

Effektkæde for projektet: Erhvervsturisme – fra turismeøkonomi til erhvervs & vidensøkonomi
Business Destination Herning

Aktiviteter	Output	Effekter
Vækstpartnerskaber - Indgåelse i strategiske samarbejder og partnerskaber - Kortlægning af regionale og nationale aktører - Analyse af potentiale i messer og andre business events - Konzeptudvikling og opbygning af samarbejde omkring udvikling af messer 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. Udvikling af tilbagevendende messer, kongresser, konferencer og møder - Udvikling af nye messer - o Udvikle og afholde ny konferencemesse med international profil inden for elektronik - Udvikle og fastholde eksisterende messer som internationale platforme - o Styrke messernes internationale profil på HI, Foodtech, Foodexpo og Formland - o Tiltrække og udvikle kongresser, konferencer, møder, faglige besøg og aktiviteter som en del af at styrke vidensdeling på messer - o Konzeptudvikling af messernes indhold med fokus på at give både udstillere og besøgende ny viden og inspiration - o Konzept- og produktudvikling med fokus på innovation, iværksætteri og entrepreneurship – eks. udvikling af iværksætterevents indenfor de regionale styrkepositioner - o Tiltrække nye udstillersegmenter - o International markedsføring og positionering for at tiltrække flere udstillere og besøgende Outreach og business events - 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 4-5 outreach-aktiviteter for konkrete messer eller andre business events Dataindsamling og vidensudvikling - 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 partnere - 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.	Vækstpartnerskaber - Styrket grundlag for at identificere relevante samarbejdspartnere - Styrket grundlag for at identificere og prioritere udviklingsaktiviteter - Etablering af en række nye samarbejder på tværs af og indenfor de regionale styrkepositioner og værdikæder - Stærkt regionalt samarbejde omkring anvendelse af business events som platform for vækstinitiativer fx i relation til øget entrepreneurship, innovation og iværksætteri Udvikling af tilbagevendende messer, kongresser, konferencer og møder - Styrket international profil på minimum 4 messer - Messerne er styrket som platforme for at: - o Skabe øget national og international synlighed for de regionale erhvervsstyrkepositioner - o Bygge bro mellem viden og virksomheder - o Formidle nye tendenser, teknologi og innovation til virksomheder - o Skabe nye netværk og business matchmaking - o Øge fokus på innovation, iværksætteri og entrepreneurship - Minimum 1 ny tilbagevendende messe med international profil Outreach og business events - Øget samarbejde med regionale virksomheder om at skabe sammenhæng og høj kvalitet i turisternes værdikæde / Business Destination Herning - Øget erhvervs-spinoff i forbindelse med messer samt internationale sport- og kulturevents - Motivering af lokale/regionale partnere til at påtage sig værtsskabsroller ifm. udvikling og tiltrækning af business events - Øget værdikædesamarbejde ifm. messer, møder og konferencer - Styrket positionering af Business Destination Herning Dataindsamling og vidensudvikling - Ny viden om messerne som platform for at skabe vækst i erhvervslivet - Viden om best practice - Ny videns- og udviklingsgruppe - Vidensbaseret udvikling af messer, konferencer og møder - Forbedret oplevelse for udstillere, gæster og mødedeltagere - Udvikling af erhvervsturismeprodukter med høj værdi og relevans for erhvervslivet	- Øget samarbejde indenfor erhvervsturismens værdikæder - Øget samarbejde på tværs af værdikæder - 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 - 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. - Stigning i antal besøgende på afholdte kongresser, konferencer og større møder under messer på 15 % i perioden 2016-2018 (se bilag for udgangspunkt) - Stigning på 15 % i antallet af internationale besøgende i perioden 2016-2018 på henholdsvis FoodTech, Foodexpo, HI og Formland (se bilag for udgangspunkter) - Høj tilfredshed blandt udstillerne med messen som platform for at skabe synlighed og vækst - Høj tilfredshedsgrad blandt besøgende - Øget kendskab til Business Destination Herning - Høj tilfredshed med Business Destination Herning - Minimum 500 deltagere i afholdte møder, kongresser og konferencer ifm. events - Minimum 30 virksomheder (i Region Midtjylland) har deltaget i et business events - Synliggørelse af messernes værdi for de regionale styrkepositioner - Kultur for vidensbaseret udvikling indenfor erhvervsturisme Indsatsområderne er sammenhængende og med til at styrke hinanden. To indsatsområder kan derfor være med til at skabe den samme effekt. Overskrifter er derfor ikke bibeholdt her – blot indikeret ved lineskift.

Fra turismeøkonomi til erhvervs- & vidensturismeøkonomi

Ny, ambitiøs erhvervsturismesatsning

Kritiske antagelser bag projektet

Den primære antagelse bag projektet er, at et stærkere samarbejde mellem aktører indenfor turismen og indenfor erhvervsmæssige styrkepositioner som fødevarer, energi og kreative erhverv kan være med til at sikre, at messer og møder udvikles således, at der skabes en øget værdi for både turismeerhvervet og de øvrige erhvervsmæssige styrkepositioner.

Dernæst ligger også en grundlæggende antagelse om at ved systematisk indsamling og behandling af data om vores gæster, deres måde at bevæge sig rundt på, ønsker osv. får vi mulighed for at skabe en udvikling, som skærper vores konkurrenceevne og skaber mere værdi for gæsterne.

