

EVENTSTRATEGI FOR ØRESUNDSREGIONEN

21.10.11

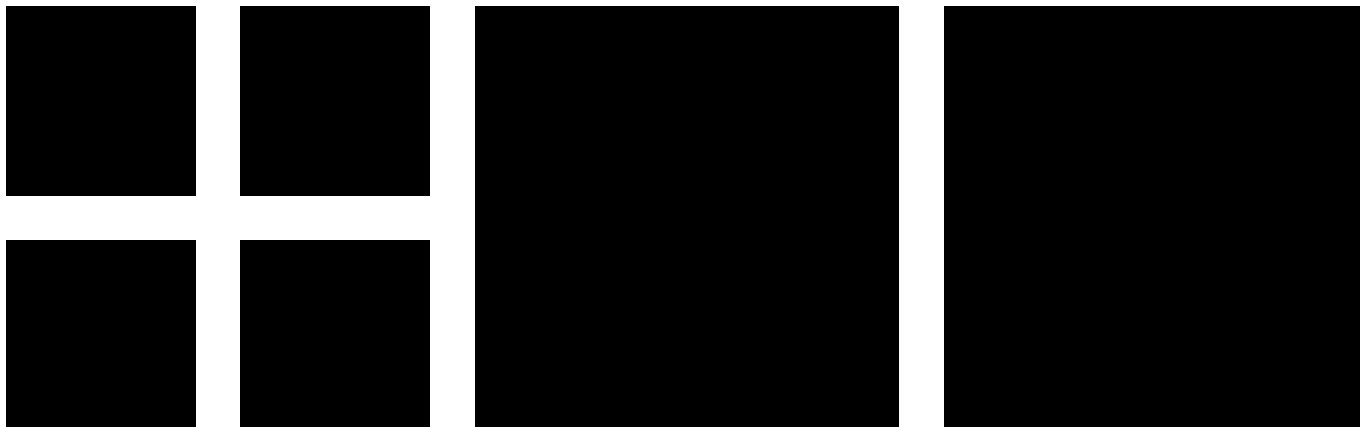
Eksemplar til høring

Forside

INDHOLDSFORTEGNELSE

3	>	Forord	25	>	11. Appendiks
4	>	1. Resumé	25	>	11.1 Appendiks til afsnit 2: Metode
4	>	1.1 Vision	25	>	11.2 Appendiks til afsnit 4: Historisk perspektiv
4	>	1.2 Øresundsregionens generelle styrker	26	>	11.3 Appendiks til afsnit 8: Event idékatalog
4	>	1.3 Succeskriterier	26	>	11.3.1 Generelle idéer
5	>	1.4 Fokusområder	27	>	11.3.1.1 Øresund Event Center
5	>	1.5 Mål	27	>	11.3.1.2 Mobilisering af frivillige
5	>	1.6 anbefalinger	28	>	11.3.1.3 Outreach
6	>	2. Indledning	29	>	11.3.1.4 Øresund Card
8	>	3. Events og vækst	30	>	11.3.2 Mega-events
8	>	3.1 Definition	30	>	11.3.2.1 Fodbold
8	>	3.2 Afgrænsning	31	>	11.3.2.2 Ishockey
9	>	3.3 Effekter af events	31	>	11.3.2.3 Cykling
10	>	4. Øresundsregionen i konkurrence	32	>	11.3.2.4 MTV Europe Music Awards
10	>	4.1 Eventhistorisk perspektiv	33	>	11.3.2.5 Expo 2022
10	>	4.2 Øresundsregionen i global sammenhæng	33	>	11.3.3 Øresundsregionalt funderede events
11	>	4.3 Udfordringer ved tværnationalt samarbejde	34	>	11.3.3.1 Øresund Street Games
12	>	5. Øresundsregionens generelle styrker	34	>	11.3.3.2 Broløbet
12	>	5.1 Det grønne	35	>	11.3.3.3 Two Bridges Marathon
13	>	5.2 Vandet	35	>	11.3.3.4 Øresund Race
13	>	5.3 Kulturarven	36	>	11.3.3.5 Øresund E-Games
14	>	5.4 Livsstilen	36	>	11.3.3.6 Øresund Havnefest
14	>	5.5 Diversiteten	37	>	11.3.3.7 Øresund Cooking
15	>	6. Øresundsregionens eventmæssige styrker	37	>	11.3.3.8 Det historiske Øresund
15	>	6.1 Sport	38	>	11.3.3.9 Musik og kunst
15	>	6.2 Kultur	38	>	11.3.3.10 Grønne kongresser
15	>	6.3 Viden	39	>	11.3.3.11 Science Summer Camp
16	>	7. Fremtidens eventstrategi	39	>	11.3.3.12 ESS kongres
16	>	7.1 Vision	40	>	11.3.3.13 Øresund Design Week
16	>	7.2 Fokusområder	41	>	11.4 Appendiks til afsnit 4: Samlet eventoversigt
16	>	7.3 Målgrupper			
17	>	7.4 Succeskriterier			
18	>	8. Implementering			
20	>	9. Finansiering			
22	>	10. Evaluering			

FORORD



Øresundsregionen er med sine 3,8 millioner indbyggere en af Nordeuropas mest betydningsfulde og dynamiske regioner. Det er vigtigt at sikre og udvikle denne position. Derfor besluttede Øresundskomiteen i 2010 at vedtage den Øresundsregionale Udviklingsstrategi (ÖRUS), som strækker sig frem til 2020. Den adresserer behovet for at Øresundsregionen kan være en attraktiv region i den skærpede internationale konkurrence. For at opnå dette, konstaterede OECD i 2009 at Øresundsregionen må styrke samarbejdet for at opnå en kritisk masse når det gælder indbyggere, forskning, uddannelse, kultur og oplevelser. For at understøtte dette, er det nødvendigt med en velfungerende infrastruktur og en sammenhængende kollektiv trafik.

Eventstrategi for Øresundsregionen er en uddybning af delområdet "kultur og oplevelser". Hensigten med en Øresundsregional eventstrategi er, at kommuner og regioner skaber et fælles billede af, hvordan eventbranchen kan udvikles og generere vækst. Besøgs- og turismebranchen er et betydningsfuldt erhverv og internationalt et af de hurtigst voksende. Events er en del af besøgs- og turismebranchen, men denne del af oplevelsesindustrien kan udover vækstskabelse også have stor betydning for at fremme befolkningens stolthed i de berørte kommuner samt styrke identiteten og integrationen i Øresundsregionen. VM i håndbold og VM i landevej i 2011 er gode eksempler på dette, samtidig med at de beviste, at Øresundsregionen kan håndtere store internationale events med succes.

Vedtagelsen af Eventstrategi for Øresundsregionen medfører ikke en forpligtelse til at afsætte midler til de idéer og indsatsområder, som skitseres i strategien. Den giver snarere en vejledning til, hvad der kan gøres, og hvordan samarbejdet kan foregå. Mange parter uden for Øresundsregionen har også vigtige roller, for at strategien kan gennemføres. Nationalstaterne har en vigtig

rolle i realiseringen af strategien gennem sine beslutninger og tildelinger af midler. For visse forslag gælder det, at nationale og internationale kultur- og sportsforbund samt videnorganisationer skal kontaktes initialt, for at eventen kan finde sted.

Målet er at der skabes flere events med internationalt potentiale i Øresundsregionen på lokalt, regionalt og tværnationalt niveau. Disse events skal bidrage til at skabe vækst og til at realisere den overordnede vision om, at Øresundsregionen i 2020 skal være Europas mest attraktive og klimasmarte region.

God læsning

Pia Kinhult	Øresundskomiteens formand og Regionstyrelsens ordf. Region Skåne
Vibeke Storm Rasmussen	Øresundskomiteens næstformand og Regionrådsformand, Region Hovedstaden
Bent Larsen	Regionrådsmedlem, Region Hovedstaden
Cecilia Brorsson	Kommunalråd, Landskrona stad
Frank Jensen	Overborgmester, Københavns Kommune
Henrik Holmer	Formand, KKR Sjælland
Ilmar Reepalu	Kommunestyrelsens ordf., Malmö stad
Katarina Erlingsson	Regionstyrelsens 1:e vice ordf., Region Skåne
Rikard Larsson	Regionstyrelsens 2:e vice ordf., Region Skåne
Mats Helmfrid	Kommunestyrelsens ordf., Lunds kommun
Steen Bach Nielsen	Regionrådsformand, Region Sjælland
Steen Christiansen	Formand KKR Hovedstaden

Øresundskomiteen - www.oresundskomiteen.dk

1. RESUMÉ

1.1 Vision

Øresundsregionen skal være blandt Europas førende regioner i at tiltrække, udvikle, og organisere internationale sport-, kultur- og videnevents. Øresundsregionen skal være internationalt kendt som en attraktiv og klimasmart eventdestination.

Overordnet set skal eventstrategien sikre, at Øresundsregionen bliver rustet til at agere proaktivt i forhold til den skærpede internationale konkurrence om events. Det skal primært ske ved at styrke eventmiljøet i hele regionen gennem videndeling, dialog og samarbejde. Eventstrategien skal resultere i både udvikling og tiltrækning af flere og større events til Øresundsregionen.

Mere specifikt er det visionen, at strategien skal medvirke til at:

- › Tiltrække flere turister, investeringer og arbejdspladser (vækst)
- › Løfte eksisterende regionale visioner og udviklingsplaner (udvikling)
- › Udvikle et samlet, attraktivt brand for regionen (branding)
- › Øge integrationen blandt regionens borgere (integration)
- › Skabe større og bedre oplevelser for regionens borgere (livskvalitet)
- › Gøre regionens borgere stolte over at bo i Øresundsregionen (stolthed)
- › Styrke fortællingen om en fælles identitet (identitet)

1.2 Øresundsregionens generelle styrker

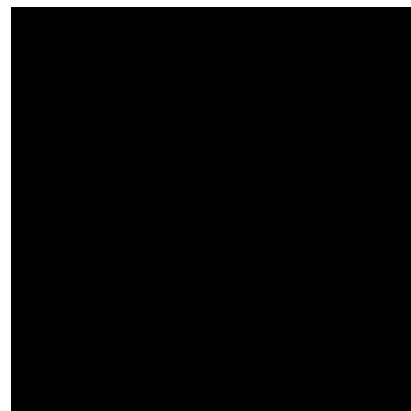
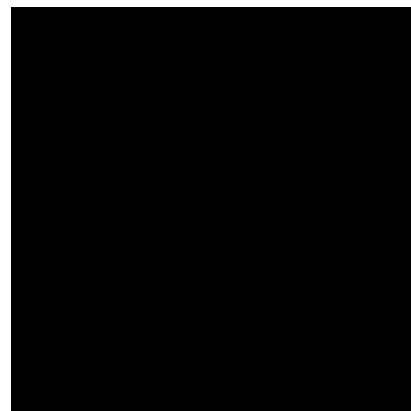
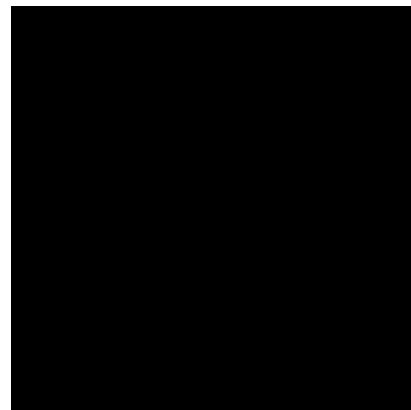
Eventstrategien bygger på en række generelle styrker, som gør Øresundsregionen til noget unikt. Følgende styrker skal således dyrkes og aktiveres gennem events:

- › Det grønne
- › Vandet
- › Kulturarven
- › Livsstilen
- › Diversiteten

1.3 Succeskriterier

For at visionen skal kunne opfyldes, opstiller vi en række succeskriterier for de events, som strategien fokuserer på. Succeskriterierne skal sikre, at de pågældende events opnår størst mulig effekt. Events skal:

- › Skabe langsigtede positive effekter og legacy
- › Sikre regional forankring
- › Være relevante for regionens borgere
- › Afspejle regionens unikke kvaliteter
- › Have internationalt potentiale



1. RESUMÉ

1.4 Fokusområder

Arbejdet med at styrke Øresundsregionen som eventdestination er en vedvarende og langstrakt proces. Derfor opdeles eventstrategien tidsmæssigt i tre overordnede faser med særskilte fokusområder, som beskrives her:

› 2012-2015: Kompetenceløft og integration via events

Fase 1 handler om at formalisere et Øresundsregionalt samarbejde med henblik på at løfte regionens eventmæssige kompetencer. Dialog, viden- deling og uddannelse er midlerne til, at vi i fællesskab bliver dygtigere på vores felt. Fase 1 handler også om at styrke borgernes oplevelse af et Øresundsregionalt fællesskab gennem de eksisterende tilbagevendende events og gennem organisering af nye events på begge sider af sundet. Ved at styrke sammenhængskraften i regionen skaber vi samtidig forudsæt- ningen for, at andre også oplever Øresundsregionen som en attraktiv desti- nation. I fase 1 identificeres en række attraktive mellemstore/store events, som regionen i fællesskab byder på værtskabet af.

› 2016-2019: Realisering af mellemstore events

Fase 2 handler om at konsolidere det interregionale samarbejde gennem en fælles realisering af mellemstore events. Erfaringerne med at organi- sere disse events vil skabe et værdifuldt grundlag for at udnytte regionens faciliteter og kompetencer fuldt ud de efterfølgende år. Fase 2 handler også om at styrke regionens brand som eventdestination gennem de kon- krete events. Ved udgangen af fase 2 står vi således med skærpede kom- petencer, der er blevet afprøvet med dokumenteret succes.

› 2020-2027: Store events og Femern forbindelsen

Øresundsregionen og Tyskland forbindes i 2020 med en sænketunnel un- der Femern Bælt. Det skaber en ny virkelighed, hvor dynamiske Hamborg og omegn med sine ca. 4 mio. indbyggere rykker tættere på. Såfremt vi i Øresundsregionen står samlet og stærkt, medfører Femern forbindel- sen en lang række muligheder for at tiltrække nye eventturister og indgå spændende samarbejder sydover. Forudsætningen for at være gearet til denne fremtid er, at Øresundsregionen udnytter de kommende otte år til at opkvalificere og anvende vores eventkompetencer og faciliteter, så vi i fase 3 kan organisere store events.

1.5 Mål

Vi opstiller følgende konkrete mål for strategiens første fase (2012-2015):

- › Senest i 2013 skal event idékataloget være bearbejdet yderligere, og arbej- det med ny- eller videreudvikling af fem events skal være igangsat
- › Senest i 2015 skal Øresundsregionen have budt på fælles værtskab for mindst fem mellemstore/store internationale events
- › Senest i 2015 skal otte Øresundsregionale projekter være realiseret
- › Senest i 2015 skal Øresundsregionen have iværksat en fælles kommuni- kationskampagne, der markedsfører regionens markante events både na- tionalt og internationalt

1.6 Anbefalinger

Eventstrategi for Øresundsregionen anbefaler etablering af Øresund Event Center. Formålet med Øresund Event Center er at fremme bæredygtig øko- nomisk vækst og øget markedsføring af regionen ved at understøtte og ser- vicere eksisterende regionale og kommunale eventorganisationer på begge sider af Øresund. Med udgangspunkt i strategien skal centeret arbejde på at gøre indholdet operationelt og implementere prioriterede elementer i samar- bejde med centerets medlemmer.

Eventstrategi for Øresundsregionen anbefaler endvidere, at eventstrategiens idékatalog kommer til at udgøre en del af grundlaget for formulering af de projekter, der skal medvirke til at indfri strategiens første fase.

Slutteligt anbefales det, at der sikres et kontinuerligt ejerskab af eventstrate- gien på højt politisk niveau for at sikre fremdrift og resultatskabelse. Det kan konkret foregå ved, at Øresund Event Center på årlig basis forelægger Øre- sundskomiteen en statusrapport, der bl.a. forholder sig til de parametre, der er beskrevet i afsnit 10 om evaluering.

2. INDLEDNING

Øresundsregionens 3,8 mio. indbyggere er i kraft af færgeforbindelsen mellem Helsingør og Helsingborg i nord og broforbindelsen mellem København og Malmø i syd tæt forbundne og pendler i dag på tværs af sundet som aldrig før. Det sker primært i forbindelse med uddannelse og arbejde – i langt mindre udstrækning på grund af events.

Eventstrategi for Øresundsregionen er skrevet med udgangspunkt i det store potentiale, der ligger i et tættere Øresundsregionalt samarbejde omkring events samt eksisterende strategier på kommunalt og regionalt plan (se appendiks vedr. metode).

Eventstrategi for Øresundsregionen er nødvendig, fordi den har et andet fokus end de eksisterende strategier. Begivenhedsstrategi for hovedstadsregionen beskæftiger sig fx udelukkende med hovedstadsregionen og forholder sig derfor ikke til det potentiale, Øresundsregionen indeholder på eventområdet. Derudover er Begivenhedsstrategi for hovedstadsregionen uaktuel, da den forholder sig til perioden 2008-2011.

ØRUS beskæftiger sig med Øresundsregionens potentiale, men med et langt bredere fokus end events, der behandles kortfattet og uden konkrete initiativer. Her kan Eventstrategi for Øresundsregionen tilføre noget essentielt, fordi den beskæftiger sig indgående med events og skitserer en række konkrete initiativer på området. En anden væsentlig styrke ved Eventstrategi for Øresundsregionen er, at den er formuleret gennem et samarbejde med alle de centrale aktører i Øresundsregionen. Der er ligeledes sikret sammenhæng mellem eventstrategien og hovedstadsregionens kulturaftale, så indsatserne peger i samme retning.

Eventstrategi for Øresundsregionen bygger på to grundlæggende præmisser:

- > Øresundsregionen som et troværdigt og givende fællesskab
- > Events som katalysatorer for vækst, integration og livskvalitet

Senest under VM i håndbold 2011 blev det tydeligt for alle, at danskerne gerne valfarter til Malmø, når anledningen er der. Malmø Arena fungerede som dansk hjemmebane, hvilket i sig selv har en kraftigt integrerende effekt. Store internationale events kan således både medvirke til vækstskabelse, og at borgerne i Øresundsregionen i stigende grad får øjnene op for hinanden og udnytter de mange muligheder, som det dansk/svenske fællesskab tilbyder.

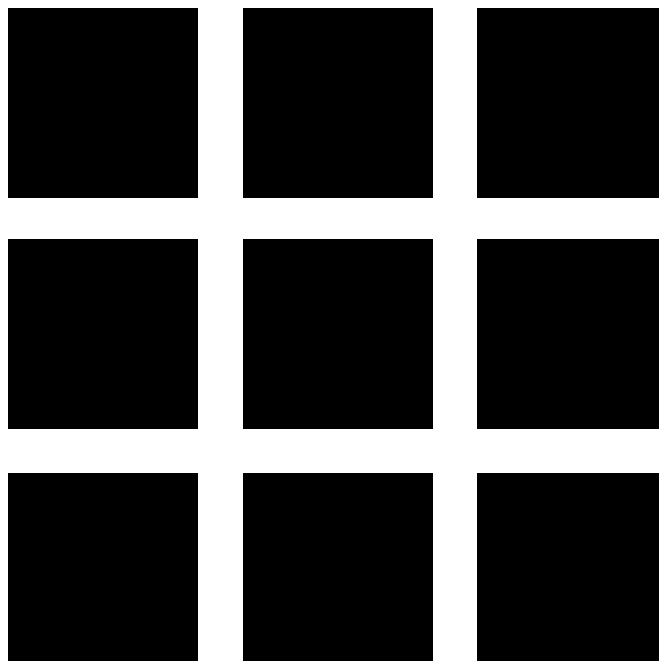
En skærpet international konkurrence om tiltrækning af store events og stigende rights fees hos rettighedshaverne betyder, at den enkelte aktør i Øresundsregionen i flere sammenhænge er kapacitetsmæssigt og økonomisk for lille til at gøre sig gældende. I modsætning til Qatar eller Dubai, hvor den økonomiske formåen er det altdominerende konkurrenceparameter, kan og skal vores region gribe det anderledes an.

