

Helsingborg Convention & Event Bureau

ÅRSRAPPORT 2019



**HEL
SING
BORG**

convention &
event bureau

Helsingborg Convention & Event Bureau är en del av Helsingborg Arena & Scen AB som ägs av Helsingborgs stad. Förutom Helsingborg Convention & Event Bureau ingår verksamheterna Helsingborg Arena, Sofiero slott och slottsträdgård, Helsingborgs Konserthus och Helsingborgs stadsteater i Helsingborg Arena & Scen AB. Bolaget finansieras till största del av offentliga medel.

HELSINGBORG ARENA & SCEN



ÅRSRAPPORT 2019

4	Johan Lundell summerar
7	Helsingborg Convention & Event Bureau tar världen till Helsingborg
8	Vårt uppdrag ökar pulsen i staden
10	Vi jämför möten och evenemang
12	Närstudie av ett lyckat case
14	Evenemangsfonden ger växtkraft
16	Värvningsprocessen – från idé till värvning
22	Genomfört under 2019
24	Värvningar 2019
28	Ur vår kalender
33	Ordlista
37	Summering
38	Kontakta oss

Stark spurt ger hopp om framtiden

Verksamheten fick en tuff start 2019 då ett par av medarbetarna samtidigt gick vidare till nya uppdrag. Men tack vare lyckade nyrekryteringar och omstrukturering av verksamheten avslutas året på bästa möjliga vis. ”Jag ser väldigt mycket fram emot nästa år”, säger chefen Johan Lundell.

HCEB:s tionde år kunde ha blivit en tråkig historia. Men efter en spännande omorganisation och två nya kollegor har verksamheten fått en rivstart som gett goda resultat. Det bådar gott inför 2020.

– Åtta månader, alltså två tredjedelar av verksamhetsåret, har HCEB inte varit bemannat till fullo. Det får självklart konsekvenser när det gäller värvningarna. Antalet möten som vi har värvat i år är därför det lägsta vi uppnått under våra tio år. Men sedan vi fått samtliga nya medarbetare på plats har våra säljare fullt fokus på att avsluta affärer. Nu mår HCEB väldigt bra, bättre än på länge, summerar Johan Lundell verksamhetsåret 2019.

Idag har verksamheten två säljare. Malin Hollgren är specialiserad på värvning av nationella och internationella möten (roterande kongresser). Henrik Gidlund fokuserar på evenemangssegmentet, både nationellt och internationellt. Han har dessutom ett utökat ansvar för HCEB och håller i den dagliga driften.

–Det innebär att medarbetarna får ta ett större ansvar generellt och därmed kan känna sig mer delaktiga i beslut. Jag kan släppa kontrollen lite, vilket både känns helt naturligt och ligger i linje med den tillitsbaserade styrmodell som Helsingborgs stad tillämpar. Det betyder att jag kan ägna mer tid åt de strategiska och destinationsövergripande frågorna. Det gör att vi blir mer effektiva och snabbare kan nå de mål som vi vill uppnå med HCEB, säger Johan Lundell.

I samband med omorganiseringen av HCEB inrättades en helt ny funktion. Elin Lindström arbetar sedan augusti med administration, kommunikation och djupanalyser.

–Det här är en jätteviktig uppgift. Genom hennes analyser lär vi oss om våra värvningar vilket gör oss skickligare. På så sätt kan vi göra ännu bättre värvningar i framtiden. Den nya tjänsten innebär på så sätt en kompetensutveckling av hela verksamheten. Det känns väldigt bra, säger Johan Lundell.

Elin Lindström ansvarar även för kommunikationen av HCEB. En uppgift som är nog så viktig. Fortfarande är kännedomen om verksamheten relativt låg bland exempelvis stadens invånare.

–Vi behöver skapa en större medvetenhet om oss och varför vi gör det vi gör. Vårt uppdrag är att utveckla Helsingborg som destination genom värvning av evenemang och möten. Effekterna av dessa

värvningar ska tillfalla invånarna och näringslivet i Helsingborg. På sikt tror jag en ökad kännedom om oss och vårt uppdrag kan innebära ytterligare utveckling av verksamheten, säger Johan Lundell.

En av årets verkliga höjdpunkter var det nyligen avslutade EM i Curling som blev en stor framgång för den svenska curling-eliten (svenskt guld till både damerna och herrarna!) såväl som för den lokala curling-föreningen, staden och HCEB.

–EM i curling har förflyttat Helsingborg som destination på många sätt. Näringslivet har haft ökade intäkter, den lokala curlingföreningen har vuxit på många plan, investeringar för framtiden är gjorda och Helsingborg har ännu en gång visat att vi kan göra alla typer av evenemang här, säger Johan Lundell.

Förutom EM i Curling kunde Helsingborg välkomna ytterligare tre internationella mästerskap: U21-EM i Taekwondo, Para-EM i Bordtennis och VM i styrkelyft. Att arrangera så många stora internationella evenemang samma år är enligt Johan Lundell ovanligt för en stad i Helsingborgs storlek.

–Därför skulle jag vilja kalla 2019 för ”Mästerskapsåret”. Även om våren startade tufft så har vi tagit stora kliv framåt. Med vår nya organisation ser jag väldigt mycket fram emot nästa år och möjligheterna som stadsmässan H22 och kongressanläggningen Sea U för med sig.



Foto: Anna Alexander Olsson

Helsingborg Convention & Event Bureau tar världen till Helsingborg

Helsingborg är med sitt utmärkta läge ett viktigt nav i Öresundsregionen. Här strålar tåg- och färjetrafik samman mitt i citykärnan och flygplatserna Ängelholm-Helsingborg Airport och Copenhagen Airport ger ett flöde av resenärer till och från Sverige och övriga delar av världen.

