

Helsingborg Convention & Event Bureau

Årsrapport 2017

helsingborgceb.com



**HEL
SING
BORG**

convention &
event bureau

Innehåll

Vi sticker ut hakan!	3
Helsingborg Arena	4
Med stadens roligaste uppdrag!	5
Vårt arbete ger positiva effekter	6
Ett gott exempel	7
Check på den!	8
Helsingborg	10
En föränderlig värld ställer nya krav på HCEB	11



Vi sticker ut hakan!

”Med vår långa erfarenhet har vi lyckats nå de uppsatta målen samtidigt som vi bäddat för framtida utmaningar.” Det säger Helsingborg Convention & Event Bureaus (HCEB) chef Johan Lundell om året som gått.

Hur ser din summering av 2017 ut?

– 2017 var ett bra år. Vi satsade på att profilera oss och göra varumärket HCEB ännu starkare. Tack vare vår gedigna kunskap har vi nått våra högt uppsatta mål samtidigt som vi satsat på en ökad profilering.

Vet helsingborgarna vad HCEB är?

– Gemene man vet nog inte att det är HCEB som lägger grunden för att staden fylls av möten och kongresser. Inte heller att vi värvar evenemang som många får glädje av. Melodifestivalen, SM-veckan och Europeade är några exempel. Evenemang ger stadens invånare möjlighet att möta många olika kulturer. Jag tror att det händer något med människor i sådana möten. Och det är positivt för staden.

Vad ligger närmast på att-göra-listan?

– 2018 blir startskottet för vår internationella satsning. Om bara två år står den nya kongressanläggningen Clarion Hotel SeaU färdig mitt i city och Helsingborg blir ännu mer attraktiv som mötesstad. Det är en anläggning som matchar den internationella kravbilden för möten. Utmaningen känns otroligt stimulerande.

Vad innebär en sådan utmaning för HCEB?

– Jag ska så snart som möjligt rekrytera ytterligare en säljresurs som bland annat får i uppdrag att utöka det internationella kontaktnätet. Vi vill kunna bearbeta en helt

ny marknad och nya målgrupper inom den internationella mötesindustrin. Jag ser till exempel en stor potential i en sampaketering med staden Helsingör med omnejd.

Hur står ni er i konkurrensen med andra städer?

– HCEB bildades redan 2009 och var bland de första att bearbeta rättighetsinnehavare till möten och evenemang på samma sätt, eftersom värvningsarbetet inte skiljer sig nämnvärt. Idag kan jag konstatera att många Convention Bureaus i Sverige har inspirerats av vårt arbetssätt. Jag vågar påstå att HCEB fortfarande ligger i framkant, särskilt när det gäller vårt fokuserade säljarbete. Det är hög tid att ta steget ut på den internationella mötesmarknaden!

Till sist, varför tycker du att Helsingborg är en så bra mötes- och evenemangsstad?

– Läget vid vattnet och stranden gör Helsingborg till en fantastisk stad. Och det är

enkelt att ta sig hit. Närheten till Kastrup och Göteborg/Oslo, gott om tågförbindelser och två stora Europavägar alldeles utanför gör staden till en perfekt destination. Åttio procent av hotellen ligger dessutom väldigt nära både arenor och möteslokaler. Det är unikt.



Johan Lundell, chef Helsingborg Convention & Event Bureau

Helsingborg Arena

En av många mötes- och evenemangslokaler i staden

Goda grannar

Idrottens Hus, Fredriksdal och Olympia, obegränsade möjligheter

C-hall

Med publikkapacitet på 100

Idrottsoas

Spontanidrottsplats i direkt anslutning

5 500

Publikkapacitet i A-hallen 

1850 m²

Sammanhängande golvyta i A-hallen

15 m

Fri takhöjd i A-hallen

B-hall

Med publikkapacitet på 300

Multiarena

Upp till 9 parallella möten under samma tak

10–15 min

Gångväg från centralstationen



Med stadens roligaste uppdrag!

Vi på HCEB har ett av stadens mest spännande och roliga jobb. Tillsammans får vi Helsingborg att utvecklas och växa som evenemangs- och mötesstad.

