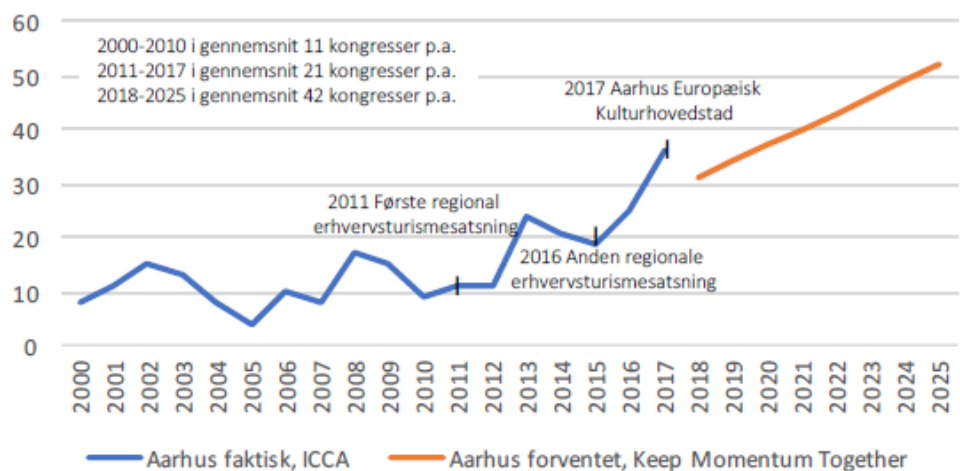


Fra turismeøkonomi til erhvervs- & vidensturismeøkonomi 2.0 (Aarhus)

<p><b>1. Oplysninger om ansøger</b></p> <p><b>Navn, Adresse, Kontaktperson, tlf, mailadr, CVR nr.</b></p>	<p><b>Navn:</b> Aarhus Kommune  <b>Adresse:</b> Rådhuset  <b>Postnummer:</b> 8000  <b>By:</b> Aarhus C  <b>Telefon:</b> 89 40 20 20  <b>E-mail:</b> post@aarhus.dk  <b>Hjemmeside:</b> www.aarhus.dk  <b>CVR.-nr.:</b> 55133018  <b>EAN.-nr.:</b> 5790000418640</p> <p><b>Projektansvarlig</b>  Marianne Gjerløv, Chef for Erhverv, By og Viden  <b>Telefon:</b> 2920 8351  <b>E-mail:</b> mg@aarhus.dk</p>
<p><b>2. Indhold (formål, mål og aktiviteter)</b></p>	<p>Fra turismeøkonomi til erhvervs- &amp; vidensturismeøkonomi 2.0 (Aarhus) løber fra den 1. december 2018 til den 31. december 2020. Projektet er en videreudvikling af udvalgte indsatser fra tidligere erhvervsturismesatsninger koblet med et nyt fokus på at udvikle viden om og dokumentere kongressernes bredere værdiskabelse samt løbende at kunne monitorere og udvikle byens samlede performance som kongresdestination.</p> <p>Evalueringen af nuværende erhvervsturismeprojekt (Eskild Hansen Strategibureau, august 2018, vedlagt som bilag) viser, at der siden 2011, hvor Vækstforum for Region Midtjylland, Herning Kommune og Aarhus Kommune afsatte midler til at understøtte arbejdet med at udvikle fagmesser og tiltrække internationale kongresser er skabt bemærkelsesværdige resultater i arbejdet, og det er især i den nuværende fase af indsatsen (efter 2016), at resultaterne har vist sig.</p> <p>Forenklet sagt blev den første fase i indsatsen brugt til at "genopfinde" og "få gang i" det styrkede udviklingsarbejde omkring fagmesser og kongresser, mens der i den nuværende fase er sket en yderligere forædling og udbredelse af kerneindsatser og -processer. Fremadrettet er der efter evaluators vurdering et betydeligt potentiale for yderligere værdiskabelse i at "opskalere" de etablerede metoder og koncepter. (Eskild Hansen Strategibureau, august 2018).</p> <p>Der er formuleret en strategi for turismen i Aarhus, hvor kongresforretningen skal fordobles frem mod 2025. Dette vil kræve en øget investering i kongresarbejdet, som det ikke er muligt at realisere lige nu, hvor et nyt erhvervsfremmesystem skal finde sin form. En forlængelse af nærværende projekt med en fokusering på evalueringens anbefalinger vil muliggøre, at momentum i erhvervsturismesatsningen fastholdes, indtil det nye erhvervsfremmesystem er på plads med nye finansieringsmuligheder. I den nære fremtid fra 2019-2020 vil den økonomiske ramme imidlertid være mindre end den nuværende, og der er derfor behov for et snævrere fokus for at sikre effekt af udviklingsaktiviteterne.</p>

### Antal internationale kongresser 2000-2025



Kilde: ICCA Statistics Report, diverse år

Den turismeøkonomiske værdi af kongresarbejdet vil stadig være en vigtig driver i kongresarbejdet, da den spiller en væsentlig rolle for turismeerhvervet og bidrager til, at der bliver investeret i kapacitet i form af blandt andet transport (flyruter), hoteller og konferencesteder.

