

Til
Aarhus Kommune

Dato
Juli 2017

INTERNET WEEK DENMARK, IWDK 2017 **EVALUERING**



**INTERNET WEEK
DENMARK, IWDK 2017
EVALUERING**

Rambøll
Olof Palmes Allé 20
DK-8200 Aarhus N
T +45 5161 1000
F +45 5161 1001
www.ramboll.dk

INDHOLD

1.	EXECUTIVE SUMMARY	1
2.	INDLEDNING	2
2.1	Rapportens fokus	2
3.	EVALUERING AF RESULTATER	3
3.1	Motivation for deltagelse	3
3.2	Resultat af deltagelse	3
3.3	Spredning af lokationer	4
3.4	Spor og sessioner	4
3.5	Festivalens identitet	5
3.6	Oprettelse af betalingsspor	5
3.7	Samarbejde med Sekretariatet	5
4.	ANBEFALINGER	6
4.1	Anbefaling 1: Flere studerende	7
4.2	Anbefaling 2: Internationalisering	7
4.3	Anbefaling 3: Opret betalingsspor	8
4.4	Anbefaling 4: Gentænk lokationer	9
4.5	Anbefaling 5: Hjemmesiden	10
	Oversigt over anbefalinger	10

BILAG

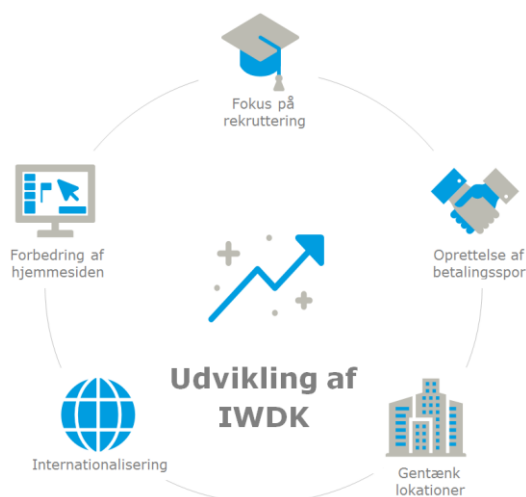
Bilag 1

Metodebeskrivelse

1. EXECUTIVE SUMMARY

Fokus i denne evalueringsrapport er på forbedringspotentialer i Internet Week Denmark (herefter IWDK) med henblik på at tilbyde anbefalinger til fremadrettet udvikling af festivalen. I dette Executive Summary beskrives de fem anbefalinger, der også findes i rapportens afsnit 3. Anbefalinger.

1. Et af de vigtigste formål med IWDK er at skabe en festival, der understøtter udviklingen af digitalisering og internetøkonomi i erhvervslivet i Business Region Aarhus og resten af Danmark. Blandt fremtidens vækstgrundlag er digitalt stærke talenter. Det anbefales derfor at sigte på at tiltrække studerende til festivalen i højere grad end hidtil. Foruden øget mængde af deltagende talenter, er der behov for flere sessioner, der faciliterer dialog mellem virksomheder og talenter, så grundlaget for at bidrage med nye faglige kompetencer og for rekruttering af nye medarbejdere forstærkes yderligere.
2. Øget fokus på internationalisering af festivalen vil åbne op for tiltrækning af virksomheder og medarbejdere fra udlandet og andre dele af Danmark. Det vil øge interessen fra lokale deltagere, og samtidig understøtte tiltrækningen af talenter og fagfolk. De forventes endvidere at øge mediernes opmærksomhed på IWDK.
3. Det anbefales, at afprøve muligheden for at indbygge betalingsspor, parallelt med en offentlig del med større bredde. Betalingsspor anbefales designet med dybt faglige tematikker, hvor erhvervslivet – og særligt de store virksomheder – kan engagere sig stærkere med forventning om større udbytte. Betalingsspor kan have et mere konference lignende præg, bygget op om meget kvalificerede keynotes og mere fokuserede sessioner med fagligt dybe diskussioner.
4. De forretningsfokuserede spor af festivalen anbefales afholdt mere centreret, så netværksmulighederne bliver endnu større. Det anbefales samtidigt at IWDK dyrker Aarhus som værtsby og gør det til en del af festivalen at udnytte mere uformelle faciliteter i Aarhus. IWDK kan med sin placering også differentiere sig fra andre konferencer og give festivalen en særlig Aarhus-dimension.
5. Hjemmesiden er festivalens primære kommunikationskanal, og med festivalens fokus er det både et godt signal og vigtigt for deltagere og arrangører at hjemmesiden matcher festivalens ambitionsniveau og nye initiativer. Det anbefales derfor at videreudvikle festivalens digitale platform.