Helsingborg Convention & Event Bureau (HCEB) bidrar till att göra Helsingborg till en spännande och attraktiv stad att leva och verka i. I snart tio år har HCEB värvat såväl nationella som internationella kongresser samt idrotts- och kulturevenemang till staden. Dessa möten och evenemang har gett invånarna chansen att lära känna nya människor och kulturer på hemmaplan.

Helsingborg är en stad i framkant. Vårt mål är att Helsingborg 2022 ska vara en av Europas mest innovativa städer. Här finns ett kreativt centrum där universitetet är motor och ett välfungerande samarbete mellan forskning, näringsliv, kultur och skola. Helsingborg genomsyras av nyfikenhet, öppenhet och framtidstro. Vi är en stad som vill och en stad för dig som vill något. Satsningen på att göra Helsingborg till en konkurrensstark mötes- och evenemangstad går helt i linje med stadens vision om att skapa en levande och pulserande stad.

Jag kan konstatera att HCEB:s målmedvetna värvningsarbete ger betydelsefulla turistekonomiska effekter för det lokala närings- och föreningslivet. Sedan HCEB bildades 2009 har vi välkomnat många uppmärksammade evenemang. En betydande del av dem har fått stor spridning och uppskattning bland stadens invånare, de lokala föreningarna och i medierna. Det här är evenemang som stärker varumärket Helsingborg och skapar liv och rörelse i stadsrummet.

Större möten och kongresser, som lockar tusentals deltagare till Helsingborg, lämnar avtryck i form av ny kunskap och kompetens till staden samtidigt som de genererar pengar till det lokala näringslivet – och därmed skapar förutsättningar för fler nya jobb. Möten och evenemang bidrar till en stads utveckling och till bilden av en stad. Därmed gör HCEB Helsingborg till en ännu mer attraktiv och självklar destination för både invånare och besökare.

PETER DANIELSSON
Kommunstyrelsens ordförande



HELSINGBORG



Vårt uppdrag ökar pulsen i staden

Den långsiktiga målsättningen för politiken i Helsingborg är att staden ska utvecklas till en attraktiv destination bland annat genom evenemang och möten. 2019 var det tio år sedan fullmäktige antog en uppdragsbeskrivning för det som numera heter HCEB.

Vårt uppdrag är att sälja Helsingborg som mötes- och evenemangstad framför allt inom mötesbranschen, upplevelseindustrin och till idrottsorganisationer. Vi är en opartisk och kostnadsfri resurs som säljer Helsingborgs arenor och mötesplatser. Stadens evenemangsfond är ett centralt verktyg för oss och dess kriterier är vägledande. Varje värvat möte och evenemang är kopplat till ett lokalt värdskap i form av till exempel en förening eller organisation som kan ansöka om ekonomiskt bidrag ur fonden.

Målet är att stadsövergripande och strategiskt viktiga evenemang och möten ska förläggas i Helsingborg, detta för att utveckla staden som destination genom ett brett och attraktivt utbud. Särskilt viktiga är de turistekonomiska effekterna, som nås när staden fylls av mötesdeltagare, aktiva och publik till olika evenemang. Dessa effekter innefattar tillväxt och utveckling av närings- och föreningslivet genom ökad konsumtion. Genom ett större och mer varierat utbud av evenemang banar vi också väg för en bättre livskvalitet för invånarna.

I början av 2021 står den nya kongressanläggningen Clarion Hotel & Congress Sea U färdig mitt i Helsingborg. Det innebär ett större fokus för oss att värva internationella kongresser till staden som därmed blir ännu mer attraktiv som mötes- och evenemangsdestination.

Fler positiva effekter av vårt arbete

- Ökad attraktionskraft till destinationen
- Stärker varumärket Helsingborg
- Ökad kunskapsnivå
- Bidrar till att nå visionen Helsingborg 2035

Ett av årets mest lyckade evenemang var i EM i Curling som ägde rum för femte gången i Sverige och för allra första gången i södra Sverige, närmare bestämt i Helsingborg.
Foto: Robin Jansson



Bayside Festival blev 2019 års stora musikhändelse i Helsingborg.
Under två dagar hade festivalen över 18 000 besök.
Foto: Adrian Pehrson



Möten och evenemang – viktiga för stadens utveckling

Evenemang och möten är viktiga delar av besöksnäringen som i sin tur skapar både arbetstillfällen och turistekonomiska effekter för Helsingborg. Värvningsprocessen ser många gånger likadan ut, men effekterna skiljer sig ofta åt.

Evenemang höjer pulsen i staden

Ett publikt evenemang kräver större ekonomiska och personella insatser jämfört med ett möte. Men effekterna, där turistekonomin är den tydligaste, är också ofta större. Evenemang som Curling-EM kan profilera en stad och generera ett medialt intresse vilket har ett marknadsföringsmässigt värde. Att stora evenemang kan skapa en känsla av lokal stolthet är också viktigt. Arrangörskapet innebär ofta utvecklingsmöjligheter för värdforeningen, ett större intresse för sporten och därmed en bättre förutsättning för nya medlemmar. I vissa fall medför värdskapet dessutom en ekonomisk förtjänst vilket främjar utvecklingen på ett lokalt plan.

Möten ökar stadens kunskaper

Turistekonomi och profilering är viktiga effekter även av möten. Men möten ger ytterligare ringar på vattnet. Det är vanligt att en kongress samlar spetskompetensen inom sitt område, vilket ökar kunskaperna lokalt, hjälper till att marknadsföra staden samt stärker stadens position och varumärke. Möten skapar ofta betydelsefulla internationella och nationella samarbeten som bygger och tillför kunskap, vilket kan attrahera talanger, investerare och företag till staden.