Imidlertid har nærværende ansøgning om en videreudvikling af udvalgte indsatser et øget fokus på at udvikle og dokumentere de videnskøkonomiske effekter af kongresser. Dette skyldes særligt to forhold:

- 1) Der ses en øget konkurrence på det internationale kongresmarked, og her skal dyrere destinationer som de nordiske differentiere sig på at skabe merværdi for kongresarrangører i konkurrencen mod billigere destinationer
- 2) Der begynder at være mere viden om kongressers betydning for internationalisering (eks. rankings af universiteter), international rekruttering, entreprenørskab m.m. Kongresser bliver således en vigtigere erhvervsmæssige infrastruktur for internationalisering og erhvervsmæssigt samspil og vækst

De indsatser og fokusområder, der er identificeret i nærværende ansøgning følger de anbefalinger, der kan læses i "Evaluering af den midtjyske erhvervsturismesatsning – Fra turismeøkonomi til erhvervs- og videnturismeøkonomi" (Eskild Hansen Strategibureau, august 2018)

De overordnede mål for projektet følger evalueringens overordnede anbefalinger til en fremadrettet indsats:

- Hold fast og fokuser
- Prioriter international vækst
- Uddyb samspil med forskningsmiljøer og erhvervsmæssige styrkepositioner
- Styrk dokumentation og evaluering
- Dyrk international læring og inspiration.

Bilag: Støttebrev fra Aarhus Universitet er vedlagt som bilag.

#### Effekten af projektet måles i følgende overordnede mål:

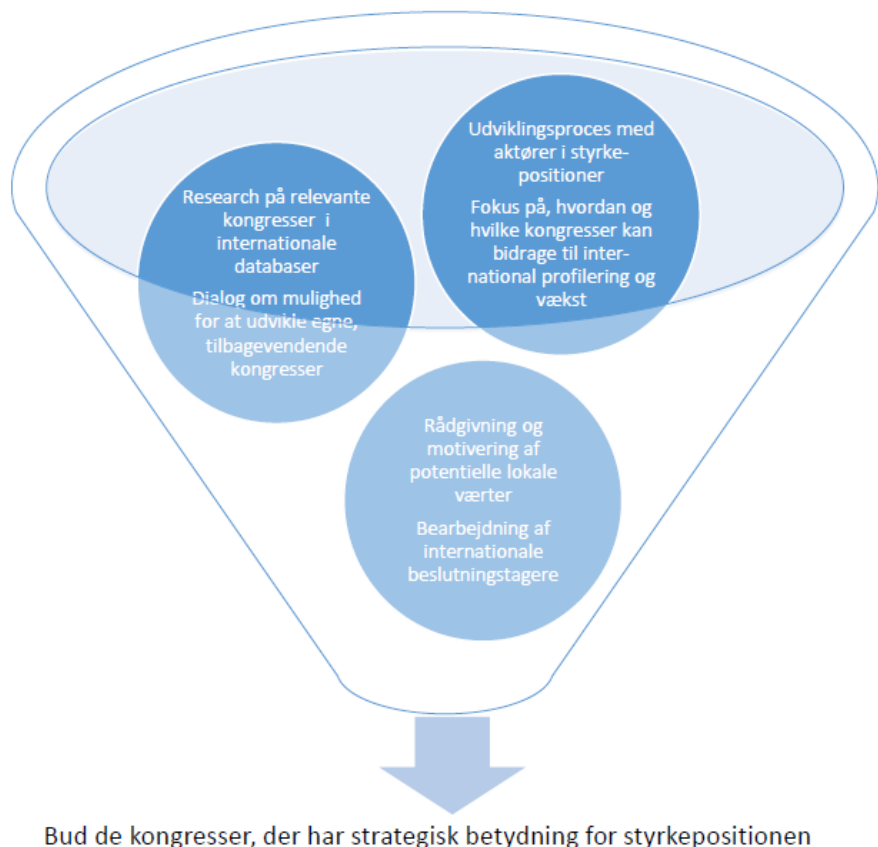
- 1) Aarhus opnår en samlet 'performance score' som destination, hvor min. 80 af de adspurgte svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med Aarhus som kongresdestination. Der udvikles en