2. INDLEDNING

Internet Week Denmark (IWDK) blev i år afholdt for fjerde gang og blev igangsat ved åbnings-eventen "People first in the Digital Age". Festivalen omhandler internetøkonomi og digitalisering, og hvordan fremtidens udvikling påvirker virksomheder og borgere. Formålet med festivalen er at skabe en diskussion for hele Danmark om digitalisering og internetøkonomi med Aarhus og Region Midtjylland i centrum.

I løbet af festivalens fem dage, fra den 19. til den 23. april 2017, blev der afholdt 94 events i Aarhus og omegn fordelt på de fem temaer: (1) Business, (2) Citizenship, (3) Creative, (4) Marketing og (5) Technology.

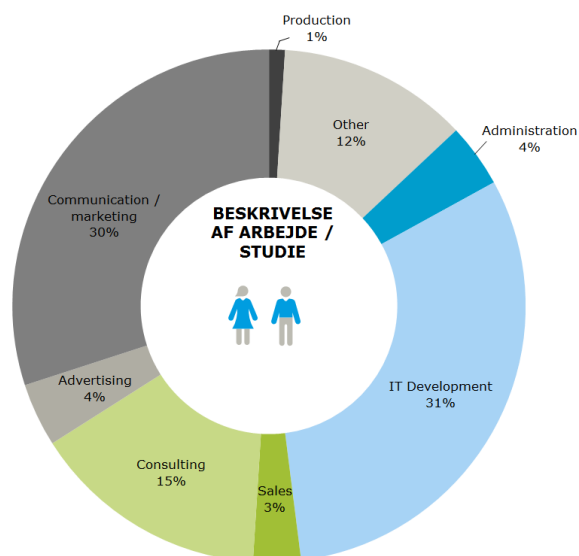
Til årets festival blev der registreret det største deltagerantal nogensinde; 7.800 deltagere. Dette er en stigning på 30 % forhold til de ca. 6.000 deltagere til festivalen i 2016. De fleste af deltagerne havde enten funktioner inden for kommunikation og marketing, it-udvikling eller konsulentbranchen som illustreret i Figur 1.

Festivalen er "crowdsourced", hvilket vil sige, at virksomheder, uddannelsesinstitutioner og privatpersoner byder ind med events. Alle bidrager med videndeling; der deles viden og erfaring ved foredrag og workshops. IWDK's sekretariat står bag den officielle åbning, og bidrager til det øvrige program ved at skabe partnerskaber og samarbejder på tværs af sektorer og offentlige og private organisationer.

Således har IWDK med sit nuværende format et bredt fokus, primært rettet mod virksomheder, men også borgere. Der findes et stigende pres fra konkurrence i form af betalings-konferencer eller konferencer med et smallere fokus. Derfor er der i øjeblikket bred enighed om, at festivalens nuværende format skal revurderes med henblik på at videreudvikle og udbygge festivalen fremadrettet. Formålet med denne evaluering er at tilvejebringe et overblik over udvalgte partners synspunkter på det nuværende format og derigennem afgive anbefalinger til fremadrettet udvikling af IWDK.

2.1 Rapportens fokus

Partners besvarelser har været overvejende positive og der er bred enighed om, at festivalen er værdiskabende for erhvervslivet og borgerne i regionen, hvorfor samtlige respondenter er interesserede i at deltage fremadrettet. Rapportens fokus ligger dog primært på områder, hvor der er identificeret potentiale for forbedring, med henblik på at give indblik i bevæggrundene for anbefalingspunkterne.



Figur 1: Beskrivelse af arbejde / studie

3. EVALUERING AF RESULTATER

Dette afsnit har til hensigt at give forståelse for de adspurgte partners holdninger til formatet af IWDK. Holdningerne er konsolideret på tværs af respondenternes enkeltstående besvarelser.