Med afsæt i vores fælles historie, kultur og værdigrundlag skal vi bygge videre på det, der er unikt og autentisk. Vi skal fokusere på det vi allerede gør, og gøre det endnu bedre. Vi skal tage det potentiale, der ligger gemt i mulden og opdyrke det. Vi skal turde være ambitiøse.

Det kan kun lykkes, hvis vi forbedrer vores eventmæssige kompetencer gennem dialog og samarbejde på tværs af Øresundsregionen. Vi skal styrke vores viden om hinanden, for at stå stærkere sammen.

Eventstrategien skal fokusere på de områder, hvor det giver mening at etablere et tættere Øresundsregionalt eventsamarbejde. Den skal lokalisere vækstpotentialet og lægge kursen for, hvordan det indfries. Med København og Malmø som kraftcentre for events, skal der skabes synergier med regionens øvrige aktører.

Det kan siges kort og præcist: *Samarbejde fremmer konkurrenceevnen.*



2. INDLEDNING



3. EVENTS OG VÆKST

3.1 Definition

Begrebet event er de seneste år blevet så udbredt, at det også dækker over receptioner, firmaarrangementer, udstillinger og private fester. I forbindelse med en eventstrategi beskæftiger vi os ikke med førnævnte. Strategien fokuserer på events, der falder inden for følgende definition:

En enkeltstående eller tilbagevendende levende begivenhed inden for sport, kultur eller viden.

Sport- og kulturevents har som regel en folkelig dimension, da alle i princippet kan overvære eller deltage. 'Viden' dækker primært over kongresser, der tiltrækker et mere afgrænset, fagligt fællesskab. Her kan den folkelige dimension imidlertid skabes gennem såkaldte outreach aktiviteter:

Outreach er de aktiviteter, der har til formål at række ud til det publikum, som ikke er direkte involveret i eventen.

København var i 2009 vært for COP15, IOC kongressen og World Outgames, og i alle tilfælde blev der udviklet omfattende outreach programmer, hvor viden blev koblet med sportslige og kulturelle aktiviteter. Denne form for krydsning mellem eventgenrer sikrede, at de respektive temaer blev vedkommende for et bredt publikum. VM i håndbold og World Scout Jamboree i Skåne 2011 er ligeledes gode eksempler på bred involvering via outreach. Roskilde Festival har også i flere år gjort meget for at inddrage lokalbefolkningen i eventen. Det sker gennem frivilligt arbejde, aktiviteter i selve bymidten og forskellige muligheder for at lokale foreninger kan tjene penge. Roskilde Festival er således blevet en stor indtægtskilde for hele byen.

3.2 Afgrænsning

Eventstrategien vil ikke beskæftige sig med alle former for events, selv om de matcher ovenstående definition. Vi arbejder derfor med tre afgrænsninger, der tidligere er anvendt i *Begivenhedsstrategi for hovedstadsregionen*:

Vi fokuserer på events, der enten har eller kan opnå international gennemslagskraft. Her taler vi om markante events, der udover at appellere til Øresundsregionens borgere formår at tiltrække udefrakommende turister, deltagere, talenter, investeringer og medier. Mediedækningen medfører synliggørelse, branding og profilering af Øresundsregionen i en global kontekst. International gennemslagskraft hænger ikke nødvendigvis sammen med størrelsen på en event. Det handler også i høj grad om, hvorvidt en event bygger på noget attraktivt, autentisk og unikt, som adskiller den fra konkurrerende internationale events.

Strategien prioriterer events med regional forankring. Den regionale forankring er vigtig, fordi den sikrer en mere dybdegående og længerevarende ef-

fekt end den, der kan aflæses på bundlinjen umiddelbart efter en event. Med Kulturaftalen for kommunerne i hovedstadsområdet og Region Skånes KulturPlan spiller kommuner og regioner en nøglerolle i realiseringen af strategien. Men forankring kan foregå på mange niveauer, og grundlæggende drejer det sig om at engagere regionale vækstmiljøer, foreninger, institutioner og frivillige. På den måde sikrer man, at en enkeltstående international event mødes med engagement og begejstring. Outreach aktiviteter er en oplagt måde at stimulere regional forankring. Under VM i håndbold 2011 etablerede arrangørerne fx centralt beliggende fanzones i samtlige værtsbyer med en bred vifte af folkelige aktiviteter. Ved årligt tilbagevendende events er den regionale forankring i et vist omfang allerede til stede, fordi de bygger på initiativer, der udspringer af og involverer regionale miljøer år efter år. Her er Roskilde Festival blandt Øresundsregionens bedste eksempler.

Den tredje afgrænsning handler om blivende værdier og vækst. Events der skaber blivende værdier er særligt interessante, fordi de tilfører regionen en varig positiv forandring, som rækker ud over selve eventen. Blivende værdier kan inddeles i hardware og software. Hardware kan fx være en multiarena, et moderniseret byrum eller forbedrede scenefaciliteter. Software kan fx være nye kompetencer, netværk eller partnerskaber. Vækst omtales i afsnit 3.3, så her skal det blot nævnes, at vækst i relation til events primært skal forstås som økonomisk vækst, men også som vækst i livskvalitet for borgerne.

Eventstrategien arbejder med events på tre niveauer:

- › Events som skal tiltrækkes (internationale): Her fokuseres på i fællesskab at byde på værtskabet for store events.
- › Events som skal videreudvikles (årligt tilbagevendende): Her fokuseres på eksisterende events i de tre regioner.
- › Events som skal nyudvikles (uudnyttet potentiale): Her fokuseres på at skabe nye events med udgangspunkt i vækstpotentiale og regionens særlige styrker.

Da eventstrategien skal omhandle hele Øresundsregionen, er det vigtigt at forholde sig til det geografiske aspekt ved events. Hvor skal en event foregå, og hvor bredt skal den udfolde sig i Øresundsregionen for at være relevant for strategien? Skal der altid foregå aktiviteter i Region Sjælland, Region Skåne og Hovedstadsregionen, og hvor stor spredning skal der i så fald være i de enkelte regioner?

Svaret på ovenstående er, at de events der beskrives i strategien skal have en reel Øresundsregional forankring. Denne forankring kan enten manifestere sig ved, at en event skabes i et konkret samarbejde henover Øresund, eller ved at en event fysisk udfoldes på dansk og svensk grund. Øresund 10 År fejringen havde flere events med begge aspekter af Øresundsregional forankring, som fx Broløbet og Øresund Cooking.

3. EVENTS OG VÆKST

3.3 Effekter af events

Over hele verden satser byer og regioner enorme summer på internationale events. De to væsentligste årsager til dette er, at events kan skabe vækst og brande en destination. Eventstrategi for Øresundsregionen skal medvirke til at forstærke begge effekter.

En af de mest oplagte måder at illustrere den økonomiske effekt er ved at kigge på den samlede omsætning, som en event genererede. I sidste ende medvirker det til at anskueliggøre, om det var en god idé at investere tid og ressourcer i at tiltrække og afholde eventen.

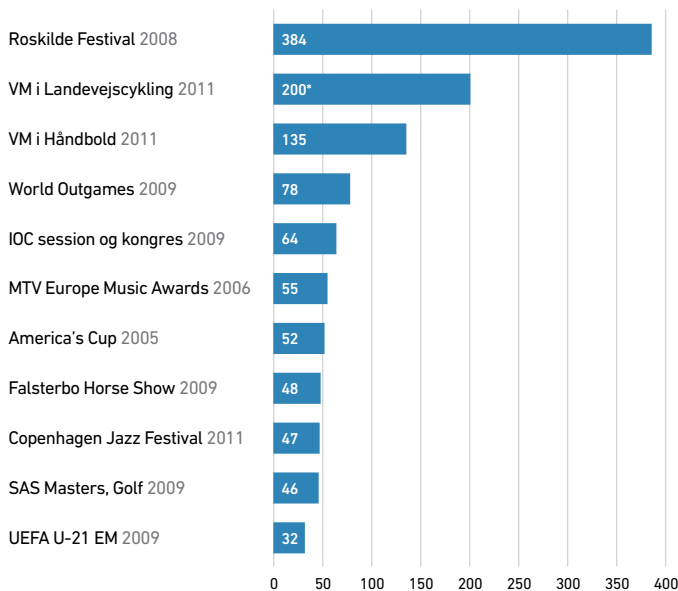
Figur 1 viser den turismøkonomiske omsætning for udvalgte events inden for sport, kultur og viden i Øresundsregionen. Som det fremgår, kan det være en særdeles god forretning at afholde events. Netop derfor ser man i stigende grad det offentlige agere proaktivt ved at investere markant i tiltrækningen af store events med vækst for øje.

Figur 1

Events i Øresundsregionen 2005-2011

Turismøkonomisk omsætning

mio. DKK



Kilder: Wonderful Copenhagen, VisitDenmark, SportEventDenmark, Event in Skåne, TUI, Resurs.

Bemærk: Effektmålinger af svenske events er foretaget i SEK. Omregning til DKK er sket med kurs 825.

* = estimat. Endelig effektmåling er ikke færdiggjort.

Følgende effekter af en vellykket event har på kort eller lang sigt positiv indvirkning på økonomisk vækst:

- > Øget omsætning fra lokalt publikum
- > Tiltrækning af turister i forbindelse med en event
- > Tiltrækning af turister efterfølgende en event
- > Forlængelse af turistsæsonen
- > Udfyldelse af ledig kapacitet i lavsæsonen
- > Kompetenceløft og nye netværk
- > Investeringer, jobskabelse og øget bosættelse
- > Byudvikling og ny infrastruktur
- > National og international medieeksponering samt styrkelse af regionens brand
- > Tiltrækning af talenter

I forbindelse med store events er tiltrækningen af publikum som bekendt både værdifuld og synlig, men der kan også ske en modsatrettet bevægelse. Potentielle turister kan fravælge at rejse til en destination pga. en stor event, og borgere kan vælge midlertidigt at flytte væk af samme årsag. Den negative strømning vurderes dog at være ubetydelig i forhold til den positive.

Ovennævnte effekter er primært kvantitative og knyttet til en destination som helhed. På det mere individuelle, kvalitative niveau kan effekter af en vellykket event være:

- > Livskvalitet
- > Stolthed
- > Viden
- > Internationalt udsyn
- > Identitet
- > Fællesskab
- > Øresundsregional integration

De kvalitative effekter, der opleves af den enkelte borger, er ikke direkte aflæselige på bundlinjen. De er imidlertid vigtige at fremhæve, fordi de medvirker til at gøre Øresundsregionen til et attraktivt og levende sted at bosætte sig, hvilket har en afledt økonomisk betydning. Mennesker er regionens vigtigste ressource, og netop derfor er de blødere kvaliteter ved events også værd at fokusere på.

Sammenfattende kan man sige, at markante events rummer et stort potentiale for både samfundsmæssig og personlig gevinst, såfremt forløbet fra idé til organisering håndteres professionelt. Events skaber omsætning og udvikling, events skaber eksponering og profilering, events skaber glæde og fællesskab.

4. ØRESUNDSREGIONEN I KONKURRENCE

4.1 Eventhistorisk perspektiv

Hvordan har det forgangne årti set ud fra et Øresundsregionalt eventperspektiv? Har events spillet en rolle i understøttelsen af regional vækst og integration? De tre regioner i Øresundsregionen har hver især en række store og vel-etablerede årligt tilbagevendende events i deres portefølje primært inden for sport og kultur, men de er i høj grad karakteriseret ved at være enten danske eller svenske i organisering og målgruppe (se appendiks vedr. historisk perspektiv og samlet eventoversigt).

Erfaringerne med regulære interregionale events er forholdsvis begrænsede. Åbningen af broen i 2000 markerede ellers begyndelsen på en ny epoke med en event, der i mere end én forstand byggede bro mellem regionens borgere. Den ambitiøse kulturbiennale Kulturbro i 2000 og 2002, der opstod i kølvandet på Kulturbro 96 og åbningen af den nye Øresundsbro, fik en kort levetid.

Music Around lanceredes også i 2002 som et unikt eventsamarbejde mellem forskellige orkesterinstitutioner på begge sider af Øresund. I 2010 skiftede biennalen navn til Music and Art Around og indgik i fejringen af Øresund 10 År. Værtskabet for Rotary kongressen i 2006 blev muliggjort ved at udnytte den samlede hotelkapacitet og mødefaciliteter i Malmø og København. Kongressen tjener dermed som et godt eksempel på, hvad det er muligt at realisere i fællesskab.

COP15 i 2009 krævede ligeledes et Øresundsregionalt set-up for at kunne realiseres. For at imødekomme det store antal internationale gæster, blev hotelkapaciteten i hele regionen udnyttet.

På den sportslige front er Broløbet blandt det seneste årtis bedst realiserede interregionale events. Løbet åbnede i 2000 med ca. 80.000 deltagere og er siden blevet afholdt flere gange med Øresund 10 År fejringen som den foreløbig sidste udgave.

Som nævnt i indledningen er eventstrategien bl.a. inspireret af de positive erfaringer med et tættere eventbaseret Øresundsregionalt samarbejde i forbindelse med broens jubilæum. Øresund 10 År tjener derfor som det mest aktuelle eksempel på det store og delvist uforløste potentiale, denne strategi skal medvirke til at realisere.

4.2 Øresundsregionen i global sammenhæng

Øresundsregionen har i globalt perspektiv en relativt beskeden størrelse og population, men er til gengæld stærk i relative tal, når der måles på økonomisk styrke, adgang til internationale netværk og videnskabeligt output.

Drivkraften bag vækst er ikke alene baseret på adgang til ressourcer og kapital, men også på kreative ideer distribueret i netværk, og her kan Øresundsregionen gøre sig internationalt gældende. Derfor bør Øresundsregionen ikke alene konkurrere på økonomi med alverdens storbyer og regioner om tiltrækning af store events. Øresundsregionen skal udnytte sin stærke intellektuelle og kreative kapital optimalt fremadrettet ved at opdyrke hele regionens potentiale for samarbejde og synergi.

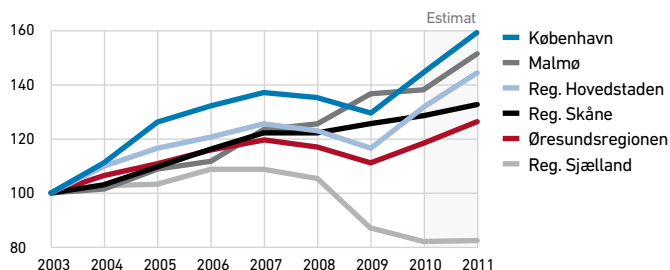
Økonomi spiller selvfølgelig en central rolle i tiltrækningen af store internationale events, hvilket ses i sin mest rendyrkede form hos destinationer som Dubai og Qatar. På verdensplan er der gennem en årrække foretaget store investeringer i bl.a. faciliteter og infrastruktur med henblik på at positionere sig i markedet for events. Samtidig har mange destinationer været dygtige til at prioritere dette område og skabe politisk opbakning til tiltrækningen af store events som middel til vækst og global branding. Af samme årsager er en Øresundsregional satsning på events vigtig, fordi den har en positiv indvirkning på vores samlede konkurrenceevne, tiltrækningskraft og vækst.

Figur 2 viser udviklingen i overnatningstallene for Øresundsregionens to største byer og de tre regioner. Heraf fremgår det, at byerne har oplevet den største vækst, og at denne vækst også afspejler sig i de samlede tal for Region Hovedstaden og Region Skåne. Tendensen med at storbyer fungerer som drivere for vækst er også gældende internationalt.

Figur 2

Udvikling i overnatninger, 2003-2011

Indekseret med 2003 = 100



Kilder: Danmarks Statistik, www.tourmis.com, Øresundskomiteen.

2011 EST: estimater er baseret på væksten i 2011 år til dato.

Reg. Skåne 2011 EST er baseret på gennemsnitlig årlig vækst 2003-2010.

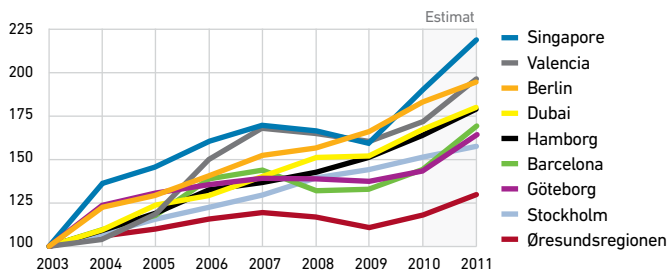
4. ØRESUNDSREGIONEN I KONKURRENCE

Figur 3 sammenligner Øresundsregionen med en række af de eventmæssigt mest proaktive internationale storbyer. Også her ses markante vækstrater i overnatningstallene med Valencia blandt de førende. Valencias høje vækst i turismen er uløseligt forbundet med et målrettet og strategisk arbejde med store events som America's Cup og Formel 1. Et andet eksempel er Berlin, der som en af de eneste destinationer i verden formåede at vokse positivt henover finanskrisen. Årsagen til dette skal findes i den massive fejring af 20-året for Murens fald, der blev markeret med en stribe af events, der tiltrak gæster fra resten af Tyskland og den øvrige verden.

Figur 3

Udvikling i overnatninger, 2003-2011

Indekseret med 2003 = 100



Kilder: www.tourmis.com, ECM City Benchmark Report, www.stockholmtown.com, Singapore Tourism Board, Øresundskomiteen.

2011 EST: estimerer er baseret på væksten i første halvår 2011 år til dato.

Dubai 2011 EST er baseret på gennemsnitlig årlig vækst 2003-2011.

På denne baggrund indskrives den samlede Øresundsregion sig i kampen om events og den deraf følgende vækst i turismen, men i forhold til en række af konkurrentbyerne har vi stadig et stykke op til førerfeltet.

4.3 Udfordringer ved tværnationalt samarbejde

Øresundsregionen som fællesskab bygger på en lang række ligheder inden for kultur, mentalitet, menneskesyn og historie. Men regionen er samtidig forskelligartet og sammensat af to forskellige lande, et par større byer, en gruppe mellemstore byer og en lang række mindre byer fordelt over ca. 21.000 kvadratkilometer på begge sider af Øresund. Denne konstellation medfører visse udfordringer, når vi skal formulere en eventstrategi gældende for hele regionen.

For det første skal man forholde sig til det faktum, at tilhørsforholdet til nationalstaten er større end til Øresundsregionen. Vi har gennem generationer været vant til primært at orientere os mod vores landsmænd, fordi det define-

rer os som danskere og svenskere, og fordi det adskiller os fra de andre. Netop derfor betoner strategien den integrerende effekt ved store events. Øresundsregionen er med broens åbning stadig en meget ung region, og her kan events forstærke oplevelsen af et grænseløst fællesskab. De kommende generationer af Øresundsborgere forventes i videre udstrækning at orientere sig mod hele regionen, når de skal søge oplevelser, bosætte sig, studere, arbejde og holde ferie, men eventinitiativer skal løbende stimulere til denne udvikling mod kritisk masse.