	<p>procesmodel og et evalueringsværktøj, som muliggør løbende evaluering af Aarhus' samlede performance som kongresdestination.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2) Effekten af afholdte kongresser sandsynliggøres via kvalitativ effektanalyse, der måler effekten af erhvervsturismesatsningen ved at evaluere på udvalgte kongresser og deres outreach-aktiviteter</li> <li>3) Identificering af minimum 150 kongresser i samarbejde med aktører fra styrkepositionerne i perioden fra 1/12-2018 til 31/12-2020. Disse kongresser researches med henblik på at identificere, hvilke der kan bydes på</li> <li>4) Bud på 35 internationale kongresser i perioden fra 1/12-2018 til 31/12-2020</li> <li>5) 26 kongresser vindes til Aarhus / Region Midtjylland i perioden fra 1/12-2018 til 31/12-2020, som bidrager til en turismøkonomisk omsætning på 106,2 mio.kr. (26 kongresser x gns. 350 deltagere x varighed på 3 døgn x samlet døgnomsætning pr. deltager på kr. 3890,-* = 106,2 mio.kr.)</li> </ol> <p>*samlet døgnomsætning er beregnet som et gennemsnit med udgangspunkt i, at 25% af deltagerne er danske og bidrager med en omsætning på 2990 kr. og 75% er udenlandske og bidrager med 4190 kr. (2017-tal fra VisitDenmark 2018, publiceres i efteråret)</p> <p>Den løbende evaluering søges indarbejdet i en opdateret kongresdatabase, således at kongresarbejdet fra research over bud til evaluering opsamles i samme database. På den måde vil kongresarbejdet blive effektiviseret, og samtidig skabes en helt ny kobling til destinationens performance fra budfasen og afviklingsfasen. Dette vil være enestående også i et internationalt perspektiv, at man har så tæt en kobling af kongresarbejdets traditionelle kerneopgaver (research, relationsarbejde og bud) og destinationens performance på destinationsniveau (transport, faciliteter, by, services).</p> <p>Projektets indsatser organiseres i de delprojekter/overskrifter, som kendes fra tidligere indsats med den eneste ændring, at indsatsen over for storhospitalet lægges ind under delprojektet Vækstpartnerskaber:</p>
--	--



Delprojekt 1 og delprojekt 2 er nøje forbundne, idet netop de tættere relationer med styrkepositionerne skal bidrage til, at konkurrenceevnen i buddene på de internationale, roterende kongresser styrkes, samtidig med at mulighederne for at udvikle tilbagevendende kongresser identificeres og forfølges.

Samspelet mellem delprojekt 1 og 2 er illustreret nedenstående model, der viser samspelet mellem den eksisterende viden/erfaring koblet med internationalt salgssarbejde og samarbejde med styrkepositionerne, hvilket resulterer i, at der bydes på kongresser, som kan bidrage til international profilering og værdiskabelse for både turismeerhvervet og virksomhederne inden for styrkepositionerne:



### **Delprojekt 1: Vækstpartnerskaber**

#### **Mål med indsatsen**

Målet med delprojekt 1 er at videreudvikle relationerne ifht. styrkepositionerne, så erhvervsturismen indtager positionen som en strategisk vigtig kommerciel infrastruktur for internationalt samspil og vækst

#### **Forventede effekter**

- Identificering af 150 kongresser i samarbejde med aktører fra styrkepositionerne i perioden 12/2018 12/2020
- Bud på 35 internationale kongresser i perioden 12/2018 12/2020
- 26 kongresser vindes til Aarhus / Region Midtjylland i perioden 12/2018 12/2020
- Nøgleaktører i de styrkepositioner, der samarbejdes med, ser og udnytter mulighederne i erhvervsturismen
- Aarhus har vist gennem konkrete bud, at konkurrenceevnen er styrket ved, at der er udviklet og implementeret en grøn bæredygtighedsstrategi for kongresser, som er indarbejdet i budprocesser.

#### **Anbefalinger fra evalueringen**

Evalueringen pointerer, at man skal se en stærk erhvervsturisme som en slags kommerciel infrastruktur for internationalisering og erhvervsmæssigt samspil og vækst. Det er et aktiv, som en region kan kapitalisere på på mange niveauer. Erhvervsturismen er en nøglebranche, der spreder produktivitet til andre brancher.

Den strategiske fortælling omkring disse aspekter af den regionale erhvervsturismesatsning er grundlæggende formuleret og formidlet i nuværende projekt, men fortællingen kan også styrkes og kommunikeres stærkere.

*På den baggrund anbefaler evaluatoren, at man skal forklare og skabe forståelse af erhvervsturismen som en vækstdriver på linje med anden infrastruktur som lufthavne, universiteter, kultur m.v.*

Evalueringen viser, at der er et uudnyttet internationalt potentiale i arbejdet med fagmesser og kongresser. Evaluatoren mener, at man fremfor at arbejde meget bredt/sporadisk med internationalisering bør fokusere på få initiativer, som så til gengæld gennemføres med tyngde.

*Anbefaling: Der kan gøres en særlig indsats for at internationalisere udvalgte midtjyske events. Konkret kunne det være på it-området bl.a. IoT Week 2019 og EOT Electronics of Tomorrow samt de bagvedliggende it-fagmiljøer på Aarhus Universitet. I indsatsen kan man koordinere og samskabe indsætter, som eksempelvis styrker rekruttering, antallet af deltagere og generelt udbyttet af de it-relaterede events i region Midtjylland.*

#### **På baggrund af evalueringens anbefalinger iværksættes følgende indsætter:**

Hovedaktiviteten er målrettet en videreudvikling af antallet af relationer til aktører i styrkepositionerne og udviklingen af kvaliteten i relationerne. Udviklingen af relationer er et kontinuerligt arbejde, der indebærer løbende scanning af relevante aktører, indledende kontakt, efterfølgende møder med det mål at få adgang til at drøfte potentielle kongresser. Det er et arbejde, der kræver både research og en bred berøringsflade.