3.1 Motivation for deltagelse

En af de centrale motivationer for deltagelse i festivalen er eksponering. Der kommer mange fagfolk og mulige kunder og partnere til IWDK, hvorfor IWDK er en scene, der er effektiv at profilere sig på. De fleste respondenter nævner i forlængelse heraf muligheden for at opbygge et større professionelt netværk. Adgang til talentmasse er et centralt punkt i besvarelserne, da digitale talenter er en mangelvare omend en forudsætning for fremtidig vækst. IWDK er et udmærket forum til dialog med talenter, men flere italesætter hård kamp om opmærksomhed. De fleste af virksomhederne forsøger desuden at benytte IWDK som en mulighed for at pleje medarbejderne ved at lade dem deltage i interessante events, indsamle ny viden og opbygge netværk.

Der er derudover bred enighed om, at det fælles udbytte af IWDK, som er at sætte digitalisering på dagsordenen for borgere og virksomheder og øge udviklingen i hele regionen, er en central motivationsfaktor med henblik på i fællesskab at styrke rammerne for digital udvikling, herunder tiltrækning af talenter og fagfolk.



"Vi ser, at Aarhus som en by der udvikler sig kraftigt i retning af informationsteknologi. Vores primære baggrund for at deltage var at eksponere [organisationen] ud mod mulige talenter i og omkring Aarhus og dermed også, selvfølgelig, universitetsmiljøet."

3.2 Resultat af deltagelse

De fleste respondenter fremhæver, at et primært udbytte har været eksponering og branding – både internt i organisationerne og eksternt til kunder og samarbejdspartnere. Respondenterne har stort fokus på at bruge IWDK til at skabe kontakt med talenter med henblik på rekruttering. Dette er ikke lykkedes i det omfang respondenterne havde forventet, så der er et ønske om flere rekrutteringsarrangementer fremadrettet.



"Vi har fået masser af feedback på sociale medier. Og så er det også noget, der er godt ift. vores egen virksomhed (...) de af vores medarbejdere, der ikke kunne være her i den uge, synes, det var fedt at se, at der sker noget, og at vi engagerer os lokalt."

Flere af de adspurgte organisationer har oplevet uventede fordele i form af udarbejdelse af nyttigt materiale, som kan anvendes i salgs- og markedsføringsøjemed fremadrettet, samt udbytte i forbindelse med refleksion over, hvordan de udnytter digitale muligheder.

Derudover er der bred enighed om, at der blev skabt gavnlige diskussioner for både virksomheder og borgere omkring den digitale udvikling og dennes påvirkning på samfundet.

3.3 Spredning af lokationer

I forhold til spørgsmålet om, hvorvidt festivalens lokationer til afholdelse af sessioner skal centraliseres eller decentraliseres til IWDK, er der ret markant spredning af holdningerne.

En stor del af respondenterne taler for en centralisering af lokationer med henblik på at skabe en tættere sammenknyttet festival med større menneskemængder, bedre muligheder for netværk og en mere intens stemning omkring festivalen. Flere peger på, at når sessioner afholdes ude i byen, fremstår størrelsen af festivalen ikke så tydeligt, hvorfor nogle deltagere vælger at tage på arbejde eller hjem fremfor at køre rundt mellem lokationerne. Derudover udtrykker flere bekymring omkring, at det er vanskeligt at tage impulsivt til sessioner, der ligger langt væk.

En lige så stor del af respondenterne fremhæver, at decentraliseringen af sessioner bidrager med fordele, blandt andet i form af at det åbner op for udnyttelsen af forskellige typer af lokationer. De mener, at der ligger en værdi i, at deltagere til festivalen kan komme ud og møde virksomhederne i øjenhøjde, fremfor det traditionelle seminar-setup man ofte kender fra konferencer. Derudover understøttes ejerskab og incitament for afholdelse af events blandt værtsvirksomhederne, da de kan invitere deltagere ud på deres hjemmebane, hvor de selv har kontrollen. Alt i alt lægges der vægt på, at Aarhus by bør inddrages mere til at gøre IWDK interessant. Aarhus har meget at byde på af restauranter, kulturelle events m.m., og i kombination med et stærkt professionelt program kan dette bidrage til at skabe en unik og konkurrencedygtig festival.



"Aarhus har så meget at byde på, så det ville være tosset ikke at bruge byen til at skabe et fedt event. (...) Hvorfor gør man ikke det til et kendetegn for IWDK, at udover at det er spændende præsentationer og et spændende program, så er det også en smag på, hvad Aarhus kan, og hvad Aarhus har at byde på."

3.4 Spor og sessioner

De fleste af respondenterne svarer, at sporopdelingen er for overordnet til at kunne anvendes som vejledning til, hvilke events der er interessante for den enkelte deltager. Flere respondenter påpeger, at ved færre spor, der ikke overlapper, kan disse bedre anvendes til inddeling af sessionerne og skabe bedre overblik og klarere fokus i sessionerne.



