



Bilag 1

Vedtægter for den selvejende institution Randers Idrætshaller

§ 1. Hjemsted

Randers Idrætshaller er en selvejende institution med almennyttigt formål og hjemsted i Randers Kommune.

§ 2. Formål

Institutionens formål er at fremme idræt og foreningsliv i Randers Kommune ved at drive og etablere idrætslokaler og -anlæg, samt udøve relevant virksomhed i tilknytning knyttet hertil. Faciliteterne kan også anvendes til oplevelser af anden karakter for borgerne i Randers Kommune.

§ 3. Ejerforhold

Institutionen ejer Hal 1, 2, 3 og 4, Tennishallen, Dronningborghallen 1 og 2 og Ulvehøjhallen.

Institutionen kan varetage driftsopgaver for haller, anlæg og institutioner, der ikke ejes af institutionen selv.

Institutionen administrerer efter særskilt overenskomst, benyttelsen af skoleidrætshallerne i Randers.

Randers Idrætshaller kan udnytte restkapacitet til kommercielle aktiviteter.

Kommercielle aktiviteter i RI skal primært være tilknyttet aktiviteter og arrangementer i Randers Idrætshallers lokaler og undgå at medføre væsentlig tilsidesættelse af institutionens formål.

I regnskabet skal de kommercielle aktiviteter rapporteres særskilt og retvisende i forhold til det samlede regnskab

§ 4. Repræsentantskab

Foreningerne tildeles stemmer til repræsentantskabet hvert år den 1. oktober. Repræsentantskabet består af SIKR-klubber, der har været medlem af SIKR i mindst 6 måneder og som har haft lejemål i lokaler ejet eller administreret af institutionen i de foregående 12 måneder.

Repræsentantskabet består desuden af de i institutionen siddende bestyrelsesmedlemmer.

§ 5. Repræsentantskabsmøder

Ordinært repræsentantskabsmøde afholdes hvert år inden udgangen af oktober måned.

Indvarsling til repræsentantskabsmøderne og meddelelse om dagsorden skal bekendtgøres med mindst 30 dages varsel vedlagt en revisorattesteret oversigt over de stemmeberettigede foreninger.

Forslag, der ønskes behandlet på et repræsentantskabsmøde, skal være bestyrelsen i hænde senest 20 dage inden repræsentantskabsmødets afholdelse.

Endelig dagsorden skal bekendtgøres skriftligt til de stemmeberettigede foreninger med mindst 8 dages varsel, vedlagt eventuelle fremsendte forslag.

Dagsorden for mødet er følgende:

1. Valg af dirigent.
2. Bestyrelsens beretning.

3. Fremlæggelse af det reviderede regnskab for senest afsluttede regnskabsår til godkendelse, fremlæggelse af gældende budget for indeværende regnskabsår til orientering og fremlæggelse af budget for næstkommende regnskabsår til godkendelse.
4. Indkomne forslag.
5. Valg til bestyrelsen.
6. Eventuelt.

Dirigenten afgør med bindende virkning alle spørgsmål angående behandlings- og afstemningsmåder.

Samtlige beslutninger og samtlige valg afgøres ved almindeligt flertal, medmindre andet udtrykkeligt er fastsat i vedtægterne.

Ved alle valg, hvor flere, end der skal vælges, er bragt i forslag, skal afstemningen ske skriftligt.

Medlemmerne af institutionens bestyrelsens har ret til med stemmeret og én stemme hver at deltage i repræsentantskabsmøderne.

Dog har bestyrelsesmedlemmer udpeget af Randers Kommune eller andre end SIKR-klubberne ikke stemmeret ved valg af de bestyrelsesmedlemmer og suppleanter, der skal vælges af SIKR-klubberne.

Hver stemmeberettiget forening har én stemme.

For medlemsforeninger, der det foregående regnskabsår i institutionen har haft lokalelejemål med en egenbetaling på min. kr. 30.000 eller mere efter Randersordningens hallejefsnit eller andre lokalelejemål, hvor 25% af lejen som egenbetaling udgør kr. 30.000 (beløbene pristal reguleres hvert år efter nettoprisindekset eller tilsvarende indeks, år 2024 = indeks 100) gælder følgende:

Medlemsforeninger med flere end 100 medlemmer har to stemmer, medlemsforeninger med flere end 300 medlemmer har tre stemmer, og medlemsforeninger med flere end 500 medlemmer har fem stemmer.

Medlemstallet, der anvendes, skal være det medlemstal som senest og med opgørelse 1. januar i året for repræsentantskabsmødets afholdelse rettidigt er indberettet til Randers Kommune efter dennes gældende regler for medlemsindberetning. Er medlemstallet ikke indberettet rettidigt, har den stemmeberettigede forening én stemme.

Selvstændige foreninger med egen generalforsamling og eget regnskab betragtes som værende en forening.

Foreninger med flere idrætsgrene med fælles generalforsamling og/eller fælles regnskab betragtes som værende én forening.

Bestyrelsesmedlemmer i foreninger, der er medlem af repræsentantskabet, kan afgive stemme for foreningen.

Andre medlemmer af foreningen kan afgive stemme for denne, hvis de har fuldmagt til mødet udstedt af foreningens bestyrelse.

Hver fremmødt kan kun repræsentere én forening.

Ekstraordinære repræsentantskabsmøder indkaldes af bestyrelsen, hvis flere end halvdelen af bestyrelsens medlemmer kræver det.

Endvidere skal ekstraordinære repræsentantskabsmøder afholdes, dersom en gruppe repræsenterende flere end 30% af de berettigede stemmer skriftligt har fremsendt motiveret dagsorden til bestyrelsen. Senest 6 uger efter modtagelsen af et sådant krav foranlediger bestyrelsen indkaldelse til ekstraordinært repræsentantskabsmøde

§ 6. Vedtægter

Vedtagelse af vedtægtsændringer skal ske med mindst 2/3 af de på repræsentantskabsmødet afgivne stemmer. De på repræsentantskabsmødet vedtagne ændringer fremsendes til Randers Byråd til godkendelse.

§ 7. Bestyrelse

Institutionen ledes af en bestyrelse på 7 personer, som alle skal være myndige.

Det skal tilstræbes, at der nedsættes en kompetencebåret bestyrelse.

Randers Byråd udpeger for hver byrådsperiode formanden for bestyrelsen, samt yderligere 2 bestyrelsesmedlemmer.

Repræsentantskabet vælger 4 bestyrelsesmedlemmer og 4 suppleanter til bestyrelsen for institutionen.

Suppleanterne er at betragte som personlige suppleanter.

Medlemmerne valgt af repræsentantskabet afgår på skift med 2 medlemmer pr. år.

Hvis et medlem fratræder i valgperioden, indsættes suppleanten for den resterende del af perioden.

Bestyrelsens repræsentantskabsvalgte medlemmer vælger selv en næstformand af sin midte.

Der kan udbetales honorar for formands- og eventuelt næstformandsopgaven.

§ 8. Forpligtelser

Bestyrelsen har den overordnede ledelse af Randers Idrætshaller, herunder ansvaret for at fastsætte vision og strategi for organisationen.

Bestyrelsen skal påse, at institutionen drives i overensstemmelse med sit formål.

Bestyrelsen har ligeledes det overordnede økonomiske ansvar, og skal sikre en forsvarlig økonomisk drift. Driften skal så vidt muligt hvile i sig selv, og bestyrelsen skal sikre, at der afsættes tilstrækkelige midler til bevarelse af eksisterende lokaler og anlæg.

Bestyrelsen udarbejder årligt en statusrapport over økonomi og drift som tilgår forvaltningen, det politiske udvalg og repræsentantskabet.

En gang årligt deltager formanden for bestyrelsen og den daglige leder i et møde med det politiske udvalg til drøftelse af bl.a. status, økonomi, budget, anlæg og planer for institutionens fremtid.

§ 9. Møder

Bestyrelsen afholder møde, når formanden eller mindst to bestyrelsesmedlemmer ønsker det.