Sideløbende med relationsarbejdet er det vigtigt, at have ressourcer til rådighed til at understøtte kongresværter med rådgivning og med at tilbyde de koncepter, der udvikles i de øvrige delprojekter til delegate boosting, måling af impact, evaluering og dokumentation af effekt. Hermed vil en væsentlig effekt være, at erhvervsturismen og dens 'værktøjskasse' bliver det bidrag og den kommercielle infrastruktur, som styrker internationalisering og vækst.

En anden vigtig aktivitet i projektet bliver udviklingen af en grøn kongresstrategi i samarbejde med centrale aktører inden for styrkepositionen 'grøn vækst' samt turismeerhverv, universitet, region, kommune m.fl.

Aarhus er medlem af Global Destination Sustainability Index, som er en ranking af destinationers bæredygtighed som kongresdestination. Her måles på en række parametre fra affaldshåndtering, CO2-udslip til social bæredygtighed, samt i hvilket omfang lokale kongresarrangører tilbydes rådgivning om bæredygtige muligheder inden for kongresområdet.

Udviklingen af en grøn bæredygtighedsstrategi vil have positiv indflydelse på, hvordan Aarhus klarer sig på den internationale ranking, og samtidig vil dette arbejde i sig selv bidrage til, at VisitAarhus Convention Bureau styrker sine relationer inden for styrkepositionen 'Grøn Vækst'.

Uafhængigt af hinanden kan Herning og Aarhus involvere sig i messer og kongresser, som evt. kan bringes i samspil og derved bidrage til øget vækst (eks. vækst i deltagerantal) og dermed en styrket international profilering. Et eksempel ses nu på it-området, hvor Aarhus har vundet

IoT Week 2019 (Internet of Things). Sideløbende har MCH Messecenter Herning udviklet messen EOT (Electronics of Tomorrow). Det er oplagt at undersøge mulighederne for at skabe synergi, eksempelvis ved at koordinere aktiviteter på tværs af regionen.

VisitHerning deltog i 2018 på IMEX Frankfurt sammen med VisitAarhus. På baggrund af deltagelsen. På baggrund af deltagelsen ses der fremadrettet gode perspektiver i, at Herning og Aarhus kan samarbejde, koordinere og styrke hinandens indsats på internationale salgsplatforme, eksempelvis for at styrke tiltrækning og udvikling af kongresser og events inden for relevante fagområder (eksempelvis it og fødevarer).

### **Delprojekt 2: Udvikling af tilbagevendende messer, kongresser, konferencer og møder**

#### **Mål med indsatsen**

Målet med delprojekt 2 er at strukturere og konceptualisere gode erfaringer, så de kan være et fast tilbud til kongresarrangører, som ønsker hjælp til at markedsføre deres kongres i Aarhus med henblik på at tiltrække flere deltagere og opnå øget international eksponering.

#### **Forventede effekter**

- Der er udviklet en ny struktur for en rensning af data over kongresser, arrangører og internationale foreningskunder
- Services og koncepter, der tilbydes til kongresarrangører, er struktureret og formidlet, så de kan bruges til at hverve flere deltagere på kongresserne og styrke Aarhus' internationale brandværdi
- VisitAarhus Convention bureau står stærkere hos kongresarrangører, idet de kan tilbyde et fast koncept til profilering og delegate boosting.

VisitAarhus og Aarhus Universitets meget tætte samarbejdsrelation, som er udviklet gennem en lang årrække, havde ikke kunnet lade sig gøre uden den regionale erhvervsturismesatsning. Dette samarbejde har skabt international opmærksomhed, og således bliver VisitAarhus og Aarhus Universitet, Events og Kommunikationsstøtte i stigende grad inviteret ud i verden for at holde oplæg om samarbejdet. Der er ganske få steder i verden, hvor salgsindsatsen/budarbejdet (som er VisitAarhus Convention Bureaus vigtigste opgave) har så tæt en dialog med et universitet

At dette samarbejde finder sted og har udviklet sig over årene skyldes primært to forhold:

1. Aarhus Universitet har gennem alle årene prioriteret kongresser og har haft en dedikeret afdeling (AU Events og Kommunikationsstøtte), som har understøttet forskerne. Dette er enestående også i et internationalt perspektiv
2. Den regionale erhvervsfremmeindsats har muliggjort, at VisitAarhus har haft udviklingsmidler til løbende at udvikle samarbejdet med Aarhus Universitet løbende, løbende at identificere, hvilke kongresser forskere gerne vil tiltrække og løbende udvikle ny viden om kongressernes betydning, hvilket i nærværende projekt kulminerer med erhvervs-ph.d.-projektet om *The Academic Impact of Scientific Gatherings*; et forskningprojekt som ikke er set lignende andre steder i verden.

