som inviteres til at bidrage i udviklingsprocessen. Dialogen vil foregå i iterationer, hvor projekterne defineres og deres indbyrdes sammenhænge koordineres. Efterhånden som dialogen konkretiseres og fastlægges, så beskrives konceptelementerne i forhold til deres teknologiindhold, funktionalitet og detailøkonomi.

Nedenstående opgaver udgør det forventede udbytte af arbejdet med projektet:

- Feasibility studie
- En holdbar og afprøvet forretningsmodel
- Prospekt til brug ved partnersøgning

- Aftaler/Alliancer med de partnere der skal realisere fase 2
- En holdbar og afprøvet finansieringsmodel

3.2.2 **Feasibility studie**

Der skal gennemføres et feasibility studie, der detaljeret analyserer, hvorvidt konceptet for fase 2 af Hedens Colosseum forretningsmæssigt vil være bæredygtigt, og om det er muligt at etablere projektet indenfor realistiske rammer.

I feasibility studiet skal de økonomiske rammer for projektet bl.a. detaljeret kortlægges både i form af etablering og i den forbindelse, hvordan fase 2 driftsmæssigt skal gøres bæredygtigt. Derudover vil der være en række udfordringer i forhold til fysisk placering der skal afdækkes. Dette er både i forhold til, hvordan der bedst skabes sammenhæng med de omkringliggende faciliteter, som service- og oplevelsescentret vil blive etableret i forbindelse med og derudover vil der også skulle foretages endelige analyser af hvordan centret bedst placeres. Den fysiske placering skal også behandles i forhold til lokalplanen.

En stor del af feasibilitystudiet vil være at få vurderet en endelig forretningsmodel, der vil gøre det attraktivt at etablere forretning i service- og oplevelsescentret. I denne forbindelse vil der være en række innovative produkter der skal udvikles, og feasibilitystudiet skal afdække muligheden i forhold til at få disse udviklet.

3.2.3 **Udvikling af forretningsmodel**

Som nævnt skal der i feasibilitystudiet gennemføres en analyse af bæredygtigheden i forretningsmodellen. Som en del af arbejdet med fase 2 skal denne forretningsmodel detailplanlægges, i forlængelse af det arbejde der allerede er udarbejdet i det indledende projektarbejde.

3.2.4 **Aftaler og indgåelse af alliancer**

Der vil i forbindelse med udvikling af en række innovative produkter, som tidligere beskrevet skulle indgås innovationspartnerskaber med en række leverandører til udvikling af dette. Derudover vil der skulle indgås forretningspartnerskaber med interessante organisationer, der finder det relevant at etablere sig i Hedens Colosseum, og finder konceptet bæredygtigt for deres forretning. Sidst vil der ligeledes skulle etableres partnerskaber med mulige investorer til etableringen af Hedens Colosseum.

Indgåelse af disse partnerskaber vil være en længerevarende proces, hvor der initielt vil skulle foretages en identificering og screening af potentielle og interessante organisationer. Derefter vil der skulle skabes kontakt og gennemføres en række præsentationer for udvalgte organisationer, hvorefter egentlige forhandlinger vil skulle gennemføres, med endelig indgåelse af partnerskab som mål.

3.2.5 **Prospekt til brug ved partnersøgning**

Til brug ved ovenstående arbejde omkring indgåelse af partnerskaber, vil der i denne forbindelse skulle udarbejdes et prospekt, som kan præsenteres for interessante organisationer. Prospektet skal indeholde en detaljeret gennemgang og visualisering

af konceptet for service- og oplevelsescentret, der giver et klart indtryk af det potentiale, der ligger i at indgå partnerskab med Hedens Colosseum.

3.2.6 **Udarbejdelse af finansieringsmodel**

Fase 2 af Hedens Colosseum vil kræve kraftige investeringer, hvor størstedelen af denne finansiering skal komme fra eksterne partnere. Der vil i denne forbindelse skulle etableres en bæredygtigt finansieringsmodel som tidligere er gennemprøvet med et succesfuldt resultat.

3.3 **Fase 3: Udendørs koncertområde**

Med udgangspunkt i tidligere projektarbejde omkring udendørs spillesteder foreligger der et studie. Studiet afdækker succeskriterier for udendørs spillesteder samt en identifikation af en række eksisterende udendørs spillesteder, som opfylder disse succeskriterier. Med udgangspunkt i dette studie er der også udarbejdet et arkitekt brief, som omfatter en kort skitsering af krav i forbindelse med en senere konstruktion af et udendørs spillested af denne kaliber.

