

Ansøgningskema til Region Midtjyllands initiativer og programmer

Møde- og erhvervsturisme

<p>1. Oplysninger om ansøger</p> <p>Navn, adresse, kontaktperson, tlf, mailadr, CVR nr.</p>	<p>Herning Kommune Torvet 4 7400 Herning CVR-nummer 29 18 99 19</p> <p>Kontaktpersoner: Direktør for By, Erhverv og Kultur Jørgen Krogh bekjk@herning.dk Tlf. 96 28 85 00</p> <p>Projektleder Mette Damkær fuvmd@herning.dk Tlf. 21 33 02 70 / 96 28 23 31</p>
<p>2. Indhold (formål, mål og aktiviteter)</p> <p><i>Detaljeret beskrivelse af formål, aktiviteter, hvilke mål projektet skal nå, milepæle og hvornår de opfyldes, succeskriterier, kommunikationsplan</i></p>	<p>Fra turismeøkonomi til erhvervs- & vidensturismeøkonomi Ny ambitiøs erhvervsturismesatsning (Herning)</p> <p>Herning og Aarhus ønsker i fællesskab at gennemføre en ny, ambitiøs erhvervsturismesatsning, hvor det overordnede mål er at anvende de turismemæssige styrkepositioner i Aarhus og Herning som stærke internationale platforme for både at skabe vækst i erhvervsturismen og skabe synlighed og udvikling i regionale videns- og erhvervsmæssige styrkepositioner.</p> <p>Som nævnt i den fælles beskrivelse af satsningen gennemføres den i et partnerskab mellem Aarhus og Herning, hvor der både samarbejdes og gennemføres individuelle aktiviteter på baggrund af de forskellige turismemæssige styrkepositioner. Satsningen består derfor af to projekter, hvor projektansvaret ligger i henholdsvis Herning og Aarhus.</p> <p>Denne projektansøgning indeholder beskrivelsen af de aktiviteter, som Herning vil arbejde med i en ny erhvervsturismesatsning.</p> <p>I erhvervsturismeprojektet, Business Relations+ (Herning), som er finansieret af Region Midtjylland og Herning Kommune, er der oparbejdet en række erfaringer. Dette projekt tager afsæt i disse erfaringer men har en langt mere fokuseret tilgang til udviklingen af erhvervsturismen.</p> <p>Erhvervsturisme i Herning er ikke "bare" turisme, som involverer virksomheder indenfor en traditionel turismemæssig værdikæde. Hernings styrkeposition indenfor turisme er primært knyttet til store internationale fagmesser samt internationale sport- og kulturevents. Det betyder, at værdikæderne ser ganske anderledes ud.</p> <p>Fagmesserne fungerer som udstillingsvindue og handelsplads for danske virksomheder og er således en platform, som giver virksomhederne</p>

mulighed for eksempelvis at få nye samarbejdspartnere og kunder. Den helt rigtige internationale besøgende på en fagmesse, kan resultere i en ny millionordre for en dansk virksomhed. Effekterne af erhvervsturismen i Herning kan derfor ikke blot måles via antallet af gæster og genererede overnatninger, men bør også findes i bidraget til at skabe vækst i danske virksomheder, som vælger at udstille og/eller besøge fagmesser i Herning.

I dette projekt vil der blive arbejdet målrettet på at styrke messer både som udstillingsvindue og handelsplads men også som en platform for at virksomheder kan få ny viden og inspiration til udvikling. Vi vil skabe en stærk international platform, hvor produktion, innovation, viden og salg sammensmeltes. Fokus vil være på at bidrage til væksten indenfor regionale erhvervsstyrkepositioner – primært indenfor fødevarer, energi, digitalisering og kreative erhverv.

Ambitionen er, at dette erhvervsturismeprojekt både skal bidrage til at skabe vækst i regionale erhvervsstyrkepositioner og til at skabe vækst i turismen.

Projektstart afventer gennemførelse af et udbud for at finde den rette operatør til at udføre projektet og forventes at være i november 2016.

Formål

Formålet med projektet er at anvende, styrke og udvikle messer i Herning som internationale platforme for at skabe vækst og udvikling indenfor turismen og de regionale erhvervsstyrkepositioner.

Vi vil skabe øget vækst og udvikling ved at:

- Styrke fagmesser som en international handelsplads og mulighed for at profilere danske produkter og fremme eksporten.
- Udvikle fagmesserne som en platform for at bringe viden og virksomheder sammen, skabe nye netværk og samarbejder samt formidle nye tendenser, ny teknologi til virksomheder.
- Anvende messer, møder og events som et afsæt for at udvikle nye miljøer for iværksætter, innovation og entrepreneurship.
- Professionalisere og styrke Business Destination Herning som international platform og mødested – både i forbindelse med afholdelse af messer men også i forbindelse med internationale sport- og kulturevents.
- Skabe synergi og merværdi af business events i tilknytning til internationale sport- og kulturevents
- Undersøge hvordan etableringen af de to storhospitalet i Region Midtjylland kan bidrage til at styrke erhvervsturismen.
- Skabe et tættere og mere strategisk samarbejde med nøgleaktører indenfor erhvervsmæssige styrkepositioner og viden.
- Identificere, indsamle og anvende ny viden om erhvervsturisters adfærd og ønsker til en konkurrencemæssig fordel.
- Styrke Hernings og Regions Midtjyllands position som international erhvervsturismemeddestination.

For at komme i mål fortsættes et stærkt samarbejde mellem Aarhus og Herning, hvor der arbejdes med fem indsatsområder med afsæt i hver sin turismemæssige styrkeposition – henholdsvis kongresser og messer. Indsatsområderne supplerer hinanden og har det fællestræk, at de dels understøtter værdiskabelse i de regionale erhvervsstyrkepositioner og dels styrker og profilerer Region Midtjylland som international erhvervsturismemedestination. De fem indsatsområder, som både Herning og Aarhus ønsker at arbejde med kan ses i nedenstående model:



I det nedenstående bliver mål, indhold, aktiviteter samt forventede effekter beskrevet for hvert af de fem indsatsområder.