Utan den lokala värden Helsingborgs Curlingklubbs gedigna insats hade EM i Curling inte kunnat genomföras. Förutom att vara juridisk huvudman tog klubben fullt ansvar både före, under och efter EM vilket är helt avgörande för ett evenemang av denna storlek.

Foto: Robin Jansson

Curling-EM förvandlade Helsingborg till centrum för vintersport

2019 var det femte gången Sverige stod som värd för curling-EM och allra första gången evenemanget ägde rum i södra Sverige. Att Helsingborg värvade ett så stort internationellt mästerskap är av stor betydelse för staden, Helsingborgs Curlingförening och Svenska Curlingförbundet.

Curling-EM 16-23 november

Sverige har stolta curlingtraditioner med mängder av medaljer från VM, OS och EM. Årets EM, som var det första för nya förbundskaptenen Maria Prytz, blev en viktig del av uppladdningen inför stundande OS och intresset var således stort i hela Europa. Även det här året var medaljchanserna stora för både dam- och herrlaget.

För curlingsporten innebar mästerskapet ett ypperligt tillfälle att nå ut till en bredare publik då SVT storsatsade med sändningar från 14 matcher. Curling är en sport som traditionellt sett lockar fler tv-tittare än publik till själva arenan, och SVT räknade med att miljontals tv-tittare nationellt och internationellt skulle följa evenemanget via tv-sändningarna.

Det medförde i sin tur att även staden Helsingborg fick uppmärksamhet. En lika viktig konsekvens av Curling-EM, var stora investeringar i stadens ishallar som innefattar förbättringar av ljus, logistik med mera. Helsingborgs stad köpte dessutom in en mobil isbana som efter mästerskapet kan användas av invånarna. Den mobila rinkens öppnar också upp

för möjligheten att värva till exempel framtida SHL-matcher till Helsingborg.

EM i curling: 9 ggr pengarna

- ▶ **Tid från värvning till genomförande:** 3,5 år (2017–2019)
- ▶ **Antal deltagare:** 450 personer, 3 060 åskådare (70 % tillresta)
- ▶ **Turistekonomi:** 11,9 miljoner kronor
- ▶ **Gästnätter:** 9 800
- ▶ **Uppmätt mediavärde:** Det skrevs ca 2300 artiklar som berörde Curling EM i redaktionell media både i Sverige och utomlands. Det uppskattade annonsvärdet för den svenska delen uppgick till ca 28 miljoner kronor.

▶ **Return on investment:**
9 ggr pengarna



Evenemangsfonden ger växtkraft till Helsingborg

För att utveckla Helsingborg som mötes-, evenemangs- och turistdestination måste ett varierat och rikt utbud säkerställas. Evenemangsfonden, som grundades 2009, är ett av HCEB:s viktigaste verktyg i värvningsprocessen av möten och evenemang. Faktum är att fonden spelar en stor roll oavsett om HCEB står för värvningen eller om initiativet kommer från en lokal aktör.

Evenemangsfondens övergripande mål är att stärka destinationen och dess konkurrenskraft genom ett brett och varierat utbud av evenemang och möten.

Evenemangsfondens mål är att:

- komplettera stadens utbud.
- generera bruttoomsättning för näringslivet.

Helsingborg Marathon och AirWipp Helsingborg är exempel på två lokala krafter som har kunnat förverkliga sina idéer tack vare Evenemangsfonden.