København-Malmø, Helsingør-Helsingborg og Øresundskomiteen eksisterer allerede i dag som akser for samarbejde, men hvordan sikrer vi os, at strategien aktiverer hele regionens eventpotentiale? Dette er en reel udfordring, da de fleste markante events og eventfaciliteter ikke overraskende knytter sig til de større byer, hvor der bor flest mennesker. Her drejer det sig om at:

- > Lokalisere og videreudvikle potentialer i hele regionen
- > Skabe muligheder for bredere regional forankring af markante events
- > Udnytte de eksisterende institutionelle rammer bedre

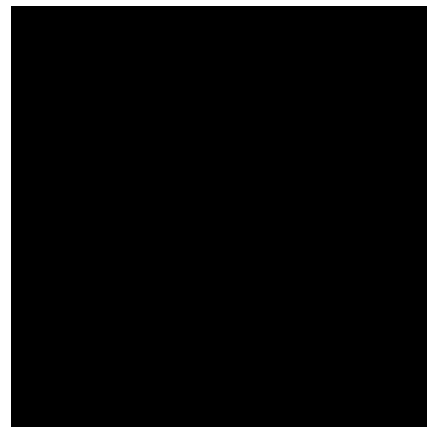
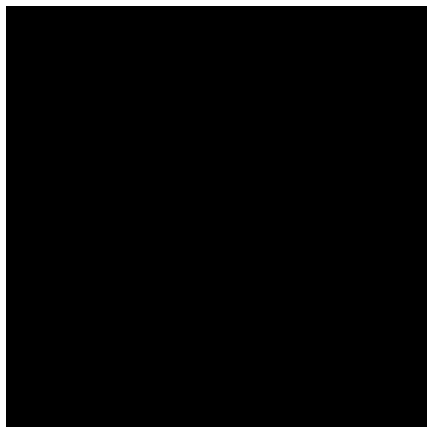
Eventstrategien skal, som nævnt i indledningen, fokusere på de områder, hvor det giver mening at etablere et tættere Øresundsregionalt eventsamarbejde, men hvad med den eksisterende konkurrence mellem fx København og Malmø om tiltrækning af events? Her er det vigtigt at slå fast, at denne konkurrence både er naturlig og nødvendig, fordi den tvinger hver aktør til at yde sit bedste. Pointen er, at vi med strategien tilfører et nyt perspektiv, hvor vi ser udover den interne kappestrid og fokuserer på at identificere og realisere større og bedre events i fællesskab med henblik på vækstskabelse, innovation og integration i hele regionen.

Et eksempel er Kulturaftalen for hovedstadsområdet, hvor der i et Øresundsperspektiv ønskes at etablere tværkommunale samarbejder om udvikling af eksisterende events. Her vil en samlet eventstrategi, der bygger på eksisterende strategier, være nyttig. De nationale forskelle medfører imidlertid også praktiske udfordringer, som strategien ikke kan løse, men i første omgang må anerkende betydningen af:

- > Forskellige sprog
- > Forskellig valuta
- > Forskellig lovgivning
- > Udgifter forbundet med at krydse Øresund med færge eller over broen
- > Manglende integration af den danske og svenske offentlige transport
- > Manglende viden om basale forhold og events på den anden side

Trods ovennævnte udfordringer er det vigtigt at understrege, at der er mere der forener end adskiller. Potentialet ved et bredere eventsamarbejde er således langt større end udfordringerne forbundet hermed.

5. ØRESUNDSREGIONENS GENERELLE STYRKER



5. Øresundsregionens generelle styrker

Øresundsregionen har en anden økonomisk tilgang til tiltrækning af internationale events end fx Dubai og Qatar. Vi engagerer os kun i events, hvor det kan sandsynliggøres, at udgifter og indtægter vil balancere. I stedet for at købe en event for højeste sum, skal vi tænke bredere og udmærke os på andre områder. Vi skal tage udgangspunkt i de kvaliteter, der gør vores region til noget særligt, men hvilke unique selling points har Øresundsregionen?

I det efterfølgende indkredser vi en række generelle styrker, der knytter sig bredt til vores samfund. Dernæst fremhæves i afsnit 6 en række specifikke styrker eksemplificeret ved eksisterende events inden for sport, kultur og viden. Hensigten med dette er at konkretisere og kortlægge det grundlag, som eventstrategien skal bygge videre på.

5.1 Det grønne

De fleste destinationer markedsfører sig efterhånden som klimavenlige og grønne, men få kan som Øresundsregionen fremvise substans og handling bag de flotte ord. Med Fingerplanen på den danske side af sundet er der gennem mange års planlægning skabt og bevaret grønne områder tæt på København og den tætte bebyggelse i korridorerne. Ligeledes er der via de store grønne områder uden for hovedstadsområdet og i Skåne gode muligheder for at opleve naturen tæt på.

København har gennem en årrække været international rollemodel for andre byer, fordi borgernes livsstil og kommunens satsning på det klimavenlige går hånd i hånd. The European Green City Index rangerer København som Europas grønneste storby, og i 2025 er det målet at København skal være

den første CO2 neutrale hovedstad i verden. Mere end 20% af energiforbruget stammer fra vindmøller, og ca. 60% af byens hotelværelser er certificerede for deres klimavenlighed. Regionens cykelkultur er enestående, og borgerne i København har verdensrekord i køb og forbrug af økologiske fødevarer. Vandkvaliteten i den indre havn er så god, at man kan svømme i den. Dette harmonerer desuden med Danmarks nye grønne brand, der blev lanceret i 2011: State of Green – Join the Future. Think Denmark.

Malmö har under overskriften Sustainable City Malmö lignende ambitiøse mål for byens udvikling. I 2020 skal hele byen være CO2 neutral, og i 2030 skal hele kommunen drives 100% med vedvarende energi. Malmö har modtaget World Habitat Awards 2010 for udviklingen af økostaden Augustenborg, hvor byfornyelse og innovative miljøløsninger medvirker til at løse fysiske, sociale og økonomiske problemer. Helsingborg har som medlem og ordførende for Sveriges økokommuner også en ambitiøs plan for bæredygtig udvikling, og i 2009 blev Helsingborg kåret som Sveriges bedste miljøby. Länsstyrelsen i Skåne er af den svenske stat udpeget som forsøgsstation til grøn og bæredygtig udvikling, og i Øresundskomiteen er en arbejdsgruppe i gang med at udarbejde den første fælles klimastrategi for Øresundsregionen.

Det grønne er med andre ord en regional styrke og livsstil, som har vakt international opmærksomhed fx i forbindelse med værtskabet for COP15. COP15 var samtidig verdens første bæredygtige politiske topmøde, og erfaringerne herfra er samlet i Copenhagen Sustainable Meetings Protocol, der skal inspirere andre destinationer til at stræbe efter samme høje klimavenlige niveau.

5. ØRESUNDSREGIONENS GENERELLE STYRKER

5.2 Vandet

Øresundsregionen er omgivet af vand, og det har formet vores måde at leve på. Fra et hvilket som helst sted er havet aldrig mere end en times kørsel borte. Natur og by er således tæt forbundne, hvilket giver vores region en særlig attraktionskraft.

Vi har en lang og stolt tradition med søfarere og handelssejlads, hvilket i høj grad hænger sammen med vores geografiske placering som bindeled mellem det øvrige Skandinavien og det europæiske kontinent. Adgangen til havet har medført en forbundethed til resten af verden, hvilket fx har været grundlaget for en global virksomhed som Mærsk. Regionens vedvarende status som globalt knudepunkt afspejler sig også i lufthavnen, der er blandt de største i Nordeuropa.

Hvor havet tidligere var en hjørnesteen for militær, fiskeri og handel, tjener det i dag også en lang række rekreative formål. Langs Øresundsregionens kyster er der rig mulighed for alle former for sejlads, windsurfing, badning, dykning og lystfiskeri. Navnlig sejlads rummer et stort potentiale, fordi det er en internationalt udbredt sport med stor mediebevågenhed.

Øresundsbroen er uløseligt forbundet med det omgivende vand, og den er et smukt symbol på den sammenhængende Øresundsregion. Broens dobbelte betydning som ikonisk bygningsværk og location for events er stor. Brøløbet er et vellykket eksempel på en sportevent, hvor vandet og broen iscenesættes på bedste vis.

5.3 Kulturarven

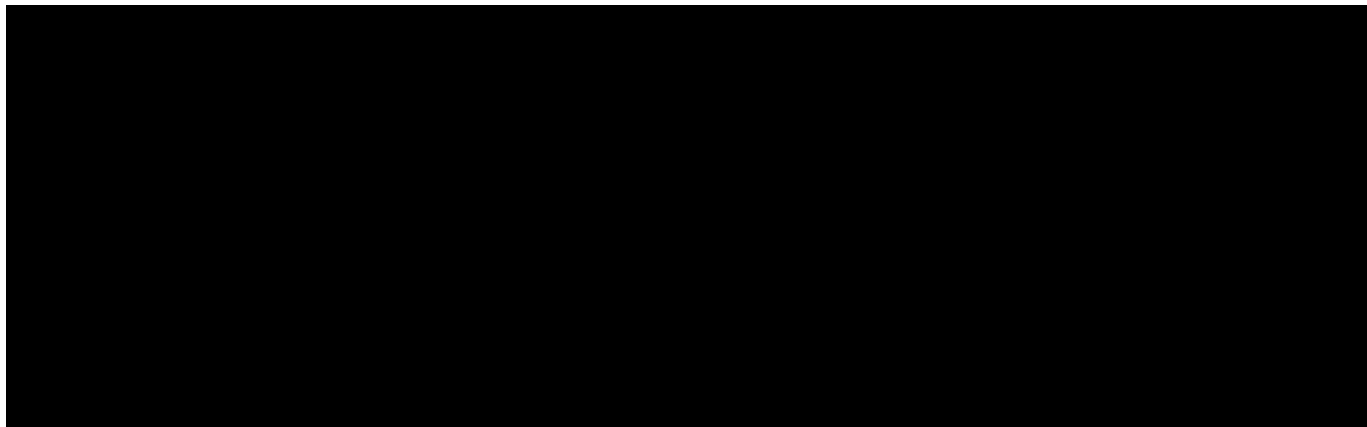
Vores kulturarv har eventpotentiale og kan medvirke til at fortælle unikke historier om vores identitet og styrker:

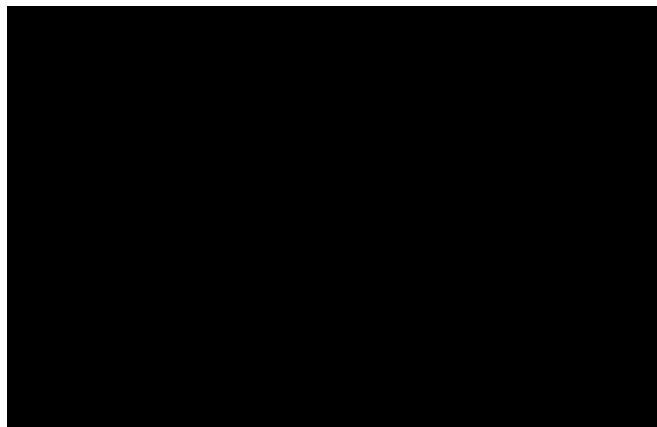
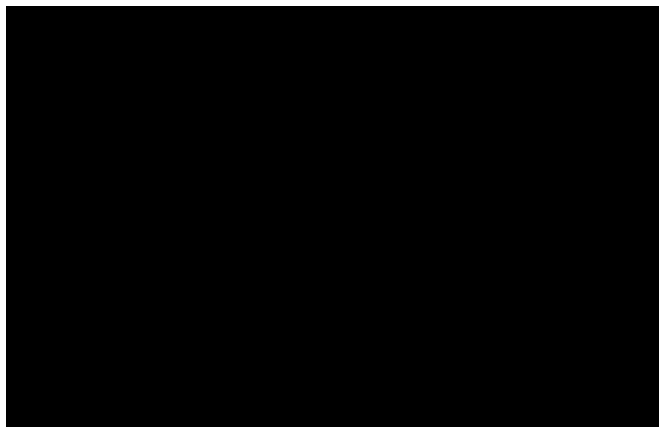
Vikingekulturen har haft flere kraftcentre i Øresundsregionen bl.a. Trelleborg, Löddeköpinge, Lejre, Roskilde og Frederikssund, hvor man i dag finder vidnesbyrd fra en højtudviklet kultur, der havde sin storhedstid omkring år 1000.

Kongehusene i Danmark og Sverige er blandt verdens ældste. De er i høj grad både kulturbærende og levende bevis på stolte traditioner. Vores moderne udgaver af monarki tiltrækker internationale besøgende med særlig interesse for det klassiske og det royale.

Den nordiske madkultur er blevet revitaliseret af en række talentfulde unge kokke. Med rødder helt tilbage til vikingerne fokuserer det nye nordiske køkken på Nordens egne årstidsbestemte råvarer, hvilket har skabt international opmærksomhed. I skrivende stund råder København over 11 Michelin stjerner, verdens bedste restaurant ifølge Restaurant Magazine og verdens bedste kok kåret ved Bocuse d'Or. På den skånske side af Øresund findes også en meget dynamisk madscene, og der eksisterer en lang række projekter, der har til formål at udvikle og markedsføre den regionale madkultur.

Nordisk design er et veletableret internationalt brand med rødder tilbage til 50'erne, hvor en generation af talentfulde arkitekter og formgivere skabte bygninger, møbler, keramik, belysning og boliginventar, der har opnået status som klassikere. Særligt inden for naturmaterialer har vores region længe haft en toneangivende position inden for design.





5.4 Livsstilen

Den skandinaviske velfærdsmodel er verdensberømt. Vi har en stolt tradition for at indrette vores samfund på en balanceret og intelligent måde, der sikrer lige muligheder for uddannelse, fri adgang til sundhedsvæsenet og marginal fattigdom. Tilliden til fællesskabet og samfundets omsorg for det enkelte menneske er kendetegnet ved en grundlæggende nærhed. Nærhed mellem borgere. Nærhed mellem borgere og beslutningstagere. Vores demokrati giver muligheder for fri debat, hvor alle kan give deres mening til kende og påvirke beslutningsprocesser. Fredelige demonstrationer og en politisk mærkedag som 1. maj vidner om et samfund med engagerede borgere, der deltager aktivt i udviklingen af samfundet.

Tryghed er ligeledes et kendetegn ved vores livsstil. Lav kriminalitet og en generel tolerance medfører, at det er sikkert at færdes på gaden. Borgerne indtager byens rum, hvor der er plads til social og rekreativ udfoldelse. Fænomener som gadefester, markeder, parker, boldbaner og cykelkulturen vidner om et samfund med mulighed for personlige og kollektive aktiviteter i trygge rammer.

Børn og unge er synlige i samfundet, og de tages alvorligt som borgere. Det giver sig bl.a. udtryk i vedvarende fokus på børns vilkår, uddannelse og vide rammer for kreativ adfærd. Den unikke nordiske tv/filmkultur og scenekunst har en lang tradition for at skabe produktioner i international klasse til den yngre målgruppe. Det skyldes, at børn og unge betragtes som kvalitetsbevidste individer på lige fod med voksne.

5.5 Diversiteten

Én destination – to lande. Det er både unikt og kilde til stor styrke, at Øresundsregionen med sin tværnationale sammensætning befinder sig i en konstant udveksling mellem det danske og svenske. Det værer sig kulturelt, intellektuelt, politisk og socialt. Denne diversitet giver Øresundsregionen nuancer og kompleksitet, som kan føre til dynamik og synergi. Det kan sætte det bedste fra begge lande i spil.

I internationalt perspektiv er det også en styrke at kunne aktivere den tværnationale diversitet som et særligt karaktertræk ved Øresundsregionen, når den skal positioneres i forhold til konkurrerende destinationer.

6. ØRESUNDSREGIONENS EVENTMÆSSIGE STYRKER

Eventstrategien fokuserer på events inden for sport, kultur og viden. I det efterfølgende konkretiseres Øresundsregionens eventmæssige styrker inden for disse tre felter ved hjælp af en række eksisterende events.

6.1 Sport

Med udgangspunkt i en stærk foreningskultur og engagement fra frivillige er regionens borgere vokset op med sportslige aktiviteter som en naturlig del af hverdagen. Fodbold og håndbold er traditionelt dominerende, men en lang række andre sportsgrene dyrkes i vid udstrækning.

Sport rummer en række positive kvaliteter som fællesskab, sund og aktiv livsstil, viljestyrke og glæde. Derfor er sportevents også i høj kurs over det meste af verden som et effektivt middel til profilering af en destination. Øresundsregionen har foruden værtskabet for enkeltstående sportevents en række årligt tilbagevendende events med regional forankring og internationalt potentiale. Her ses et repræsentativt udvalg:

- › Challenge Copenhagen
- › Falsterbo Horse Show
- › Helsingborg Ladies Open
- › Malmø City Horse Show
- › Malmø Open
- › Post Danmark Rundt
- › Skistar Swedish Open

Herudover skal det fremhæves, at Øresundsregionen har flere golfbaner i international klasse som fx Barsebäck, der har en stolt tradition som vært for Scandinavian Masters, og Vastatorp GK som er vært for Helsingborg Ladies Open. Regionens store arenaer vil sammen med en kommende multiarena i København også åbne en lang række muligheder for afholdelse af store internationale sportevents i samarbejde på begge sider af sundet.

6.2 Kultur

Øresundsregionen har en stærk tradition for at prioritere kulturen og har i dag flere internationalt anerkendte kulturinstitutioner som fx Louisiana, Malmø Kunsthal, Moderna Museet Malmø, Kulturværftet, Dunkers Kulturhus, Vega og Operaen i København. I eventregi er vi dog fokuserede på de markante levende begivenheder frem for det institutionelle og museale. Nedenstående liste er et repræsentativt udvalg blandt en lang række events med regional forankring og internationalt potentiale, som samtidig repræsenterer regionens generelle styrker:

- › Copenhagen Cooking (Kulturarven + Det grønne)
- › Copenhagen Distortion (Livsstilen)
- › Golden Days (Kulturarven)

- › Helsingborgsfestivalen (Kulturarven + Livsstilen)
- › Kulturhavn (Livsstilen + Vandet)
- › Malmøfestivalen (Kulturarven + Livsstilen)
- › Malmø Sommarscen (Kulturarven + Livsstilen)
- › Roskilde Festival (Diversiteten + Livsstilen + Det grønne)

6.3 Viden

Der er 12 universiteter og 165.000 studerende på højt niveau i Øresundsregionen. Navnlig inden for IT, life science og cleantech er der oparbejdet kompetencer på internationalt niveau. Life science klyngen Medicon Valley er blandt Europas tre førende klynger inden for medtech samt biotech, og regionen er hjemsted for en række internationalt førende forskningsbaserede virksomheder som Novo Nordisk, H. Lundbeck, AstraZeneca og LEO Pharma, samt en underskov af små og mellemstore virksomheder med unikke kompetencer inden for lifescience, der tilsammen gør Øresundsregionen til en af Europas stærkeste lifescience regioner.

Man er endvidere i gang med at etablere forskningsanlægget ESS (European Spallation Source) i Lund/København. Med en partikelaccelerator i verdensklasse vil dette også bidrage til forskeres fokus på Øresundsregionen. Anlægget, der vil åbne i 2019 og være fuldt operationelt i 2025, vil årligt tiltrække 3-5.000 forskere, som vil forske her og gøre regionen til en af verdens førende inden for materialevidenskab.

København har stor erfaring med tiltrækning af videnevents i form af internationale kongresser og konferencer. Kulminationen var COP15, men allerede i 2012 bliver København vært for European Wind Energy Conferences & Exhibitions (EWEC), der er Europas største konference for vindenergi. Denne type event er særligt attraktiv, fordi den understøtter det grønne tema. Under titlen Mindblowing udvikles et tilhørende outreach program med folkelige aktiviteter. I 2014 kommer turen til EuroScience Open Forum (ESOF), der yderligere cementerer regionens stærke position.