Bestyrelsesmøder skal indkaldes med mindst otte dages varsel, og indkaldelsen skal indeholde en dagsorden med angivelse af de punkter, der ønskes behandlet på mødet. I juli og december indkaldes der med 14 dages varsel.

Over bestyrelsens forhandlinger føres et referat, der underskrives af formanden eller dennes substitut. Referat udsendes til bestyrelsesmedlemmerne senest 14 dage efter mødets afholdelse, hvorefter medlemmerne kan indsende bemærkninger indtil 14 dage efter fremsendelsen. Referatet forelægges herefter til godkendelse på næste bestyrelsesmøde.

Herudover fastsætter bestyrelsen i en forretningsorden nærmere bestemmelser for udøvelsen af sit hverv.

§ 10. Afstemninger

Bestyrelsen er beslutningsdygtig, når mindst 5 medlemmer er til stede. Bestyrelsen træffer sine beslutninger ved simpelt flertal medmindre andet fremgår af vedtægterne. Ved stemmelighed er formandens eller i dennes forfald næstformandens stemme udslagsgivende.

§ 11. Køb og salg

Beslutninger om køb eller salg af fast ejendom eller om afslutning af aftaler om projektering eller etablering af idrætslokaler og idrætsanlæg kræver, at mindst 5 medlemmer er til stede og stemmer for forslaget.

Beslutninger om pantsætning af fast ejendom kræver, at mindst 5 medlemmer er til stede og stemmer for forslaget.

§ 12. Tegningsret

Institutionen tegnes af 2 bestyrelsesmedlemmer i forening, eller af direktøren og formanden i foreningen. Ved køb, salg eller pantsætning af fast ejendom, ved aftaler om projektering eller etablering af idrætslokaler og idrætsanlæg eller ved overtagelse af ansvaret for driften af sådanne anlæg tegnes institutionen af mindst 5 bestyrelsesmedlemmer. Bestyrelsen kan meddele formanden eller den daglige leder prokura.

§ 13. Daglig ledelse

Bestyrelsen ansætter en daglig leder for institutionen. Den daglige leder ansætter det personale, som er nødvendigt for virksomhedens drift.

Det ansatte personale kan ikke være medlem af bestyrelsen.

§ 14. Bevillinger

Institutionen kan drive virksomhed, hvortil der kræves alkoholbevilling.

§ 15. Hæftelse

Institutionen hæfter alene med sin formue for sine forpligtelser.

Bestyrelsesmedlemmerne hæfter ikke personligt for institutionens forpligtelser.

§ 16. Budget/Regnskab

Institutionens regnskabsår er fra den 1. juli til den 30. juni efterfølgende år.

Bestyrelsesmøde om regnskabet for det afsluttede regnskabsår og om godkendelse af budgettet for næstkommende regnskabsår afholdes hvert år inden udgangen af oktober måned. Det reviderede og af repræsentantskabet godkendte regnskab fremsendes sammen med en attesteret udskrift af revisionsprotokollen samt budget til Randers Kommune til orientering.

§ 17. Revision

Institutionens regnskab revideres af en statsautoriseret eller registreret revisor.

§ 18. Opløsning

Opløsning af institutionen kan kun foretages, hvis forslag herom vedtages enstemmigt af den samlede bestyrelse på et bestyrelsesmøde, der er indkaldt med mindst 14 dages varsel og med angivelse af forslag om opløsning. Ved likvidationen skal eventuelle overskydende midler anvendes i overensstemmelse med institutionens formål efter rådslagning med Randers kommune.

Bestyrelsen forestår likvidationen.

§ 19. Ikrafttræden

Vedtægter vedtaget den 18.11.1998.

Ændringer, der er forelagt Randers Byråd til godkendelse, vedtaget den 29.4.2002, 28.11.2006, 31.3.2011, 31.1.2012, 5.2.2013, 2.2.2017, 29.6.2020 og den 24.02.2025



Dirigent



Referent

Forelagt og godkendt af Randers Byråd den 24.2.2025



Bilag 2



Markeds- og potentialeanalyse
for international mødeturisme

Destination
VisitAarhus

Indhold

Introduktion & Læsevejledning	3
Læsevejledning	5
Executive Summary	8
Markedskrav for international mødeturisme	10
Afgørende faktorer for valg af mødedestination	11
Trends og tendenser som påvirker efterspørgslen	13
Udvikling i efterspørgslen	15
Destinationens synlighed i mødemarkedet	17
Markedsanalyse	19
Infrastruktur og tilgængelighed	20
Overnatningsudbud	23
Møde- og konferenceudbud	28
Erhvervsliv	33
Vidensinstitutioner	35
Oplevelser og attraktioner	38
Opsummering	41
Markedspositionering	42
Efterspørgsels- og segmentanalyse	42
SWOT-analyse	45
Mødesegmenter	47
Anbefalinger	49
Bilag	51



FOTO: Gående møde langs Åen, Aarhus

Introduktion & Læsevejledning

Markeds- og potentieanalyse har til formål at skabe indsigt i de lokale markedsforhold og udbud i destinationen, der hører under VisitAarhus med relevans for arbejdet med tiltrækning af international mødeturisme. Analysen vil fokusere på potentialet, som ligger uden for Aarhus Kommune og dermed fokusere på kommunerne Favrskov, Norddjurs, Syddjurs, Randers, Silkeborg og Viborg.

Denne rapport er udarbejdet som en del af MeetDenmarks samlede analyse af de 11 medlemsdestinationer, der arbejder strategisk med international mødeturisme uden for storbyerne. Formålet er at give et nuanceret billede af destinationens aktuelle udbud, markedsposition og udviklingspotentiale overfor det internationale mødemarked – med afsæt i både kvantitative data, kvalitative vurderinger og lokale aktørindsigter.

Arbejdet med at styrke international mødeturisme uden for storbyerne rummer et betydeligt økonomisk potentiale – både for de enkelte destinationer og for Danmark som helhed. En forsigtig beregning viser, at en vækst på 5–20 % i erhvervs- og mødeturismen uden for de store byer kan løfte den samlede årlige turismeomsætning i MeetDenmarks 11 medlemsdestinationer med cirka 200–800 mio. kr., baseret på døgnforbrug pr. erhvervsturist. Og det vil typisk være omsætning uden for weekender og højsæsonen grundet forretningsområdets karakteristika.

Effekten stopper imidlertid ikke ved den direkte omsætning: Øget erhvervsturisme skaber typisk afledte effekter i værdikæden (leverandører, transport, restauranter, kulturudbud og detail), og turisme har ofte en relativt høj multiplikatoreffekt sammenlignet med anden lokal serviceøkonomi. Samtidig er der tydelige arbejdsmarkedsperspektiver: flere gæster giver flere lokale job (service, logistik, kultur og gastronomi), job med lav mobilitet der forankrer beskæftigelsen i de respektive lokalområder, og erhvervsturisme kan bidrage til sæsonudjævning, som giver mere stabil drift og beskæftigelse.

Derudover viser flere internationale undersøgelser, at øget international erhvervs- og mødeturisme ikke blot skaber mere aktivitet for overnatningssteder, venues og øvrige led i turismens værdikæde; det gavner også destinationernes virksomheder og vidensinstitutioner på flere områder. Det gælder blandt andet gennem styrkede internationale relationer, øget tiltrækning af specialiseret arbejdskraft, profilering mv.

Analysen vurderer destinationens styrker og udfordringer på tværs af seks centrale områder: infrastruktur og tilgængelighed, overnatningsudbud, møde- og conferencefaciliteter, erhvervsliv, vidensinstitutioner samt oplevelser og attraktioner. Den helhedsorienterede tilgang viser, hvordan fysiske rammer og kapaciteter, erhvervsmæssige ressourcer og vidensmiljøer påvirker destinationens evne til at tiltrække og fastholde international mødeturisme.

For hver faktor er der foretaget en modenhedsvurdering, som angiver, i hvilket omfang destinationen kan imødekomme internationale markedskrav og skabe efterspørgsel på tværs af mødesegmenterne. Vurderingerne bygger på destinations-selskabets egen kortlægning, desk research og aktørinput, udformet gennem lokal sparring med det respektive destinationsselskab.