**Läs mer om
ansökningskriterier
och arbetsgång på**

helsingborg.se/evenemangsfonden

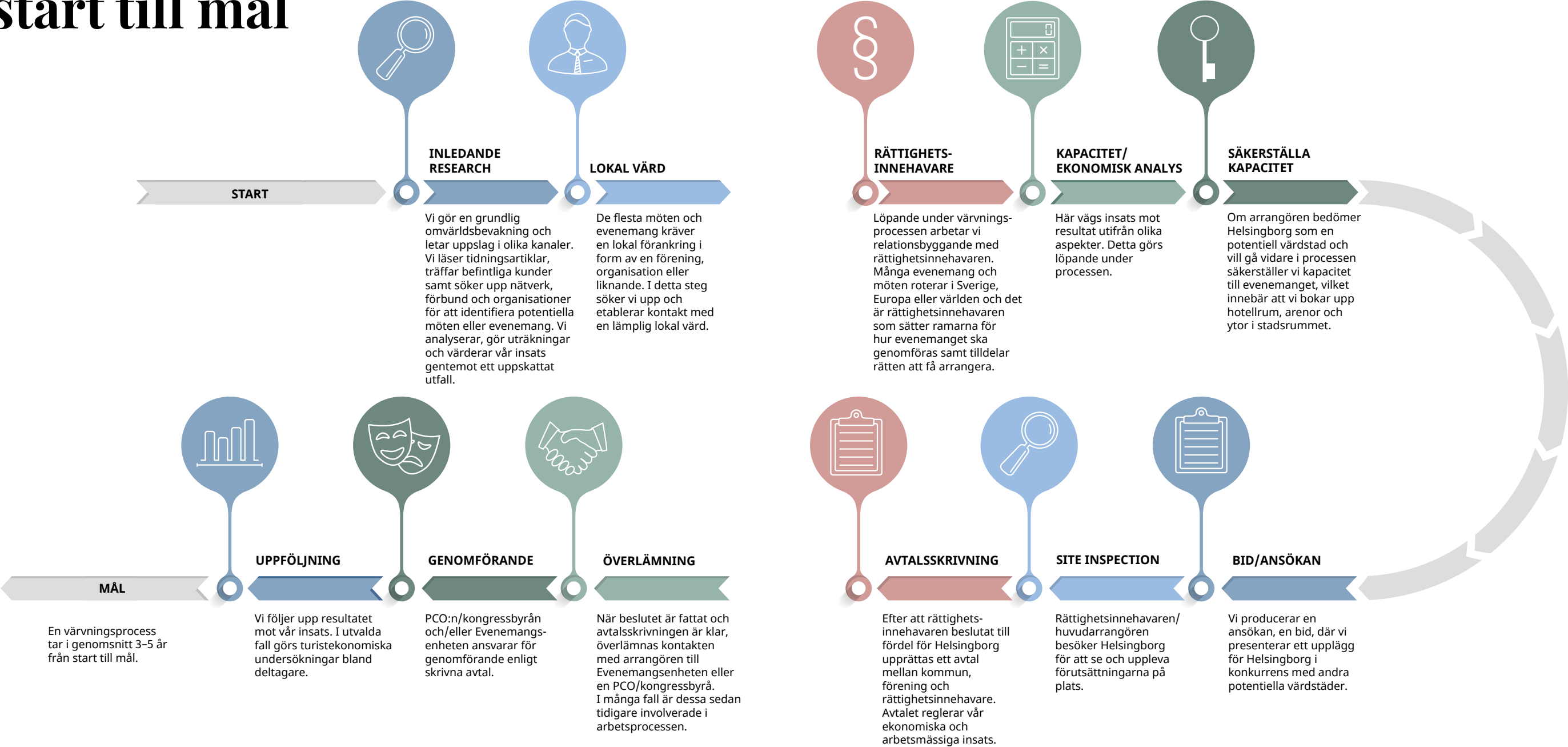
Grundligt arbete bakom varje succé

Ett enda möte eller evenemang kan vara frukten av flera års idéspån, samtal och diskussioner. HCEB följer alltid en särskild arbetsgång, från idé och värvning till genomförande och uppföljning. På nästa uppslag presenterar vi alla steg i värvningsprocessen.

Flexibla Helsingborg Arena kan rymma ett stort möte med tillhörande bankett ena dagen. Nästa dag svidas lokalen om för exempelvis en färgsprakande omgång av Melodifestivalens Andra chansen.

Foto: Andreas Sjörs

Så värvar vi – från start till mål



Sverige tillhör världstoppen inom parabord-
tennisen och i september fick de svenska
stjärnorna chansen att tävla om de ädlaste
av medaljer på hemmaplan i samband med
2019 års Europamästerskap i Helsingborg.
Foto: Sveriges Paralympiska Kommité



Flera lyckade genomföranden präglade året

Tretton evenemang och fyra möten som HCEB har värvat, genomfördes i Helsingborg under 2019. Det betyder att våra värvningar genererade närmare 53 000 gästnätter och 73 miljoner kronor i uppskattad turistekonomi till Helsingborg.



Genomförda värvningar 17 st



Gästnätter 53 000 st



Turistekonomi 73 miljoner kr

Genomfört under 2019



Idrottsevenemang

SM i Schack för flickor
SM i armbrytning
VM i klassiskt styrklyft
Letas Golf
Lucky Larsen
EM U-21 Taekwondo
Para-EM bordtennis
Fotboll U-21 Sverige-Island
Karate Shobu Ippon
European Curling Championships 2019



Upplevelser

Sveriges Mästerkock
Nordklang
Bayside Festival

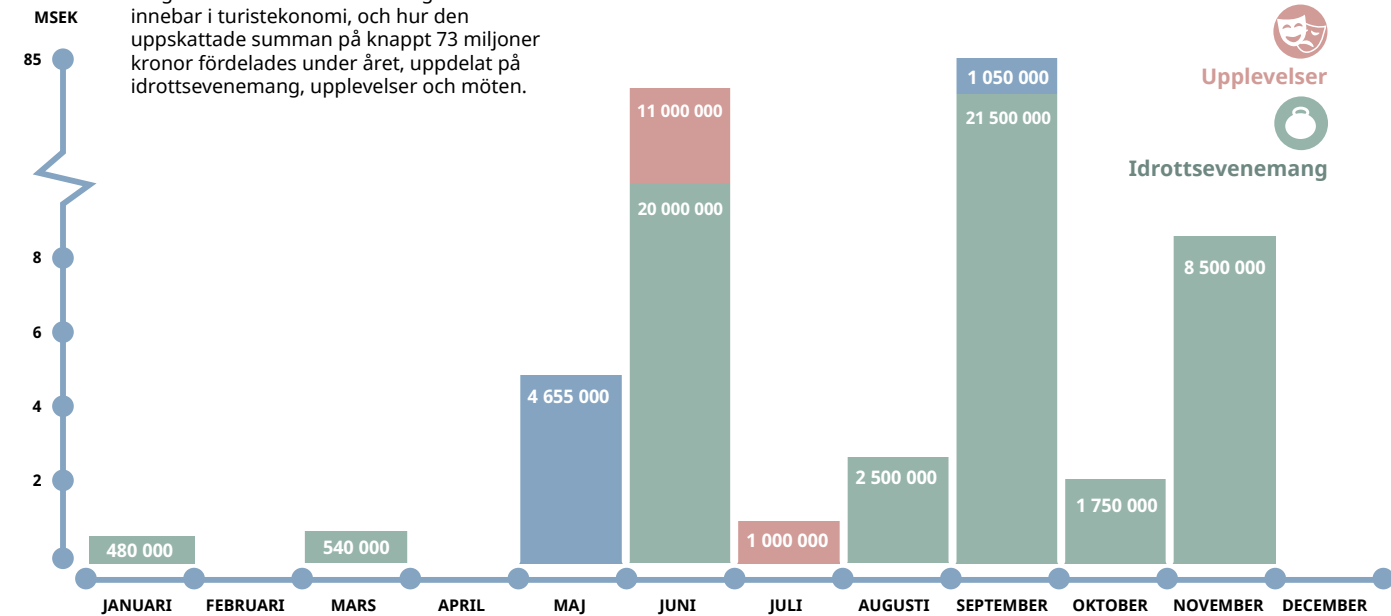


Möten

Biblioteksdagarna
Cykelkonferensen
Föreningen Sveriges Byggnadsinspektörers årsmöte
Conference on homelessness