Kommek og Fremtidens Specialistlæger er eksempler på årligt tilbagevendende møder i Malmø. I 2012 kommer kongressen EcoProcura til Malmø, og det samme gælder Socap, som er et af de vigtigste møder inden for social holdbarhed.

Med så markant en tilstedeværelse inden for viden i Øresundsregionen er der skabt gode betingelser for at tiltrække de største internationale videnevents.

7. FREMTIDENS EVENTSTRATEGI

7.1 Vision

Øresundsregionen skal være blandt Europas førende regioner i at tiltrække, udvikle, og organisere internationale sport-, kultur- og videnevents. Øresundsregionen skal være internationalt kendt som en attraktiv og klimasmart eventdestination.

Overordnet set skal eventstrategien sikre, at Øresundsregionen bliver rustet til at agere proaktivt i forhold til den skærpede internationale konkurrence om events. Det skal primært ske ved at styrke eventmiljøet i hele regionen gennem fælles indsatser, videndeling og samarbejde. Eventstrategien skal resultere i både udvikling og tiltrækning af flere og større events til Øresundsregionen.

Mere specifikt er det visionen, at strategien skal medvirke til at:

- › Tiltrække flere turister, investeringer og arbejdspladser (vækst)
- › Løfte eksisterende regionale visioner og udviklingsplaner (udvikling)
- › Udvikle et samlet, attraktivt brand for regionen (branding)
- › Øge integrationen blandt regionens borgere (integration)
- › Skabe større og bedre oplevelser for regionens borgere (livskvalitet)
- › Gøre regionens borgere stolte over at bo i Øresundsregionen (stolthed)
- › Styrke fortællingen om en fælles identitet (identitet)

Herudover er det hensigten, at Øresundsregionens events i størst muligt omfang skal relatere sig til regionens unikke kvaliteter (se afsnit 5). Denne kobling skal medvirke til, at der skabes en grundlæggende forskel på, hvordan vi i Øresundsregionen organiserer markante events til sammenligning med fx Qatar eller Dubai.

En del af attraktionskraften bliver hermed en unik kombination af det professionelle, uformelle, bredt engagerende, klimasmarte og ansvarlige. Det perfekte værtskab vil således flytte fokus fra Øresundsregionens økonomiske formåen til vores kompetencer og særlige nordiske tilgang, der vil være vigtige parametre i den internationale konkurrence.

7.2 Fokusområder

Arbejdet med at styrke Øresundsregionen som eventdestination er en vedvarende og langstrakt proces. Derfor opdeles eventstrategien tidsmæssigt i tre overordnede faser med særskilte fokusområder, som beskrives her:

› 2012-2015: Kompetenceløft og integration via events

Fase 1 handler om at formalisere et Øresundsregionalt samarbejde med henblik på at løfte regionens eventmæssige kompetencer. Dialog, videndeling og uddannelse er midlerne til, at vi i fællesskab bliver dygtigere på vores felt. Fase 1 handler også om at styrke borgernes oplevelse af et Øresundsregionalt fællesskab gennem de eksisterende tilbagevendende events og gennem organisering af nye events på begge sider af sundet. Ved at styrke sammenhængskraften i regionen skaber vi samtidig forudsætningen for, at andre også oplever Øresundsregionen som en attraktiv destination. I fase 1 identificeres en række attraktive mellemstore/store events, som regionen i fællesskab byder på værtskabet af.

› 2016-2019: Realisering af mellemstore events

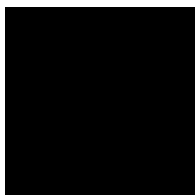
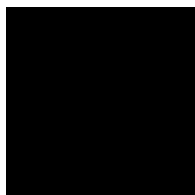
Fase 2 handler om at konsolidere det interregionale samarbejde gennem en fælles realisering af mellemstore events. Erfaringerne med at organisere disse events vil skabe et værdifuldt grundlag for at udnytte regionens faciliteter og kompetencer fuldt ud de efterfølgende år. Fase 2 handler også om at styrke regionens brand som eventdestination gennem de konkrete events. Ved udgangen af fase 2 står vi således med skærpede kompetencer, der er blevet afprøvet med dokumenteret succes.

› 2020-2027: Store events og Femern forbindelsen

Øresundsregionen og Tyskland forbindes i 2020 med en sænketunnel under Femern Bælt. Det skaber en ny virkelighed, hvor dynamiske Hamborg og omegn med sine ca. 4 mio. indbyggere rykker tættere på. Såfremt vi i Øresundsregionen står samlet og stærkt, medfører Femern forbindelsen en lang række muligheder for at tiltrække nye eventturister og indgå spændende samarbejder sydover. Forudsætningen for at være gearret til denne fremtid er, at Øresundsregionen udnytter de kommende otte år til at opkvalificere og anvende vores eventkompetencer og faciliteter, så vi i fase 3 kan organisere store events.

7.3 Målgrupper

Eventstrategien henvender sig til en primær og en sekundær målgruppe. Den primære målgruppe er modtagerne af strategien, hvilket vil sige de Øresundsregionale organisationer og aktører, som skal implementere strategien. Den sekundære målgruppe er internationale aktører som fx eventarrangører, internationale sportsforbund, medier, besøgende etc. Her følger en kort gennemgang af den primære målgruppe:



7. FREMTIDENS EVENTSTRATEGI

- › **Regionerne:** Region Hovedstaden, Region Sjælland og Region Skåne har en central rolle, da de skal initiere strategien hos de øvrige aktører.
- › **Kommunerne:** Skal strategien blive en succes, kræver det at borgerne oplever events som vedkommende og relevante. Da det primært er kommunerne, som har kontakten til borgere og foreninger, er det nødvendigt at kommunerne tager strategien til sig.
- › **Sport-, kultur- og videneventoperatører:** De største eventoperatører er stærke kulturbærere i regionen. Når der eksempelvis afholdes Roskilde Festival, Malmø Festival, Copenhagen Jazz Festival, Skistar Swedish Open og Distortion sker det med stort nationalt og til dels også internationalt fokus. Strategiens linjer bør indarbejdes i de respektive operatørers aktiviteter, så vi udnytter en oplagt mulighed for at kommunikere Øresundsregionens værdier og potentiale til et internationalt publikum.
- › **Turismebranchen:** Offentlige turismeorganisationer er selvsagt væsentlige aktører på eventområdet. Aktiviteter inden for dette felt bør afspejle strategiens temaer. Med en international kontakthold er turismebranchen en nødvendig medspiller for at strategien kan blive en varig succes.
- › **Erhvervsturismebranchen:** Hoteller, restauranter, transportører samt møde- og kongresarrangører er væsentlige aktører ved alle typer events, men i særlig grad når det gælder videnevents. Generelt er store virksomheder, detailbranchen og det øvrige erhvervsliv relevante aktører.
- › **Uddannelsesinstitutioner:** Universiteter, gymnasier og skoler er alle vigtige institutioner for kompetenceskabelse, erfaringsudveksling og netværksdannelse i regionen. Institutionerne skal medvirke til at udvikle forskellige initiativer, der løfter kompetencerne, fx gennem netværk.
- › **Pressen:** Den danske, svenske og internationale presse er vigtige talerør i internationaliseringen af regionens events scene. Pressen skal bruges aktivt til at formidle historier om Øresundsregionens unikke styrker og være en aktiv partner.

Her følger en kort gennemgang af den sekundære målgruppe:

- › **Borgere og frivillige:** Kun gennem lokal forankring bliver en event for alvor succesfuld. Borgerne agerer både som publikum og ambassadører for en event, der kan have direkte indvirkning på deres hverdag. Frivillige har stor betydning, fordi de fleste større events ikke kan realiseres uden deres medvirken. Cph Volunteers og Frivillig.se er gode eksempler på, hvordan frivillige kan løfte væsentlige opgaver i forbindelse med store events.

- › **Eventarrangører:** Denne gruppe omfatter alt fra IOC, UEFA, de store sportsforbund og MTV til diverse NGO'er og græsrodder. Indgangsvinklen til de respektive events er individuelle, men fælles er imidlertid, at organisationer af den type efterspørger ensartede forhold, når det handler om infrastruktur, faciliteter, sikkerhed og hoteller.
- › **Deltagere:** Alle events har en mængde deltagere, hvis indtryk af den pågældende event og region er vigtig, fordi deltagerne ofte har adgang til massemedier. En professionel afvikling og et generelt positivt indtryk af regionen kan således have afsmittende effekt, når deltagerne har forladt regionen.
- › **Besøgende:** Internationale events tiltrækker internationalt besøg. Udover at være en vigtig turismeindtægtskilde, er de mange besøgende lige som deltagerne også vigtige ambassadører for Øresundsregionen, når de har forladt den. Idékataloget over events er i overensstemmelse med de i dag eksisterende målgrupper for besøgende.
- › **Talenter:** Hvis Øresundsregionen skal klare sig i den internationale konkurrence om events, spiller evnen til at tiltrække attraktiv arbejdskraft en vigtig rolle. Ved at kunne tiltrække talenter inden for oplevelsesøkonomien udvikles internationale netværk til gensidig inspiration.
- › **Investorer:** Internationale investeringer er vigtige for Øresundsregionens fremtidige udvikling og vækst. Her spiller regionens markante events en stor rolle, fordi et højt niveau på events scenen kan stimulere internationale virksomheder til at placere afdelinger i området.

7.4 Succeskriterier

For at visionen skal kunne opfyldes, opstiller vi en række succeskriterier for de events, som strategien fokuserer på. Succeskriterierne skal sikre, at de pågældende events opnår størst mulig effekt. Events skal:

- › Skabe langsigtede positive effekter og legacy
- › Sikre regional forankring
- › Være relevante for regionens borgere
- › Afspejle regionens unikke kvaliteter
- › Have internationalt potentiale

Ovenstående succeskriterier operationaliseres i forbindelse med event idékataloget i appendiks. Her vurderes hver enkelt event i forhold til succeskriterierne på en skala fra 1-5, hvor 5 er det bedste. Karaktererne udtrykker en indledende vurdering, som bør efterfølges af en grundigere analyse, såfremt man skal tage stilling til, om den pågældende event kan og skal realiseres.

8. IMPLEMENTERING

Eventstrategi for Øresundsregionen har primært til formål at skitsere de overordnede rammer for et intensiveret Øresundsregionalt samarbejde omkring events. Den anviser konkrete fokusområder og potentielle indsatsområder for perioden 2012-2027. Eventstrategien er ikke tænkt som et operationelt dokument med detaljeret budget, finansiering, milepæle, ansvarsfordeling og organisering. Implementering af strategien forudsætter derfor en efterfølgende konkretiseringsproces, hvor regionens centrale aktører fortløbende involveres.

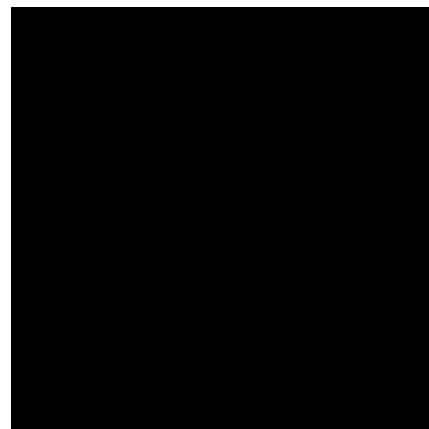
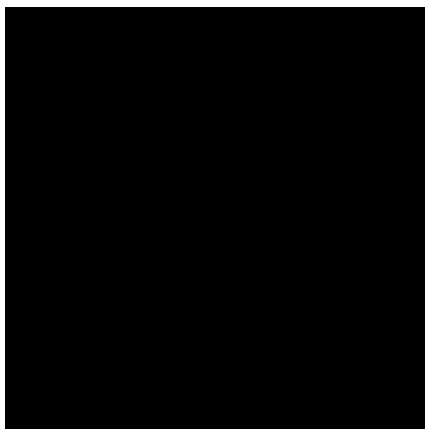
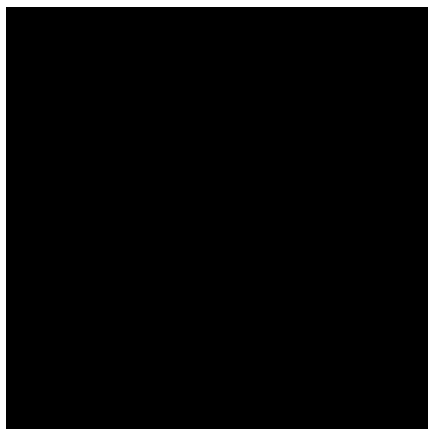
Denne involvering finder i første omgang sted i forbindelse med høringsfasen, der skal sikre input til strategiens endelige ordlyd. Input fra relevante aktører er af fundamental betydning for en vellykket implementering af eventstrategien.

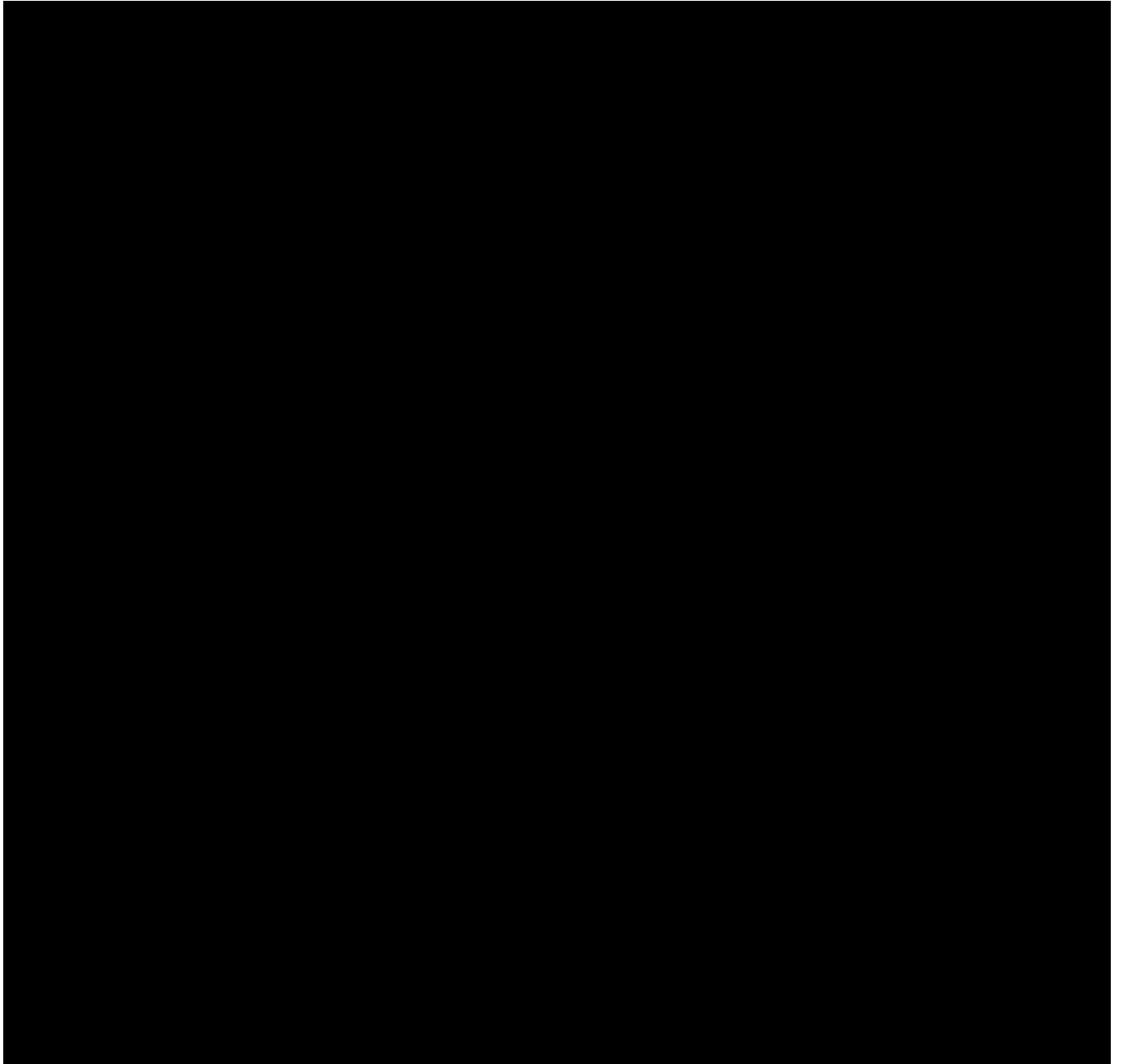
Det mest konkrete initiativ, som implementeres i direkte forlængelse af eventstrategien, er etableringen af Öresund Event Center. Formålet med Öresund Event Center er at fremme bæredygtig økonomisk vækst og øget markedsføring af regionen ved at understøtte og servicere eksisterende regionale og kommunale eventorganisationer på begge sider af Öresund.

Öresund Event Centers virke kommer til at tage udgangspunkt i de tanker, som er formuleret i Eventstrategi for Øresundsregionen, og dermed bliver det centerets opgave – bl.a. gennem forankringsarbejde – at skabe forudsætningerne for at gøre strategien operationel og implementere prioriterede projekter i samarbejde med centerets medlemmer.

De eksisterende regionale og kommunale eventorganisationer kommer også til at justere dele af den daglige og den langsigtede indsats som følge af eventstrategien. Konkret vil det betyde, at idéer til nyudvikling, videreudvikling eller tiltrækning af events kommer til at cirkulere både igennem og uden om Öresund Event Center. Tanken er, at vi med strategien gradvist ændrer vores mindset omkring Øresundsregionen som kompetence og ressource i forbindelse med events med internationalt potentiale. Det er en proces, som allerede er igangsat og skal understøttes af Öresund Event Center.

Eventstrategien indeholder endvidere et idékatalog, der repræsenterer helt konkrete bud på, hvordan strategien skal kunne omsættes og implementeres i praksis (se appendiks vedr. event idékatalog). Idékataloget kræver imidlertid videre research for at lokalisere de projekter, der både har den fornuftige business case og opbakning fra det offentlige og private erhvervsliv. Der vil helt sikkert være store udsving i, hvilke projekter der giver mening at deltage i for regionens enkelte aktører. Derfor bliver det karakteren af den enkelte event, der afgør det bagvedliggende set-up. Det samme gør sig gældende med finansieringen.





9. FINANSIERING

Tanken bag Eventstrategi for Øresundsregionen er, at der fremover arbejdes målrettet på at etablere bredere økonomisk ejerskab i forbindelse med store events. Det betyder, at man skal være dygtigere til at tænke erhvervslivet ind i projekterne og være endnu bedre til at dokumentere effekten af bidragydernes investering. En mere balanceret sammensætning af offentlig og privat finansiering på begge sider af sundet vil potentielt muliggøre tiltrækning af flere og endnu større internationale events end hidtil.