1 Vækstpartnerskaber

Mål med indsatsen

Målet er at indgå i nye strategiske partnerskaber og samarbejder, som kan være med til at styrke messer og events som internationale platforme for at skabe vækst og udvikling indenfor regionale erhvervsstyrkepositioner og turisme.

Forventede effekter

- Øget samarbejde indenfor erhvervsturismens værdikæder
- Øget samarbejde på tværs af værdikæder

Det er vigtigt at få skabt samarbejder, som skaber værdi både for de regionale erhvervsstyrkepositioner og for turismeerhvervet. Både for at

skabe vækst i turismen men også for at udvikle messer og business events, som i høj grad er relevante og værdiskabende for virksomhederne. På denne måde skærpes konkurrenceevnen både indenfor turismeerhvervet og indenfor de regionale erhvervsstyrkepositioner.

Partnerskaberne kan både være indenfor og på tværs af værdikæder og både være med brancheorganisationer, erhvervsfremmesystemet, forsknings- og vidensmiljøer, erhvervs-klynger, kommuner osv. Det kan både være lokale, regionale, nationale og internationale partnerskaber – afhængigt af hvad der giver mening.

På samme måde kan der være forskellige niveauer af partnerskaber. Fra et uformelt samarbejde til et mere forpligtende og formelt partnerskab. Det kan også være at blive en del af allerede eksisterende netværk og samarbejder.

Partnerskaberne skal være med til at rette fokus mod, hvordan der kan sikres en høj grad af synlighed for virksomhederne, at tiltrække både flere og relevante besøgende og udstillere, at facilitere situationer hvor viden og erhverv mødes, sætte fokus på og skabe nye miljøer for iværksætteri, innovation og entrepreneurship osv. Miljøer hvor unge forretningsideer og virksomheder kan møde et internationalt marked, få sparring og måske gå fra forretningsidé til virksomhed. På den måde forventes det at indsatsen vil bidrage til at styrke økosystemet for iværksætteri og rette et øget fokus mod innovation og entrepreneurship. De strategiske samarbejder skal med andre ord både være med til at forkorte afstanden fra viden til erhvervsliv og fra forretningsidé til virksomhed.

Indsatsområdet kommer til at række ud i hele regionen i kraft af den geografiske placering af virksomheder, vidensinstitutioner osv.

Indsatsen gennemføres i tæt samarbejde med Aarhus både på strategisk og operationelt niveau. Projektpartnerne vil samarbejde og koordinere henvendelser til nye samarbejdspartnere eksempelvis indenfor de erhvervsmæssige styrkepositioner. Det betyder, at Herning og Aarhus i nogle tilfælde vil henvende sig i fællesskab til nye samarbejdspartnere.

Aktiviteter

- Indgåelse i strategiske samarbejder og partnerskaber
- Kortlægning af regionale og nationale aktører
- Analyse af potentialer i messer og andre business events
- Konzeptudvikling og opbygning af samarbejder indenfor områder som: Lean start up konferencer, venturekapital meetings, pitch-konkurrencer, sparringssessioner med etablerede virksomheder og sparring om udvikling af forretningsmodeller eksempelvis i samarbejde med vidensinstitutioner som Via university college og universiteter.

2 Erhvervsturisme til storhospitalerne

Mål med indsatsen

Målet er at afdække erhvervsturismepotentialet i relation til etableringen af de to nye storhospitalet i Gødstrup og Skejby.

Forventede effekter

- Viden og parathed i forhold til at understøtte og realisere erhvervsturismepotentialet når storhospitalet (og CFU) er realiseret.

De to hospitaler bliver et vigtigt omdrejningspunkt i et nyt sundhedslandskab. Både på hospitalerne og i kommunerne er man langt i implementeringen af nye teknologiske løsninger samt nye organiseringer internt i og mellem hospitalerne og mellem hospitalerne og kommunerne. På forsknings-/udviklingsområdet er universitetsklinikker etableret, og forskningen koordineres af Institut for Klinisk Medicin, Aarhus Universitet.

Aarhus Universitetshospital oplever allerede nu en stigning i antallet af internationale delegationer, og VisitAarhus har været i dialog med hospitalet om, hvordan erfaringer med gæsteservice og præsentationsmaterialer kan understøtte en besøgstjeneste.

I tilknytning til Det Nye Hospital i Vest arbejdes der på at realisere Center for Forskning og Uddannelse (CFU). Ambitionen for CFU er at bedrive forskning i international klasse men også at omsætte denne forskning og viden til et aktiv for erhvervsliv, uddannelser og sundhedsaktører. CFU skal være et center, hvor forskere, studerende og udviklere mødes, tester og afprøver ny viden og hvor også erhvervslivet inviteres indenfor til udveksling af viden og til at indgå i nye partnerskaber.

Hos CFU vil der blive forsket i de store folkesygdomme og der vil være fokus på brugerdriven innovation inden for bl.a. medicinsk behandling, pleje, genoptræning og medicoteknik. Forskningen foregår allerede i dag på højt niveau og udbygges via et formaliseret samarbejde med Aarhus Universitet og i forsknings- og netværksbaserede sammenhænge med nationale og internationale partnere. Med realiseringen af de to nye storhospitalet og CFU skabes en platform for et styrket samarbejde mellem Aarhus og Herning både indenfor forskning og erhvervsturisme.

Herning og Aarhus ønsker derfor i fællesskab at gennemføre et researchprojekt, der undersøger potentialet for erhvervsturisme i relation til de to storhospitalet. Projektet skal i dialog med de to hospitaler og Herning Kommune og Aarhus Kommune estimere potentialet for erhvervsbesøg, samt hvilken service turismeaktørerne kan bidrage med for at skabe effektive og gode erhvervsbesøg.

For Det Nye Hospital i Vest vil det også være interessant at afdække potentialet for møder og konferencer. Her vil der blive trukket på Aarhus internationale netværk og erfaring med tiltrækning af internationale, videnskabelig møder og kongresser. På samme vis vil Hernings erfaring med at inddrage virksomhederne kunne bidrage til måden, hvorpå Region

Midtjyllands virksomheder tænkes ind i en afdækning af erhvervsturismepotentialet i relation til de nye storhospitalet.