"Jeg ved ikke, om temaerne er særligt befordrende, det har ikke ret meget indflydelse på de ideer vi måtte få til arrangementer. Der ville jeg mere tænke i, hvor mange der kommer, og hvem er målgrupperne."

Flere respondenter udtrykker et ønske om større og mere fokuserede sessioner fremfor mange, da de har oplevet svagt fremmøde til nogle sessioner. Med et udbud på 94 sessioner i 2017 har deltagerne haft et bredt udbud at vælge imellem, hvorfor der har været konkurrence blandt de værtshavende virksomheder. De peger således på et behov for mere centraliseret afholdelse af større sessioner, så udbuddet formindskes i antal, med henblik på at nedbringe konkurrence og sikre større fremmøde på de afholdte sessioner.

Derudover påpeges hjemmesiden som et kritikpunkt, da flere partnere vurderer, at den ikke tilbyder tilstrækkeligt overblik over, hvad festivalen har at byde på. Som det primære deltager-interface er der behov for en mere brugervenlig hjemmeside, der giver mulighed for at søge på de relevante kriterier, og som kan guide de enkelte deltagere til de sessioner, der er mest oplagte.

3.5 Festivalens identitet

Der er bred enighed blandt partnerne om, at festivalens faglige niveau er passende til det nuværende format, men hvis der for alvor skal tiltrækkes bestemte fagligheder eller en bestemt type specialiseret arbejdskraft, skal der være mere fokuserede spor/sessioner.

Events for borgere har altid været en del af IWDK, selvom festivalen primært er en erhvervsfestival, hvilket tallene også bekræfter, idet 79 % deltager ud fra en professionel interesse. Dog er festivalen af nogle blevet oplevet som en folkelig festival. Flere mener, at hvis deltagerne skal have højere udbytte af festivalen, er der behov for mere fokus på business-deltagerne og fagligt dybe diskussioner, fremfor det brede og folkelige fokus der ses i dag. Andre mener, at samlingen af borgere og virksomheder er den komposition, der skaber de bedste rammer for diskussioner omkring digitalisering og internetøkonomi.



"Vi kan ikke altid lave noget, hvor alle skal være med, for så får vi det ikke løftet til et niveau, hvor det hører hjemme. De ting, jeg ser rundt i verden, som virkelig formår at løfte sig til et højt niveau, de tør godt sortere nogen fra."

3.6 Oprettelse af betalingsspor

En tilbagevendende diskussion de seneste år har været muligheden for oprettelse af et betalingspor, hvor der betales for deltagelse mod løfte om topklasse-sessioner og prominente talere.



"Hvis man skal tiltrække professionelle udefra, så skal der være et meget højt niveau, og der tænker jeg, at det kunne give mening at have nogle åbne events, som er gratis, og noget, som er betalt, og som er 'masterclasses' (...)."

En klar overvægt af respondenterne argumenterer for, at tiden er inde til at afprøve konceptet. Argumenterne er en forhåbning om, at det vil kunne styrke engagementet blandt deltagere, da deltagelse kræver betaling, at det vil give flere ressourcer til booking af mere prominente talere, og at det vil skabe en højere erhvervstilslutning til festivalen grundet forøget forventning til udbytte af deltagelse. Nogle respondenter er dog tilbageholdende over for den kommercielle udvikling af festivalen og advarer imod at lade den del fylde så meget, at den tager fokus fra de gratis events. De lægger vægt på, at IWDK er unik, netop fordi det ikke er en traditionel conference, men en festival.

3.7 Samarbejde med Sekretariatet

Der er enighed om, at Sekretariatet har levet op til forventningerne, og de fleste lægger vægt på hurtigt svar og berigende sparring omkring sessioners bidrag til festivalens fortælling.

Der er dog forslag til forbedringer af sponsorat-strukturen. For flere er det uklart, hvilke fordele man får ved eksempelvis at være "goldsponsor". Derudover blev der udtrykt et ønske om gennemsigtighed ift. anvendelsen af specifikke sponsorbidrag, så det kunne passe på strategiske mærkesager og styrke argumentet for ressourcebevilling i partnernes organisationer.