Dernæst vil destinationens markedsposition blive gennemarbejdet i en SWOT-analyse, som samler indsigterne fra de foregående analyser. SWOT-analysen danner grundlag for en vurdering af, hvilke mødesegmenter destinationen er bedst rustet til at tiltrække og facilitere.

Afslutningsvis vil der, med udgangspunkt i konklusionerne fra markedspositioneringen, blive præsenteret konkrete og handlingsorienterede anbefalinger, som destinationen kan anvende til videreudvikling af indsatser og tiltag i arbejdet med international mødeturisme.

Destinationen har udarbejdet en udtalelse, der sætter ord på den nuværende organisering og prioritering af international mødeturisme, hvilket ses nedenstående:

VisitAarhus har gennem de sidste 15-20 år opbygget en stærk mødeturismeindsats, der arbejder bredt med møder, incentive, konferencer og internationale kongresser, gennem vores Convention Bureau.

VisitAarhus Convention Bureau arbejder målrettet med tiltrækning af internationale videnskabelige kongresser til Aarhus, og har gennem de sidste 10 år skabt en stabilitet, der sikrer Aarhus som en top-100 kongresdestination i verden (ICCA).

VisitAarhus' indsats omkring M&I er funderet i en løbende og udviklende indsats med en stærk database af aktive mødekøbere, der bliver inviteret til FAM-trips, modtager nyhedsbreve og får faglig rådgivning til at udvikle og afvikle møder og konferencer i Aarhusregionen.

VisitAarhus har et tæt samarbejde med MeetDenmark, AU samt flere andre tonegivende aktører. Der opsøges og udvikles løbende ny viden gennem disse relationer som deles med både udbuds- og efterspørgselssiden for erhvervsturismen i Aarhusregionen.

Disclaimer: Det er vigtigt at være opmærksom på, at analysen udgør et øjebliksbillede baseret på den tilgængelige viden og data på analysetidspunktet, pr. januar 2026. Indsigterne er målrettet international erhvervs- og mødeturisme og skal læses inden for dette scope.

Læsevejledning

For at sikre en grundig forståelse af analysens struktur, begreber og argumentationsgrundlag, præsenteres følgende læsevejledning.

Mødesegmenter

Analysen fokuserer primært på mødeturisme og vil afdække, hvilke mødesegmenter der potentielt kan være relevante for destinationens fremtidige udvikling. Der tages udgangspunkt i fem centrale segmenter inden for erhvervs- og mødeturisme, med særligt fokus på mødeaktiviteter. Individuelle forretningsrejsende behandles kun i begrænset omfang, da analysens formål er at belyse destinationens muligheder for at tiltrække og facilitere møder, konferencer og lignende arrangementer.

Møder	Møder, konferencer, kurser m.v. med min. 10 deltagere og en varighed på min. 4 timer afholdt på mødesteder der udlejer lokaler mod betaling. Et mødes formål er forudbestemt og har som dagsorden at adressere og evt. løse en udfordring eller mål for virksomheden ^[1] .
Belønningsrejser	Virksomhedsarrangerede grupperejser for udvalgte medarbejdere. Typisk med det formål at anerkende, belønne, motivere, eller fastholde medarbejdere, samarbejdspartnere eller kunder gennem unikke rejseoplevelser. Destinationerne er ofte mere prestigøse og afslappede end det sædvanlige arbejdsmiljø ^[2] .
Kongresser	Større arrangementer der har til formål at udvikle, dele og debattere ny viden inden for akademiske discipliner eller erhvervsfelter. Varighed spænder fra en dag til flere døgn og deltagerdiversiteten er høj. Der fremkommer oplæg fra forskellige talere suppleret med andre aktiviteter såsom paneldebatter og workshops^[3]. Det skal bemærkes, at der anvendes en betragtning af forskellen mellem kongresser og konferencer, som tager udgangspunkt i, at kongresser typisk er større og mere formelle end konferencer, og at deltagerne ved kongresser typisk består af faglige sammenslutninger, politiske partier eller internationale organisationer
Messer	Større udstillinger der kan agere som platforme for brancheaktører i fælles branche. Her fremvises nye produkter/services inden for samme industri. Yderligere vil der være mulighed for networking og kontakt til potentielle nye og eksisterende kundeforhold ^{[4][5]}
Individuelle forretningsrejsende og projektarbejdere	Kunde- og salgsmøder samt rejsende håndværkere. Dette segment udgør dog et mindre fokus, da det er et segment, som kun påvirkes i begrænset omfang, særligt i et internationalt perspektiv.

Kortlægning og analyse af destinationen

For at kunne analysere destinationens udgangspunkt for arbejdet med tiltrækning af international mødeturisme har destinationsselskabet gennemført en kortlægning med fokus på at identificere væsentlige aktører og forhold inden for udvalgte fokusområder. Hvert fokusområde udgør en afgørende faktor for destinationens evne til at fremstå attraktiv og dermed tiltrække international mødeturisme inden for de fem mødesegmenter som beskrevet ovenfor. Destinationens modenhed inden for hver faktor er blevet vurderet på baggrund af analyser af de enkelte fokusområder med udgangspunkt i data fra kortlægningen. Kortlægning og analyse omfatter følgende fokusområder:

1. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/what-is-mice?>
2. <https://tourismnotes.com/what-is-mice-tourism/>
3. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/what-is-mice?>
4. https://www.hospitalitynet.org/news/4100274.html?utm_source=chatgpt.com
5. <https://tourismnotes.com/what-is-mice-tourism/>

Infrastruktur og tilgængelighed	Gode transportforbindelser (vej, tog, lufthavn) gør det nemt for mødedeltagere at ankomme og komme rundt, hvilket er afgørende for tilgængelighed, logistik, koordinering og omkostningsniveau.
Overnatningsudbud	Et varieret overnatningstilbud med stor kapacitet sikrer, at både små og store grupper kan indkvarteres komfortabelt og tæt på mødestederne.
Møde- og konferenceudbud (Venues)	Moderne og fleksible faciliteter er nødvendige for at kunne afholde alt fra små møder til store kongresser og events med professionel standard.
Erhvervsliv	Et aktivt erhvervsliv skaber efterspørgsel efter møder og netværk og tiltrækker faglige arrangementer. Særligt virksomheder med international markedsstiledelse og aktiviteter er afgørende for at kunne tiltrække internationale mødedeltagere.
Vidensinstitutioner	Vidensinstitutioner spiller en central rolle i international mødeturisme, særligt når det gælder kongresser. Universiteter, forskningscentre og hospitaler fungerer som faglige fyrtårne, der tiltrækker internationale eksperter, forskere og beslutningstagere til faglige samlinger og konferencer.
Oplevelser og attraktioner	Sociale aktiviteter, shopping, kultur og gastronomi øger destinationens samlede positionering og tiltrækningskraft og kan bidrage til at gøre destinationen mere attraktiv for både arrangører og deltagere.

De fremviste markedsdata og oplysninger i analyserne stammer fra destinationens egen kortlægningsindsats og i nogle tilfælde yderligere desk research. Der tages forbehold for, at priser, kapacitet og øvrige markedsdata kan være ændret siden dataindsamlingen i sommeren 2025.

Modenhedsanalyse

For at opnå en ensartet model til at analysere, vurdere og sammenligne de 11 destinationers evne til at imødekomme de seks afgørende faktorer er der udarbejdet en modenhedsanalyse. Denne vurderer dermed hver destination inden for de seks faktorer. Analyseindsigterne og de individuelle bedømmelser præsenteres i afsnittet *Markedsanalyse*, hvor der afslutningsvis findes en opsummering, som giver et visuelt overblik over styrker og svagheder inden for de seks faktorer.

Parametrene for modenhedsanalysen er fastlagt på baggrund af indsigter fra en omfattende mængde interviews, nærmere bestemt 740 besvarelser fra mødeplanlæggere samt personer med øvrig tilknytning til mødeturisme.