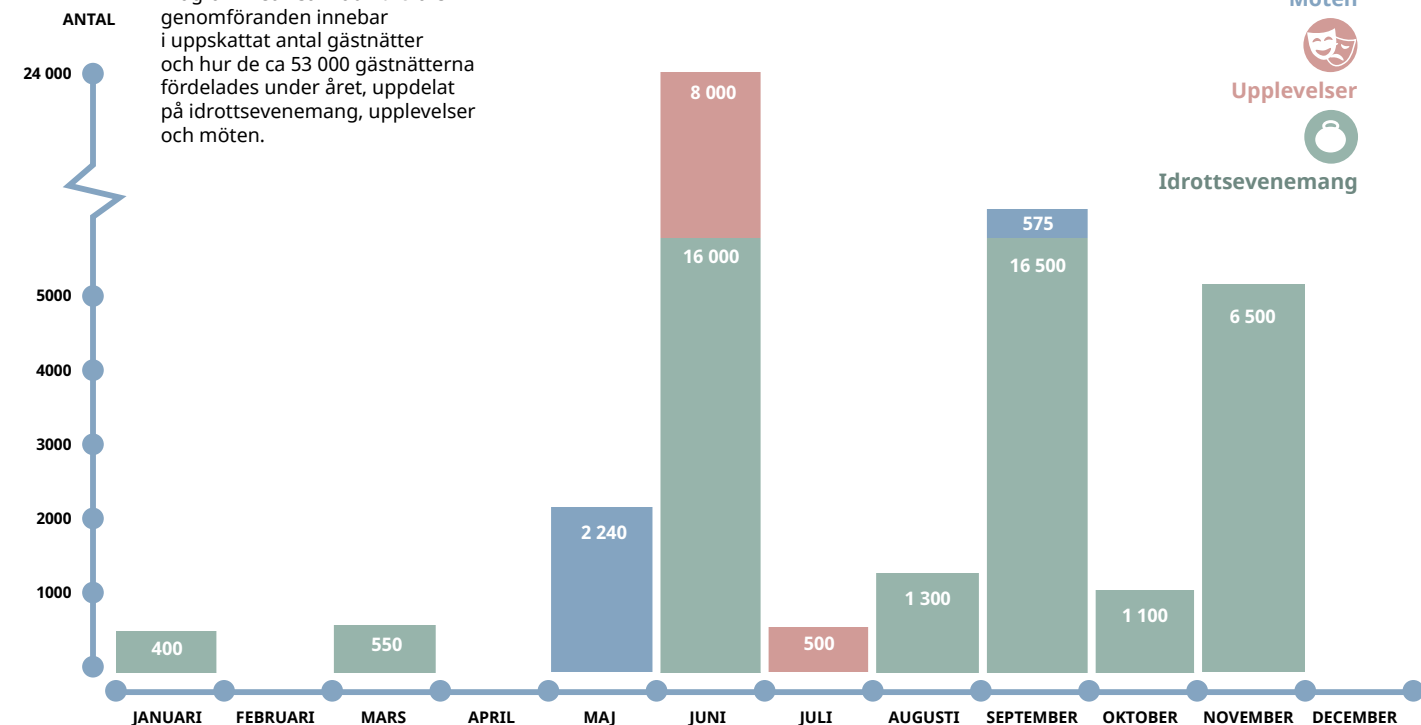
Turistekonomi 2019

Diagrammet visar vad 2019 års genomföranden innebar i turistekonomi, och hur den uppskattade summan på knappt 73 miljoner kronor fördelades under året, uppdelat på idrottsevenemang, upplevelser och möten.



Gästnätter 2019

Diagrammet visar vad 2019 års genomföranden innebar i uppskattat antal gästnätter och hur de ca 53 000 gästnätterna fördelades under året, uppdelat på idrottsevenemang, upplevelser och möten.



Spännande värvningar bådar gott för framtiden

Även om 2019 fick en tuff start kunde HCEB avsluta på bästa möjliga vis. Totalt värvades 18 evenemang och möten under året vilket innebär drygt 50 000 gästnätter och en estimerad turistekonomi på mer än 71 miljoner kronor till staden.



Värvningar
18 st



Gästnätter
50 300 st



Turistekonomi
71 miljoner kr

Värvningar under 2019 (äger rum 2020–2023)



Idrottsevenemang

SM i Schack 2020
World Junior Championships Bowling 2021
Presidents Cup Taekwondo 2020
LETAS Golf 2020
LETAS Golf 2021
EM Golf Individuellt 2021
Senior Week Golf 2021
Ladies European Tour Golf 2022
Senior Week Golf 2022
Ladies European Tour Golf 2023
Senior Week Golf 2023
Annika Invitational Golf 2023
Handigolf Golf 2023