Målet for det videre arbejde er at få afdækket, om projektet er realiserbart og i givet fald hvordan en realisering bør forløbe.

Nedenstående opgaver udgør det forventede udbytte af arbejdet med projektet:

- Konceptudvikling og –beskrivelse
- Feasibility studie
- Skitseforslag og beskrivelser
- Anlægsbudget
- En holdbar og afprøvet finansieringsmodel
- Aftaler mellem de partnere der skal løfte projektet

3.3.1 **Konceptudvikling og –beskrivelse**

Konceptudvikling og –beskrivelse har til formål at konkretisere konceptet for et udendørs spillested i forbindelse med Hedens Colosseum. Konceptudviklingen skal tage udgangspunkt i den overordnede vision bag Hedens Colosseum. Arbejdet med konceptudvikling og –beskrivelse udføres i samarbejde med eksterne aktører.

3.3.2 **Feasibility studie**

Der udarbejdes et feasibility studie, som skal betragtes som en forundersøgelse af bæredygtigheden af et udendørs spillested i Hedens Colosseum. I dette studie vurderes det udendørs spillested på en række punkter. Her vil blandt andet skulle laves undersøgelser omkring økonomiske aspekter, tekniske krav, konceptuelle muligheder, sammenhæng med Hedens Colosseum som helhed, optimal placering og deraf afledte konsekvenser, muligheder i forhold til lokalplan, med mere.

3.3.3 **Skitseforslag og beskrivelser**

Med udgangspunkt i ovenstående analyser udarbejdes der skitseforslag og beskrivelser af det udendørs spillested. Dette arbejde udføres i samarbejde med en ekstern aktør i form af et arkitektfirma. Arbejdet skal give et overblik over en mulig opførelse

af et udendørs spillested. Idéen og den økonomiske ramme bearbejdes og der udarbejdes et udkast til en tidsplan. Samlet set bliver det en vurdering af realiseringsmuligheder.

3.3.4 Anlægsbudget

Når det færdige koncept er udviklet, og de forskellige aspekter ved en konstruktion er på plads, skal der udarbejdes et anlægsbudget for realiseringen af et udendørs spillested i forbindelse med Hedens Colosseum.

3.3.5 En holdbar og afprøvet finansieringsmodel

Der udarbejdes en finansieringsmodel for realiseringen af et udendørs spillested i Hedens Colosseum.

3.3.6 Aftaler mellem de partnere der skal løfte projektet

På baggrund af ovenstående skal der indgås samarbejdsaftaler med partnere, der kan være med til at realisere projektet. Aftalerne kan være af forskellig karakter alt efter, hvilken finansieringsmodel der vælges at arbejde med. Det vigtige i denne fase er at få lavet bindende aftaler med en række partnere, hvorved projektets videre fremtid kan sikres.

Samlet set skal arbejdet med det udendørs spillested føre projektet fra en god idé og over til at blive et efterprøvet koncept, som vil være mulig at realisere.

4. Budget

Nedenfor er vist budgettet for realisering af projektets mål i perioden 2009 til 2011.

Budgetposter (1000 kr.)		
Fase 1 (køb af eksterne ydelser)		
Kommercielt koncept		350
Organisationsplan og sourcing		3.350
Salg og markedsføring		4.100
Fase 2 (køb af eksterne ydelser)		
Konceptbearbejdning		
	Innovationsbehov	200
	Partneridentifikation (innovation)	200
	Projektafgrænsninger	300
	Projektdesign/koordinering	300
	Afreportering	150
Feasibility studie		
	organisationsmodel	150
	anlægsbudget	150
	driftsmodel	175
	finansieringsmodel	100
	forretnings-scenarier	250
Detailplanlægning af forretningsmodel		100
Prospekt og dispositionsforslag		1.500
Konstruktion af finansieringsmodel		
	indledende identifikation	100
	indledende interviews/sonderinger	150
	dialog og forhandlinger	300
	juridiske overvejelser	300
Fase 3 (køb af eksterne ydelser)		
Konceptudvikling og -beskrivelse		150
Skitseforslag		1.400
Konstruktion af forretningsmodel		500
Feasibility studie		
	organisationsmodel	150
	anlægsbudget	250
	driftsmodel	300
	finansieringsmodel	100
	forretnings-scenarier	125
Konstruktion af finansieringsmodel		50
Total eksterne ydelser		15.250
Konsortiets arbejdstimer		
MCH årsværk (625 t. kr./år)	15	9.375
Herning Kommune årsværk (625 t. kr./år)	9	5.625
Total interne timer		15.000
Samlet budget		30.250