Markedskrav fra mødeplanlæggere

For at indsamle indsigt i tidssvarende markedskrav inden for international mødeturisme er der som led i markeds- og potentialeanalysen gennemført interviews med personer, der arbejder med at planlægge, afvikle og indkøbe møder, kongresser, messer og belønningsrejser.

Disse interviews består af dybdegående telefoninterviews og online spørgeskemaundersøgelser med respondenter fra Danmark, Norge, Sverige, Tyskland og Storbritannien. Formålet er at afdække både nationale aktører, der håndterer efterspørgsel fra udlandet, samt udenlandske aktører fra de primære internationale markeder, som lejlighedsvis står for planlægning af arrangementer i Danmark. Metoden for denne dataindsamling fremgår af bilag 1.

Med den samlede interviewindsats er der blevet indsamlet indsigter indenfor de markedskrav, behov og forventninger, som professionelle møde- og konferenceplanlæggere prioriterer, når de skal planlægge og afvikle mødeturisme. Det samlede datagrundlag er baseret på 740 besvarelser fra mødeplanlæggere samt personer med øvrig tilknytning til mødeturisme. De væsentligste indsigter samt perspektiveringer til destinationen findes i afsnittet om *Markedskrav ved international mødeturisme*.

Efterspørgsels- og segmentanalyse

Udover destinationens kortlægning er der indhentet øvrige relevante markedsoplysning-er omhandlende overnatningstal og sæsonmæssige udsving, med henblik på at identificere efterspørgsel fra mødeturismen på destinationen. Denne data er indhentet fra VisitDenmarks Statistikbank.

Her er der særligt fokus på corporate gruppesegmentet. Dette segment repræsenterer en gruppe på mere end 10 personer, hvis hovedmål er konferencer, møder, messer og lign.

Det er denne gruppe, som vil indeholde internationale mødeturister. Dette segment er særligt interessant i en turismekontekst, da det ikke blot genererer høj overnatningsvolumen, men også skaber afledt omsætning i lokalområdet gennem brug af mødefaciliteter, restauranter, transport og kulturelle oplevelser. Dette segments tydelige sæsonudsving, med efterspørgsels peak-perioder i forårs- og efterårsmånederne, giver destinationerne mulighed for at udnytte kapaciteten uden for de klassiske ferieperioder.



SWOT-analyse og anbefalinger

Med afsæt i de indsamlede indsigter fra markedsanalysen er der udarbejdet en SWOT-analyse, som ved at fremhæve destinationens styrker, svagheder, muligheder og trusler, identificerer, hvor potentialet ligger for destinationens fremadrettede arbejde med international mødeturisme. Dette potentiale danner grundlag for vurderingen af, hvilke mødesegmenter der er relevante for destinationen, og uddybes yderligere i afsnittet med anbefalinger, hvor det beskrives, hvordan analysens samlede indsigter bør omsættes til konkrete og prioriterede handlinger.

Analysens mest væsentlige indsigter og anbefalinger opsummeres og præsenteres i executive summary.

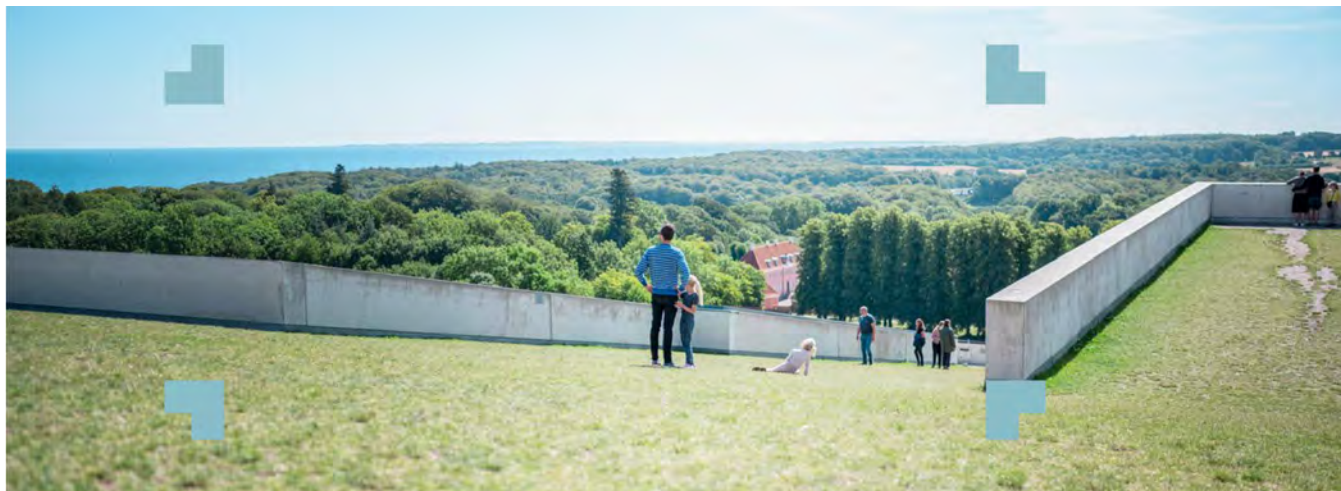
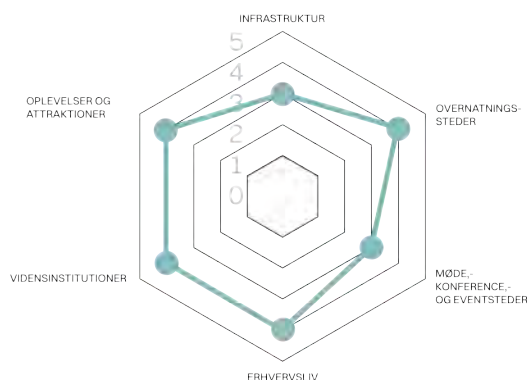


FOTO: Moesgaard Museum

Executive Summary

Destinationens modenhedsanalyse ser således ud.



Kombineret med rapportens SWOT-analyse fremstår Aarhus-regionen (Favrskov, Norddjurs, Syddjurs, Randers, Silkeborg og Viborg kommuner) som en mødedestination med stærke naturkvaliteter, robuste venues og tydelige faglige styrkepositioner. Regionen adskiller sig især gennem sine unikke oplevelsesmiljøer, høje gæstetilfredshed og specialiserede vidensinstitutioner, der giver et solidt udgangspunkt for at tiltrække internationale møder, konferencer og belønningsrejser.

Analysen viser, at destinationen råder over:

- **Stort samlet møde- og overnatningsudbud** med 2.400+ værelser og 123 møde- og konferencefaciliteter – herunder store venues som Tinghallen og Arena Randers.
- **Høj kvalitet og værtskab**, dokumenteret ved gæstetilfredshed over MeetDenmark gennemsnittet på både hoteller og venues.
- **Stærke specialiserede vidensmiljøer**, bl.a. i Viborg (AU Viborg, Animation Workshop), Silkeborg (AU Silkeborg, natur- og miljøforskning) og Djursland (Kattegatcentret, Molslaboratoriet).
- **Markante natur- og kulturattraktioner** som Nationalpark Mols Bjerge, Gudenåen, Søhøjlandet og Fregatten Jylland, som styrker destinationens oplevelses- og belønningsværdi.
- **Erhvervsklynger i vækst** inden for blandt andet fødevarer, plast, grøn energi og kreative erhverv.

Der er dog udfordringer, der kræver strategisk indsats: den geografiske spredning af udbuddet, manglende samlet overnatningskapacitet ved de største venues, begrænset offentlig transport og fravær af ét tydeligt kapacitetscentrum. Disse forhold kan afhjælpes gennem styrket koordinering, fælles pakker og tydeligere branding af regionens samlede styrker.