4. ANBEFALINGER

I dette afsnit præsenteres udarbejdede anbefalinger på baggrund af ovenstående interviewbesvarelser, samt øvrig indsamlet data. Der er blevet identificeret flere mulige anbefalinger, hvoraf nogle er blevet noteret, med ikke uddybet i denne rapport. Indledningsvist vil disse blive benævnt, hvorefter de fem kerne-anbefalinger beskrives mere udtømmende. Slutteligt præsenteres en sammenfatning af anbefalingspunkterne med henblik på belysning af de forventede afledte effekter.

I ovenstående evalueringsresultater var der på tværs af respondenter udbredt enighed om behov for **fokusering** af festivalens indhold, såfremt den skal udvikles fremadrettet. Formålet er ikke at ekskludere de borgerrettede sessioner, men at højne det faglige niveau på tværs af festivalen med henblik på tiltrækning af flere professionelle fagfolk, både i form af talere og deltagere og ved at højne det faglige udbytte for deltagende virksomheder.

Det er derudover identificeret et behov for **revurdering af anvendelsen af spor** til festivalen. Sporopdelingen har hidtil været så bred, at en stor del af de afholdte sessioner kunne have ligget inden for flere temaer. Hvis sporene blev mere specifikke og mindre overlappende, kunne de være mere anvisende for deltagerne og bidrage med klarere opdeling af sessionernes fokus.

"Det er jo både med sigte på den private sektor, den offentlige sektor, digital danselse af borgere i al almindelighed, så det både er en faglig festival og en bred og borgerlig festival. Så bliver det jo virkelig så bredt som muligt, og hvis man laver en festival for alle, så er der jo risiko for, at man ikke rigtig rammer nogen, og det kan måske også gøre det sværere at markedsføre IWDK."

"Vi har snakket lidt om, hvordan vi får det her med sponsorater til at skabe værdi (...). Vi snakkede om, om vi kunne sponsorere en keynote til åbningen, og at det så ville fremgå af programmet (...), og at det på den måde bliver mere målrettet, og vi på den måde bedre kan retfærdiggøre det sponsorat."

Yderligere blev der afdækket ønske om **justering af partner-fordelene**. Netværk mellem partnerne er en central motivation for at være sponsor, og i den forbindelse bør netværksarrangementer og partnernemiddage prioriteres fremadrettet. Derudover bør anvendelsen af specifikke sponsorater gennemskueliggøres ved at lade partnerne vælge mellem, hvilke omkostninger de vil dække med deres sponsorater, og lade dette fremgå af programmet. Dette ville tillade partnerne at vælge omkostningsaktiviteter, der passer på deres image og strategi og dermed gøre det lettere at retfærdiggøre sponsorbidrag.

Det blev ligeledes italesat, at flere sessioner havde skuffende deltagerfremmøde, hvorfor nogle **store sessioner burde kombineres** og lægges i forlængelse af hinanden. Eksempelvis benævnes Pioneer Awards som en event, der med fordel kunne afholdes i forlængelse af åbningsceremonien.

Fokus på rekruttering



Engager uddannelsesinstitutioner og studenterforeninger med henblik på at tiltrække flere talenter til festivalen.

4.1 Anbefaling 1: Flere studerende

Adgang til den digitale talentmasse er en af de helt centrale motivationer for at deltage i festivalen for mere eller mindre alle respondenter. Studerende udgør en væsentlig del af sådanne talenter. I 2017 var kun 17 % af deltagerne studerende, hvilket er et fald på 4 procentpoint ift. sidste år, og der har således været hård konkurrence mellem virksomhederne om at fange de studerendes interesse og etablere dialog. Med henblik på at efterkomme ønsket om øget adgang til unge talenter bør de danske uddannelsesinstitutioner i højere grad engageres. Derfor bør Aarhus Universitet, Danmarks Tekniske Universitet, Aalborg Universitet, Syddansk Universitet, CBS osv. kontaktes og inddrages.

Studenterforeningerne på de respektive universiteter bør ligeledes kontaktes, da de ofte er tættere på den individuelle studerende. Foruden forøgelse af antallet af studerende er der behov for oprettelse af sessioner, der faciliterer dialog mellem virksomheder og studerende. Derfor bør der oprettes events, der kan fungere som fora for denne interaktion. Eksempler på sådanne events kunne være:

- Company Dating: De deltagende virksomheder forbereder stande, hvor de studerende kan komme og snakke med dem en ad gangen.
- Case competition/workshops: De værtshavende virksomheder forbereder cases, som de studerende løser i grupper, mens virksomhederne interagerer og sparrer med dem. Slutteligt kunne der med fordel være en præmie til vinderholdet.
- Sociale arrangementer, hvor studerende kan indsende CV og motiveret ansøgning, og virksomhederne dernæst udvælger kandidater, som inviteres ud eller lign.