Det er aftalt mellem projektpartnerne, at VisitAarhus bliver operatør på indsatsområdet i et tæt samarbejde med den valgte operatør for Herning-projektet, Herning Kommune og CFU.

Aktiviteter:

Følgende konkrete initiativer igangsættes:

- Dialog med hospitalerne om omfanget af internationale besøg til dato og deres forventninger til besøg i de kommende år
- Kortlægning af virksomheder i Region Midtjylland, som leverer løsninger til hospitalerne
- Dialog med Invest in Denmark om, hvordan erhvervsbesøgene kan bidrage til at tiltrække investeringer til Region Midtjylland
- Udarbejdelse af rapport samt strategi for mulighederne for at understøtte/styrke erhvervsturismebesøgene i relation til etableringen af de to storhospitalet.
- Analyse af potentialer for at tiltrække besøg, møder og konferencer i relation til etablering af det nye storhospital i Gødstrup og CFU.

3 Udvikling af tilbagevendende messer, kongresser, konferencer og møder

Mål med indsatsen

Målet er at udvikle og styrke messer som internationale platforme for at skabe vækst og udvikling indenfor regionale erhvervsstyrkepositioner og turisme.

Målet er at udvikle en ny tilbagevendende fagmesse med international profil.

Forventede effekter

- Stigning i antal besøgende på kongresser, konferencer og større møder i forbindelse med messer på 15 %.
- Stigning på 15 % i antallet af internationale besøgende på henholdsvis FoodTech, Foodexpo, HI og Formland.
- Høj tilfredshed blandt udstillere / virksomheder med messen som platform for at skabe synlighed og vækst.
- Høj tilfredshed blandt besøgende.
- Styrket position for Herning og Region Midtjylland som international messe- og mødedestination.
- Øget synlighed og vækst i de regionale erhvervsstyrkepositioner og turisme.

Udviklingen af messerne vil ske med en anden tilgang end tidligere, idet der i dette projekt vil være et målrettet fokus på at udvikle messer og

møder som internationale platforme for at bringe viden og virksomheder sammen, skabe nye netværk og samarbejder samt formidle nye tendenser, ny teknologi og innovation til virksomheder.

Med andre ord vil der være fokus på at udvikle fagmesserne i en retning, hvor de vil få størst mulig effekt i forhold til at kunne bidrage til at skabe vækst i de regionale erhvervsstyrkepositioner sideløbende med at der skabes vækst i turismen.

Der vil i projektet primært blive rettet fokus mod messerne Foodtech 2016 og 2018 (fødevarer), Foodexpo 2018 (fødevarer), HI17 (energi) og Formland 2017 og 2018 (kreative erhverv) samt udvikling af en ny teknologimesse med fokus på cleantech.

Udvikling af eksisterende messer

Målet med denne del-indsats er at udvikle og styrke messernes evne til at fungere som platforme for at skabe synlighed, udvikling og vækst i de regionale styrkepositioner. Dette gøres blandt andet ved at rette fokus mod at konceptudvikle messer og konferencer, således at de er med til at bygge bro mellem viden og virksomheder.

Fokus for udviklingen af **HI** er en styrkelse og fastholdelse af messens internationale profil. Dette sker blandt andet ved at udvikle pakker til internationale besøgende. Pakkerne kan eksempelvis indeholde messebesøg, netværksarrangementer og virksomhedsbesøg og vil blive målrettet udstillernes hovedmålgrupper. Samtidig vil der generelt blive øget mulighed for, at de internationale besøgende kan få ny viden og inspiration gennem eksempelvis konferencer og virksomhedsbesøg. En anden vigtig del af udviklingen af messen er udarbejdelse af et koncept, hvor en hel messehal øremærkes til møde- og conferenceaktivitet. Formålet er at sætte fokus på digitalisering (Industri 4.0 og Internet of Things) via conferenceaktiviteter og faglige aktiviteter. Konferencen vil blive gennemført i tæt samarbejde med blandt andet IDA og vindmølleindustrien internationalt.

Foodtech er en fagmesse for fødevareteknologi, der har som formål at give ny viden og ny inspiration til fødevarereproducenter. Fokus i satsningen er at videreudvikle messen i form af konferencer og møder om digitalisering samt en øget internationalisering af messen. Der vil primært være fokus på promovere FoodTech på det tyske marked og tiltrække både flere tyske udstillere og besøgende. I denne sammenhæng vil det tyske agentsamarbejde blive styrket yderligere og der vil blive arbejdet på at udvikle besøgsplaner målrettet udstillere og besøgende.

Fokus for udviklingen af **Foodexpo** er at skabe udstillingsmulighed for små fødevarereproducenter. En hel hal vil blive dedikeret til at små danske fødevarereproducenter kan få mulighed for at synliggøre deres produkter. Der vil også være fokus på lokal story-telling om fødevarer og fødevarerproduktion. Der vil i konceptudviklingen blive samarbejdet med blandt andet Smagen af Danmark.

Formland messen står i en særlig situation lige nu, idet en konkurrerende messe lukker / ændrer fokus. Det betyder, at der kan være en unik mulighed for at tiltrække et nyt segment af udstillere med high-end produkter, som fortsat ønsker at deltage i en messe i Danmark. Fokus er derfor på at udvikle et nyt eksklusivt koncept, som disse udstillere ønsker at være en del af. På denne måde vil hele branchen blive samlet på Formland, hvilket vil gøre messen stærkere og tiltrække flere internationale besøgende.

Udvikling af nye messer

Målet med denne del-indsats er at udvikle og afholde en ny international teknologimesse, som planlægges som tilbagevendende hver andet år. Messen vil skabe øget synlighed for en række brancher og for Region Midtjylland samt tiltrække flere gæster – både nationale og internationale.

I projektet udvikles og gennemføres en ny konferencemesse med en international profil indenfor elektronik. Messen udvikles i samarbejde med brancheorganisationer, Ingeniørforeningen IDA, Dansk Industri og en række udstillere indenfor udvikling, produktion og handel.