Som en del af den regionale indsats blev der fra begyndelsen i 2011 skabt en database, der kortlagde forskere fra Aarhus Universitet og deres relationer til internationale foreninger og deres roterende kongresser. Denne kortlægning blev bl.a. skabt gennem løbende spørgeundersøgelser, som Aarhus Universitet udsendte til forskere, og disse blev koblet sammen med internationale kongresdatabaser.

Herved blev der skabt en unik database, der sammenholdt med de løbende spørgeundersøgelser, har muliggjort, at VisitAarhus' arbejde med at identificere mulige kongresser for Aarhus, researche på dem, kontakte lokale potentielle værter sker langt mere effektivt end i andre byer, hvor man kun har de internationale kongresdatabaser men ikke den tætte kontakt til lokale forskere, som kan kvalificere, hvad der er relevant at arbejde med.

Med udviklingen af denne database, som med årene er blevet stor følger imidlertid en voksende opdaterings- og struktureringsproblematik. Dette kræver, at der fra tid til anden er behov for at rydde op i og opdatere data om forskere og kongresser. Dette gøres gennem kongresresearch, nye spørgeskemaundersøgelser m.m. Men udviklingen af kongresarbejdet og særligt ønsket om fremadrettet at styrke den internationale kendskabsgrad til Aarhus som kongresby har medført behov for at gentænke databasestrukturen.

Den nuværende database er alene baseret på lokale forskere/potentielle værter og relevante kongresser. I takt med – og her spiller Aarhus2017 en væsentlig og positiv rolle – at Aarhus bliver mere internationalt kendt, så har VisitAarhus fået flere henvendelser direkte fra internationale kongresarrangører. Hermed får Aarhus – og det styrkes af et øget fokus på at profilere Aarhus internationalt som kongresby – nye relationer til internationale beslutningstagere, som man ikke tidligere har haft struktureret i VisitAarhus' database. Der forestår således et udviklings- og struktureringsarbejde, som meget gerne skal gennemføres i den kommende projektperiode, så VisitAarhus er klar til at skalere, så snart der bliver mulighed for at styrke og udbygge kongresindsatsen i Aarhus.

Som led heri vil nuværende services og koncepter blive forfinet, struktureret og kommunikeret som services, der kan bruges af kongresarrangører til international profilering og delegate boosting. Disse services sammen med den øvrige dataopsamling vil i den nye procesmodel søges indarbejdet i den nye database, så kongresforretningen – med alt fra research, opbygning af relationer til forskere og indsamling af evalueringer – bliver samlet i samme database til gavn for såvel tidligere som kommende kongresarrangører i Aarhus.

### **Delprojekt 3: Outreach og business events**

#### **Mål med indsatsen**

Målet med delprojekt 3 er udvikle effektfulde outreach-koncepter, indsamle og formidle cases samt evaluere outreach-aktiviteter.

#### **Forventede effekter**

- Indsamle erfaringer med at tiltrække/rekruttere internationale forskere/eksperter i kortere eller længere tid dels som kongresdeltagere, dels som gæsteforskere eller permanent bosiddende i Aarhus
- Styrkelse af Aarhus' konkurrenceevne i budfasen – ideer til og erfaring med outreach-aktiviteter vil styrke Aarhus i budfasen



Outreach (samspil mellem kongres og destination gennem udadvendte aktiviteter som virksomhedsbesøg, rekrutteringstiltag og folkelige arrangementer) menes at bidrage til at kongresser skaber større impact for destinationen, hvor den afholdes, og større impact for deltagerne, hvilket igen medvirker til flere deltagere på kongresser og dermed større økonomi omsætning for både kongressen og destinationens turismeerhverv.

I nuværende indsats har forskellige outreach-initiativer været afprøvet. Disse er dokumenteret som cases, mange med videoer, som er lagt til gængelig som inspiration for andre kongresarrangører (se cases her: <https://www.visitaarhus.com/In-int/aarhus/selected-cases>)

Evalueringen peger på, at man med fordel kan strukturere og konceptualisere erfaringer, så de bliver tilgængelige som et etableret tilbud. Dette vil, sammen med en kvalitativ effektanalyse af aktiviteterne, som det foreslås i delprojekt 4, medvirke til, at koncepterne får større udbredelse blandt kongresarrangører i Aarhus, bidrager til at styrke Aarhus i konkurrencen om at vinde nye kongresser. Dermed øges effekten både for den enkelte kongres og for antallet af kongresser, der vindes. Men der er også behov for kritisk at vurdere, hvilke outreach-aktiviteter, der sættes i værk, afhængigt af, hvilke effekter man ønsker at opnå.

I en Brand Awareness Report (beskrevet under delprojekt 4) om Aarhus som kongresby konkluderes det, at Aarhus performer godt som kongresby, men at byen er endnu relativt ukendt. Der er således et potentiale for at skabe synlighed internationalt. Dette tilsiger, at outreach-aktiviteter som skaber international profilering (eks. via deegate boosting, international omtale) skal prioriteres højest.