Sedan 2009 arbetar vi för att strategiskt viktiga evenemang och möten ska förläggas i Helsingborg. Vi arbetar på uppdrag av Helsingborgs stad och ingår sedan 2015 i det kommunala bolaget Helsingborg Arena & Scen. HCEB är en objektiv och kostnadsfri resurs som inte är vinstdrivande.

Vi har stark lokal förankring och lång erfarenhet av att värva större möten och evenemang som är viktiga inkomstkällor och skyltfönster för Helsingborg. Målet är att utveckla Helsingborg som evenemangs- och mötesstad genom ett

brett och attraktivt utbud. Vi vill även bana väg för betydelsefulla turistekonomiska effekter för det lokala närings- och föreningslivet. För oss är stadens evenemangsfond ett centralt verktyg och dess kriterier är vägledande. Läs gärna mer på helsingborgceb.com

HCEB består i nuläget av två säljande resurser och en chef. Rekrytering av ytterligare en säljresurs påbörjades under 2017.



Matilda Andersson
Säljare



Johan Lundell
Chef



Caroline Nilsson
Säljare

Våra målgrupper

Vi arbetar i första hand med rättighetsinnehavare inom segmenten idrott, möten och upplevelser. Huvudfokus ligger på den nationella marknaden men vi riktar oss även mot den internationella.

För att vara framgångsrik i arbetet med att värva evenemang och möten ska det helst finnas ett lokalt värdskap, i form av en lokal förening eller organisation. Denna specifika målgrupp återfinns i Helsingborg.

Det internationella arbetet blir allt viktigare och kommer att skruvas upp under det närmaste året då Helsingborgs nya kongressanläggning Clarion Hotel SeaU, som beräknas vara klar 2020, är exportmogen.

Målet 2017 var att...

...värva minst 5 evenemang.

...värva minst 10 möten med som lägst 200 gästnätter vardera.

...värvningarna ska generera 25 miljoner i förväntad turistekonomi till Helsingborg enligt vår beräkningsmodell.

...fortsätta utvecklingen av vår digitala närvaro för att stärka profilen av Helsingborg som en attraktiv mötes- och evenemangsstad.

Vårt arbete ger positiva effekter

Vid ett större möte eller evenemang fylls staden av allt från deltagare till publik. Det är då destinationen upplever de önskade effekterna. Olika evenemang innebär olika typer av effekter. Vägledande för HCEBs värvningar har sedan starten varit de **sekundära effekter** som uppstår. Dessa kallas vanligen för turistekonomiska effekter vilket innefattar tillväxt och utveckling av närings- och föreningslivet genom ökad konsumtion.

Under 2017 har HCEB, då evenemangsfonden ändrat sina kriterier, metodiskt börjat identifiera och värdera **primära effekter** som styrande för vårt värvningsarbete. Exempel på dessa effekter vilka är mer tydliga för invånaren än de sekundära är,

- En *pulserande stad* som därmed bidrar till att nå visionen Helsingborg 2035
- *Ökad livskvalité* för invånarna genom ett varierat utbud av evenemang
- Ett *starkare destinationsvarumärke* som ökar stadens attraktionskraft
- En *ökad kunskapsnivå* som bidrar till samhällsutveckling

Slutligen återfinns de **tertiära effekterna** som även de är viktiga. Dessa är inte vägledande för HCEBs arbete och ligger inte till grund för beslut om vi ska försöka värva evenemanget eller inte. Det är dock viktigt att se vårt arbete i ett större sammanhang och förstå den sammantagna positiva effekten av ett möte eller evenemang. Tertiära effekter utgörs av exempelvis nettolöneökning, ökad import, bruttovinstökning samt ökade statliga inkomster främst genom skatter. Alltså främst en god affär för nationalekonomin.

Ett gott exempel

Sommarens Veteran-EM i bordtennis gav ett riktigt bra resultat och levererade en rad fina effekter.

2 100 + 1 000

deltagare 

medföljande 

13 000


gästnätter

1 215 SEK


Så mycket spenderade tillresta
per person och dygn.