Konceptet skal differentiere sig væsentligt fra de etablerede aktiviteter, der er i dag. Det handler om alt fra den visuelle oplevelse, indhold, gæsteoplevelsen, videndeling, innovation og netværk.

På messen vil der være en række innovationsområder, som udvikles i tæt samarbejde med universiteter, GTS institutter, hospitaler, vindmølleindustrien, Dansk Industri, brancheorganisationer, besøgsvirksomheder, udstillere m.fl.

Der vil være innovationsområder med fokus på bl.a.:

- Healthcare / hospitalssektoren
- Vindmølleindustrien
- Digitalisering – fremtidens produktion
- Start-up virksomheder

Et internationalt konferenceprogram er det bærende i konceptet. I konferenceprogrammet vil blive planlagt med afsæt i tre spor med sammenhæng til innovationsområderne, vidensdeling på højt fagligt niveau og minimum en international key note speaker.

Udstillermålgruppen er udviklingshuse, producenter, distributører og leverandører af løsninger og komponenter, der henvender sig til stort set alle brancher – bl.a. vind-, fødevarer og healthcaresektoren samt metalindustrien. Besøgs målgruppen er bred men indeholder primært udviklingsfolk, projektchefer og ledere, ingeniører, teknikere, maskinbyggere og industridesignere primært fra Danmark men også resten af Skandinavien og Nordtyskland.

Elektronikmessen forventes afholdt første gang i maj 2017.

Aktiviteter

- Udvikle og afholde ny konferencemesse med international profil inden for elektronik
- Styrke messernes internationale profil på HI, Foodtech, Foodexpo og Formland
- Tiltrække og udvikle kongresser, konferencer, møder, faglige besøg og aktiviteter som en del af at styrke vidensdeling på messer
- Konzeptudvikling af messernes indhold med fokus på at give både udstillere og besøgende ny viden og inspiration
- Konzept- og produktudvikling med fokus på innovation, iværksætteri og entrepreneurship – eks. udvikling af iværksætterevents indenfor de regionale styrkepositioner
- Tiltrække nye udstillersegmenter
- International markedsføring og positionering for at tiltrække flere internationale udstillere og besøgende

4 Outreach og business events

Mål med indsatsen

Målet er at skabe en sammenhængende og professionel business destination med oplevelser og service af høj kvalitet og relevans.

Målet er at få et øget erhvervsspinoff i forbindelse med afholdelse af primært internationale sport- og kulturevents.

Forventede effekter

- Øget kendskab til Herning som business destination
- Høj tilfredshed med Herning som business destination
- Minimum 500 deltagere i afholdte møder, kongresser og møder ifm. events.
- Minimum 30 virksomheder (i Region Midtjylland) har deltaget i et business event.

I forbindelse med afholdelse af både messer og events er det vigtigt, at besøget i Herning opfattes som en sammenhængende oplevelse af høj kvalitet med professionelle aktører og relevante produkter. Destinationen skal evne at kunne tilpasse sig varierede behov og efterspørgsel både i form af produktudvikling og innovationsevne, men også ved kontinuerligt at udvikle på den generelle (service)oplevelse før, under og efter besøget.

Hernings profil som Business Destination skal skærpes og udvikles. Når der er store fagmesser i Herning er den lokale hotelkapacitet ikke tilstrækkelig. Det betyder, at der bør messegæster og udstillere på hoteller i bl.a. Silkeborg, Billund, Viborg, Ikast og Ringkøbing. Formålet med Business Destination Herning er at tage udgangspunkt i den geografi og værdikæde, som den enkelte erhvervsturist oplever. Ved at udvikle, styrke og brande Business Destination Herning er målet at sikre, at erhvervsturister som kommer med det formål at besøge eller udstille på

en fagmesse i Herning, oplever en sammenhængende værdikæde af høj kvalitet - uanset hvor de bor i regionen. Det skal ske gennem øget samarbejde, intelligent anvendelse af data og anden viden, gennem outreach-aktiviteter samt ved at engagere det regionale erhvervsliv i eksisterende og nye business events til fordel for både virksomheder og turismeerhvervsliv.

Derudover er der et ønske om at rette fokus mod potentielle synergieffekter i forbindelse med afholdelse af events – primært større internationale sports- og kulturevents. Ved at sikre at viden, erfaringer og relationer oparbejdet i dette projekt tilføres planlægning og gennemførelse af business events ved store internationale sport- og kulturevents forventes det, at der kan opnås et øget erhvervsspinoff. Det er med andre ord forventningen, at der kan skabes synergi og merværdi i at koble viden i dette projekt sammen med de business events, der gennemføres i forbindelse med store, internationale sport- og kulturevents. Synergi både i form af en højere kvalitet og flere deltagere. Realiseringen af synergien forudsætter at der samarbejdes tæt med lokale og regionale aktører på tværs af værdikæder.

Outreach er et "hot topic" indenfor erhvervsturisme og dækker over en bred vifte af aktiviteter, som bringer arrangementer i samspil med destinationen. Destinationers evne til at skabe outreach-aktiviteter er på vej til at blive en konkurrenceparameter. Outreach-aktiviteter dækker i denne indsats over aktiviteter som er med til at bringe messer, møder eller eventen i samspil med destinationen. Aktiviteterne skal bidrage til at gæsterne får anderledes og unikke oplevelser samtidig med at destinationen oplever en øget værdi af værtsskabet af det givne arrangement.

Aktiviteter

- Konzeptudvikling og strategi for Business Destination Herning
- Professionalisering og udvikling af Business Destination Herning
- Branding af Business Destination Herning
- Nye forretningsmodeller og business eventformater
- Overføre viden, erfaringer og relationer fra projektet til business events der afholdes i forbindelse med store internationale sport- og kulturevents.
- Opsøgende aktiviteter blandt regionale aktører
- Udvikle og gennemføre outreach-aktiviteter i forbindelse med 4-5 internationale messer, konferencer eller events.

5 Dataindsamling og vidensudvikling

Mål med indsatsen

Målet er at styrke produktudvikling og konkurrenceevne ved at indsamle, organisere og anvende data som grundlag for vidensbaseret udvikling af erhvervsturisme.