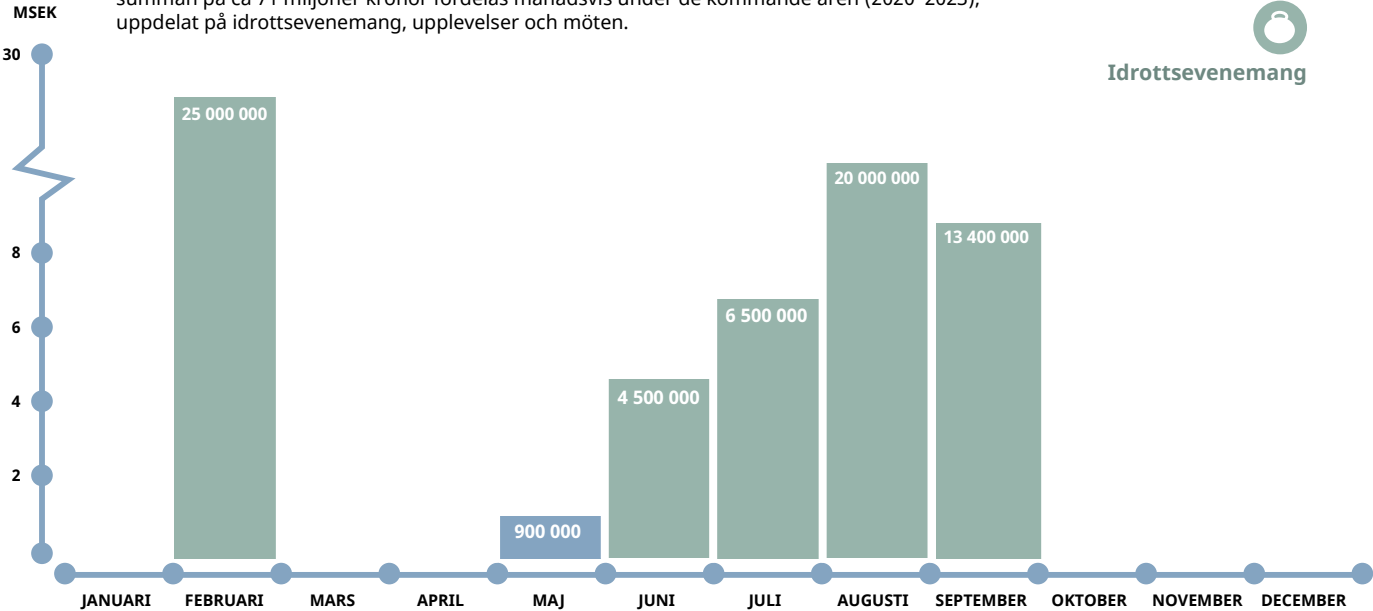


Möten

Gatu- och parkdagarna 2020
SKR Kulturkonferans 2020
Nöjd Studbo 2020
Maudsley Forum Scandinavia 2020
Svepark Parkeringskonferans 2021

Förväntad turistekonomi 2020-2023

Diagrammet visar vad 2019 års värvningar innebär i turistekonomi, och hur den uppskattade summan på ca 71 miljoner kronor fördelas månadsvis under de kommande åren (2020–2023), uppdelat på idrottsevenemang, upplevelser och möten.



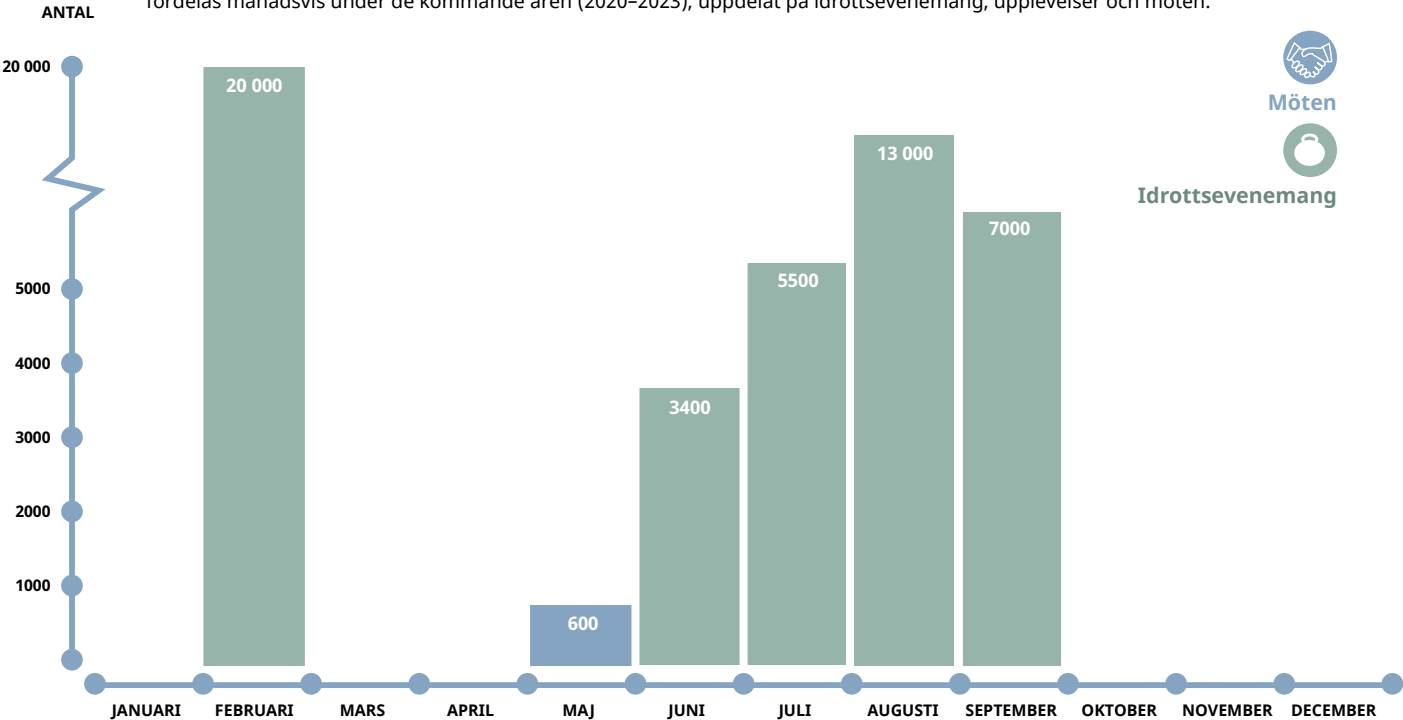
Möten



Idrottsevenemang

Förväntat antal gästnätter 2020-2023

Diagrammet visar vad 2019 års värvningar innebär i uppskattat antal gästnätter och hur de ca 50 000 gästnätterna fördelas månadsvis under de kommande åren (2020–2023), uppdelat på idrottsevenemang, upplevelser och möten.