Et andet fokusområde for Aarhus Universitet og mange virksomheder er tiltrækning af internationale forskere og specialister. I nuværende projekt er der foretaget en survey blandt 800 forskere på Aarhus Universitet i 2018 (v/ projektets erhvervs-Ph.d.- stipendiat Thomas Trøst Hansen), som viser, at 33% af udenlandske forskere, som har besøgt Aarhus før ansættelsesforløb, kom som deltager på en conference. Der er således en indikation på, at outreach-aktiviteter med fokus på rekruttering kunne bidrage til rekruttering af internationale forskere/specialister, og dette vil således være et stærkt eksempel på, hvordan kongresser kan fungere som en kommerciel infrastruktur for internationalisering og rekruttering.

Det er ambitionen med forlængelsen og videreudviklingen af indsatsen at udvikle og afprøve outreach-aktiviteter, der søger at styrke international profilering samt understøtte rekrutteringen af internationale forskere og arbejdskraft.

#### **Delprojekt 4: Dataindsamling og vidensudvikling**

##### **Mål med indsatsen**

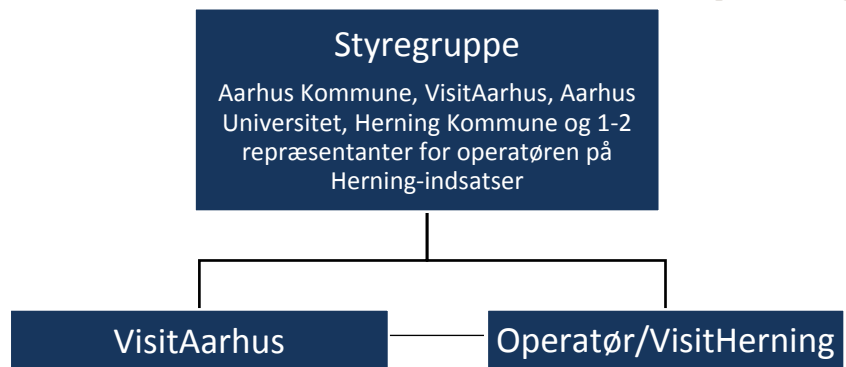
Målet med delprojekt 4 er samle og formidle ny viden om kongressers vidensøkonomiske effekt og samtidig bidrage med nye kvalitative effektanalyser, der sandsynliggør kongressernes effekt i relation til internationalisering, rekruttering og tiltrækning af forskningsmidler.

##### **Forventede effekter**

- Større viden om kongressers vidensøkonomiske effekter, også blandt nøgleaktører i de regionale styrkepositioner
- Bedre viden om Aarhus' performance som kongresby på