Samlet set vurderes potentialet størst inden for møder og konferencer samt messer og udstillinger, men belønningsrejser fremstår som et markant vækstområde på grund af regionens stærke natur- og oplevelsesprofil. Kongresser vurderes som sekundært potentiale, men muligt i samarbejde med Aarhus og via brug af faglige fyrtårne. Rapporten sammenfatter en række anbefalinger til den videre markedsbearbejdning og styrkelse af regionens markedsposition. Hovedpunkterne omfatter:

Udnytte regionens styrkepositioner som natur- og vidensdestination

- Positionere destinationen samlet og fremhæve natur, priser, faglige miljøer og højt værtskab som differentierende styrker.

Styrke samarbejdet med erhvervsliv og vidensinstitutioner

- Etablere faglige netværk og ambassadørkorps målrettet temaer som fødevarer, miljø og kreativ industri.
- Arbejde systematisk med bids og partnerskaber omkring faglige events.

Skabe bookingvenlige løsninger og bedre logistik

- Udvikle pakked løsninger, der kombinerer venues, overnatning og transport.
- Udarbejde logistikplaner og samarbejdsaftaler ved større events.

Øge synligheden og kendskabet blandt mødeplanlæggere

- Gennemføre målrettede kampagner og fam-trips til regionens signatursteder.
- Samle data, priser og faciliteter i én overskuelig præsentation.

Udvikle mødeprodukter baseret på natur og oplevelser

- Integrere Nationalpark Mols Bjerge, Gudenåen og kulturattraktioner i mødeformater.
- Udvikle belønnings- og teambuildingkoncepter med tydelig lokal identitet.



FOTO: jakob-vingtoft

Markedskrav for international mødeturisme

For at samle indsigt i de markedskrav, som gør sig gældende for international mødeturisme, er der indhentet ca. 743 besvarelser fra personer, der arbejder med at indkøbe, planlægge og afvikle møder, kongresser, messer og belønningsrejser fra Danmark, Norge, Sverige, Tyskland og Storbritannien. Formålet har været at afdække krav, behov, forventninger og markedstendenser blandt både nationale og internationale aktører og på baggrund af disse indsigter udarbejde en analyse af destinationens forudsætninger for at kunne imødekomme disse markedskrav.

Personerne som har bidraget med indsigter kan inddeles i to grupper:

- 1. Professionelle mødeplanlæggere**, som håndterer eksterne forespørgsler herunder PCO-selskaber (Professional Congress Organizer), DMC selskaber (Destination Management Company), Erhvervsrejsebureauer m.m.^[6]
- 2. Interne mødeplanlæggere**, som primært håndterer organisationens egne arrangementer. Disse omfatter både virksomheder og institutioner samt øvrige private eller offentlige organisationer.^[7]

De professionelle mødeplanlæggere har delt deres indsigter og erfaringer gennem dybdegående interviews, og de interne mødeplanlæggere har delt deres indsigter og erfaringer gennem online spørgeskemaer. Begge interviewformer har fulgt samme spørge-ramme, men de dybdegående interviews har givet mulighed for mere begrundelse og baggrundsviden. De nedenstående indsigter tager udgangspunkt i respondenternes erfaringer og markedsindsigter – både generelt om international mødeturisme og i enkelte spørgsmål mere konkret om det danske udbud samt individuelle destinationer.

6. N = Danmark 17, Norge 10, Sverige 10, Tyskland 13, Storbritannien 13

7. N = Danmark 261, Norge 110, Sverige 103, Tyskland 100, Storbritannien 106

Afgørende faktorer for valg af mødedestination

På tværs af både nationale og internationale mødeplanlæggere nævnes en række faktorer og parametre som udslagsgivende, når valg af mødelokation foretages. De to parametre som i højest grad udpeges som værende de markant vigtigste er **udbud og kvalitet af mødefaciliteter** samt **udbud og kvalitet af overnatningssteder**. Tredjevigtigst er **prisniveau** – det at kunne tilbyde konkurrencedygtige priser opholdt imod overnatning, mødefaciliteter og den samlede oplevelse. Slutteligt nævnes **samlet rejsetid** som afgørende faktor, hvor der her kan tilkobles **infrastrukturelle forhold** som central rolle, eksempelvis nærhed til international lufthavn og direkte flyforbindelser som begge har stor betydning for samlet rejsetid.

Disse er nøglefaktorer, som alle har essentiel betydning for valget af mødedestination, både hos nationale og internationale mødeplanlæggere.

Kilde: Q12 - Hvor vigtige vurderer I, at følgende faktorer er for virksomheder/aktører, når de skal udvælge en lokation eller facilitet til arrangementer?

Dog skal det bemærkes at inden disse faktorer kommer i betragtning, må det antages at der ligger et mere grundlæggende forhold: Der skal først opstå et konkret behov for at afholde en mødeaktivitet, før valg af destination bliver relevant. Efterspørgslen opstår typisk, fordi en virksomhed, organisation eller vidensinstitution har et fagligt, strategisk eller driftsmæssigt anliggende, som kræver fysisk samling af deltagere.

Sådanne bagvedliggende behov kan bl.a. udspringe af:

- afholdelse af faglige eller videnskabelige konferencer, hvor nye forskningsresultater skal præsenteres
- bestyrelses- og ledelsesmøder i internationale virksomheder
- produktlanceringer, hvor markeder eller partnere skal aktiveres
- uddannelses- og træningsaktiviteter på tværs af lande eller afdelinger
- netværks- og branchemøder, der samler medlemsorganisationer, NGO'er eller fagfæller

Det er således først, når dette grundlæggende behov er identificeret, at mødeplanlæggerne går videre til at vurdere de øvrige faktorer såsom mødefaciliteter, overnatningskvalitet, prisniveau og samlet rejsetid.

Denne forståelsesrækkefølge er vigtig, da det understreger, at valget af destination er en konsekvens og ikke en årsag af et eksisterende mødebehov.

Udbud og kvalitet af mødefaciliteter samt overnatningssteder

Kvaliteten og udbuddet af overnatnings- og mødefaciliteter har den mest centrale rolle i valget af destination for mødeaktiviteter med international deltagelse, helt præcist er dette angivet som den vigtigste faktor i 32 % af tilfældene. Internationale mødegæster stiller høje krav til komfort og standard, og der efterspørges typisk faciliteter med minimum 3-stjerners niveau. Samtidig er kapaciteten en udfordring, særligt uden for de større byer, hvor det kan være vanskeligt at finde overnatningssteder med over 200 værelser samlet ét sted. Dette skaber begrænsninger for større arrangementer, da mødeplanlæggere helst undgår at sprede deltagerne på flere hoteller. Både nationale og internationale professionelle mødeplanlæggere peger på udbud og kvalitet af overnatningssteder som en væsentlig udfordring i planlægningen af internationale møder i Danmark.

Ved mindre og mere intime møder, konferencer og belønningsrejser, kan alternative overnatningsformer dog anvendes, så længe oplevelsesværdien er høj.



Udfordring kan være størrelsen af overnatningskapacitet. Folk vil gerne bo på samme overnatningssted. Vil helst undgå at dele overnatninger ud på flere hoteller. Det er svært at finde 200 værelser ude i provinsen” – National professionel mødeplanlægger

Kilde: Q14 - Har I oplevet nogle af de nedenstående udfordringer ved at imødekomme internationale virksomheders behov og anmodninger i forbindelse med erhvervsturisme – generelt set på det danske marked?

Prisniveau

Størstedelen af de adspurgte professionelle mødeplanlæggere, både nationalt og internationalt angiver pris og økonomi generelt til at have markant betydning for valg af destination til afholdelse af mødeaktiviteter. I Danmark opfattes prisniveauet generelt som højt blandt både nationale og internationale mødeplanlæggere, særligt i sammenligning med Sverige og Tyskland. Danmark vurderes fortsat som konkurrencedygtig i forhold til Norge og har et mere balanceret omkostningsniveau sammenlignet med Storbritannien. Overordnet tegner der sig dog et tydeligt billede af, at Danmark generelt opfattes som et dyrere land end de fleste konkurrenter med Storbritannien som den eneste markante undtagelse. Kun en mindre andel af respondenterne betragter Danmark som et billigere alternativ. Dette billede gentager sig blandt de professionelle mødeplanlæggere, både nationale og internationale, som anser prisniveauet som en tilbagevendende udfordring, når internationale firmaer overvejer Danmark i forbindelse med mødeturisme.