Möten



Idrottsevenemang

Fina framtidsutsikter med nya SeaU

Clarion Hotel SeaU Helsingborg öppnar i början av 2021, och blir det allra senaste tillskottet i kongress-Sverige. Med sin centrala placering alldeles vid vattnet blir kongressanläggningen en självklar mötesplats för alla som vill skapa riktigt lyckade och inspirerande möten. Clarion Hotel SeaU kan ta emot sällskap på upp till 1 200 personer i kongresshallen som, när den är som störst, är över tusen kvadratmeter stor. Här kan du även hålla banketter för sällskap upp till 450 personer. Utöver kongresshallarna erbjuds det flera mötesrum i olika storlekar, från möten för sex personer upp till cirka 250.



En inblick i vår fulltecknade kalender

Varje år arbetar vi intensivt på både den nationella och internationella marknaden. Syftet är att marknadsföra destinationen Helsingborg men även knyta kontakter, kompetensutveckla och skapa nya samarbeten. Här är ett axplock av de aktiviteter vi genomförde 2019.

Viktiga visningar och kundmöten

Vi gör hundratals kundmöten och kundkontakter för att marknadsföra staden och initiera nya idéer till evenemang och möten. Av mycket stor vikt är våra site inspections tillsammans med rättighetsinnehavare. Då får vi möjlighet att visa upp Helsingborg samtidigt som vi kan introducera arrangören för viktiga lokala krafter.

Kommunikation

Under hösten passade vi på att fördjupa oss på diverse utbildningar i t ex sökoptimering och sociala medier. Syftet var att hitta en strategi och ett arbetssätt där vi effektivt kan identifiera just vår målgrupp på sociala medier, hitta den digitalt och nå ut till den på ett effektivt sätt samt se vilka nyckeltal som är viktiga för att kunna mäta detta.

ICCA

ICCA står för International Congress and Convention Association och är en medlemsorganisation där bl a erfarenhet utbyts mellan destinationer över hela världen och föreningar som genomför möten och kongresser. I samband med den årliga kongressen erbjuds förutom erfarenhetsutbyte även utbildningar. Kopplat till medlemskapet får man även tillgång till en databas med ca 20 000 roterande internationella möten och kongresser.

Vårt deltagande på årets ICCA kongress blev en bra start för vår satsning att sätta Helsingborg på mötes- och kongresskartan, både internationellt och nationellt. Dagarna på kongressen gav oss en djupare förståelse för hur processerna ser ut, vad som är viktigt i internationella ansökningsprocesser, och hur viktigt det är med ett ambassadörsprogram.

Nordic Meetings & Events Expo 2019

I mars representerade vi Helsingborg på "Nordic Meetings & Events Expo 2019" i Köpenhamn. Detta är Nordens största mässa för möten, konferenser och evenemang och under två dagar var vi en av 300 utställare från mötesindustrin. Här hade vi möjlighet att ta del av spännande föreläsningar t ex om hur framtidens möten och konferenser kommer att se ut. Vi fick även inspiration till att skapa ännu bättre möten, konferenser och evenemang i framtiden. Och givetvis passade vi på att nätverka och knyta kontakter med andra mötes- och evenemangsplanerare från Sverige och Danmark.

Mötesplats Idrott & Destination

Riksidrottsförbundets två dagar långa Mötesplats Idrott & Destination är en årlig träff mellan specialidrottsförbund (SF), distriktsidrottsförbund (DF) och destinationer. Syftet är att knyta kontakter, kompetensutveckla, samverka och skapa nya samarbeten i arbetet med idrottsevenemang. I år arrangerades mötesplatsen i Östersund och HCEB hade möten med tio svenska idrottsförbund kring konkreta värvningsmöjligheter.

Gröningen och Fria bad är två omtäckta och naturliga mötesplatser i Helsingborg. De är även perfekta för många slags utomhusevenemang.
Foto: Anna Alexander Olsson



Häng med i snacket

Vi som arbetar i branschen svänger oss ofta med ord och begrepp som kan vara svåra att förstå för en utomstående. Låt ordlistan räta ut några frågetecken!

BID

En bid skickas när en destination, i konkurrens med andra, försöker förmå en organisation att förlägga sitt möte eller evenemang dit. Bidden, som kan vara skriftlig eller muntlig, består av en presentation av destinationen, anpassad till det specifika mötet. Den innehåller förslag på lämpliga anläggningar, hotell, transport och sociala aktiviteter. Bidden kan även presentera destinationens totala erbjudande av stöd.

CONVENTION

Konvent, sammankomst. När delegaterna samlas runt ett gemensamt ämne, intresse eller inom en yrkeskategori.

CORPORATE CLIENT

En företagskund, det vill säga inte en organisation, förening eller tredjepartskund.

DESTINATION

Ordet används här i meningen turistdestination, eller som besöksmål. Till exempel platsen Helsingborg.

DMC

Destination Management Company är ett företag med god kännedom om destinationen och som erbjuder sina tjänster främst till incentive-kunder. Ett exempel på tjänst från DMC kan vara att föreslå och genomföra ett program.

EVENEMANG

Planerade event eller evenemang:

- är avgränsade i tid och rum.
- har ett bestämt innehåll.
- har en arrangör och en mottagare (besökare/deltagare).

EVENT IN SKÅNE

Region Skånes evenemangsbolag.