	<p>destinationsniveau (den samlede evaluering)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Udviklede standardevalueringkoncepter til løbende monitorering og kvalitetsudvikling af Aarhus som kongresdestination</li> </ul> <p>Der er en række analyser og publiceringer, som giver ny viden om kongressers videnskønomiske effekter:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• VisitDenmark har i 2018 (offentliggøres i efteråret 2018) udarbejdet en opdatering af analysen fra 2012 om af mødeindustriens økonomiske betydning. Den nye analyse viser, at den turismeøkonomiske værdi af erhvervsturismen og særligt kongresindustrien er øget siden 2012.</li> <li>• Det erhvervs-ph.d.-projektet <i>The Academic Impact of Scientific Gatherings</i> går ind i sit sidste år og med publiceringen af resultaterne vil vi få større viden om</li> <li>• En analyse fra Top 100 Reputation Network (et netværk for verdens øverst rangerede universiteter), som Aarhus Universitet er medlem af, viser, at succesfuld afholdelse af internationale kongresser er i top 10 på listen over faktorer, der bidrager til et universitets faglige omdømme.</li> <li>• Det internationale konsulenthus <i>Gaining Edge</i> udarbejdet en <i>Brand Awareness Report</i>, som vurderer Aarhus' kendskabsgrad blandt en række internationale beslutningstagere og kongresarrangører. Rapporten viser, at Aarhus er relativt ukendt på det internationale marked</li> <li>• VisitAarhus har i samarbejde med Gaining Edge gennemført en workshop i Aarhus i august 2018 med deltagelse af udenlandske beslutningstagere/kongresarrangører. De internationale deltagere/eksperter vurderer samstemmende, at VisitAarhus gør det rigtige i den måde, de engagerer sig og stiller netværk til rådighed for arrangørerne. Samtidig peger de også på, at VisitAarhus med fordel kan styrke nogle af sine koncepter og serviceydelser ved at strukturere og kommunikere dem bedre.</li> </ul> <p>Analyserne viser, at Aarhus står stærkt på rette vej, når det kommer til at engagere sig og bidrage til udvikling af kongresserne til gavn for arrangørerne og byen. Men samtidig påpeges det, at arbejdet med at strukturere og kommunikere services og koncepter kan styrkes ved at udvikle en struktureret procesmodel og nogle værktøjer, så destination, kongresser og byens services (herunder VisitAarhus' services) løbende evalueres, dokumenteres og formidles.</p> <p>På den baggrund er målet i dette delprojekt at</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• færdiggøre erhvervs-ph.d.-projektet og udbrede den viden, det fremkommer med</li> <li>• udvikle en procesmodel og evalueringsværktøjer til løbende evaluering og monitorering af kongressernes og destinationens performance, lige fra effekten af outreach-initiativer (eks. rekrutteringstiltag) til den generelle tilfredshed med byen, hotellerne, tilgængeligheden etc.</li> <li>• indarbejde procesmodellen og evalueringsdata i en ny database for VisitAarhus' kongresarbejde.</li> <li>• de indsamlede data om videnskønomiske effekter, Aarhus' performance som kongresdestination m.m. bruges til at brande Aarhus på internationale platforme (mødemesser, medier m.m.), så kendskabet til Aarhus som kongresdestination styrkes.</li> </ul>
<b>3. Målgruppe og aktører</b>	<p>Målgrupperne for projektet er:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forskere og ledelse ved Aarhus Universitet, Aarhus Universitetshospital og øvrige videns- og forskningsinstitutioner i Aarhus og Region Midtjylland</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktører inden for de erhvervsmæssige styrkepositioner</li> <li>- Internationale beslutningstagere fra foreninger og organisationer</li> </ul> <p>Aktører i projektet er:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- VisitAarhus</li> <li>- Aarhus Universitet</li> <li>- Aarhus Kommune og Region Midtjylland</li> <li>- Aktører inden for de erhvervsmæssige styrkepositioner</li> <li>- Erhverv Aarhus</li> <li>- Erhvervs-ph.d.-studerende Thomas Trøst Hansen</li> <li>- Eksterne nationale og internationale konsulenter</li> </ul> <p>Mange af aktørerne er været involveret i større eller mindre omfang i nærværende projekt. Udvidelsen af aktører i projektet vil blive identificeret i samarbejde med Erhverv Aarhus, eksisterende samarbejdspartnere inden for styrkepositionerne, Aarhus Universitet, Aarhus Universitetshospital.</p>
<p><b>4. Organisering (Bestyrelse, styregruppe, etc.)</b></p>	<p><b>Stærkt partnerskab mellem Aarhus og Herning</b></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 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.</p> <p>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.</p> <p>Satsningen rummer fire 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.</p> <p>Der nedsættes en styregruppe bestående af repræsentanter for hovedaktørerne i den fælles satsning: Aarhus Kommune, Herning Kommune, VisitAarhus, Aarhus Universitet og 1-2 repræsentanter for operatøren på Herning-projektet.</p>



Styregruppen har det overordnede ansvar for at sikre sammenhæng og koordinering mellem indsatserne samt at overvåge at de opstillede mål nås.

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. Konkret samarbejdes der i sidste halvdel af 2018 på analyser af muligheder og barrierer for en styrket erhvervsturisme i relation til storhospitalerne. Derudover har VisitHerning, MCH og VisitAarhus været fælles på salgsmesse sammen i Frankfurt, og dette samarbejde kan også udvikles de kommende år.

Ligeledes koordineres satsningen med MeetDenmark. De opsatte mål bidrager således også til realiseringen af de nationale mål for erhvervsturismen. VisitAarhus spiller en aktiv rolle i det nationale arbejde og er repræsenteret både i MeetDenmarks bestyrelse og arbejdsgruppe.

<b>5. Effektkæde</b>	<i>Effektkæderne skal følge skabelonen – er vedlagt</i>	
<b>6. Forankring efter projektperioden</b>	<p>Det samlede erhvervsturismeprojekt er udtryk for en række nøgleaktørers ambition om at skabe vækst i erhvervsturismen i Aarhus, Herning og Region Midtjylland på lang sigt. Man bygger ovenpå forrige satsninger og forventer at kunne realisere et yderligere vækstpotentiale på det internationale kongresmarked ved at udvikle og introducere en række nye metoder og forretningskoncepter. Dette realiseres blandt andet ved at nøgleaktørerne inden for de regionale styrkepositioner såvel som det professionelle modtagerapparat knytter endnu tættere bånd.</p> <p>Derfor er det også en klar ambition, at der i kraft af det styrkede samarbejde omkring erhvervsturisme mellem nøgleaktører i Aarhus og Herning, som vil leve videre efter projektets afslutning.</p> <p>Forankringen af nærværende projekt sker særligt ved, at de udviklede koncepter indarbejdes i en procesmodel, som efter projektets afslutning muliggør en løbende evaluering og formidling af Aarhus' performance som kongresdestination. Samtidig vil udviklingen af en ny database bidrage til en forankring og effektivisering af kongresarbejdet.</p>	
<b>7. Udgifter fordelt på opgavetyper (evt. projektledelse,</b>	Opgavetyper:	Beløb i 1000kr.