Prisstigningerne efter Covid har været voldsomme både når det gælder hoteller, restauranter og transport. Her taber vi tit til Sverige og Norge – National professionel mødeplanlægger



Danmark kan være udfordrende for internationale kunder på grund af de højere omkostninger – Professionel mødeplanlægger Storbritannien

Kilde: Q14 - Har I oplevet nogle af de nedenstående udfordringer ved at imødekomme internationale virksomheders behov og anmodninger i forbindelse med erhvervsturisme – generelt set på det danske marked?

Kilde: Q23 - Hvilken faktor udgør prisstruktur og øvrige økonomiske forhold for valg af destination?

Kilde: Q24 - Hvordan vurderer du omkostningsniveauet ved at afholde arrangementer i Danmark sammenlignet med Norge, Sverige, Tyskland og Storbritannien.

Infrastrukturelle forhold

Infrastrukturen spiller en væsentlig rolle i international mødeturisme, hvor tilgængelighed via større lufthavne, særligt København, er afgørende. Internationale mødedeltagere er vant til transport fra lufthavn til venue og overnatningssted. Offentlig transport kan være en mulighed, men det afhænger af mødesegmentet. Det er væsentligt at bemærke, at afstande opfattes forskelligt, og Danmark fremstår overordnet set som let tilgængeligt og overskueligt sammenlignet med større europæiske destinationer.



Tilgængeligheden er høj og landet er småt, så det er nemt at komme rundt – National professionel mødeplanlægger



Destinationer vælges ud fra infrastruktur, tilgængelighed, omkostninger, bæredygtighed og oplevelser – Professionel mødeplanlægger Storbritannien



Valget træffes ud fra pris og infrastruktur – Professionel mødeplanlægger Tyskland

Kilde: Q22 - Hvad har gjort udslaget for at Danmark er blevet valgt frem for andre destinationer?

Kilde: Q22B - Er der bestemte barrierer, som går igen - fx pris, infrastruktur, kendskab?

Trends og tendenser som påvirker efterspørgslen

Flere tendenser påvirker efterspørgslen inden for mødeturisme, både i stigende og faldende grad. Sikkerhed og tryghed, lokale oplevelser og økonomisk usikkerhed nævnes som faktorer med voksende betydning, mens hybridmøder generelt opleves som en aftagende tendens, dog med fortsat relevans ved interne arrangementer. Bæredygtighed fremhæves desuden som en mindre afgørende faktor ved valg af destination.

Stigende:

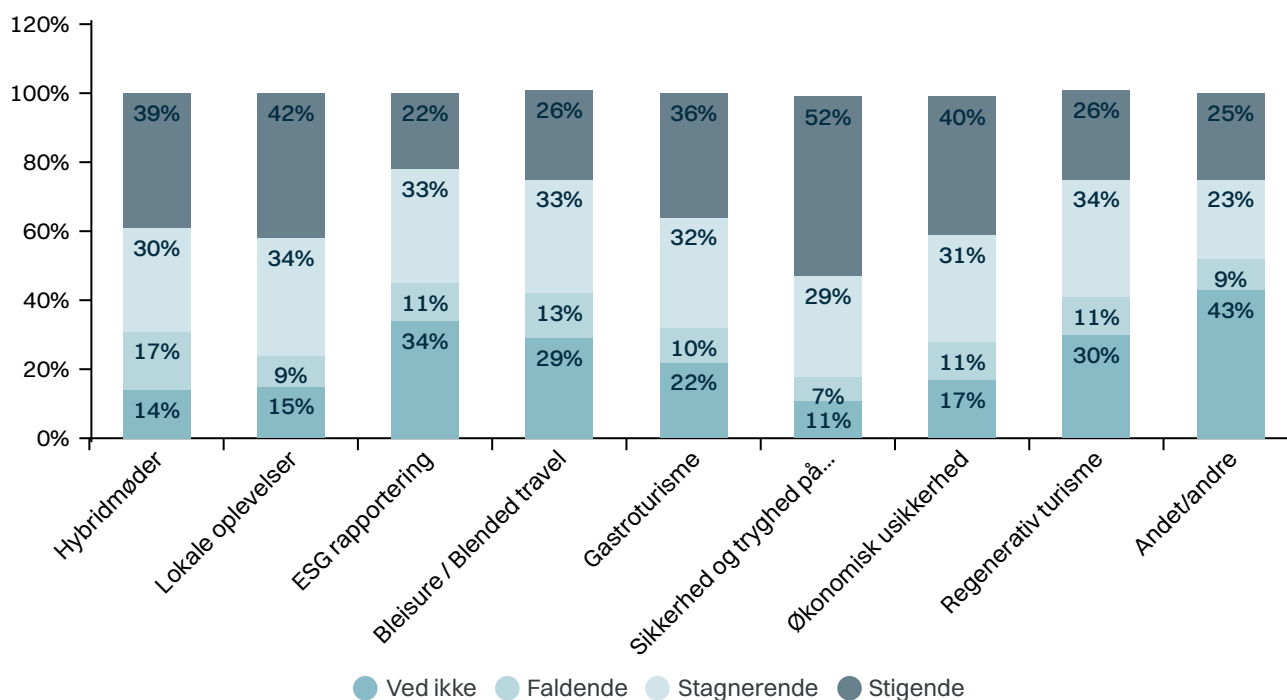
Sikkerhed og tryghed fremhæves samlet set som den mest voksende tendens, der i stigende grad påvirker efterspørgslen. Helt konkret markerer 356 ud af 743 respondenter, at behovet er stigende. Tendensen afspejler, at destinationen vurderes ud fra landets politiske og økonomiske stabilitet samt ud fra, om aftaler og deadlines opfattes som pålidelige.

Lokale oplevelser nævnes især af nationale professionelle og interne mødeplanlæggere samt af internationale professionelle mødeplanlæggere som en tendens, der i stigende grad påvirker efterspørgslen. Tendensen afspejler et ønske om at inddrage lokalt forankrede oplevelser, der tydeliggør det unikke ved den respektive destination.

Økonomisk usikkerhed nævnes af 276 nationale og internationale mødeplanlæggere samt internationale interne mødeplanlæggere som en tendens, der i stigende grad påvirker efterspørgslen. Usikkerheden kan medføre strammere budgetter, øget fokus på omkostningseffektivitet og i nogle tilfælde nedskalering eller udskydelse af internationale mødeaktiviteter. Dog opfattes Danmark generelt som et land med høj stabilitet og sikkerhed, hvilket er en fordel i perioder med økonomisk og politisk uro.

Faldende:

Hybridmøder opleves særligt af de professionelle mødeplanlæggere som en tendens, der i faldende grad påvirker efterspørgslen. Dog nævnes de af interne mødeplanlæggere, hos 31 % af de nationale og 44 % af de internationale, som værende stigende. Det kan derfor betragtes som et behov, der i højere grad eksisterer ved planlægning af interne events, f.eks. i virksomheder. Hybridmøder består typisk af en kombination af fysisk fremmøde og virtuel deltagelse, hvilket giver fleksibilitet og mulighed for at inkludere deltagere på tværs af geografiske placeringer.



N = 743

Kilde: Q15 - Hvilke nuværende trends og tendenser påvirker behov, markedskrav og efterspørgsel fra internationale virksomheder - Både i Danmark og internationalt?