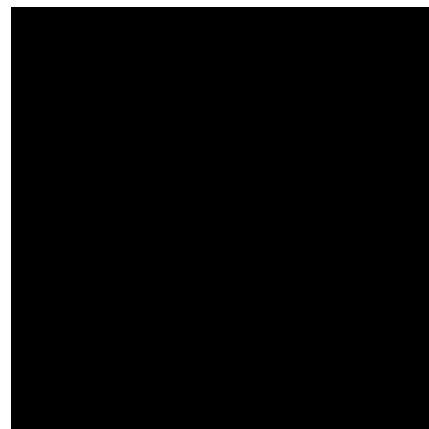
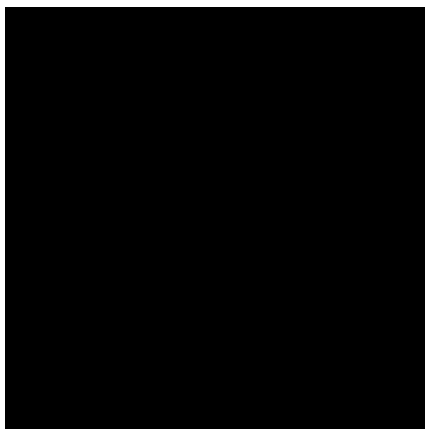
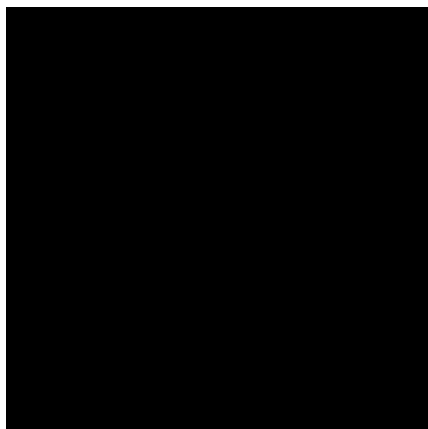
Et andet princip for eventstrategien er, at der tilvejebringes særskilt finansiering til hvert enkelt projekt. Alle idéer og events lever i princippet deres eget økonomiske liv uden nogen anden tilknytning til resten af strategien end de overordnede konceptuelle retningslinjer og værdisammenfald. På den måde vil det være helt op til den enkelte kommune, region og stat, hvor og hvorledes man vil støtte op omkring realiseringen af strategiens konkrete idéer.

Det kan meget vel ske, at et projekt udelukkende får økonomisk støtte fra eksempelvis Københavns Kommune og Malmø Kommune, eller at Region Hovedstaden, Region Skåne og Region Sjælland går sammen om at realisere et projekt uden støtte fra andre offentlige partnere i Øresundsregionen. Dette princip om ad hoc projektf finansiering gælder, uanset om der er tale om et projekt der skal tiltrækkes, nyudvikles eller videreudvikles.

Første konkrete eksempel på en ad hoc projektf finansiering er Öresund Event Center. Skønt massiv tilslutning fra de tre regioner og de største byer, er det langt fra alle kommuner i Øresundsregionen, som er med i finansieringen.

Statens rolle i både Sverige og Danmark er udfordret af, at de konventionelle støtteordninger typisk er nationalt orienterede. I Danmark har Sport Event Denmark en meget vigtig funktion i alt bidding- og realiseringsarbejde i relation til afholdelse af internationale sportsevents. Sport Event Denmark dækker op mod 80% af udgifterne til biddingarbejdet og 50% af eventudgiften. Som udgangspunkt kan Sport Event Denmark dog ikke støtte projekter i andre lande end Danmark. Der er dog fortilfælde, hvor Sport Event Denmark har støttet sportevents, som afvikles i to lande: EM i kvindehåndbold (Norge/Danmark) i 2010 og det kommende EM i volleyball (Polen/Danmark) i 2013. I disse tilfælde isolerede man de danske udgifter og støttede 50% heraf.

På det statslige niveau har den svenske regering givet Riksidrottsförbundet, der er placeret i Stockholm, ansvaret for eventanliggender. For nylig er Centrum för idrottsevenemang blevet oprettet hos Riksidrottsförbundet, og dets vigtigste opgave er at fungere som et kompetencecenter til at understøtte ansøgninger om internationale sportevents. I lighed med Sport Event Denmark indebærer dette, at det fremover kan blive aktuelt at understøtte ansøgninger til sportevents, der gennemføres i to lande.



9. FINANSIERING

På kulturevents er der ikke skabt en målrettet national støtteordning som Sport Event Denmark. De seneste år har det været Økonomi- og Erhvervsministeriets Markedsføringsfond, som har ydet flest bidrag til kulturelle events med internationalt potentiale. Markedsføringsfondens fremtid er imidlertid usikker, og der er pt. ikke igangsat et nyt initiativ. Den bedste finansieringsmulighed vil være at henvende sig til de ministerier, der er mest oplagte i forhold til det aktuelle projekts emne og forretningsområde.

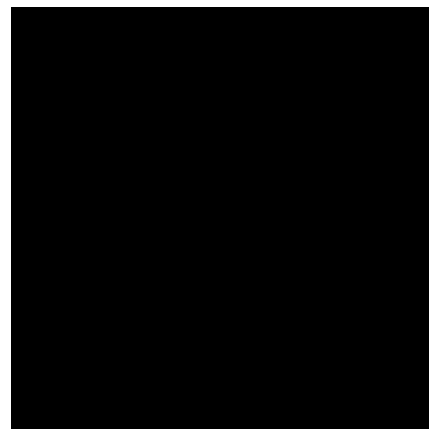
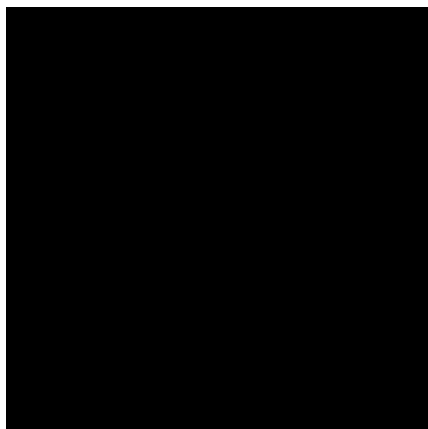
Der kan være muligheder for at inddrage Nordisk Råd i arbejdet med events. Her har man tidligere støttet eksempelvis nordiske film, gastronomi og computerspilevents. EU kan også være et godt bud på finansiering fx via Interreg midler. Den nuværende Interreg ordning er ved at afslutte, men der er planer om at fortsætte ordningen. Rammerne for fortsættelsen er imidlertid ikke defineret endnu.

Der er ikke tradition for, at Øresundsregionens erhvervsliv går proaktivt ind i events, som dækker hele regionen. Sponsormarkedet i Danmark er sammenlignet med andre europæiske lande relativt begrænset, hvorfor man typisk vil erfare, at sponsorater maksimalt dækker 10-20% af de samlede eventudgifter. Det svenske sponsormarked er ligesom det danske beskedent i international sammenligning. For Sverige gælder det endvidere, at en relativt stor del af sponsormarkedet er koncentreret omkring Stockholmsområdet.

Hvis de Øresundsregionale events skal opretholde en sponsorindtægt på ca. 10-20% af eventudgifterne, kræver det en omfattende kortlægning af regionens virksomheder med Øresundsfokus, en stærk sponsorstrategi samt et nyt major stakeholder management program. Det vurderes, at sponsormarkedet har potentiale til at gå ind i Øresundsregionale initiativer, og at de kommercielle gevinster er attraktive nok til at få virksomheder med i samarbejdet. Således har store brands som Post Danmark, Arla, E-ON, SAS, Øresundsbron m.fl. allerede vist positiv interesse for specifikke eventidéer med et Øresundsregionalt udgangspunkt.

I forlængelse af ovenstående er det vigtigt at påpege, at flere af de Øresundsregionale projekter vil have endnu en potentiel kilde til finansiering i form af indtægter fra salg af billetter, merchandise, mad og drikke.

Identificering og kortlægning af de forskellige støttemuligheder fra EU, Nordisk Råd, den danske og svenske stat, diverse fonde samt det Øresundsregionale sponsormarked er en vigtig opgave, som bør ligge naturligt i Øresund Event Center.



10. EVALUERING

Evalueringen af Eventstrategi for Øresundsregionen foreslås gennemført på baggrund af opstillede mål for strategiens tre faser samt den samlede strategis overordnede succeskriterier og mål. Evalueringsplanens vej bliver dermed flersporet, og parametrene der måles på bliver faserne mål, tiltrukne events, mobilitet samt projektets effekter.

De enkelte parametre gennemgås i det følgende:

1. Realisering: Når faserne i mål?

Eventstrategi for Øresundsregionen er tidsmæssigt opdelt i tre overordnede faser med hver deres fokusområde. Fase 1 sigter mod "Kompetenceløft og integration via events", fase 2 mod "Realisering af mellemstore events" og fase 3 mod "Store events og Femern forbindelsen". Faserne fokuserer på at knytte sig alle til strategiens vision om vækst, regional integration og samlet branding. Der vil løbende blive opstillet mål for de enkelte faser, og strategien har allerede opstillet en række konkrete mål for fase 1 som fx ny- og videreudvikling af events, bud på fælles regionalt værtsskab for events og en fælles kommunikationskampagne. Bliver strategiens samlede mål realiseret, står Øresundsregionen med en imponerende international eventportefølje såvel som en lang række stærkt forgrenede initiativer forankret i regionens begivenhedsnetværk, borgerne og ikke mindst i selve Øresundsregionens identitet. Der skal derfor evalueres på strategiens evne til at realisere de opstillede mål.

2. Succeskriterier: Har vi tiltrukket de rigtige events?

Øresundsregionen skal være internationalt kendt som en attraktiv og klimasmart eventdestination, og den skal være blandt Europas førende til at tiltrække, udvikle og organisere internationale sport-, kultur- og videnevents. Det stiller særlige krav til de events, strategien skal udvikle og tiltrække. Visionen er blandt andet, at der skal tiltrækkes flere turister, investeringer og arbejdspladser, fortællingen om en fælles regional identitet skal styrkes, og der skal skabes større og bedre oplevelser for regionens borgere. For at strategien kan siges at være realiseret, skal tiltrukne events derfor leve op til en række fastsatte succeskriterier.

3. Mobilitet: Flytter strategien borgere?

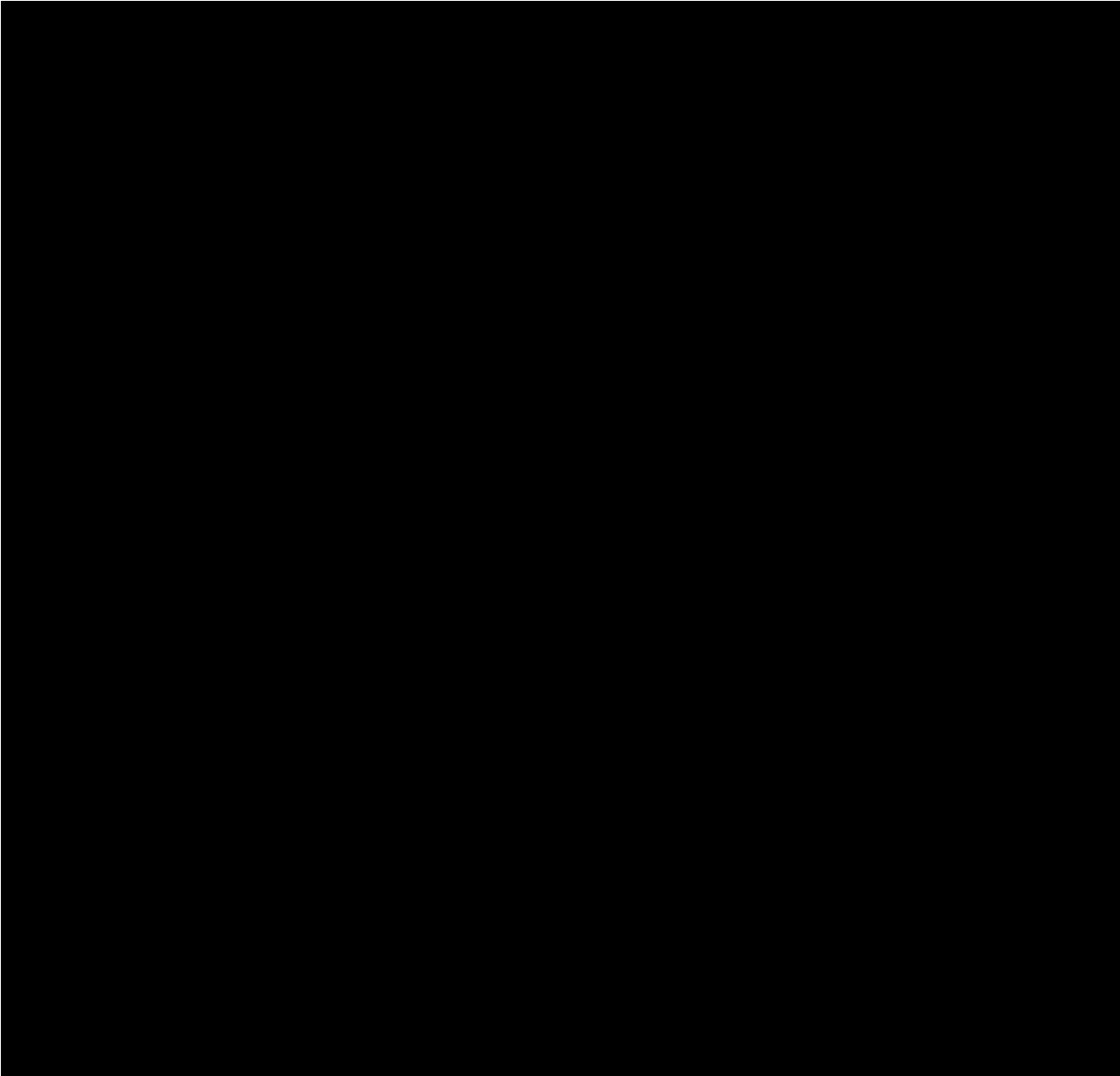
Et centralt succeskriterium for Eventstrategi for Øresundsregionen er en øget mobilitet – og dermed integration – af borgere på tværs sundet. Det er med andre ord vigtigt at events, udover tværregionalt samarbejde, også skaber øget rejseaktivitet Sverige og Danmark imellem. Der kan fx benchmarkes på overfarts- og passagerantal fra Øresundsbroen, DSB, færgeruter og lufthavne.

4. Effekter: Har strategien været katalysator for vækst, udvikling, omtale og tiltrækningskraft?

Ud over at skabe mindeværdige oplevelser for regionens borgere, er markante internationale events enestående kommunikationsplatforme og katalysatorer for turismøkonomiske effekter af øget turismetilstrømning, sæsonforlængelse, kapacitetsudnyttelse, omsætning og infrastrukturelle investeringer. Dertil kommer kompetenceløft af arbejdsstyrken samt nye videndelings- og innovationsnetværk. Disse effekter skal bl.a. dokumenteres gennem målinger på de enkelte events turismøkonomiske effekter.

For alle ovenstående områder gælder, at der bør udarbejdes en række specifikke evalueringsmål, der kan belyse hvorvidt strategien har levet op til sit formål. Evalueringen bør foregå løbende for at sikre muligheden for justering undervejs, og der bør endvidere foretages opsummerende delmålinger efter hver af de tre faser. Resultaterne bør indgå i en samlet evalueringsrapport, som bliver offentligt tilgængelig.

Evalueringen bør gennemføres af en evalueringspartner med kulturstrategiske projekter som speciale.





11. APPENDIKS

11.1 Appendiks til afsnit 2: Metode

Der er indledningsvist foretaget en række research interviews med regionens beslutningstagere med henblik på at afdække bl.a. centrale fokusområder, politisk forankring og succeskriterier.

Herefter blev der etableret en organisatorisk struktur med arbejdsgruppe, referencegruppe, styregruppe samt løst tilknyttede konsulenter og sparring-partnere. Således har regionens centrale aktører deltaget aktivt i tilblivelsen af denne strategi.

Som optakt til strategiarbejdet foretog aktørerne en studierejse til Valencia, der gennem en årrække har arbejdet ambitiøst med internationale events som middel til vækst og profilering. Studierejsen gav et fælles grundlag for det videre arbejde med strategien.

Der er afholdt to større workshops i foråret 2011. Den første workshop havde fokus på strategiens vision og overordnede linjer. Her deltog beslutningstagere fra regionens centrale aktører. Den anden workshop havde fokus på Øresundsregionens styrker og kernefortælling. Her deltog et bredt udvalg af regionens væsentligste aktører fra eventbranchen.

I forlængelse herfra er der gennemført en række individuelle uddybende interviews med udvalgte nøglepersoner, og der er afholdt en række orienterende præsentationer af eventstrategien undervejs i processen for relevante organisationer og udvalg.

Strategien blev sendt i offentlig høring i november 2011 og foreligger her i sin endelige version.

11.2 Appendiks til afsnit 4: Historisk perspektiv

Øresundsregionen har historisk set været præget af stridigheder mellem Danmark og Sverige. Kontrollen med Østersøen og den givtige handel var af stor betydning, og i 1600-tallet flyttede magtbalancen sig gradvist fra Danmark til Sverige. Nederlag i 1643 og 1657 medførte, at Danmark i 1658 underskrev Roskildefreden og mistede Skåne, Blekinge, Bornholm samt dele af Norge.

I Skåne gjorde man op med tidligere gældende danske love og rettigheder, og det blev tilmed forbudt for skånske studenter at uddanne sig ved universitetet i København. Danske bibler og kirkehåndbøger blev erstattet med svenske, og det svenske sprog blev gradvist det dominerende i tale og skrift. Siden 1710 har der hersket fred og fordragelighed i Øresundsregionen. Tanken om at gøre Øresundsområdet til en sammenhængende region opstod i slutningen af 1800-tallet som følge af industrialisering og voksende samkvem.

Fra 1952 behøvede man ikke længere pas mellem Danmark og Sverige. Færgetrafikken på Øresund blev langt mere intensiv, fordi den normale trafik blev suppleret med rene fornøjelsesture. I slutningen af 1980'erne begyndte idéen om en fælles region for alvor at vække genklang i både Danmark og Sverige, og i marts 1991 underskrev den danske og svenske regering aftalen om en fast forbindelse over Øresund.

Øresundsbroen blev indviet 1. juli 2000, og som følge deraf koncentrerer færgetrafikken sig i dag til regionens nordlige del mellem Helsingør og Helsingborg.

I løbet af de seneste ti år er der sket meget med integrationen i Øresundsregionen. Sammenlagt passerede 34,2 mio. rejsende i 2010 Øresund med bil, bus, tog eller færge (kilde: Tendens Øresund). Ca. 20.000 pendler dagligt mellem deres bolig og arbejdsplads på den anden side af sundet, og dertil kommer studerende på regionens universiteter. I 2025 forventes arbejdspendlingen at være fordoblet.

Når man kigger på relationen mellem Region Sjælland og Hovedstaden tegner der sig et lignende billede af mobilitet. Ud af en arbejdsstyrke på 400.000 pendler ca. 100.000 sjællændere hver dag på arbejde i København.