68%

tror sig återkomma till
Helsingborg vid ett
senare tillfälle


38% åkte till Danmark
under sitt besök

19,6 M SEK

i turistekonomisk intäkt

17,6 sysselsatta



Omsättningen på 19,6 miljoner kronor kan likställas med
arbetstillfällena som motsvarar 17,6 personer under ett år.

Check på den!

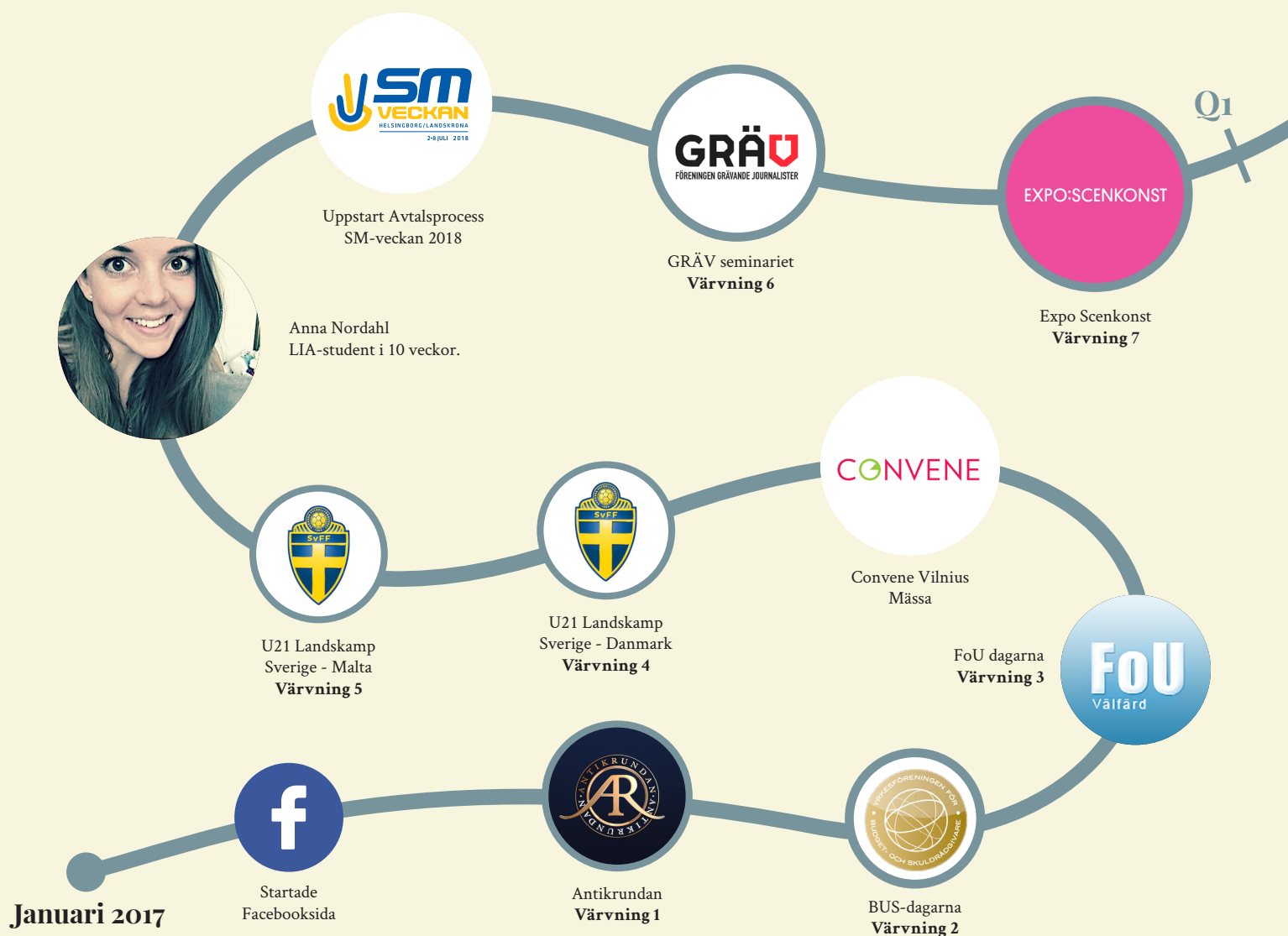
Under 2017 har vi värvat 9 evenemang och 8 möten som tillsammans har genererat runt 16 000 gästnätter vilket i sin tur innebär cirka 27 miljoner i förväntad turistekonomi.