International efterspørgsel på bæredygtighed

Internationale mødeplanlæggere tillægger bæredygtighed stor betydning, når de vælger mødedestinationer. I flere af Danmarks vigtigste markeder anses bæredygtighed ligefrem som en vigtig til meget vigtig faktor:

- 78 % af mødeplanlæggere fra Storbritannien
- 69 % af mødeplanlæggere fra Tyskland
- 59 % af mødeplanlæggere fra Sverige
- 46 % af mødeplanlæggere fra Norge

På trods af denne tydelige internationale tendens og det forhold, at en stor del af de danske professionelle mødeplanlæggere selv angiver bæredygtighed som en væsentlig faktor, oplever flere af dem samtidig, at bæredygtighed fylder relativt lidt i de forespørgsler, de modtager fra internationale kunder. Nogle beskriver endda, at bæredygtighed sjældent nævnes som et afgørende parameter:



Bæredygtighed gøres ofte vigtigere i DK end den er for de internationale kunder. Vi er langt foran i DK. – National professionel mødeplanlægger



Bæredygtighed fylder ikke noget i efterspørgslen fra internationale, da det ikke er et afgørende punkt på prioriteringslisten” – National professionel mødeplanlægger

Det er uklart, hvad denne kontrast mellem de internationale mødeplanlæggers egne udsagn og de danske DMC'er og Incoming bureauxs oplevelse skyldes. En mulighed kan være, at internationale kunder netop har valgt Danmark på grund af vores image inden for bæredygtighed og derfor forventer at bæredygtighed er et integreret element. Det kan dog også være, at de internationale mødeplanlæggere – ligesom det typisk er tilfældet herhjemme (jf. de årlige mødekøberanalyser fra Optimeet og MeetDenmark) – har begrænset viden om, hvordan man konkret stiller krav til bæredygtighed.

Det anbefales at grave dybere i denne kontrast for at blive klogere på, hvordan de internationale mødekøbere ser på bæredygtighed, og hvad de mere præcist vægter.

Uanset kontrasten er bæredygtighed en dansk styrkeposition, som bør udnyttes, vedligeholdes og videreudvikles. Man kan f.eks. med fordel gå mere målrettet efter internationale mødekøbere, der særligt vægter bæredygtighed, da man her har en markant konkurrencefordel på de danske mødedestinationer. Dette anerkendes også af flere danske mødeplanlæggere, der ser bæredygtighed som en konkurrencefordel, vi med fordel kan udnytte endnu mere:



Vi skal blive endnu bedre til de ting vi gode til, herunder bæredygtighed.” – National professionel mødeplanlægger

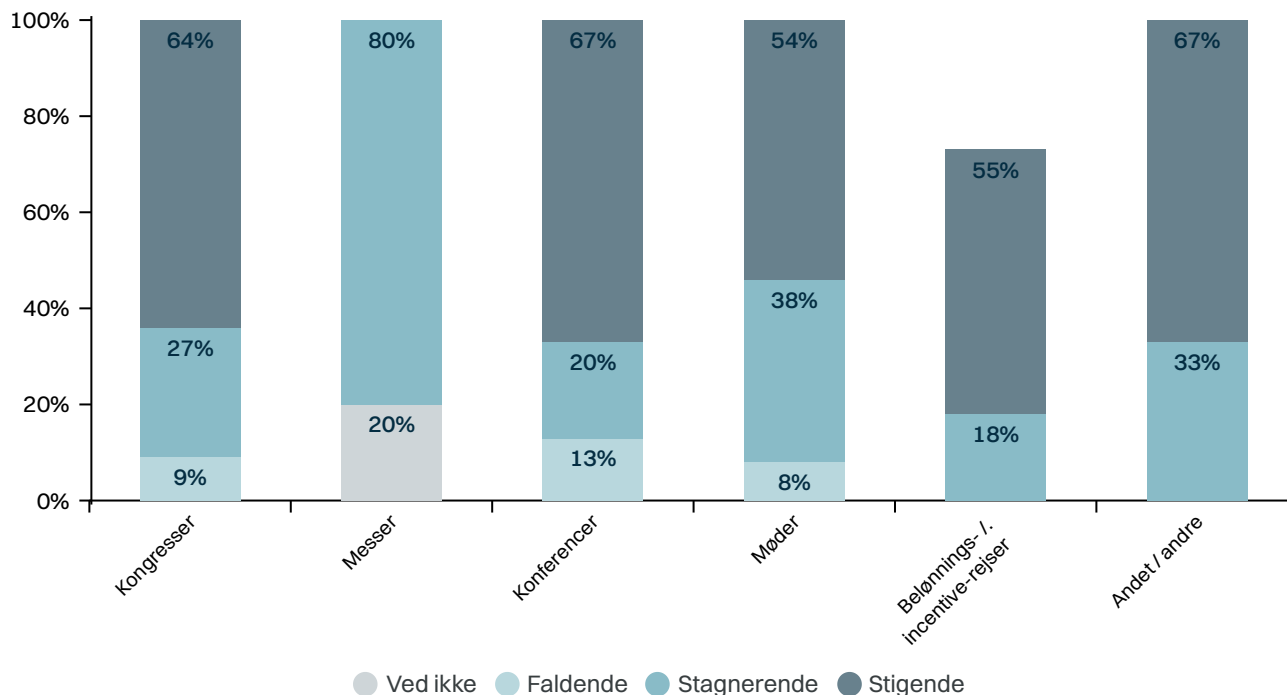
Udvikling i efterspørgslen

Efterspørgslen på mødeaktiviteter med international deltagelse i Danmark udvikler sig forskelligt på tværs af mødesegmenter, brancher og internationale markeder.

Mødesegmenter

Hos de professionelle nationale mødeplanlæggere ses en tydelig vækst i efterspørgslen fra internationale kunder og virksomheder på møder i Danmark på tværs af alle mødesegmenter, med undtagelse af messer, hvor udviklingen af flest opleves som stagnerende. Ingen af de nationale professionelle mødeplanlæggere nævner nogle af mødesegmenterne som værende stærkt stigende.

Nationale professionelle mødeplanlæggere



N = 17

Kilde: Q10 - Hvordan oplever du udviklingen af efterspørgslen fra internationale kunder og virksomheder sig i forhold til at afholde arrangementer i Danmark?

Stigende (Mørkeblå), stagnerende (blå), faldende (lyseblå), ved ikke (lys grå).

Note: Der er ikke modtaget 17 afgivne svar i hver kategori, eksempelvis er datagrundlaget isoleret for messer blot 5 respondenter, hvor det for konferencer er 15.

Brancher

Overordnet ses der størst efterspørgsel på mødeaktiviteter i Danmark fra virksomheder i brancherne:

1. IT / Teknologi / Software,
2. Energi / Miljø / Bæredygtighed
3. Pharma / Life Science.

N = 468

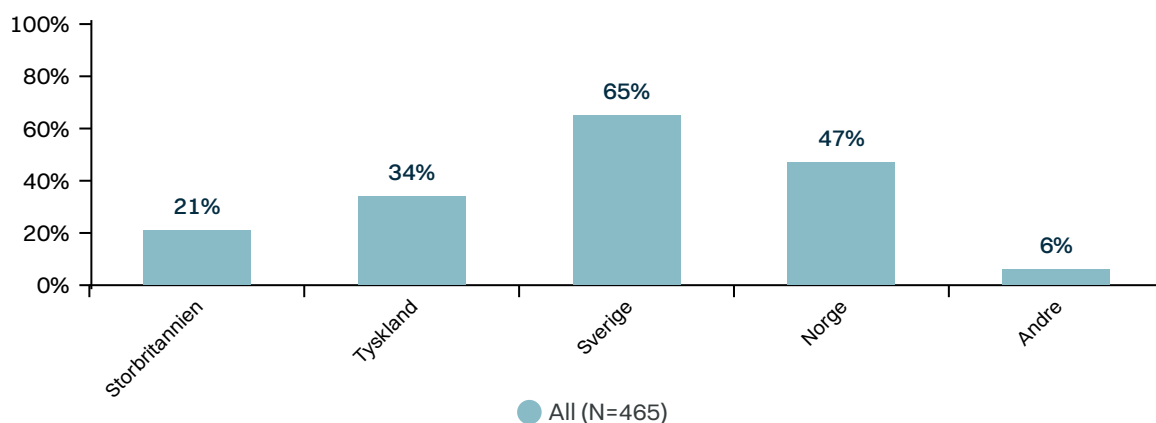
Internationale markeder

Blandt de nationale professionelle mødeplanlæggere er der flest, der oplever efterspørgsel fra Tyskland, efterfulgt af Norge, Sverige og Storbritannien. Derudover nævnes også betydelig interesse fra USA, Holland og Sydeuropa.