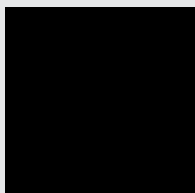
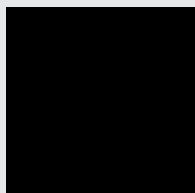
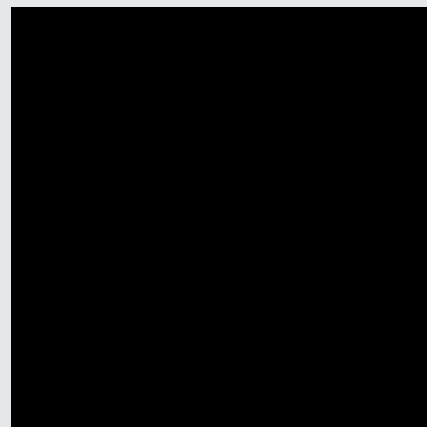
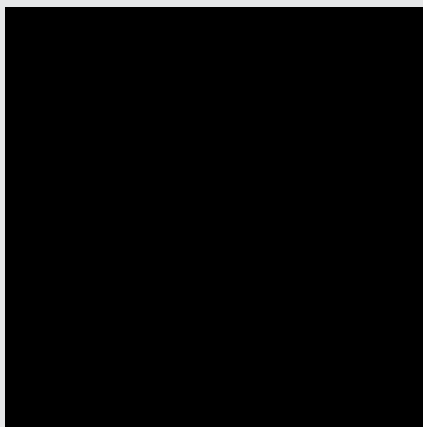
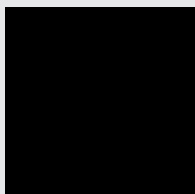
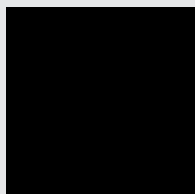
Sammenfattende kan man sige, at Øresundsregionen bevæger sig stødt i den rigtige retning hvad angår veludbygget infrastruktur, mobilitet og sammenhængskraft.

11.3 Appendiks til afsnit 8: Event idékatalog

På baggrund af de skitserede indsatsområder og Øresundsregionens generelle styrker præsenteres i det efterfølgende et event idékatalog, som konkretiserer hvordan Eventstrategi for Øresundsregionen kan føres ud i livet. Idékataloget er resultatet af en række workshops, der har haft deltagelse af centrale aktører fra eventbranchen og de organisationer, der er medafsendere på eventstrategien. Idéerne er langt fra færdigudviklede, og en eventuel realisering forudsætter derfor en videre research og dialog blandt Øresundsregionens centrale aktører vedrørende bl.a. konceptualisering, organisering og finansiering.

11.3.1 Generelle idéer

Nedenstående idéer er alle kendetegnede ved at være af generel karakter frem for at vedrøre specifikke events. Idéerne relaterer sig til en samlet professionalisering af det Øresundsregionale arbejde med events.



11. APPENDIKS

11.3.1.1 Öresund Event Center

Formål: At fremme bæredygtig økonomisk vækst og øget markedsføring af regionen ved at understøtte og servicere eksisterende regionale og kommunale eventorganisationer på begge sider af Øresund.

Beskrivelse: Öresund Event Center skal professionalisere samarbejdet på tværs af regionen gennem netværksfacilitering, videndeling, kompetenceløft, udvikling af events og understøtte arbejdet med tiltrækning af internationale events. Centeret samler de stærkeste offentlige eventaktører i regionen. Blandingen af eventfaglig viden repræsenteret af eventorganisationer, regioner, kommuner, videninstitutioner og respektive nationale og internationale netværk (ikke mindst til det private erhvervsliv) sikrer optimal grobund for udvikling, forankring og ejerskab på begge sider af sundet, så synergieffekter mhp. vækstskabelse kan udnyttes. Med udgangspunkt i de eksisterende erfaringer hos såvel de svenske som danske eventaktører vil Öresund Event Center arbejde gennem følgende tre områder:

Komptenceudvikling: Centerets partnere samles til workshops, masterclasses, uddannelse, studieture, konferencer, erfaringsgrupper, inspirations- og netværksmøder. Fokus er på den nyeste viden inden for eventområdet. Førrende eksperter fra ind- og udland præsenterer cases og stiller viden til rådighed. Formålet er at løfte hele Øresundsregionens eventbranche, skabe nye og formaliserede netværk og faste strukturer for erfaringsudveksling.

Eventudvikling: Regionen råder over et stort men også uudnyttet potentiale, når det gælder integration inden for eventområdet. Öresund Event Center

skal understøtte eksisterende eventorganisationers arbejde ved at stille analyser, research og udviklingsressourcer til rådighed. Centeret arbejder som støttefunktion inden for følgende hovedområder: sport, kultur og viden. Fokus inden for alle tre områder er at udnytte interregionale potentialer og udvikle integrationen af events. Öresund Event Center involveres kun i events, der har internationale ambitioner.

Videndeling: Udvikling af et online forum som er tilgængeligt via web og sociale medieplatforme. Best cases, artikler, analyser og anden relevant eventviden fra ind- og udland.

Öresund Event Center skaber for første gang en samlet Øresundsregional eventstyrke, der kan konkurrere med andre regioner i udviklingen og tiltrækningen af events. Centeret drives som et EU-finansieret Interreg projekt og administreres af et sekretariat placeret i Wonderful Copenhagen, der er leadpartner. Koordinerende partner er Event Skåne. Derudover består Öresund Event Center af en række kommunale og regionale partner på både den danske og svenske side. Region Hovedstaden, Region Skåne og Region Sjælland bidrager til projektet.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Diversiteten

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (4), Relevant for regionens borgere (3), Afspejler regionens unikke kvaliteter (2), Internationalt potentiale (5)

11. APPENDIKS

11.3.1.2 Mobilisering af frivillige

Formål: At professionalisere udviklingen og afviklingen af store events gennem mobilisering af frivillige i hele Øresundsregionen.

Beskrivelse: Frivillige borgere spiller en væsentlig rolle i forbindelse med professionel håndtering af store events. VM i landevejscykling og VM i håndbold er gode Øresundsregionale eksempler herpå. Deltagere og gæster blev modtaget af glade og hjælpsomme borgere, der repræsenterede en åben, imødekommende Øresundsregion.

For eventarrangørerne resulterer den lokale frivillige forankring i bedre udnyttelse af ressourcer, optimering af logistik og en mulighed for lokalt at etablere varige relationer og kompetente beredskaber, som kan håndtere store events.

Der er en række fordele forbundet med at involvere borgere i udviklingen og afviklingen af events. Ved at aktivere lokale kræfter skabes der ambassadører med ejerskab og ansvar for den pågældende event og et sammenhold, som styrker mulighederne for at få ting til at ske.

Denne udvikling kommer imidlertid ikke af sig selv. Den skal håndteres med forståelse for såvel den store overordnede organisering som de lokale forhold ud fra modellen: *Central styring og lokal forankring*.

Frivillige initiativer skal have lokal forankring, så de frivillige kan forholde sig til opgaven i relation til den by og den hverdag, de lever i. Omvendt er det også

en meget stor fordel at have en centralt styret organisation, som kan samle indsatsen organisatorisk og politisk. Det samme gælder den overordnede planlægning og efteruddannelse af de frivillige.

Uddannelse og sammenhold er nemlig kimen til frivilligt engagement, og derfor bør man i Øresundsregionen arbejde med en tværgående strategi, hvor man decentralt tiltrækker og fastholder de frivillige grupper, der hver især kan bidrage til udvikling af afvikling af regionens events.

Den centrale styring af de lokale initiativer er vigtig for at kunne håndtere store opgaver og ruste flere mindre grupper til en samlet opgaveløsning. Centralt ville man omvendt også skulle gøre en stor indsats for samtidig at understøtte og igangsætte mindre lokale aktiviteter, som i tiden mellem store events kan samle og socialisere de enkelte lokale grupper.

Lokalt forankrede frivillighedskorps, som også kan aktiveres Øresundsregionalt, skal tage udgangspunkt i de regionale styrker og de regionale forskelligheder, som regionen indeholder.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Livsstilen

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (4), Relevant for regionens borgere (4), Afspejler regionens unikke kvaliteter (3), Internationalt potentiale (3)

11. APPENDIKS

11.3.1.3 Outreach

Formål: At maksimere effekten og forankringen af værtskabet for kongresser.

Beskrivelse: Som udgangspunkt er kongresser fagspecifikke og dermed ikke direkte relevante for borgerne. Gennem folkelige outreach aktiviteter er det imidlertid muligt at skabe en regional forankring og en bredere interesse for indholdet på en kongres.

I forbindelse med værtskabet i København i 2012 for European Wind Energy Conference & Exhibition, der er Europas største vindenergikonference med ca. 10.000 deltagere, udvikles der et omfattende outreach program under betegnelsen Mindblowing. Det samme gør sig gældende i forbindelse med værtskabet for Euroscience Open Forum i 2014.

Denne strategi skal fortsætte fremover. Der bør allerede i ansøgningsfasen på store kongresser tænkes i outreach aktiviteter samt en mulig Øresunds-regional vinkel.

Tidsplan: Fase 2-3

Øresundsregionens generelle styrker: Det grønne

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (4), Relevant for regionens borgere (4), Afspejler regionens unikke kvaliteter (4), Internationalt potentiale (2)

11.3.1.4 Øresund Card

Formål: At gøre det nemmere og billigere for borgere og turister at udnytte Øresundsregionens samlede udbud af attraktioner. At præsentere regionen som en sammenhængende destination.

Beskrivelse: I mere end 20 år har København haft et Copenhagen Card, der giver fri entré til museer og attraktioner samt gratis transport med bus, tog og Metro i en periode på 24 eller 72 timer. Kortet er en veldokumenteret succes med ca. 60.000 solgte kort i 2011. Ved hjælp af samme chip-teknologi som benyttes på betalingskort er det muligt at registrere, hvordan borgerne og turisterne anvender deres Copenhagen Card. Denne indsigt i sammenhængen mellem adfærd og attraktioner kan bruges strategisk i den videre udvikling af kortets muligheder.

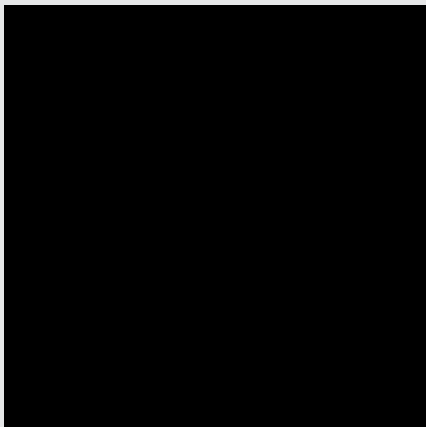
Øresund Card skal ses som en udvidelse af det geografiske område, hvor borgerne og turisterne kan anvende kortet. Med Øresund Card vil det være muligt at benytte regionens samlede transportnet inklusive Øresundstog og sundbusser. Kortet indeholder et bredt udbud af museer og attraktioner på begge sider af sundet.

Øresund Card kan udvides med endnu en dimension: Øresund Golf Card. Regionen råder over ca. 90 golfbaner af høj international standard, og disse kan integreres i konceptet, så golfinteresserede turister kan spille med fri adgang på alle golfbaner.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Kulturarven + Diversiteten

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (3), Afspejler regionens unikke kvaliteter (4), Internationalt potentiale (4)



11.3.2 Mega-events

Nedenstående idéer kategoriseres som mega-events, da de som udgangspunkt vurderes at have et særdeles omfattende logistisk og økonomisk setup, et stort internationalt publikum samt et markant internationalt potentiale. Nøgleord er i denne sammenhæng vækst, global branding og legacy. Fælles for disse mega-events er også, at en eventuel realisering sker ved at byde på værtskabet i konkurrence med andre destinationer.

11.3.2.1 Fodbold

Formål: At skabe international opmærksomhed om Øresundsregionen i forbindelse med en stor sportevent.

Beskrivelse: Ved at udnytte regionens samlede faciliteter er det muligt at gennemføre en event, der vil være for stor en udfordring på den danske eller svenske side alene. Der eksisterer flere turneringer, som kræver en grundig research med henblik på at lokalisere den event, hvor Øresundsregionen har de bedste chancer for at vinde et fælles værtskab.

FIFA VM for kvinder 2019: Kvindefodbold er på globalt plan i vækst både blandt deltagere og tilskuere. Ved VM i Tyskland i 2011 nåede denne tendens sin foreløbige kulmination ved at sætte adskillige rekorder for antal tv-seere i både Tyskland, USA, Frankrig og Japan. I værtslandet var seertallet til Tysklands kampe endda det højeste til en sportevent siden mændenes VM finale i Sydafrika i 2010. Finalen blev spillet foran 48.817 tilskuere på Frankfurts udsolgte VM-stadion.

FIFA U-20 VM 2019: I 2011 blev den 18. udgave af U-20 VM afholdt i Colombia. Mere end 1 mio. solgte billetter til turneringen og verdensomspændende tv-transmission taler sit tydelige sprog om en populær event. Det skyldes bl.a. muligheden for at se morgendagens stjerner. I 2015 afholdes U-20 VM i New Zealand, men 2019 kunne være en mulighed for Øresundsregionen.

FIFA U-17 VM 2019: I 2011 blev den 14. udgave af U-17 VM afholdt i Mexico, der også vandt turneringen. På lige fod med U-20 VM er populariteten omkring U-17 globalt stigende.

UEFA Regions Cup: UEFA Regions Cup er et europæisk fodboldmesterskab for amatører. Hvert land kan på baggrund af en national turnering stille med et hold til mesterskabet. UEFA Regions Cup er siden starten i 1999 afholdt hvert andet år, og i 2011 blev det afviklet i Braga, Portugal. Den internationale opmærksomhed på mesterskaber for amatører er noget mindre end ved de professionelle, men til gengæld rummer eventen nogle positive kvaliteter omkring breddeidræt.

Tidsplan: Fase 2-3

Øresundsregionens generelle styrker: Ingen direkte relation

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (5), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (4), Afspejler regionens unikke kvaliteter (2), Internationalt potentiale (5)

11. APPENDIKS

11.3.2.2 Ishockey

Formål: At skabe international opmærksomhed om Øresundsregionen i forbindelse med en stor sportevent.

Beskrivelse: I 2006 ansøgte Danmarks Ishockey Union om værtskabet for VM i ishockey 2012. Det primære spillested skulle være en nyopført multiarena ved Bella Center i København, og det andet spillested enten Herning Messecenter eller Brøndbyhallen. I 2007 trak Danmarks Ishockey Union sin ansøgning tilbage primært grundet de udskudte planer om en multiarena i København.

Siden da har virkeligheden ændret sig, og en multiarena forventes at stå klar i 2015 i København. Hermed åbner nye muligheder for i fællesskab med Malmø Arena at optimere udnyttelsen af Øresundsregionens samlede faciliteter. Med en transporttid på ca. et kvarter mellem de to multiarenaer, vil denne løsning være endnu mere attraktiv end den, man præsenterede i 2006.

De kommende ishockey VM i 2012 og 2013 spilles i Sverige og Finland med delt værtskab, og Junior VM i 2014 spilles i Malmø, der havde støtte fra Danmarks Ishockey Union i forbindelse med deres bud. Der er med andre ord god grund til at byde på et fælles værtskab for VM i ishockey fx i 2017 eller 2018.

Tidsplan: Fase 2

Øresundsregionens generelle styrker: Ingen direkte relation

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (5), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (4), Afspejler regionens unikke kvaliteter (2), Internationalt potentiale (5)

11.3.2.3 Cykling

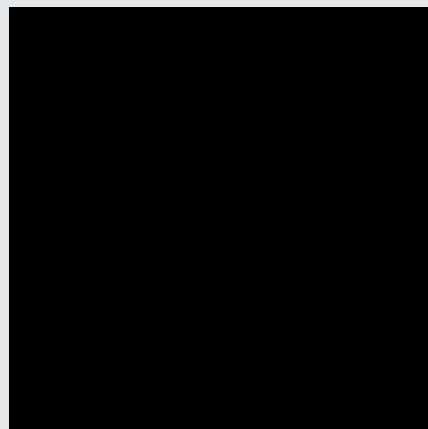
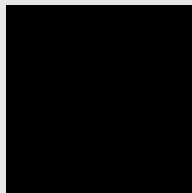
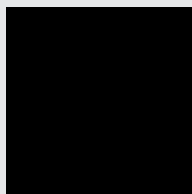
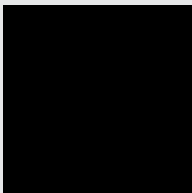
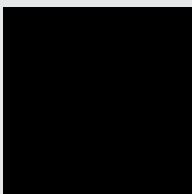
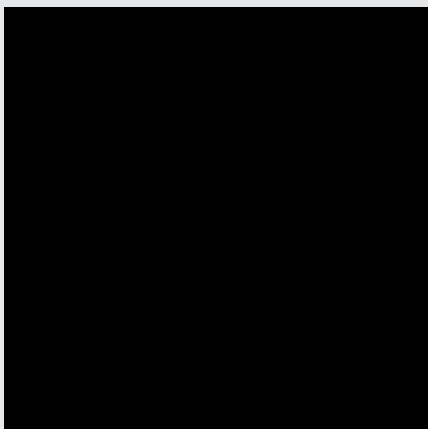
Formål: At vise Øresundsregionen som en sammenhængende region ved hjælp af veletablerede sportevents.

Beskrivelse: Med afsæt i Øresundsregionens unikke cykelkultur og den succesfulde afvikling af VM i BMX og VM i landevej i 2011 er der god grund til at fortsætte med at tiltrække og udvikle events inden for denne sportsgren. Følgende events er umiddelbart relevante i Øresundsregionalt perspektiv:

Post Danmark Rundt: Post Danmark Rundt har siden starten i 1985 udviklet sig til Danmarks største årligt tilbagevendende sportevent. 500.000 tilskuere møder op langs ruten, og hen over ugen følger over halvdelen af befolkningen løbet i medierne. Med flere af verdens bedste cykelhold og stjerner til start er Post Danmark Rundt blevet en markant international sportevent.

Der bør arbejdes på at udvikle en etape, hvor især Øresundsbroen og den svenske side af regionen integreres i løbet. Som så mange andre cykelløb er en del af attraktionskraften for de mange tv-seere de flotte billeder, når feltet passerer gennem landskabet. Det ultimative eksempel på dette er som bekendt Tour de France. I mindre målestok kan Post Danmark Rundt blive en platform til at fremvise det bedste fra en sammenhængende og attraktiv Øresundsregion.

I 2009 blev selskaberne Post Danmark og Posten AB lagt sammen under det fælles statsejede svenske selskab Posten Norden AB. Dette ejerforhold bør også kunne styrke mulighederne for en svensk etape.



Tyskland Rundt 2020: Tyskland Rundt er det største etapeløb i Tyskland og klassificeres som værende på niveauet under Tour de France, Vuelta a España og Giro d'Italia. Etapeløbet har deltagelse af verdens bedste cykelhold og genererer især i Tyskland massiv interesse.

I forbindelse med åbningen af Femern forbindelsen i 2020 knyttes det store tyske marked tæt til Øresundsregionen, og det skal udnyttes eventmæssigt. Der bør derfor arbejdes på at trække etapeløbet Tyskland Rundt nordpå med 2-3 etaper, hvor feltet kører rundt i Øresundsregionen. Såfremt det kan realiseres, vil en etape med start gennem sænketunnelen være optimal.

UCI World Cycling Tour 2012-2014: I direkte forlængelse af VM i landevej har København fået tildelt et treårigt værtskab for en afdeling af amatørernes cykel-VM, kaldet UCI World Cycling Tour. I afdelingen i København kan man køre sig til en startplads i den store finale sidst på sæsonen, hvor verdensmestrene kåres i forskellige aldersklasser hos herrer og damer. Da eventen er tilbagevendende i en treårig periode, er der et oplagt potentiale for at tilføre UCI World Cycling Tour en Øresundsregional dimension.

Tidsplan: Fase 2-3

Øresundsregionens generelle styrker: Vandet + Det grønne + Livsstilen

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (4), Regional forankring (2), Relevant for regionens borgere (3), Afspejler regionens unikke kvaliteter (5), Internationalt potentiale (4)

11.3.2.4 MTV Europe Music Awards

Formål: At brande Øresundsregionen internationalt som en attraktiv destination for den yngre målgruppe gennem en højt profileret event inden for populærkultur.