Internationalisering



Øget fokus på tiltrækning af talere og deltagere fra udlandet – særligt Norden og Nordeuropa.

1.2. Anbefaling 2: Internationalisering

Internationalisering af festivalen anses som en nødvendighed for at kunne tiltrække store virksomheder og udefrakommende talent. I 2017 var 89 % af deltagerne af dansk nationalitet. Derfor anbefales fokus på markedsføring til og invitation af udenlandske deltagere og talere fra Norden og Nordeuropa. Dette stiller desuden krav til det faglige niveau af sessioner og temaer, da det kræver et solidt salgsargument at tiltrække medarbejdere fra udenlandske virksomheder. Derudover vil der være behov for flere engelsksprogede sessioner.

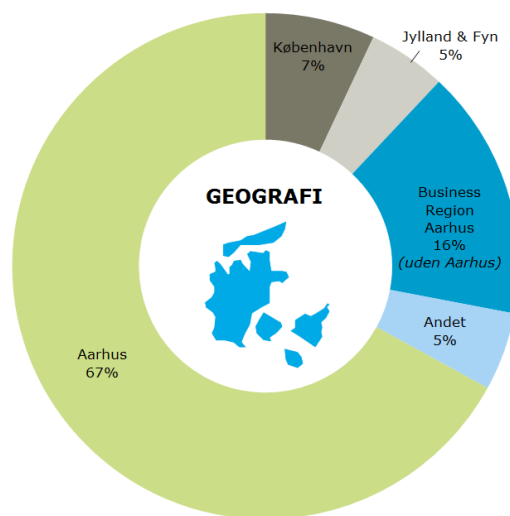


"Internet Week som brand er for bredt og for kedeligt (...), hvis man kan give det en kant eller en "Aarhus"-flavour – folk elsker jo at komme til Aarhus – hvis man på en eller anden måde kan destillere det og så sige: "Det her er the next big thing, og I skal til Aarhus for at se det, for de andre er for store" - du ved lidt ligesom The Burning Man, det er lidt mere intimt. (...) Det ville man i hvert fald også kunne sælges til folk udefra, i hvert fald i Norden og Nordeuropa."

IWDK's unikke inddragelse af Aarhus er et essentielt argument, eftersom Aarhus er et navn, der sælger i Norden. Kombineret med et fagligt stærkt program vurderes det muligt at tiltrække flere deltagere og talere fra udlandet end hidtil.

En bredere markedsføring og internationalisering af festivalen kan desuden tiltrække flere deltagere fra andre dele af Danmark. I 2017 kom hele 83 % af deltagerne fra Business Region Aarhus alene (67 % fra selve Aarhus), hvilket peger på, at festivalen er overvejende lokal. Ved tiltrækning af deltagere og talere fra udlandet og resten af Danmark kan IWDK for alvor begynde at profilere sig som en attraktiv festival.

Et muligt tiltag mod en internationalisering af festivalen er at søge mod en mere international navngivning. En partner foreslog *"Internet Week Nordics"* som et muligt navn på baggrund af det stærke internationale image, som Norden har.



Figur 2: Geografi

Opret betalingsspor



Afprøv ideen om et betalingsspor, der er mere conferencepræget.

4.2 Anbefaling 3: Opret betalingsspor

På tværs af respondenterne er der udbredt enighed om, at tiden er moden til afprøvning af et betalingsspor. Sporet har til hensigt at skabe engagement fra deltagerne og tilbyde en fokuseret profil til de deltagende virksomheder, som afsætter arbejdsdage til deltagelse. Der er således behov for events og talere af høj professionel kvalitet, hvilket der vil være flere ressourcer til at sikre på et sådan spor. Argumentet for deltagelse i IWDK ville blive stærkere, særligt for større virksomheder og professionelle topfolk.

Betalingssporet vil stille høje krav til kvaliteten af sessionerne og skabe højere forventninger til udbyttet. På trods af billetprisen kan dette give anledning til endnu højere deltagertilslutning end i 2017, da virksomhederne bedre vil kunne retfærdiggøre afsætningen af arbejdstimer de pågældende arbejdsdage ved et stærkere løfte om udbytte af viden.