Forventede effekter

- Kultur for vidensbaseret udvikling indenfor erhvervsturisme.
- Synliggørelse af messernes værdi for de regionale styrkepositioner

Det er et centralt omdrejningspunkt i projektet at arbejde mere vidensbaseret med at skabe udvikling i turismen. Dette indsatsområde handler om at skabe nye metoder til dataindsamling og vidensudvikling som kan være med til at skærpe og styrke produktudvikling og konkurrenceevne. På den måde vil dette indsatsområde være med til at styrke og give retning til de øvrige indsatser og aktiviteter i projektet.

Gennem mange års udviklingsarbejde har Herning oparbejdet en del erfaring og metodik for udvikling af messer. Det er blandt andet formålet med denne indsats at kortlægge og konceptualisere best practice for at skærpe den internationale konkurrenceevne.

I forbindelse med messer er hele brancher jævnligt samlet, hvilket er en vigtig kilde til at få viden om ønsker til fremtidig udvikling og fastholdelse af eksisterende arrangementer men også viden vedrørende muligheder for etablering af nye messer, kongresser, konferencer, møder og events.

En del af indsatsen er udvikling af en besøgsapp til messer, konferencer, udstillinger mv. I modsætning til tidligere udviklede online netværk vil denne app give mulighed for at høste data samt tracke de besøgende. På den måde giver app'en mulighed for at få viden om eksempelvis hvor længe er de besøgende tilstede på messen? Hvor går de hen? Hvor går de ikke hen? Denne viden kan anvendes til udvikling af nye koncepter og produkter i samspil med eksisterende CRM systemer.

Derudover giver app'en mulighed for at professionalisere produktet både ved at øge convenience-følelsen hos den besøgende men også ved at give den besøgende mulighed for at optimere både planlægning før messen samt selve besøget på messen. Et andet mål med app'en er at styrke de besøgendes adgang til viden om aktivitetsprogram, nyheder, temaområder osv. App'en forventes testet som prototype i slutningen af 2016 og herefter videreudviklet.

Ved øget dataindsamling, sortering og arkivering åbner der sig et potentiale for helt nye metoder til planlægning og udvikling af arrangementer. Øget viden giver mulighed for at organisere og udvikle destinationen og dens aktører mere effektivt og målrettet end tidligere. Når flow af gæster igennem besøgscentre, messeområder, byområder osv. synliggøres åbnes op for en styrket planlægning af arrangementer og en forbedret individuel besøgsoplevelse. Det er således ambitionen fremadrettet at arbejde med teknologiske løsninger som er med til at skabe både loyalitet og mersalg.

En videns- og udviklingsgruppe skal sikre at dataindsamlingen sker og bliver analyseret samt at den nye viden bliver omsat til udvikling af nye produkter. I gruppen er det vigtigt, at der er kompetencer indenfor IT, turisme (møder/messer) og udvikling.

I det omfang at det er relevant vil viden blive delt med vækstpartnerskaberne og her indgå som en del af arbejdet med, hvordan der via messer og business events kan skabes størst mulig værdi for de erhvervsmæssige styrkepositioner.

Generelle effekter

Effekterne er beskrevet indenfor hver enkelt indsatsområde, men der er en række generelle effekter, som går på tværs af indsatsområderne:

- Stigning i antallet af erhvervsturismeovernatninger i perioden 2016-2018 på 10.800 svarende til en afledt effekt på 32.724.000 kr. samt øget effekt i årene efter projektperioden.

Ovenstående tal indeholder "kun" stigningen i erhvervsturismeovernatninger i Herning Kommune. Som nævnt tidligere i ansøgningen genererer fagmesser og arrangementer i Herning også overnatninger i en række byer i andre kommuner – eksempelvis Silkeborg, Billund, Viborg og Ikast. Det er dog pt. ikke muligt at få det samlede overblik over, hvor mange overnatninger og dermed også hvor stor en stigning, messer og arrangementer genererer her. Det er dog sikkert, at det samlede antal erhvervsturismeovernatninger skabt som følge af aktiviteter i Herning er langt større end angivet ovenfor.

Vigtigt i denne sammenhæng er også at pointere, at projektet langt fra "kun" har fokus på at tiltrække flere besøgende – men også de "rigtige" besøgende (beslutningstagere) og udstillere set fra virksomhedernes synspunkt. Med andre ord vil der i projektet målrettet blive arbejdet på at tiltrække nye besøgende og udstillere, som virksomhederne gerne vil i kontakt med.

- Øget synlighed og vækst i virksomheder indenfor regionale erhvervsmæssige styrkepositioner.
- Mere internationalt konkurrencedygtige messer og business events.
- Styrket position for Herning og Region Midtjylland som international messe- og mødedestination.

Aktiviteter

- Udvikling af besøgsapp med mulighed for at tracke besøgende og høste data
- Etablering af videns- og udviklingsgruppe med kompetencer indenfor IT, turisme (møder/messer) og udvikling.
- Gennemførelse af analyser og undersøgelser i samarbejde med relevante parter
- Udvikling af system til at måle antal deltagere i kongresser, konferencer og møder i forbindelse med messer og andre business events.
- Indsamling af data
- Behandling og analyse af data, som skal sikre at den opbyggede viden omsættes til bedre service og nye produkter

Kommunikation og Evaluering

Projektets resultater vil løbende blive kommunikeret til aktørerne i projektet – herunder også i vækstpartnerskaber. Eksternt vil kommunikationen primært ske gennem best case beskrivelser, som bliver udarbejdet i forbindelse med de halvårlige opfølgninger til Region Midtjylland. Her bliver der også fulgt op på opfyldelse af mål og resultater samt om projektet skrider frem som planlagt.