Beskrivelse: TV Europe Music Awards blev i 2006 afholdt i København og havde ca. 100 mio. tv-seere. Showet foregik samtidigt i Bella Center og på Rådhuspladsen, hvilket sikrede at eventen blev integreret i byrummet. Der blev endvidere skabt lokal forankring gennem Copenhagen Music Week, der samlede byens musikscene med et bredt udbud af koncerter i dagene op til MTV Europe Music Awards. Strøm, der er en årligt tilbagevendende event for elektronisk musik, er en direkte udløber af Copenhagen Music Week.

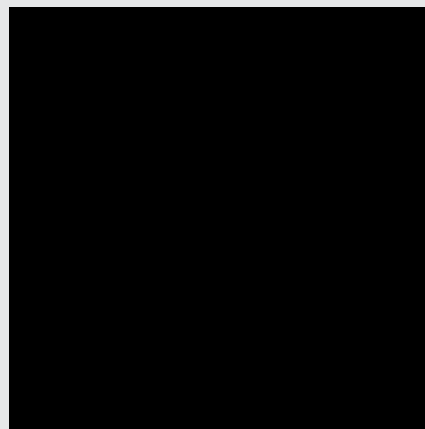
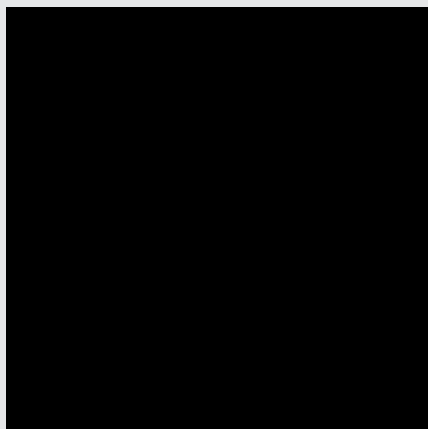
En Øresundsregional version af MTV Europe Music Awards kan foregå efter samme model som i 2006. Malmø Arena danner rammen om et award show, mens Rådhuspladsen i København udnyttes til en stor offentlig event med koncerter fra flere af de nominerede kunstnere samt et udvalg af de bedste kunstnere fra Øresundsregionen.

I forbindelse med transmissionen skal der, som det var tilfældet i 2006, fokuseres på at få integreret billedmateriale/redaktionelt indhold med Øresundsregionen som omdrejningspunkt.

Tidsplan: Fase 2

Øresundsregionens generelle styrker: Livsstilen

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (3), Afspejler regionens unikke kvaliteter (2), Internationalt potentiale (5)



11. APPENDIKS

11.3.2.5 Expo 2022

Formål: At skabe massiv international opmærksomhed omkring Øresundsregionen ved afholdelse af en megaevent.

Beskrivelse: Expo er en verdensudstilling, der blev afholdt for første gang i London i 1851. Det er et internationalt udstillingsvindue, hvor verdens lande kan markedsføre sine kompetencer og brande nationen. Hver 5. år afholdes Expo i stor skala, og i de mellemliggende år afholdes mindre versioner med ca. to års mellemrum. De mindre versioner kendetegnes ved at have et afgrænset tema: Water and the Sustainable Development (Zaragoza, 2008) og The Living Ocean and Coast: Diversity of Resources and Sustainable Activities (Yeosu, 2012)

I 2010 var Shanghai vært for Expo i stor skala, og på baggrund af indtrykkelserne derfra samt analyser af krav til værtsdestinationen hersker der i dag bred enighed om, at København og Øresundsregionen som helhed bør fokusere anderledes i relation til Expo.

Den mindre udgave af Expo i 2022 er derimod en mere realistisk event. Der er ikke fortilfælde, hvor to byer eller lande har delt værtskabet, men der er samtidig heller ingen krav, der forhindrer muligheden af det. I et fælles bud på værtskabet fordelt mellem København og Malmø vil det være oplagt at skabe et tema inden for et af de områder, hvor vi er markedsførende: cleantech, life science eller IT.

Expo vil kunne fungere som en vigtig ledestjerne for hele Øresundsregionen, og den kan være løftestang for byudvikling, mobilisere sponsorer og skabe bred debat. Udviklingen i både Stockholm og Manchester startede fx med afsæt i byernes kandidatur til OL, og i mindre målestok var Kulturby96 i København kraftigt medvirkende til et løft af hele den kulturelle sektor. En beslutning om at byde på Expo værtskab tages ca. 10 år forinden.

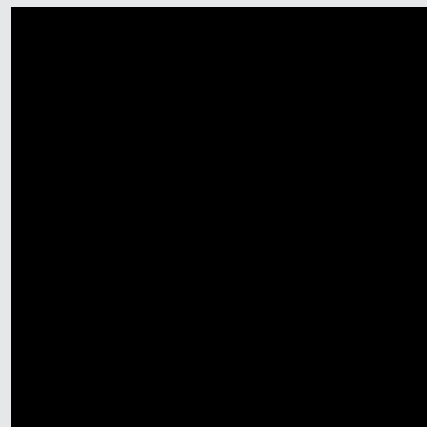
Tidsplan: Fase 3

Øresundsregionens generelle styrker: Det grønne + Livsstilen

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (5), Regional forankring (5), Relevant for regionens borgere (5), Afspejler regionens unikke kvaliteter (5), Internationalt potentiale (5)

11.3.3 Øresundsregionalt funderede events

Nedenstående idéer er kendetegnede ved at tage udgangspunkt i Øresundsregionens unikke karakteristika og tidligere skitserede styrkeområder. Her er primært tale om videreudvikling og nyudvikling med afsæt i eksisterende miljøer og kompetencer. Flere af disse idéer rummer en integrerende dimension, der fokuserer på at skabe sammenhæng mellem borgere på tværs af Øresundsregionen.



11. APPENDIKS

11.3.3.1 Øresund Street Games

Formål: At skabe Øresundsregional integration gennem en nyudviklet sportevent.

Beskrivelse: Øresund Street Games fokuserer på konkurrencer og opvisninger inden for discipliner, der knytter sig specifikt til gadekultur. København, Roskilde og Malmø har fx alle internationalt anerkendte skateparks, der kan aktiveres. Street basketball, gade fodbold, bmx og street art bør også være en del af programmet.

Øresund Street Games skal være en årligt tilbagevendende sportevent, hvor børn og unge fra Sjælland, Hovedstadsregionen og Skåne mødes til en turnering med henblik på at konkurrere om Øresundsmesterskabet. Øresund Street Games afholdes på rotation mellem de tre regioner, der kan sprede aktiviteterne ud over den pågældende regions samlede gade- og sportsfaciliteter. På længere sigt kan konceptet udvides med mesterskaber efter samme model som den svenske event SM-veckan eller X Games, hvor professionelle udøvere fra andre nationer kan deltage. Herved vil Øresund Street Games kunne opnå endnu større international gennemslagskraft.

Tidsplan: Fase 2

Øresundsregionens generelle styrker: Livsstilen

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (5), Relevant for regionens borgere (5), Afspejler regionens unikke kvaliteter (3), Internationalt potentiale (3)

11.3.3.2 Broløbet

Formål: At vise Øresundsregionen som en sammenhængende region ved hjælp af en spektakulær sportevent.

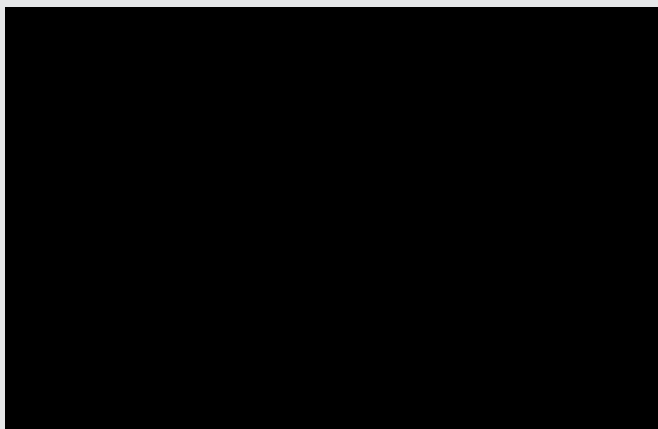
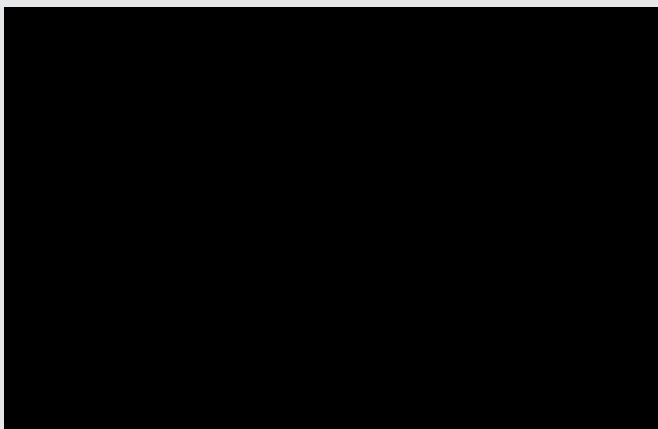
Beskrivelse: Broløbet er som event blevet synonym med en sammenhængende Øresundsregion, fordi løbet blev lanceret i forbindelse med Øresundsbroens åbning i 2000. Dengang deltog 80.000 motionister på halvmaraton distancen og den efterfølgende folkefest. Siden da er Broløbet blevet afviklet uregelmæssigt, men i forbindelse med fejringen af Øresund 10 År blev løbet atter afviklet efter det oprindelige koncept. Det blev en stor og udsolgt succes, som mange ønsker sig som årligt tilbagevendende.

Broløbet bør relanceres som en tradition med endnu større fokus på at skabe en folkefest for Øresundsregionens borgere i forbindelse med løbet. Udover at være et smukt symbol på en sammenhængende region, rummer Broløbet kvaliteter som motion, sund livsstil og livsglæde.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Vandet + Livsstilen

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (4), Regional forankring (4), Relevant for regionens borgere (4), Afspejler regionens unikke kvaliteter (4), Internationalt potentiale (3)



11. APPENDIKS

11.3.3.3 Two Bridges Marathon

Formål: At vise Øresundsregionen som en sammenhængende region ved hjælp af en unik og spektakulær sportevent.

Beskrivelse: Brølobet over Øresundsbroen er i sig selv en spektakulær event, men hvis det kombineres med brølobet over Storebæltsbroen, er der samlet set tale om en unik event med stort internationalt potentiale.

Løbet består af to halvmaraton, så deltagerne løber en maraton fordelt over to dage. Bornholm har stor succes med en lignende event kaldet Etape Bornholm, hvor deltagerne løber en maraton fordelt over fem etaper på øen. Two Bridges Marathon vil adskille sig fra de fleste andre løb på verdensplan, og det vurderes at det vil kunne tiltrække eventyrlystne løbere fra ind- og udland.

Endnu en fordel ved konceptet er, at deltagerne potentielt opholder sig længere tid i regionen, fordi løbet er fordelt over to dage i modsætning til en traditionel maraton.

Tidsplan: Fase 2

Øresundsregionens generelle styrker: Vandet

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (4), Regional forankring (4), Relevant for regionens borgere (4), Afspejler regionens unikke kvaliteter (5), Internationalt potentiale (4)

11.3.3.4 Øresund Race

Formål: At iscenesætte Øresundsregionens maritime traditioner i forbindelse med en folkelig sportevent.

Beskrivelse: resundsregionen er erhvervmæssigt stærkt præget af det omkringliggende vand. Copenhagen Malmö Port har siden 2001 stået for det grænseoverskridende samarbejde mellem de to byers havne. Verdens største containerrederi Mærsk Line har hovedsæde i regionen, og cruise sektoren sætter hvert år nye rekorder. På det rekreative og sportslige område er tilknytningen til havet også tydelig fx gennem sejlads.

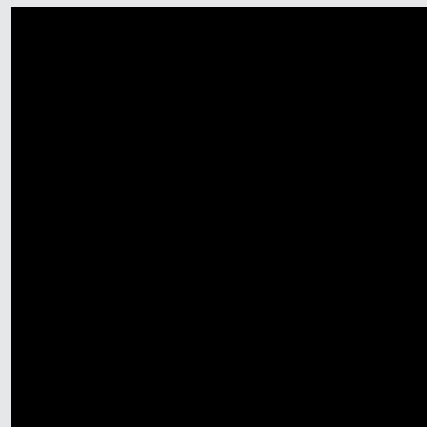
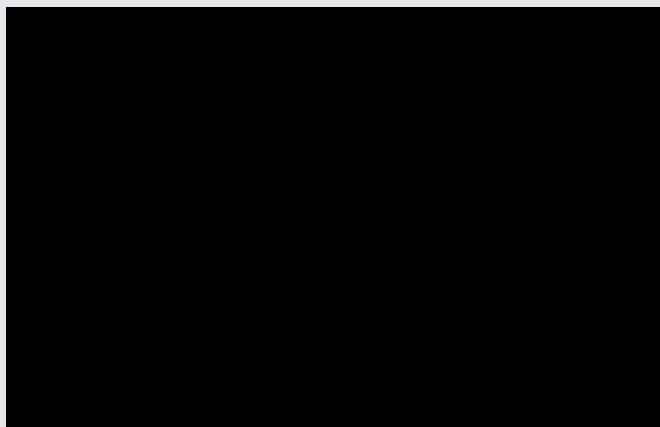
Der bør nyudvikles en grand prix kapsejlad med 2-3 etaper fordelt i Øresund. Kapsejladserne Hven Rundt og Saltholm Rundt eksisterer i dag og kan med fordel tænkes sammen i en større kontekst. Da distancerne er relativt beskedne, vil det være muligt med bred deltagelse fra både amatører og professionelle samt gennemførelse henover en weekend.

Øresund Race bør også kobles med Øresund Havnefest, da der kan skabes gode synergier herved.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Vandet

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (4), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (2), Afspejler regionens unikke kvaliteter (4), Internationalt potentiale (2)



11. APPENDIKS

11.3.3.5 Øresund E-Games

Formål: At udnytte Øresundsregionens IT-kompetencer og tiltrække internationale talenter.

Beskrivelse: I 2009 oprettede Økonomi- og Erhvervsministeriet en række oplevelseszoner med henblik på at skabe vækst inden for udvalgte erhverv, heriblandt computerspil. Over en periode på tre år arbejdes der med uddannelse, kompetenceudvikling, netværk og forretningsudvikling.

Copenhagen Games er en eksisterende tilbagevendende event med fokus på esport og elektronisk underholdning. Der bør etableres en tæt kobling mellem aktørerne i oplevelseszonen og arrangørerne af Copenhagen Games med henblik på en endnu bedre udnyttelse af det vækst- og eventpotentiale, som genren indeholder. IT universiteter i hele Øresundsregionen, Nordic Game konferencen i Malmø og aktører fra Hamborg bør eventuelt involveres i projektet.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Livsstilen

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (2), Afspejler regionens unikke kvaliteter (3), Internationalt potentiale (3)

11.3.3.6 Øresund Havnefest

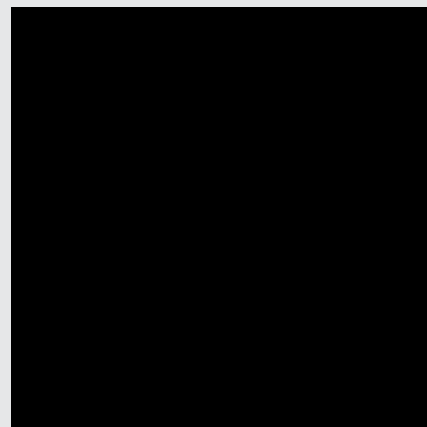
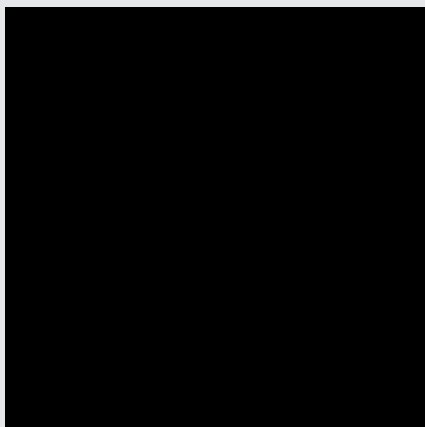
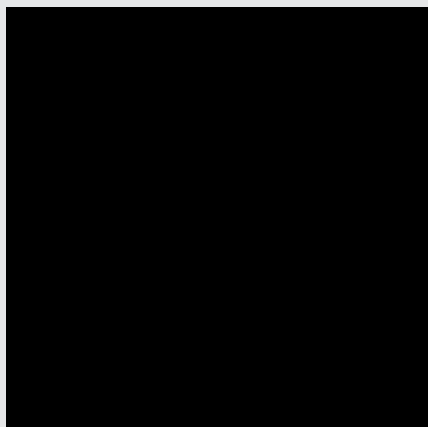
Formål: At iscenesætte og udnytte Øresundsregionens maritime miljø til en bred og folkelig fest med vandet som omdrejningspunkt.

Beskrivelse: Siden 2001 har den årligt tilbagevendende event Kulturhavn gennem kulturelle og sportslige aktiviteter sat fokus på havneområdet i København, og i 2011 havde Kulturhavn ca. 80.000 besøgende. En lang række kystbyer i Øresundsregionen holder ligeledes årlige havnefester. Helsingør og Helsingborg har et livligt havnemiljø, og senest er Malmø Urban Beach kommet til. Potentialet inden for denne eventgenre er dog væsentligt større. Sammenligner vi med vores tyske naboer, har Kieler Woche ca. 3 mio. besøgende fra 70 lande, hvilket gør den til Nordeuropas største sommerfestival. Hafengeburtstag Hamburg har gennem mere end 800 år ligeledes etableret sig som en megaevent med stor international tiltrækningskraft. Begge events appellerer meget bredt i kraft af et varieret og folkeligt orienteret program bestående af koncerter, markeder, fyrværkeri og sejlads i alle afskygninger. Øresund Havnefest skal være en årligt tilbagevendende folkefest med aktiviteter i hele Øresundsregionen. Ved at tage afsæt i eksisterende events som Kulturhavn, er der skabt et solidt fundament for en event, der både vil appellere regionalt og internationalt.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Vandet + Livsstilen

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (4), Regional forankring (5), Relevant for regionens borgere (5), Afspejler regionens unikke kvaliteter (4), Internationalt potentiale (4)



11. APPENDIKS

11.3.3.7 Øresund Cooking

Formål: At udnytte den internationale opmærksomhed på nordisk gastronomi til at positionere Øresundsregionen som en attraktiv gourmetdestination.

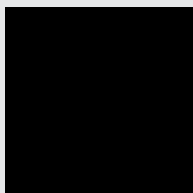
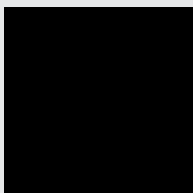
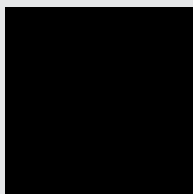
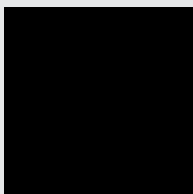
Beskrivelse: Copenhagen Cooking er siden begyndelsen i 2005 vokset til at blive en af Nordeuropas største madfestivaler med ca. 75.000 gæster årligt. I forbindelse med Øresund 10 År fejringen indgik gastronomien som et tema under betegnelsen Øresund Cooking, der bød på regionale aktiviteter og dansk/svensk kokkeudveksling. Mat i Malmø er ligeledes blevet et etableret begreb i relation til Malmø Festival og julemarkederne, men potentialet for Øresundsregional udbredelse og international gennemslagskraft vurderes dog at være langt større. Til sammenligning præsenterer fx Melbourne Food & Wine Festival hvert år et omfattende regionalt program for sine ca. 300.000 gæster, og det involverer det meste af delstaten Victoria.