5. Projektets forankring

Konsortiet har de sidste 50 år skabt virksomheden MCH A/S, der i dag er en af nordens førende virksomheder indenfor messer, møder og underholdningsarrangementer. Virksomheden har igennem hele perioden nydt godt af en lokal, regional og national opbakning, der kommer til udtryk på mange forskellige måder bl.a. gennem de ca. 400 årlige arrangementer, der involverer mere end 5000 virksomheder, organisationer og offentlige virksomheder samt omkring 1 mio. gæster. Det bedste udtryk for forankringen er aktionærlisten, med i alt 1875 aktionærer, der udover en lang række private personer fra oplandet omfatter kommuner i Region Midtjylland, lokale og nationale erhvervsvirksomheder samt lokale og nationale branche – og interesseorganisationer.

Den store opbakning som konsortiet har lokalt, regionalt og nationalt smitter naturligt af på Hedens Colosseum projektet, og en lang række af de aktører der er nævnt ovenfor er på den ene eller anden måde involveret i projektet.

I forhold til den internationale forankring af projektet, så er den under opbygning i øjeblikket, idet der er dialog med udenlandske aktører, der er tiltænkt en rolle i projektet. Indtil videre har dialogen primært været med aktører i forhold til fase 1 men i forbindelse med det projekt der er beskrevet i denne ansøgning vil der ligeledes skulle involveres udenlandske aktører. Så skabelsen af den udenlandske forankring bliver et af værktøjerne til at realisere de mål der er beskrevet tidligere.

6. Projektplan

Nedenfor er vist projektplanen for perioden 2009- 2011:

Project plan - Colosseum of the Heath

Year		2009				2010				2011			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Phase 1													
Commercial concept													
Organisation chart and sourcing													
Sale and marketing material													
Phase 2													
Concept development													
	Innovation need												
	Partner identification (innovation)												
	Project delimitation												
	Project design and coordination												
	Reporting												
Feasibility study													
	Organisational model												
	Construction budget												
	Operating model												
	Financing model												
	Business scenarios												
Detailed planning of business model													
Prospect and outline proposal													
Construction of financial model													
	Preliminary identification												
	Preliminary interviews/explorations												
	Dialogue and negotiations												
	Legal considerations												
Phase 3													
Concept development and -description													
Sketch proposal													
Construction of business model													
Feasibility study													
	Organisational model												
	Construction budget												
	Operating model												
	Financing model												
	Business scenarios												
Construction of financial model													

7. Aktører i konsortiet

Aktørerne i konsortiet er MCH A/S og Herning Kommune. De 2 aktører er beskrevet nedenfor:

7.1 MCH

MCH er et af Skandinaviens største og mest fleksible oplevelsescentre. Vi har hvert år op mod 900.000 gæster til messer og udstillinger, kultur og events, møder, kongresser og fester samt sportsbegivenheder.

MCH er en koncern, der tæller MCH Messecenter Herning, MCH Herning Kongrescenter og SAS Arena. Sammen har vi de perfekte rammer, hvad enten det drejer sig om et møde for 15 personer, en kongres for 2.000 deltagere, en fodboldkamp med 11.000 fans eller en messe for 50.000 gæster.

Vores historie begynder 20. maj 1954, da vi indvier den første hal i centrum af Herning. Siden har det taget fart, og vi fordeler os i dag over Kongrescentret i centrum, 15 moderne messehaller på Vardevej og SAS Arena. I dag har vi mere end 50 års erfaring som Danmarks professionelle mødested, og med flere end 400 arrangementer om året er MCH en af Skandinaviens største aktører inden for oplevelser. Vi har alt fra rockkoncerter, messer & udstillinger, kongresser, møder, teater, musicals, fester, fodbold og politiske landsmøder til sportsbegivenheder på programmet.

Vores mål er at give kunder og gæster unikke oplevelser. Vi har professionelle og serviceminded medarbejdere samt topmoderne faciliteter.

7.2 Herning Kommune

Herning Kommune er landets 3. største kommune med et areal på 1.323 km². Kommunen har godt 84.000 indbyggere og indenfor en radius af 2 timers kørsel bor der 2,6 mio. mennesker.