Det ville være nødvendigt at booke talere og beslutte temaer til dette spor i god tid, så det kan anvendes i markedsføring af festivalen, længe inden den løber af staben. De store talere vil kunne skabe øget presseopmærksomhed, hvorfor der med fordel kunne indgå pressetid med journalister som en del af kontrakterne.

Det er væsentligt at bemærke, at betalingssporet skal fungere parallelt med den gratis del af festivalen, så de resterende spor og borgersporet ikke forstyrres. IWDK adskiller sig fra lignende konferencer i at rumme en bredere dialog, crowdsourcede events og en festivalopbygning, og man bør være varsom med at bevæge sig væk fra dette koncept. Derfor anbefales, at der oprettes mindst ét betalingsspor i 2018, så konceptet kan blive afprøvet.

"Vækstmulighederne som sådan ligger jo nok i det kommercielle spor, altså hvordan man kan få det ind, for det er svært at se, hvordan festivalsporet kan blive meget større. Det tror jeg ville blive noget rod."



Gentænk lokationer



Gentænk hele tilgangen spredning af lokationer. Udnyt muligheden for at centralisere forretningssporet og forøg inddragelsen af Aarhus by.

4.3 Anbefaling 4: Gentænk lokationer

Som beskrevet i sektion 2.3 Spredning af lokationer er der flere synspunkter i spil på i forhold til lokation, idet nogle taler for at brede festivalen ud og udnytte byens muligheder, mens andre taler for at centralisere festivalen omkring 2-3 lokationer med henblik på at skabe bedre rammer for netværk og øget samling omkring festivalen. Det vurderes imidlertid muligt at kombinere begge synspunkter ved at centralisere de fleste af de businessrettede events omkring Dokk1, Rådhuset og Navitas og samtidig bibeholde mulighed for afholdelse af større events ude i byen på andre tidspunkter.

Centralisering af afholdelse af erhvervssporet vil tilbyde bedre muligheder for netværk mellem deltagerne, da de forbliver samlet mellem sessionerne. Derudover er der fare for, at noget af stemningen forsvinder, hvis det bliver for spredt. Generelt benævnes udfordringer med lavt deltagerantal til sessionerne, så en mere samlet placering af disse kunne bidrage til et større deltagerantal, eftersom de mere impulsivt vil kunne tage til nærtliggende events. Det ville derudover være fordelagtigt at oprette mødelokaler til break-out sessions, hvor deltagere kan sætte sig ind i tilfælde af nyopståede relationer, samt et areal med borde og opladestationer, så deltagerne kan finde siddepladser og eventuelt arbejde mellem sessioner.

Byen Aarhus bør samtidig bringes i spil til IWDK. Byen har mange muligheder for kulturelle arrangementer i form af restauranter, vinbarer, caféer og lign. og afholdelse af mindre, intime arrangementer, hvor deltagerne får tilbudt anderledes indtryk end dem, man sædvanligvis forventer af en konference. IWDK kan få svært ved at konkurrere med andre konferencer, hvis det faglige er det eneste, den har at byde på, mens det at inddrage byen giver en enestående sammenhæng, som konkurrenterne endnu ikke har.



Figur 3: Gentænkning af lokationer

Således vurderes det nødvendigt at kombinere de to synspunkter og på den måde gentænke den måde hvorpå lokationer bliver anvendt til festivalen. Målet er som udgangspunkt at opnå en festival, hvor business-sessioner afholdes centralt med henblik på at sikre stemning, netværk og tilslutning, mens andre sessioner kan afholdes ude i byen på andre tidspunkter, såsom eftermiddage og aftener, og tilbyde deltagerne en social og kulturel dimension. Således styrkes både det fagligt professionelle fundament og det kulturelle og lokale aspekt, som gør IWDK til noget særligt.

Hjemmesiden



Videre udvikl hjemmesiden, så den bliver mere overskuelig og matcher festivalens fremtidig ambitionsniveau.