Efter samme koncept bør Copenhagen Cooking rumme en markant Øresundsregional dimension, der inviterer gæster til at smage på hele regionen. Nærheden til vandet og naturen gør det relativt nemt at skabe forbindelsen fra jord til bord gennem regionale aktiviteter. Det skal foregå ved en bredere inddragelse af frugt- og grøntsagsavlere, fiskere, regionale specialproducenter, landbruget, jægere, skoler og relevante kulturinstitutioner.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Kulturarven + Det grønne

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (4), Relevant for regionens borgere (4), Afspejler regionens unikke kvaliteter (4), Internationalt potentiale (4)



11.3.3.8 Det historiske Øresund

Formål: At aktivere og udnytte vores kulturarv til at skabe events med afsæt i det, der gør Øresundsregionen unik.

Beskrivelse: Vores kulturarv og historie er i høj grad noget af det, der er unikt og autentisk for Øresundsregionen, og netop derfor har fortiden en attraktivitet på de fleste turister. Det historiske formidles som regel af museumsinstitutionerne gennem udstillinger, men der er også et stort potentiale for at kapitalisere på genren via events.

Vikingetiden er af stor relevans i relation til at skabe international gennemslagskraft. Der skal derfor udvikles en vikingefestival med afsæt i de kraftcentre, der findes på både den danske og svenske side af Øresund. Vikingespillet i Frederikssund har eksisteret i 60 år, bopladserne i Trelleborg, Löddeköpinge, Lejre, Roskilde samt en stort anlagt udstilling om vikingetiden på Nationalmuseet i 2013 peger alt sammen i retningen af en samling af aktiviteterne i form af en ambitiøs vikingevent.

Golden Days festival har siden 1993 tematiseret dansk og københavnsk historie med fokus på en ny epoke hvert år. Det historiske gøres vedkommende og levende gennem et bredt program af kulturelle arrangementer. Foreløbig deltager 26 kommuner i hovedstadsområdet i Danmark i en kulturaftale med Kulturministeriet i perioden 2012-2015. En del af aftalen omhandler begivenheder og en spredning af Golden Days festivalen i hovedstadsområdet og potentielt også i Øresundsregionen indgår som et konkret tiltag i kulturaftalen. Golden Days vil de kommende år med stor sandsynlighed vokse sig større. Der bør arbejdes på at gøre Golden Days til en Øresundsregional begivenhed.

Middelalderen tematiseres i dag gennem markeder og skuespil flere steder i regionen. Denne tidsalder rummer også et uforløst potentiale for en samling af regionens spredte aktiviteter til en internationalt orienteret event.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Kulturarven

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (4), Afspejler regionens unikke kvaliteter (5), Internationalt potentiale (4)

11. APPENDIKS

11.3.3.9 Musik og kunst

Formål: At brande Øresundsregionen som en attraktiv destination med et rigt og varieret kunst- og musikliv.

Beskrivelse: Øresundsregionen har navnlig inden for musik og kunst internationalt niveau. Med en lang række anerkendte kulturinstitutioner og festivaler er der basis for at skabe flere eventbaserede samarbejder, der knytter kulturelle bånd på tværs af hele Øresundsregionen.

Music and Art Around er en eksisterende event, der siden 2002 har skabt samarbejde mellem forskellige orkesterinstitutioner og samtidskunstens store institutioner på begge sider af Øresund. Music and Art Around rummer et endnu større potentiale for at tiltrække internationale gæster til Øresundsregionen, og derfor bør der sættes målrettet på en udvidelse af eventen. Dette kunne eksempelvis ske ved at bygge bro mellem eventens overvejende klassiske indhold og ungdomskulturen repræsenteret ved fx Copenhagen Distortion.

Copenhagen Distortion har siden 2000 skabt en eksplosivt voksende event på gadeplan, hvor musik, kunst og fest blandes på helt nye måder. I 2011 havde Distortion mere end 120.000 gæster. Distortion bør gøres Øresundsregional ved at have en række udvalgte satellitter i fx Malmø, Helsingør og Roskilde. Der har tidligere været afholdt pilotprojekter i Malmø, så dette eksperiment skal underbygges.

I 2012 afvikles Copenhagen Contemporary Art Festival i København. Ved fremadrettet at involvere flere af Øresundsregionens kunstinstitutioner bør der arbejdes på at gøre kunsthøjtidens til en markant tilbagevendende biennale med kraftcentre forskellige steder i regionen. I denne sammenhæng er byer som Berlin, Liverpool, Istanbul og Tirana til stor inspiration, da de alle har etableret vigtige kunstevents, som genererer international opmærksomhed.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Kulturarven + Livsstilen + Diversiteten
Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (4), Relevant for regionens borgere (4), Afspejler regionens unikke kvaliteter (4), Internationalt potentiale (4)

11.3.3.10 Grønne kongresser

Formål: At positionere Øresundsregionen som verdens førende inden for cleantech og grønne løsninger.

Beskrivelse: Med værtskabet for COP15 blev Øresundsregionen for alvor positioneret som en destination, der kan håndtere værtskaber for verdens allerstørste internationale events. Værtskabet betød en omfattende international profilering, men udfordringen er hvorvidt det i et længere perspektiv kan lykkes at kapitalisere på den internationale opmærksomhed, som COP15 har skabt i relation til internationale møder og konferencer.

Initiativet Green Conferences fokuserer målrettet på at skaffe en række betydningsfulde internationale konferencer til København gennem samarbejde med relevante offentlige og private partnere inden for det pågældende cluster. Konferencerne rummer alle væsentligt potentiale til at profilere, understøtte og videreføre regionens stærke position som førende indenfor klima, energi og grøn vækst.

Et udvalg af disse grønne konferencer kan tænkes i en bredere Øresundsregional kontekst både hvad angår ansøgning, værtskab og outreach:

International Renewable Energy Conference 2015: En af de vigtigste og hurtigst voksende konferencer inden for vedvarende energi. Der forventes ca. 15.000 deltagere.

European Wind Energy Conferences & Exhibitions 2016 eller 2020: Verdens største vindmøllekongres og udstilling. Der forventes ca. 15.000 delegerede. Kongressen i 2012 er vundet til København.

World Water Forum 2018: Den største og mest synlige internationale kongres for vandrelaterede spørgsmål. Der forventes ca. 30.000 deltagere.

Tidsplan: Fase 2-3

Øresundsregionens generelle styrker: Det grønne
Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (4), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (2), Afspejler regionens unikke kvaliteter (5), Internationalt potentiale (4)

11. APPENDIKS

11.3.3.11 Science Summer Camp

Formål: At styrke talentudviklingen inden for forskning gennem en nyetableret event for børn og unge i Øresundsregionen.

Beskrivelse: Talentfulde skoleelever og studerende på begge sider af sundet har i dag mulighed for at kvalificere sig til forskellige former for nationale og internationale konkurrencer inden for videnskab som fx olympiske lege i fysik. Konkurrencerne stimulerer de klogeste hoveder til en karriere som forskere, hvilket har stor potentiel værdi for samfundet.

Science Summer Camp er tænkt som en årligt tilbagevendende event med fokus på at stimulere børn og unges interesse for forskning med særlig vægt på de kompetencer, som Øresundsregionen er internationalt anerkendt for: Cleantech, life science og IT. Science Summer Camp er andet og mere end en konkurrence. Det er workshops, foredrag, talentudvikling og samarbejde med Øresundsregionens største videnbaserede virksomheder og uddannelsesinstitutioner.

Eventen kan eventuelt kobles til Tycho Brahe ved at foregå på øen Hven. En anderledes og attraktiv location, der på flere måder vil kunne tilføre eventen noget unikt, og så er den tilmed placeret midt i Øresund. Der kan også arbejdes med en kobling sydpå mod Hamborg.

Youth Goodwill Ambassador Corps, som er et internationalt netværk af studerende, der arbejder frivilligt for at promovere Danmark som en attraktiv destination for studie og arbejde, bør involveres i projektet.

Tidsplan: Fase 1

Øresundsregionens generelle styrker: Livsstilen

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (4), Relevant for regionens borgere (2), Afspejler regionens unikke kvaliteter (4), Internationalt potentiale (3)

11.3.3.12 ESS kongres

Formål: At udnytte etableringen af ESS til at tiltrække verdens bedste forskere til en årligt tilbagevendende kongres.

Beskrivelse: I Europa arbejdes der målrettet på at koordinere og samle udviklingen af forskningens infrastruktur i kraftcentre. European Strategy Forum on Research Infrastructures har medvirket til, at flere store projekter bliver realiseret, heriblandt European Spallation Source (ESS) i Lund/København.

ESS er et meget avanceret supermikroskop, der vil åbne i 2019 og være fuldt operationelt i 2025. ESS vil årligt tiltrække 3-5.000 forskere, som vil forske på stedet og gøre regionen til en af verdens førende inden for materialevidenskab. ESS har allerede indgået samarbejdsaftaler med komplementære anlæg i Hamborg.

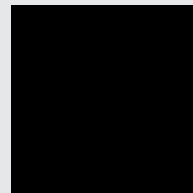
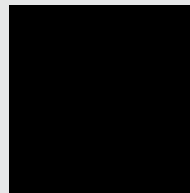
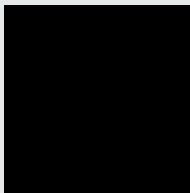
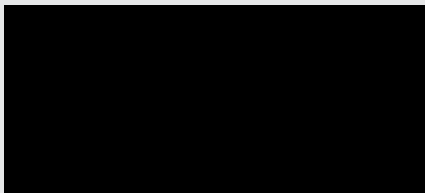
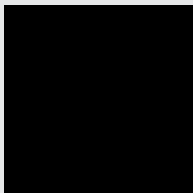
Tilstedeværelsen af ESS skal udover den løbende tilstrømning af forskere udnyttes til at nyudvikle en årligt tilbagevendende kongres inden for materialevidenskab. Lund, og dermed hele Øresundsregionen, skal være internationalt kendt som stedet, hvor den nyeste viden på feltet skabes og formidles.

Kongressen vil også medvirke til at tiltrække internationale fagjournalister til regionen, og der opstår således mulighed for at fortælle en bredere historie om Øresundsregionens clusters inden for life science, cleantech og IT.

Tidsplan: Fase 3

Øresundsregionens generelle styrker: Ingen direkte relation

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (4), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (1), Afspejler regionens unikke kvaliteter (3), Internationalt potentiale (4)



11. APPENDIKS

11.3.3.13 Øresund Design Week

Formål: At kapitalisere på det internationale kendskab til nordisk design gennem en tilbagevendende event.

Beskrivelse: I 2009 lancerede Økonomi- og Erhvervsministeriet biennalen Copenhagen Design Week, med det formål at skabe international opmærksomhed omkring design med særlig vægt på dansk/nordisk design.

I forbindelse med Copenhagen Design Week uddeles verdens største designpris INDEX: Award under budskabet Design to Improve Life. Prisen på 500.000 euro trækker stor international opmærksomhed. INDEX: organisationen har desuden indledt samarbejde med bl.a. Seoul om at eksportere deres særlige tilgang til design til forbedring af vores hverdag.

Copenhagen Design Week henvender sig både til designere, arkitekter, journalister, indkøbere, studerende og til den brede offentlighed gennem udstillinger, foredrag, seminarer og guidede ture. Øresund Design Week er tænkt

som et supplement til Copenhagen Design Week med et bredere fokus på inddragelse af såvel programindhold som publikum fra hele regionen.

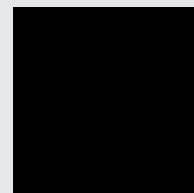
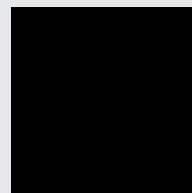
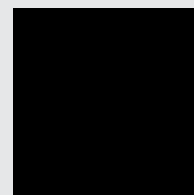
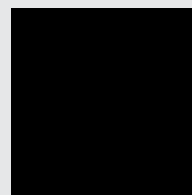
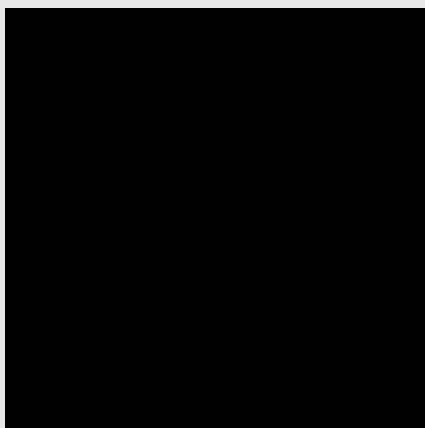
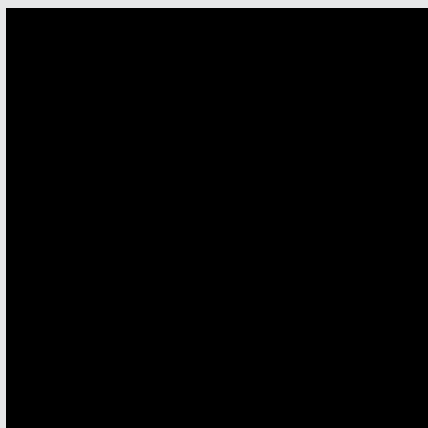
Efter samme principper som Music and Art Around bør eventen inddrage regionens væsentligste institutioner inden for design. En større og mere folkelig event er målsætningen.

I forlængelse heraf skal det nævnes, at København overvejer at byde på rettighederne til titlen *World Design Capital* i 2016. Inden for dette år vil der således være en lang række design events, som kan tilføres en Øresundsregional vinkel.

Tidsplan: Fase 2

Øresundsregionens generelle styrker: Kulturarven

Vurdering (1-5): Positive effekter/legacy (3), Regional forankring (3), Relevant for regionens borgere (3), Afspejler regionens unikke kvaliteter (4), Internationalt potentiale (3)



11. APPENDIKS

11.4 Appendiks til afsnit 4: Samlet eventoversigt

Nedenstående liste over tilbagevendende og enkeltstående events i Øresundsregionen er ikke fuldstændig. Den indeholder imidlertid et bredt og repræsentativt udvalg af de events, der har fundet og løbende finder sted.

Tilbagevendende events i Øresundsregionen

6-dages løb i Ballerup
Barda
Broløbet på Storebælt
Buster
Christiansborg Rundt
Collecta Swedish Open
Copenhagen Athletics Games
Copenhagen Beer Festival
Copenhagen Carnival
Copenhagen Castle Concerts
Copenhagen Cooking
Copenhagen Cycling
Copenhagen Design Week
Copenhagen Distortion
Copenhagen Fashion Week/Festival
Copenhagen Games
Copenhagen Historic Grand Prix
Copenhagen Jazz Festival
Copenhagen Marathon
Copenhagen Masters
Copenhagen Open
Copenhagen Opera Festival
Copenhagen Photo Festival
Copenhagen Pride
Copenhagen Summer Dance
CopenHELL
CPH PRO
CPH:DOX
CPH:PIX
Dansk Speedway Grand Prix
DHL-stafetten
Døllefjellemussemarked
e-Boks Sony Ericson Open WTA Tour 2012
Eskilscupen
Falsterbo Horse Show
Floor Wars Breakdance Battle

Frederikssund Vikingspil
Furesø Tennis Festival
Golden Days Festival
Helsingborgsfestivalen
INDEX:Award
Julemandsløb i Kalundborg
Kiviks Marknad
KMD Challenge Copenhagen
Konstrundorna
Kopenhagen Contemporary
Kristianstadsdagarna
Kultur og festdage i Gentofte
Kulturhavn
Kulturnatten
Ladies European Tour
Lolland/Falster Frugtfestival
Lundaspelen
Lys over Lolland
Malmö City Horse Show
Malmö Open
Malmöfestivalen
Metropolis
Mix Copenhagen
Music & Art Around
Onsdagskoncerter
Outstanding Halsnæs
OV Beachhandball
Post Danmark Rundt
Puppet Festival
RAW
Riddermarked på Esrum Kloster
Ringsjön Runt
Ringsted Festival
Roskilde Dyrskue
Roskilde Festival
Sensation
Siesta!
Sjælland Rundt
Sjælsø Rundt
Skistar Swedish Open
Sommarscen Malmö
Spring Dance på Carlsberg
STCC

Stella Polaris
STRØM
The Princess
Trailerpark Festival
Vallåkra träffen
Vigfestivalen
Waves
Wondercool
Wundergrund
Ystad Jazzfestival
Zulu Comedy Festival
Ørestad Kultur Dage
Øresund Rally
Åhus Beachhandball

Enkeltstående events afholdt i Øresundsregionen

2000 UEFA Cup finale
2000 Åbning af Øresundsbroen
2003 European Figure Skating Championship
2003 Solheim Cup
2003 Wonderful Wedding Week
2005 Louis Vuitton Acts 6 & 7 of the 32nd America's Cup
2006 EM håndbold damer
2006 MTV EMA/Copenhagen Music Week
2008 European Film Awards
2008 European Masters Games
2008 Ju-jitsu World Championship
2009 COP 15 FN's Klimakonference
2009 IOC-kongres
2009 U-21 EM fodbold
2009 UEFA-kongres
2009 VM Taekwondo
2009 Womex
2009 World Outgames
2010 Bike City Copenhagen/VM banecykling
2010 Womex
2011 ASSITEJ Performing Arts Festival
2011 VM BMX
2011 VM håndbold herrer
2011 VM landevejscykling og enkeltstart
2011 Womex
2011 World Scout Jamboree

Eventstrategi for Øresundsregionen er skrevet af:

Thomas Meier Lorenzen, event managementchef, Wonderful Copenhagen

Martin Bender, event & kongresdirektør, Wonderful Copenhagen

I tæt samarbejde med arbejdsgruppen, som består af:

Anette Moss, udviklingskonsulent, Region Sjælland

Henrik Gidlund, senior projektleder, Event in Skåne

Johan Hermansson, eventchef, Malmö Stad

Mads Elling, udviklingskonsulent, Københavns Kommune

Ulrich Ammundsen, sekretariatschef, Wonderful Copenhagen

Eventstrategi for Øresundsregionen er løbende afstemt med referencegruppen, som består af:

Bettina Elisabeth Kampmann, fuldmægtig, Økonomi- og Erhvervsministeriet

Gitte Grønfeld Wille, seniorrådgiver, Øresundskomiteen

Henrik Madsen, udviklingschef, Region Hovedstaden

Johan Lundell, eventchef, Helsingborg Kommune

Jørgen Sprogøe Petersen, kultur- og fritidschef, Helsingør Kommune

Mads Kamp Hansen, planlægningschef, Københavns Kommune

Mikael Stammering, direktør, Øresundskomiteen

Nina Thestrup Wulff, marketingchef, Øresundsbron

Pehr Palm, direktør, Event in Skåne

Rune Holm Andersen, konsulent, Region Hovedstaden

Stefan Svensson, forretningsudvikler, Tourism in Skåne

Tonni Kragh, udviklingschef, Region Sjælland

Tak til

Der skal lyde en tak til Øresundsregionens kommuner, kulturinstitutioner, eventorganisationer og virksomheder, som har bidraget med input i tilblivelsen af strategien. Ligeledes tak til Louise Kjær, sekretariatsleder Interreg, for støtte til projektet.

Derudover har følgende leveret værdifuldt indhold til strategien:

Franka Abrahamsen (sekretariatsleder, CPH Volunteers) og analyseafdelingen hos Wonderful Copenhagen.

Grafisk Design: Kiberg & Gormsen

Foto: Bridgphoto, Wonderful Copenhagen

Tryk: XXXXXXXX Print

Bagside