Herning Kommune er kendetegnet ved kreativitet, innovation, individualitet og mangfoldighed. Vi tør tænke nyt og handle på nye måder. Vi har visioner og værdier, som vi lever og handler efter. Og vi har en strategi for, hvordan vi når vores mål.

8. Risikovurdering

I et projekt med en størrelse, kompleksitet og den grad af nytænkning som Hedens Colosseum er karakteriseret ved, vil der automatisk kunne identificeres en lang række risici. I det følgende vil de væsentligste risici ved projektet blive præsenteret. Der vil kun blive fokuseret på risici der vurderes at kunne forhindre projektet i at blive realiseret. Der er derfor ikke fokuseret på risici, som eks. leverandørproblemer ved byggeri o.l.

Hovedparten af risici der har indflydelse på realiseringen af projektet, er relateret til indgåelse af partnerskaber i fase 2 (oplevelsescentret) af projektet. For projektets bæredygtighed er det helt afgørende at det er muligt at indgå partnerskaber med diverse organisationer og virksomheder. Risiciene i denne forbindelse relaterer sig til følgende tre partnerskabsproblematikker:

8.1 Innovationspartnerskaber

Udfordringen i forhold til innovationspartnerskaber ligger i, at der i etableringen af Hedens Colosseum, skal udvikles en række innovative løsninger, der ikke findes på markedet i øjeblikket. Den omkostning der ligger i forbindelse med udviklingen af disse løsninger, forventes i projektet hovedsageligt at skulle placeres på en partner, der kan se forretningsmuligheden i, at få eneret på løsningen, og kan bruge Hedens Colosseum som reference. Risikoen ligger derfor i, hvorvidt det vil være muligt, at indgå innovationspartnerskaber med en række organisationer, både i forhold til partnere der har evnen til at udvikle en løsning og i forhold til at de vil påtage sig en omkostning. Hvis dette ikke er tilfældet, vil der skulle skaffes midler til denne innovation et andet sted eller der skal tænkes i helt nye løsninger.

8.2 Forretningspartnerskaber

I forhold til forretningspartnere ligger udfordringen i, om det er muligt at finde forretningspartnere, der finder konceptet for Hedens Colosseum tilpas attraktivt, til at de er villige til at betale en pris der vil være større, end en normal leje for lokaler. Udover prisen, vil udfordringen ligeledes være at finde attraktive partnere hvis organisation passer ind i Hedens Colosseums fire konceptgrene; Mad, Velvære, Underholdning og Livsstil.

8.3 Finansieringspartnere

Langt størstedelen af etableringen af Hedens Colosseum vil skulle finansieres af eksterne partnere. I dette ligger der en risiko i, at finde relevante og villige partnere, der finder projektet interessant, og derfor er villige til at løfte en væsentlig del af finansieringen.

De tre ovennævnte udfordringer med at finde partnere vil konsortiet imødegå gennem en omfattende salgsproces, hvor der sættes fokus på potentialet (både forretningsmæssigt men i særdeleshed også PR mæssigt) i at indgå partnerskab med Hedens Colosseum.

8.4 **Drift af multiarena**

I fase 1 vil der være en risiko i forhold til at få etableret en stærk organisation, der vil kunne drifte en multiarena. Der findes i øjeblikket ikke en multiarena i Danmark, og der er derfor en begrænset medarbejderskare i Danmark, der har erfaring med arenadrift.

Til at forebygge denne risiko vil konsortiet blandt andet indgå samarbejde med udenlandske aktører der har erfaring med arenadrift, eksempelvis i form af uddannelsesaftaler og udveksling af medarbejdere.

8.5 **Finansiering af fase 3**

I fase 3 vil etableringen af et udendørs koncertareal kræve at en stor del af finansieringen kommer fra kilder, der ikke kræver afkast, da driften ikke i sig selv forventes at kunne blive forretningsmæssigt rentabelt. I Danmark vil der være nogle ganske få fonde som vil kunne bidrage med finansiering af betydning, hvilket betyder at projektet er meget afhængig af deres velvillige indstilling.

Konsortiet forventer at imødegå denne risiko ved at søge finansieringen spredt på så mange fonde som muligt og ved at supplere fondsfinansieringen med bidrag fra de helt store virksomheder i Danmark, der kan se en væsentlig eksponeringsværdi i at være sponsor og dermed støtte op om realiseringen af nogle store unikke koncerter i