Det er aftalt mellem Aarhus og Herning at der udarbejdes en evaluering af den samlede erhvervsturismesatsning. Evalueringsdesign, tidspunkt for

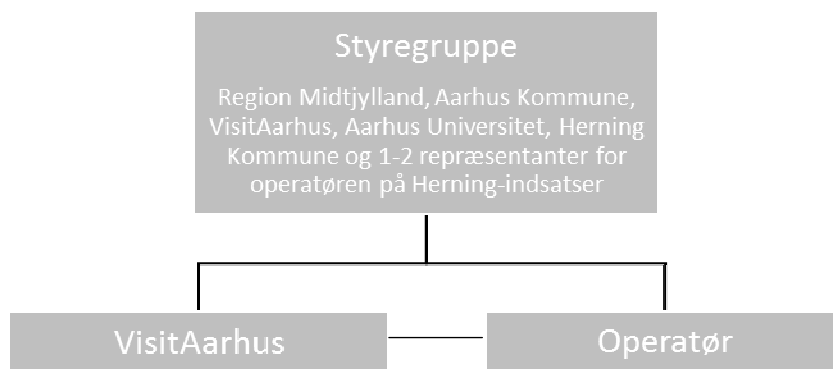
	<p>gennemførelse af evalueringen osv. tilrettelægges i samarbejde med Region Midtjylland.</p>
<p>3. Målgruppe og aktører</p>	<p>Målgrupper Projektet har flere forskellige målgrupper:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Virksomheder – primært indenfor fødevarer, energi, kreative erhverv og teknologi Virksomhederne er målgruppe både som udstillere på fagmesser, men også i forhold til at deltage i business events. - Iværksættere – primært indenfor fødevarer, energi, kreative erhverv og teknologi - Internationale besøgende på fagmesser <p>Vigtigt i denne sammenhæng er at pointere, at projektet langt fra "kun" har fokus på at tiltrække flere besøgende – men de "rigtige" besøgende og udstillere set fra virksomhedernes synspunkt. Med andre ord vil der i projektet målrettet blive arbejdet på at tiltrække nye besøgende og udstillere, som virksomhederne gerne vil i kontakt med.</p> <p>Aktører Herning Kommune er projektejer på projektet. For at sikre at de rette kompetencer og relationer til at realisere projektet er tilstede, vil Herning Kommune gennemføre et udbud. Der vil blive søgt efter en eller flere operatører, som har stor turismefaglig viden indenfor møde- og erhvervsturisme, herunder samarbejder på tværs af værdikæder og udvikling af internationale messer. Operatøren bliver ansvarlig for at gennemføre indsatsen i et tæt samarbejde med Herning Kommune.</p> <p>Der vil være en lang række aktører, som skal deltage og samarbejde for at sikre, at projektet når succesfuldt i mål. Der skal være et stærkt samarbejde indenfor den traditionelle værdikæde indenfor turisme. Men dette projekt lægger i høj grad også op til, at der skal samarbejdes på tværs af værdikæder og brancher – primært indenfor regionale erhvervstyrkepositioner som fødevarer, energi og kreative erhverv samt med relevante kommuner, erhvervsfremmesystemet, vidensinstitutioner og klynger osv.</p> <p>Det er således ikke geografi, som er afgørende for hvilke aktører, der er relevante som deltagere i initiativet men tilknytning til brancher og viden.</p> <p>Rekrutteringen af aktører vil være en blanding af en åben invitation til at deltage i projektet samt direkte kontakt til nøgleaktører.</p>
<p>4. Organisering (Bestyrelse, styregruppe, etc.)</p>	<p>Den fælles erhvervsturismesatsning bygger på et stærkt samarbejde mellem Aarhus og Herning, der gensidigt forpligter partnerne til at arbejde for at nå de opstillede mål.</p> <p>Udgangspunktet er, at Aarhus og Herning har hver sin styrkeposition indenfor erhvervsturisme – henholdsvis kongresser og messer, viden og erhverv. Det giver mening for projektpartnerne at samarbejde og gennemføre satsningen i et partnerskab, idet der ses et potentiale i at</p>

dele viden, netværk og erfaringer i forhold til at blive bedre til at få viden og virksomheder til at mødes og på den måde både styrke kongresser og messer som stærke platforme for at skabe vækst i de regionale styrkepositioner.

Det er også disse to forskellige styrkepositioner, som gør det naturligt at have forankringen af de konkrete indsatser og aktiviteter i henholdsvis Herning og Aarhus. Satsningen består derfor af to projekter, hvor projektansvaret ligger i henholdsvis Herning og Aarhus. Gennem denne opdeling sikres forankring og ejerskab i begge kommuner samt et ligebyrdigt partnerskab, hvor begge kommuner tager ansvar for at nå de opstillede mål.

Satsningen rummer fem tværgående indsatser, som både Aarhus og Herning vil arbejde med. Indenfor indsatserne er der både fælles aktiviteter og individuelle aktiviteter, der giver særligt mening i henholdsvis Aarhus og Herning. I forhold til indsatsområdet vedr. storhospitalet er det aftalt mellem projektpartnerne, at VisitAarhus bliver operatør på indsatsområdet i et tæt samarbejde med den valgte operatør for Herning-projektet.

Der nedsættes en styregruppe bestående af repræsentanter for hovedaktørerne i den fælles satsning: Region Midtjylland, Aarhus Kommune, Herning Kommune, VisitAarhus, Aarhus Universitet og 1-2 repræsentanter for operatøren på Herning-projektet.



Styregruppen har det overordnede ansvar for at sikre sammenhæng og koordinering mellem indsatserne samt at overvåge at de opstillede mål nås. Det er ligeledes styregruppens opgave at sikre den strategiske sammenhæng til den regionale turismehandlingsplan.

I løbet af den tidligere erhvervsturismesatsning er der opbygget et stærkt samarbejde mellem partnerne. Det er en vigtig del af projektet, at dette samarbejde fortsætter og styrkes i projektperioden. Samarbejdet skal sikre en systematisk koordinering af indsatserne, hvilket er vigtigt både på strategisk og operationelt niveau.

Som tidligere nævnt vil Herning Kommune gennemføre et udbud for at finde en operatør, som bliver ansvarlig for at gennemføre projektet.