Det ses umiddelbart som en styrke, at projektet er bygget op således, at retningen for udvikling findes via to forskellige metoder: Der arbejdes både med at skabe ny viden kvalitativt i nye samarbejder og partnerskaber samt med at skabe ny viden kvantitativt gennem indsamling, behandling og analyse af data.

1. Nye samarbejder og partnerskaber

For at opbygge stærke partnerskaber og samarbejder, er det vigtigt først at have gjort et grundigt forarbejde og have kortlagt, hvilke aktører det er relevant at kontakte samt hvilke netværk eller klynger de indgår i. Dette er planlagt gjort gennem desk-research, dialog med nuværende samarbejdspartnere og Region Midtjylland. I forbindelse med denne kortlægning vurderes det også, hvilke aktører det giver mening at kontakte i samarbejde med Aarhus og/eller Region Midtjylland.

For at få den bedst mulige start på de nye samarbejder, bliver den første kontakt til nye samarbejdspartnere målrettet og personlig. Det er vigtigt, at der i fællesskab bliver fundet ud af om og i givet fald hvordan, der kan samarbejdes om at skabe merværdi både for virksomheder og turismeerhverv. På denne måde har vi en forventning om, at der skabes de bedst mulige forudsætninger for nye stærke samarbejder og fælles udviklingsrum.

3. Udvikling af tilbagevendende messer, kongresser, konferencer og møder

Den grundlæggende antagelse i dette indsatsområde er, at både messer og erhvervsvirksomheder kan styrkes og vækste, hvis messerne kan udvikles til en endnu stærkere platform hvor:

- Virksomhederne får øget synlighed
- Gæsterne er relevante kunder for udstillerne
- Virksomhederne kan få ny viden, sparring og inspiration til innovation og udvikling
- Virksomhederne kan få nye samarbejdspartnere og netværk
- Iværksættere kan få sparring og være en del af et relevant branche-miljø.

Afsættet er med andre ord, at når messerne udvikles således, at de skaber størst mulig værdi for virksomhederne, så bliver det muligt at tiltrække flere udstillere, hvilket igen vil tiltrække flere gæster. Begge dele styrker messernes konkurrenceevne og skaber vækst i turismen.

Dette indsatsområde skal ses i tæt sammenhæng med de nye samarbejder og vækstpartnerskaber, idet der her bliver en styrket mulighed for at få indblik i, hvad virksomhederne interesserer sig for netop nu, deres ønsker, behov og forslag til udvikling og dermed også få en mere fokuseret ret-

ning på, hvordan messerne kan udvikles. Der vil ligeledes komme bidrag fra indsatsområde 5, hvor vi får mulighed for at få ny viden om messegæsterne.

4.Outreach og business events

Hotelkapaciteten i Herning er langt fra tilstrækkelig når der afholdes store fagmesser i MCH. Derfor bor der messegæster og udstillere i en række af nabokommunerne til Herning Kommune. For os er det vigtigt at give turisten en sammenhængende oplevelse af høj kvalitet. Målet er, at alle led i turistens værdikæde har høj kvalitet, sammenhæng og relevans. For at kunne gøre det, tror vi på, at vi skal tage udgangspunkt i turistens værdikæde og ikke kommunegrænser eller andre formelle organisatoriske eller geografiske afgrænsninger. Derfor er der i projektet lagt op til et samarbejde og udviklingsforløb med relevante erhvervsturismeaktører på tværs af kommunegrænser – defineret med udgangspunkt i turistens værdikæde.

Derudover er det en antagelse i projektet, at vi her opbygger både viden og metoder som er relevante at have kendskab til i forbindelse med at arrangere øvrige business events. Vi tror på, at vi ved at overføre viden, erfaringer og relationer fra dette projekt til arbejdet med business events i forbindelse med store internationale events får skabt merværdi samt et øget erhvervsspin-off. Og at vi derved får mere ud af de økonomiske investeringer, der lægges i at tiltrække og afholde en event. I projektet er der lagt op til, at der i opstarten etableres en struktur for, hvordan et sådan samarbejde kan foregå.

5.Dataindsamling og vidensbaseret udvikling

Den grundlæggende antagelse i dette indsatsområde er, at hvis vi får bedre og mere viden om vores gæster, så kan vi styrke produktudvikling og konkurrenceevne. Dette forudsætter for det første, at vi er i stand til at indsamle relevante data i større mængder (blandt andet ved hjælp af den nyudviklede app) og at vi derefter har kompetencer og tid til at behandle og analysere på en sådan måde, at viden bliver omsat til relevant udvikling både for messer, destination og virksomheder.

Vi har ikke pt. tradition for systematisk at indsamle data. Derfor er et vigtigt første skridt at få etableret en videns- og udviklingsgruppe med både de rette kompetencer og relationer. Gruppen skal både sikre, at vi finder de rette metoder til dataindsamling, behandling og analyse og være med til at sikre, at viden bliver delt og anvendt. Gruppen er et første skridt hen mod at få skabt en kultur, hvor de potentialer, der ligger i at indsamle, samordne og systematisere data bliver indfriet og fører til vidensbaseret udvikling. Sammensætningen af denne gruppe er derfor yderst vigtigt i forhold til at nå de mål og effekter, som er opstillet for indsatsområdet.