Den som inte hörs och syns finns inte. Därför satsade vi extra på kommunikation och profilering det senaste året. Vi marknadsförde oss på mässor, gjorde studiebesök och knöt värdefulla kontakter. Följ nedan tidslinje där vi samlat de viktigaste punkterna som vi bockat av på årets att-göra-lista.

Under 2017 har vår aktivitetsplan varit fullmatad. Vi har gjort hundratals kundmöten i syfte att marknadsföra Helsingborg och initiera samarbeten som kan leda till möten och evenemang i staden. Målet är att tillsammans med lokal värd ansöka om ett specifikt möte eller evenemang.

Vi producerar och projektleder ansökningarna som i år har genererat 17 positiva beslut. Vi har även gjort ett tiotal siteinspections med potentiella arrangörer för att visa vad staden har att erbjuda. Vi jobbar ständigt med research för att utveckla vår pitchlista.

Staden Helsingborg satsar stort på möten och evenemang och därför finns Evenemangsfonden som administreras och leds av HCEB. Genom den får vi möjlighet att arbeta med alla typer av möten och evenemang, inte bara de som värvas av oss. Under 2017 har nya riktlinjer för fonden tagits fram. Dessa blir vägledande också för HCEB.





December 2017

Helsingborg

Staden för dig som vill något

Årets
Miljökommun
2017

Sveriges
Kvalitetskommun
2017

Årets
IT Kommun
2015

Årets
Tillväxtkommun
2016

Nr.1

i Sveriges Näringslivsranking
bland kommuner med fler
än 100 000 invånare



En föränderlig värld ställer nya krav på HCEB

Fler spännande uppdrag, en växande evenemangsfond och ett ökat antal konkurrenter. Så kan förutsättningarna för vårt arbete sammanfattas sedan starten 2009.

Förutsättningarna för Helsingborg HCEB är goda. Politikerna i Helsingborg har stort förtroende för vårt arbete och numera finns 9 miljoner kronor årligen till värvning och evenemang, jämfört med 0,8 miljoner kronor 2010. Detta tyder på att staden är förvissad om att vårt värvnings- och säljarbete ger önskad effekt för både näringslivet och invånare i Helsingborg.

Antalet Convention Bureaus har sedan 2009 ökat dramatiskt i Sverige. Förutom att konkurrenterna har blivit fler kan vi konstatera att allt fler Convention Bureaus väljer att arbeta med att värva både möten och evenemang. Dessa förändringar medför att den nationella konkurrensen har ökat betydligt och att vi måste jobba ännu mer fokuserat för att nå önskat resultat.

HCEB:s värvningar sedan starten

År	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Möten	1	7	7	8	7	8	6	8
Evenemang	3	7	6	7	9	11	10	9



Helsingborg Convention & Event Bureau tar världen till Helsingborg

Värvingar sedan tidigare år som genomfördes 2017 i Helsingborg.

- Futsal SM • Folk- och Världsmusikgalan
- Svensk Scenkonst stämma och branschdagar •
 - HSS Högskola & samhälle i samverkan • Action Run
 - Träningslandskamper U21 Sverige • Swedish Square
 - Dance Convention 2017 • Veteran-EM i Bordtennis
 - Jehovas vittnen Regional sammankomst • Berzerk •
 - Swedish Beach Tour • Sverigetouren 3*3 Basket •
 - Antikrundan • SM i Friidrott • World Padel Tour (Challenger)
 - Sveriges Mästerkock • Psifos Kompetensdagar 2017 •
 - FoU Velfärds årliga konferens
 - Riksteaterns Utbudsdagar • Skadeplats



Mer information och kontakt

E-mail: helsingborgceb@helsingborg.se
helsingborgceb.com | facebook.com/helsingborgceb