	<p>VisitAarhus og operatøren er ansvarlige for at føre satsningen ud i livet. Det er vigtigt, at der er et stærkt samarbejde mellem VisitAarhus og operatøren samt at der samarbejdes tæt med Aarhus Universitet og MCH Messecenter Herning samt øvrige relevante aktører.</p> <p>I Herning etableres en administrativ styregruppe, der skal sikre fremdrift og at de opstillede mål og effekter nås. I den administrative styregruppe sidder repræsentanter for Herning Kommune samt 1-2 repræsentanter for operatører og partnere. Herning Kommune har formandskabet for gruppen.</p> <p>Det foreslås at der fast indarbejdes løbende opfølgingsmøder mellem Herning Kommune, operatøren og Region Midtjylland 4-6 gange årligt. Det tilstræbes at møderne planlægges i forbindelse med arrangementer og tiltag, som støttes af projektet.</p>
<p>5. Effektkæde</p>	<p>I dette afsnit beskrives mål, effekter og kritiske antagelser for hver af de fem indsatsområder. Afsnittet skal læses i tæt sammenhæng med effektkædeskemaet.</p> <p>1 Vækstpartnerskaber</p> <p>Mål med indsatsen Målet er at indgå i nye partnerskaber og samarbejder, som kan være med til at styrke messer og events som internationale platforme for at skabe vækst og udvikling indenfor regionale erhvervsstyrkepositioner og turisme.</p> <p>Kritiske antagelser Messerne bliver mere internationalt konkurrencedygtige, idet de udvikles til ikke blot at være udstillings- og salgsplatforme men også steder, hvor virksomheder kan få ny viden, netværk og inspiration. Det er i denne sammenhæng afgørende for succes at få de rette samarbejdspartnere og at viden og inspiration vurderes som relevant af de deltagende virksomheder.</p> <p>For at nå de forventede effekter skal der indgås samarbejder, som tilfører værdi til alle involverede aktører. Det betyder, at der skal nås til enighed om aktiviteter og koncepter som både styrker erhvervsmæssige styrkepositioner og turismen.</p> <p>Selvom messerne giver virksomhederne mulighed for at blive synlige både på det nationale og internationale marked, få ny viden, inspiration og netværk, så er det op til den enkelte virksomhed om dette omsættes til udvikling og vækst. Messerne og møderne er platformen, virksomhederne skal selv skabe væksten.</p>

2 Erhvervsturisme til storhospitalet

Mål med indsatsen

Målet er at afdække erhvervsturismepotentialet i relation til etableringen af de to nye storhospitalet i Gødstrup og Skejby.

Kritiske antagelser

Det vil være en klar styrkelse af erhvervsturismepotentialet, hvis CFU realiseres. Der er fundet en stor del af finansieringen, men der resterer fortsat at blive fundet en del midler. Det forventes dog at disse midler bliver fundet. Hvis dette mod forventning ikke kommer til at ske, vil den forskningsmæssige profil og nye platform for at bringe viden og virksomheder sammen blive svækket.

Denne indsats er i høj grad også afhængig af at få skabt nye, gode og stærke samarbejder.

3 Udvikling af tilbagevendende messer, kongresser, konferencer og møder

Mål med indsatsen

Målet er at udvikle og styrke messer som internationale platforme for at skabe vækst og udvikling indenfor regionale erhvervsstyrkepositioner og turisme.

Målet er at udvikle en ny tilbagevendende fagmesse med international profil.

Kritiske antagelser

Der er hård international konkurrence på messeområdet og det er et meget svært marked at vækste på. Erfaringerne fra Business Relations+ (Herning) viser, at der i nogle tilfælde skal arbejdes hårdt og udvikles nye koncepter for "blot" at holde fast i nuværende udstillere og besøgstal. På samme måde skal der arbejdes kontinuerligt på at udvikle messerne for at fastholde en høj tilfredshed blandt udstillere og besøgende. De forventede effekter beskrevet ovenfor bygger på antagelser om, at messerne pt. er stabiliserede efter flere års hård konkurrence på messemarkedet.

4 Outreach og business events

Mål med indsatsen

Målet er at skabe en sammenhængende og professionel business destination med oplevelser og service af høj kvalitet og relevans.

	<p>Målet er at få et øget erhvervsspinoff i forbindelse med afholdelse af primært internationale sport- og kulturevents.</p> <p>Kritiske antagelser For at få et succesfuldt erhvervsspinoff er det vigtigt, at virksomheder kan se en relevans i at være med. Det skal tydeliggøres for virksomhederne, hvilken værdi det kan have for dem eksempelvis at invitere samarbejdspartnere, kunder osv. med til forskellige typer af events af internationalt format.</p> <p>5 Dataindsamling og vidensudvikling</p> <p>Mål med indsatsen Målet er at styrke produktudvikling og konkurrenceevne ved at indsamle, organisere og anvende data som grundlag for vidensbaseret udvikling.</p> <p>Kritiske antagelser Indsamling, analyse og anvendelse af data i dette omfang såvel som koblingen til praksis er en ny måde at arbejde på. Der skal opbygges ny viden og erfaringer på området. Derfor er det vigtigt, at der i starten af projektet etableres en gruppe med de rette kompetencer til både at indsamle, analysere og omsætte viden til brug for videre udvikling.</p>
<p>6. Forankring efter projektperioden</p>	<p>Der er fem indsatsområder i projektet og forankringen forventes at være forskellig fra indsats til indsats. For alle indsatsområder gælder dog, at Herning Kommune har ansvaret for at indtænke forankring fra starten af projektet. Dette vil i praksis ske i et tæt samarbejde med nøgleaktører i projektet og den valgte operatør.</p> <p>Generelt forventes det at projektets succesfulde aktiviteter og udviklede koncepter vil have en værdi, der gør dem økonomisk bæredygtige at videreføre.</p> <p>1 Vækstpartnerskaber</p> <p>Det forventes at de indgåede partnerskaber og samarbejder som giver værdi for de involverede fortsætter også efter projektperioden.</p> <p>2 Erhvervsturisme til storhospitalet</p> <p>Det forventes at der er skabt en platform for arbejdet med at indfri et erhvervsturismepotentiale i relation til det nye storhospital i Gødstrup samt det tilknyttede CFU. En platform som både indeholder at få</p>

oparbejdet den rette viden, samarbejder og strategi. Det egentlige arbejde med at indfri potentialet ligger efter projektets afslutning.