4.4 anbefaling 5: Hjemmesiden

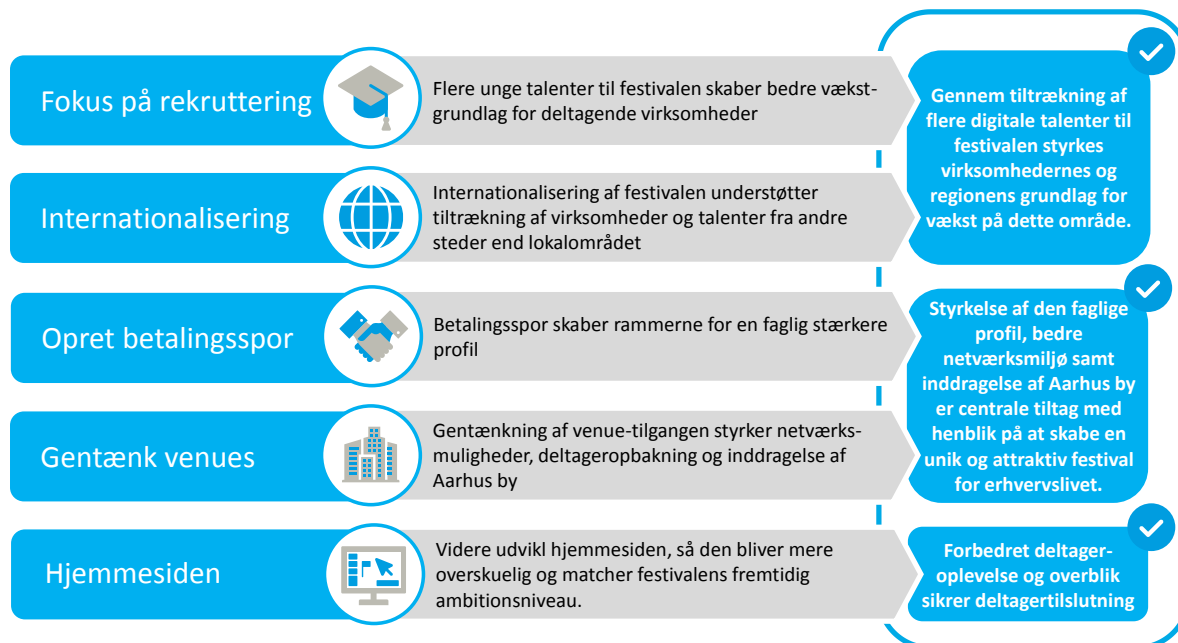
Der er identificeret et behov for videreudvikling af hjemmesiden, *internetweekdenmark.com*, som af flere betegnes som "rodet" og "uoverskuelig", særligt i forbindelse med at finde frem til events. Hjemmesiden er det primære interface mod deltagerne, og med +15.000 unikke besøgende og +100.000 sessioner har den været velbesøgt i 2017. Dog kan det af disse tal afledes, at diskrepansen mellem antallet af deltagere og antallet af besøgende på hjemmesiden er høj, hvorfor mange har besøgt hjemmesiden, men ikke valgt at deltage i festivalen. Derfor bør der prioriteres ressourcer til at videreudvikle hjemmesiden med øget overskuelighed, så den tilbyder besøgende en mere præcis præsentation af festivalen, fange interessen og give klart overblik over, hvilke events og spor festivalen kan tilbyde. Der er desuden blevet italesat et behov for at kunne sortere events på tidsrum, eftersom mange deltagende vælger ud fra, hvornår de har tid.

Hjemmesidens funktionalitet skal tilstræbe at afspejle festivalens fremtidige ambitionsniveau, således nye initiativer kan få størst mulig effekt.

4.5 Oversigt over anbefalinger

Anbefalingerne kan med fordel ansues som en helhed. Hvert af tiltagene tilbyder særlige forventede effekter, men det vurderes, at afkastet forstærkes ved implementering af alle anbefalingerne.

Figur 4 illustrerer de forventede effekter af anbefalingspunkterne.



Figur 4: Oversigt over forventede effekter ved anbefalingspunkter

BILAG 1

METODEBESKRIVELSE

Som grundlag for udarbejdelsen af rapporten har Rambøll Management Consulting haft adgang til kvantitative data indsamlet over Sli.do til sessionerne i IWDK 2017. Med ca. 1.500 respondenter i denne undersøgelse vurderes stikprøven repræsentativ for populationen. Rambøll Management Consulting har desuden haft adgang til festivalens hjemmeside internetweekdenmark.com.

Der er blevet afholdt 17 kvalitative interviews med repræsentanter fra udvalgte partnere af festivalen – herunder repræsentanter for erhverv, uddannelse og organisationer mv.

De pågældende interviews er afholdt personligt eller telefonisk og har været bygget op omkring åbne spørgsmål med henblik på at få rige, dybe og kvalitative svar fra respondenterne.