aktiviteter, ekstern konsulent, markedsføring, etc.)	2018	2019	2020	I alt
Projektansatte		2040	2040	
Kontorhold og administration		100	100	
Eksterne konsulenter	60	450	260	
Markedsføring, salg		300	300	
Transport		50	50	
Møder		50	50	
Evaluering			75	
Revision			75	
<b>I alt</b>	<b>60</b>	<b>2990</b>	<b>2950</b>	<b>6000</b>

<b>8. Udgifter fordelt på hovedaktiviteter</b>	Vækstpartnerskaber	60	735	660	
	Udvikling af messer/konferencer mv.		810	785	
	Outreach og business events		635	585	
	Dataindsamling og vidensudvikling		810	770	
	Revision/evaluering			150	
	<b>I alt</b>	<b>60</b>	<b>2990</b>	<b>2950</b>	
<b>9. Finansiering</b> <i>Regneark kan vedlægges</i>	Regionale erhvervsudviklingsmidler	60	1490	1450	
	Aarhus Kommune	0	1500	1500	
	Anden finansiering				
	<b>I alt</b>	<b>60</b>	<b>2990</b>	<b>2950</b>	<b>6000</b>
<b>10. Underskrift</b>	<p>Dato _____ Underskrift _____</p>				

**Bemærk:** Ovennævnte udgifts- og finansieringsbudget vedrører alene Aarhus' andel af erhvervsturismesatsningen. Aarhus' andel udgør 50% af den samlede satsning, der i alt er på 12 mio.kr., finansieret med 6 mio.kr. fra Region Midtjylland, 3 mio.kr. fra Aarhus Kommune og 3 mio.kr. fra Herning Kommune.

# Effektkæde for projektet: Fra turismeøkonomi til erhvervs- & vidensturismeøkonomi 2.0 (Aarhus)

## Aktiviteter

### Delprojekt 1: Vækstpartnerskaber

1. Relationsudvikling
2. Bud 35 kongresser
3. Grøn bæredygtighedsstrategi for kongresser

### Delprojekt 2: Udvikling af tilbagevendende messer, kongresser, konferencer og møder

4. Bedre salg; services og koncepter er samlet og formidlet som pakker til kongresarrangører
5. Kongresdatabase nyudviklet og struktur, der understøtter kongresarbejdet fremadrettet

### Delprojekt 3: Outreach

6. Udvikling af outreach-koncepter for delegate boosting, internationalisering og international rekruttering

### Delprojekt 4: Data og vidensudvikling

7. Procesmodel for indsamling og strukturering af data fra research over bud til afvikling og evaluering
8. Udvikling af standardevalueringkoncepter til løbende monitorering og kvalitetsudvikling af Aarhus som kongresdestination

## Output

1. Identifikation af 150 kongresser
2. 26 kongresser vundet (12 i 2019 14 i 2020) med gennemsnitligt deltagertal på 350 deltagere og en gennemsnitlig varighed på 3 døgn.
3. Bedre scoring på Global Destination Sustainability Index

4. Styrket salg på vundne kongresser/nye leads – flere deltagere og større tilfredshed
5. Strømlining og kvalitetssikring af arbejdsprocesser og samarbejde

6. Større udbytte af vundne kongresser

7. Model for og Dokumentation af Aarhus' performance som kongresdestination

## Effekter

1. Øget samarbejde med forskningsmiljøer og erhvervsmæssige styrkepositioner målt på kendskab og opbakning til arbejdet (interessentanalyse og undersøgelse blandt forskere)
2. Forventet turismeøkonomisk omsætning for de vundne kongresser: **106,2 mio kr.** ( $26 \times 350 \times 3 \times 3890 = 106,2$  mio.kr). Tallene er baseret på gennemsnits antal deltagerdøgn for kongresser i Aarhus i 2013-2017. samlet døgnomsætning er beregnet som et gennemsnit med udgangspunkt i, at 25% af deltagerne er danske og bidrager med en omsætning på 2990 kr. og 75% er udenlandske og bidrager med 4190 kr. (2017-tal fra VisitDenmark 2018, publiceres i efteråret)
3. Mere international konkurrencedygtig business destination målt på (tilfredshed blandt deltagere/arrangører hhv. partnere i byen) + målt på "markedsandel"
4. Antal/andel internationale deltagere og tilfredshed
5. Effektivisering af kongresarbejdet, så der vindes flere kongresser i forhold til investerede ressourcer. Ses ved en vækst i antal vundne kongresser fra 2019 til 2020 på 10%.
6. Gennem kvalitativ effektmåling evalueres effekten af outreach-koncepterne i relation til international rekruttering, tiltrækning af fondsmidler, etablering internationale samarbejdsprojekter. Heruover er minimum 6 cases beskrevet og formidlet
7. 80% af destinations aktører er tilfredse eller meget tilfredse med samarbejdet om at udvikle destinationens services og Aarhus styrke sin internationale konkurrenceevne.