GÄSTNÄTTER

Totalt antal övernattningar, räknat på antal övernattande personer. Att skilja från hotellnätter som räknar antal belagda rum, en hotellnatt kan alltså innebära två gästnätter, om det är ett dubbelrum.

ICCA

International Congress and Convention Association är en medlemsorganisation för aktörer i mötesindustrin.

Dunkers kulturhus i Norra hamnen är en mötesplats med kulturen som gemensam nämnare. I huset finns även olika lokaler för möten och konferenser.

Foto: Ole Jais

ORDLISTA

INCENTIVE

Belöning. En incentiveresa är en resa som oftast inte är arbetsrelaterad. Det kan vara en resa som är ett resultat av en säljtävling, ett motivationsprogram, en kundresa eller liknande.

KONFERENS

Möte, sammanträde. Används ofta som beteckning för möten som är företagsinterna, det vill säga där alla arbetar inom samma organisationer och samlas för att diskutera interna frågor.

KONGRESS

Kongress, möte. När delegaterna samlas runt ett gemensamt ämne, intresse eller inom en yrkeskategori. Kongressen/mötet är ofta större, med några hundra eller några tusen deltagare.

LEAD

Ett potentiellt möte eller evenemang som destinationen bedömer kan vara intressant att gå vidare med. Ett lead kan också uppstå som ett resultat av ett initiativ från en rättighetsägare till ett evenemang eller möte.

MICE

MICE beskriver mötesindustrins fyra olika affärsområden: Meetings, Incentive, Conference och Event.

PCO

Professional Congress Organizer, är ett företag som erbjuder experttjänster för konferenser och kongresser. Exempel på tjänster kan vara deltagarhantering som hotellbokning, anmälan och registreringsavgifter, budgetansvar, bokning av lokaler, måltider samt sociala arrangemang.

PRE- OCH POST-TOUR

Visningsresa för prospects i samband med ett möte eller ett evenemang.

PROSPECT

Eventuell köpare, kund.

REVPAR

Revenue per available room. Intäkt per disponibelt hotellrum, ej att förväxla med intäkt per belagt rum.

RÄTTIGHETSINNEHAVARE

Den organisation som äger rättigheterna till ett evenemang eller möte.

SITE INSPECTION

Ett studiebesök på en destination med anledning av ett specifikt möte eller evenemang.

TREDJEPARTSKUND

För oss innebär tredjepartskund den aktör som slutkunden ofta anlitar för sitt genomförande, exempelvis PCO, DMC eller eventbolag. Därmed är även tredjepartskunden en viktig aktör för oss.

TURISTEKONOMI

Förflyttad köpkraft. När människor konsumerar utanför sin egen kommun. Det vill säga en deltagares eller besökares konsumtion under ett möte eller evenemang.

Helsingborg är en stad där det kreativa skapandet ges utrymme.



Vi summerar

Evenemang och möten är viktiga delar av besöksnäringen som i sin tur skapar både arbetstillfällen och turistekonomiska effekter, samt lämnar avtryck i form av ny kunskap och kompetens. Det är tio år sedan som Helsingborg Convention & Event Bureau (HCEB) grundades. Vi arbetar med att aktivt sälja Helsingborg som mötes- och evenemangsdestination framför allt inom mötesbranschen, upplevelseindustrin och till idrottsorganisationer.

Vi är en opartisk och kostnadsfri resurs som säljer Helsingborgs arenor och mötesplatser. Ett viktigt verktyg i värvningsprocessen är stadens evenemangsfond ur vilken lokala föreningar, organisationer och andra aktörer kan äska pengar för att genomföra ett möte eller evenemang.

Under 2019 värvades 18 evenemang och möten som kommer att genomföras i Helsingborg de närmaste åren (2020-2023). Detta innebär uppemot 50 000 gästnätter och en uppskattad turistekonomi för staden på närmare 71 miljoner kronor. Tittar vi på de evenemang och möten som genomfördes 2019, men som värvats tidigare år, så genererade dessa omkring 53 000 gästnätter och 73 miljoner kronor i uppskattad turistekonomi till Helsingborg.

Under 2019 har vi under hösten rekryterat två medarbetare som ersatte de två medarbetare som tidigare under året valde att gå vidare till nya utmaningar. Vi har även infört en ny organisationsstruktur med mer specifika arbetsområden för varje medarbetare, för att möta framtidens nya utmaningar.

Stadens invånare märker av HCEB:s arbete framför allt genom alla publika evenemang som arrangeras i staden. Ett av våra mål under 2020 är att ännu tydligare föra ut budskapet om vårt viktiga uppdrag.
Foto: Niklas Lydéen

Kontakta oss – vi finns här för dig

Vi på Helsingborg Convention & Event Bureau är experter på vår hemstad och vet vilka möjligheter Helsingborg har att erbjuda. Vi sätter professionalitet, kvalitet och genuint engagemang i främsta rummet. Vår ambition är att du, ditt företag, förening eller organisation ska spara tid och kraft när nästa möte eller evenemang planeras.

Med vårt stora kontaktnät får du och ditt möte eller evenemang rätt förutsättningar att lyckas. Goda råd brukar vara dyra men vi hjälper och stöttar dig helt kostnadsfritt. Har du något på gång eller funderingar, tveka inte att höra av dig!

Johan Lundell
Chef
johan.lundell@helsingborg.se
tel +46 76 889 91 58

Henrik Gidlund
Senior projektledare
henrik.gidlund@helsingborg.se
tel +46 72 236 85 06

Malin Hollgren
Projektledare
malin.hollgren@helsingborg.se
tel +46 730 55 04 48

Elin Lindström
Projektledare
Elin.lindstrom@helsingborg.se
tel +46 730 65 09 13



Helsingborg Convention & Event Bureau
är en del av Helsingborg Arena & Scen AB



**HEL
SING
BORG**
convention &
event bureau