3 Udvikling af tilbagevendende messer, kongresser, konferencer og møder

Det forventes at de udviklingsspor, der bliver lagt i projektet vil blive videreført også efter projektets afslutning. Det tætte samarbejde med erhvervslivet vil fortsætte sammen med et fokus på at udvikle messerne til de bedst mulige platforme for erhvervslivet – både i forhold til at facilitere nye kontakter og ny viden samt skabe mulighed for synlighed og salg.

Det forventes, at den nyudviklede fagmesse vil blive tilbagevendende hvert andet år. Dette forudsætter dog, at de relevante brancher bakker op om messen og at den således bliver økonomisk bæredygtig.

4 Outreach og business events

Metodik og kultur for at have fokus på erhvervsspinoff i forbindelse med events vil være blivende. Det samme vil et øget vidensniveau og professionalisering af Herning som business destination. Det forventes at aktiviteter vil blive videreført af hovedaktørerne i området.


5 Dataindsamling og vidensudvikling

Den oparbejdede viden i projektperioden vil være blivende og udviklede redskaber til indsamling af viden vil fortsat fungere. Forventeligt vil dette arbejde skulle forankres hos hovedaktører i området for at blive videreført efter projektperioden.

7. Udgifter fordelt på typer

Dobbeltklik på regnearket

	2016	2017	2018	I alt
Projektansatte	284	450	575	1.309
Øvrigt personale	135	219	129	483
Eksterne konsulenter	1.739	2.419	2.240	6.398
Rejseomkostninger	35	62	52	149
Møder/administration	46	60	60	166
Markedsføring	345	545	675	1.565
Evaluering/revision			150	150
I alt	2.584	3.755	3.881	10.220

8. Udgifter fordelt på hovedaktiviteter jf. ansøgers udfyldte effektkædeskema <i>Dobbeltklik på regnearket</i>	Hovedaktiviteter:		i 1000 kr.			
		2016	2017	2018	I alt	
	Vækstpartnerskaber	115	250	315	680	
	Messe, konference mm	2.139	2.805	2.541	7.485	
	Outreach og b.events	150	320	425	895	
	Data og viden	180	380	450	1.010	
	Revision og evaluering			150	150	
	Evaluering					
	I alt	2.584	3.755	3.881	10.220	
<p>Udover ovenstående hovedaktiviteter er der indsatsen vedr. storhospitaller, som VisitAarhus er projektleder på. Herning Kommunes andel af budgettet for dette indsatsområde er på 280.000 kr., hvor Herning Kommune finansierer 50 % svarende til 140.000 kr., hvilket er en del af Aarhus' ansøgning. Samlet set gennemføres aktiviteter for 10.500.000 kr.</p>						
9. Finansiering (skriv offentlig og evt. privat medfinansiering) <i>Dobbeltklik på regnearket</i>	Finansiering:		i 1000 kr.			
		2016	2017	2018	2019	I alt
	Region Midtjylland	965	2.055	1.590	500	5.110
	Herning Kommune	1.619	1.700	1.791		5.110
	I alt	2.584	3.755	3.381	500	10.220
<p>Inklusiv indsatsen vedr. storhospitaller er Herning Kommunes samlede medfinansiering af projektet på 5.250.000 kr.</p> <p>Udover Herning Kommunes kontante medfinansiering vil både Herning Kommune, nøgleaktører og virksomheder, som deltager i projektet komme til at anvende timer på projektet. Der er medregnet udgifter til projektansatte og personale i budgettet – men dette dækker ikke de timer, som reelt vil blive anvendt. Eksempelvis vil alle timer anvendt af Herning Kommune i projektet kunne betragtes som yderligere medfinansiering.</p>						
10. Underskrift						
	Dato 15.08.16			Underskrift		

Fra turismeøkonomi til erhvervs- & vidensturismeøkonomi

Ny, ambitiøs erhvervsturismesatsning

Nedenfor ses en oversigt over de ydelser, som leveres i Herning-projektet af en ny erhvervsturismeindsats:

- Etablering og udvikling af samarbejdsrelationer med nøgleaktører inden for styrkepositionerne (koordineret og i samarbejde med Regional Udvikling og Aarhus Kommune)
- Kortlægning af regionale og nationale aktører/samarbejdspartnere
- Udarbejdelse af potentialeanalyser ifm. businesssevents
- Konzeptudvikling og implementering af arrangementer med fokus på iværksætter, innovation og entrepreneurship
- Styrke messernes internationale profil (gennem eksempelvis konferenceprogrammer med fokus på ny viden og virksomhedsbesøg)
- Internationalt salg på udvalgte markeder (i form af eksempelvis agentsamarbejder, og udvikling af besøgsplaner målrettet udstillerens hovedmålgrupper)
- Konzeptudvikling og strategi i relation til udvikling af messer (gennem eksempelvis konferenceaktiviteter, møder, faglige besøg og innovationsområder)
- Udvikling og afholdelse af ny konferencemesse med international profil
- Udvikling, tiltrækning og implementering af nye konference-, møde- og messeformater
- Tiltrækning af nye kundesegmenter og udstillersegmenter til eksisterende messer
- Destinationsudvikling i værdikædesamarbejder (opsøgende aktiviteter blandt nye, potentielle samarbejdspartnere)
- Udvikling og implementering af nye forretningsmodeller for outreach-aktiviteter
- Konzeptudvikling og gennemførelse af outreach-aktiviteter i forbindelse med 4 – 5 internationale messer, konferencer eller events
- Research og analyse i forbindelse med diverse udviklingsaktiviteter og udvikling af ny strategi for dataindsamling og anvendelse
- International markedsføring og branding/positionering (design og udvikling af trykte og online materialer, kampagner og film til messer, møder informationskampagner m.m.)
- Udvikling af APP og anden software til indsamling, behandling og anvendelse af data
- Etablering af videns- og udviklingsgruppe
- Best cases (samling og beskrivelse af de erfaringer / best cases, der udvikles i projektet og videreformidling til relevante interessenter i Region Midtjylland.