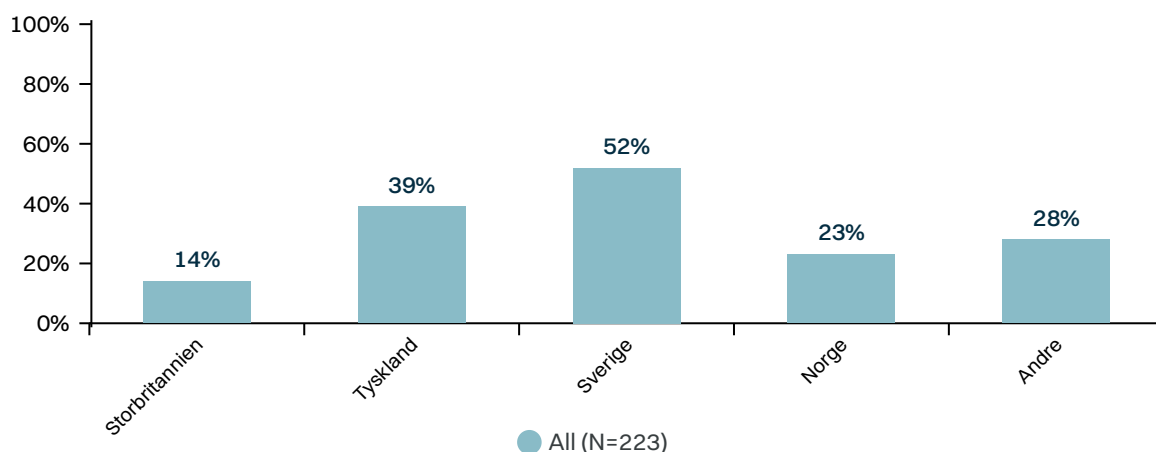
Kilde: Q11 - Hvilke internationale markeder(lande) oplever I efterspørgsel til Danmark fra?

Størstedelen af de adspurgte nationale og internationale professionelle mødeplanlæggere og interne mødeplanlæggere nævner Sverige som den største konkurrent til Danmark, når der skal afholdes arrangementer i Skandinavien. Det gælder også isoleret set for respondenterne i Sverige, Norge og Tyskland, som betragtes som nære markeder.

Internationale professionelle og interne mødeplanlæggere



Nationale professionelle og interne mødeplanlæggere



Kilde: Q20 - Hvilke øvrige lande er Danmark typisk i konkurrence med?

Destinationens synlighed i mødemarkedet

Kendskabet til danske mødedestinationer varierer betydeligt blandt nationale professionelle mødeplanlæggere.

I spørgeundersøgelsen er der spurgt til den samlede destination Aarhusregionen, hvilket antages at påvirke svarene i en mere positiv retning, end hvis der var blevet spurgt specifikt til de seks kommuner uden for Aarhus Kommune. For destinationen Aarhusregionen gælder det, at blandt de 17 adspurgte nationale professionelle mødeplanlæggere nævner syv, at de har "indgående kendskab", og fem, at de har et "godt kendskab" til destinationen og dens udbud. Derudover angiver fem et "begrænset kendskab" til destinationen og dens udbud, mens ingen angiver, at de ikke har noget kendskab.

Af de 17 nationale professionelle mødeplanlæggere har 10 planlagt eller afholdt arrangementer med international deltagelse i destinationen. Det er dog ikke afklaret, hvor mange der har afholdt i de seks kommuner uden for Aarhus Kommune.

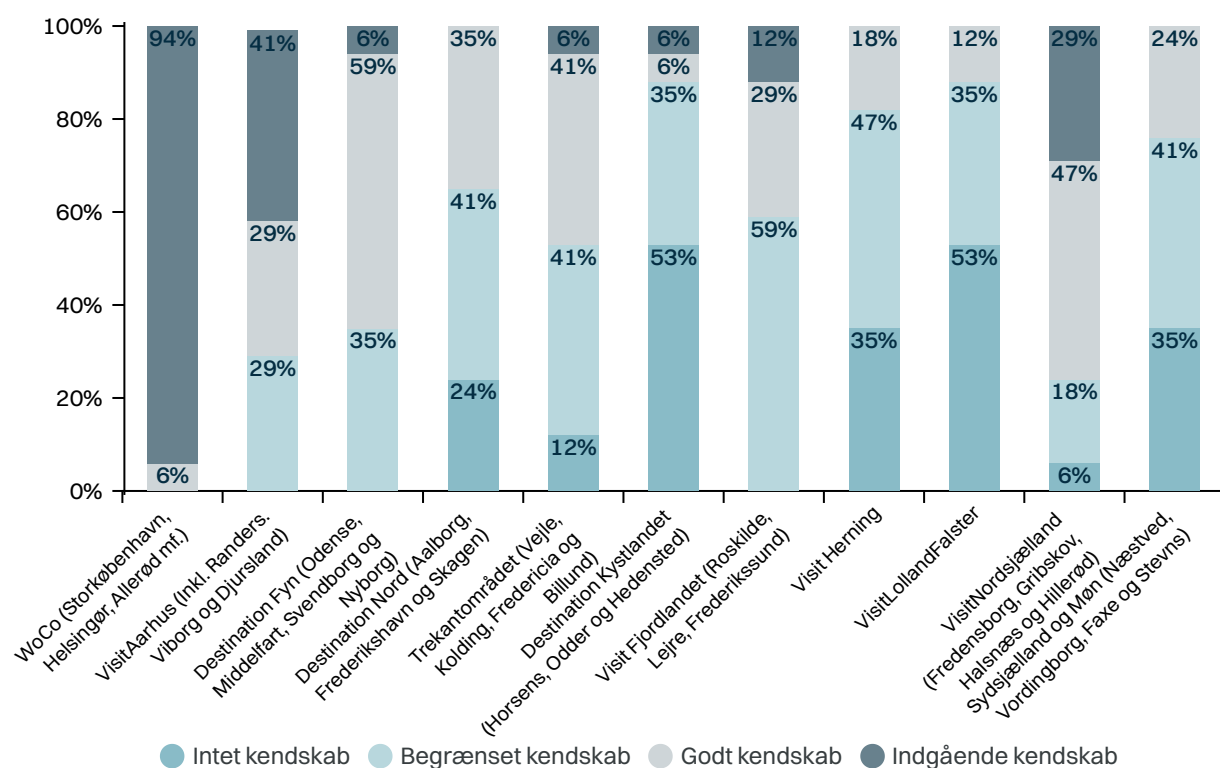
Synligheden for destinationen må derfor konkluderes at være tilfredsstillende, hvilket også antages at have en positiv effekt på de seks kommuner uden for Aarhus Kommune. Det vurderes dog, at synligheden af de seks kommuner uden for Aarhus Kommune som en del af mødeproduktet i Aarhusregionen med fordel kan styrkes blandt de professionelle mødeplanlæggere.

For destinationerne fremgår det af besvarelserne fra de nationale professionelle mødeplanlæggere, som har afholdt mødeaktiviteter i destinationen, hvad der har fungeret godt og mindre godt i forhold til at imødekomme markedskrav i forbindelse med international mødeturisme i destinationen.

Styrkepunkter	Svagheder
Gastronomisk udbud er tilfredsstillende til meget tilfredsstillende.	Afstand til lufthavn og flytilgængelighed nævnes af flest som utilfredsstillende (og af én som meget utilfredsstillende).
Offentlig transport er tilfredsstillende til meget tilfredsstillende,	Udbud af overnatningssteder nævnes af to som utilfredsstillende.
Prisudbuddet er tilfredsstillende til meget tilfredsstillende.	
Udbud af overnatningssteder er tilfredsstillende til meget tilfredsstillende (nævnes af to som utilfredsstillende)	
Naturomgivelser i nær afstand nævnes som tilfredsstillende til tilfredsstillende	
Bæredygtighed er tilfredsstillende til meget tilfredsstillende	

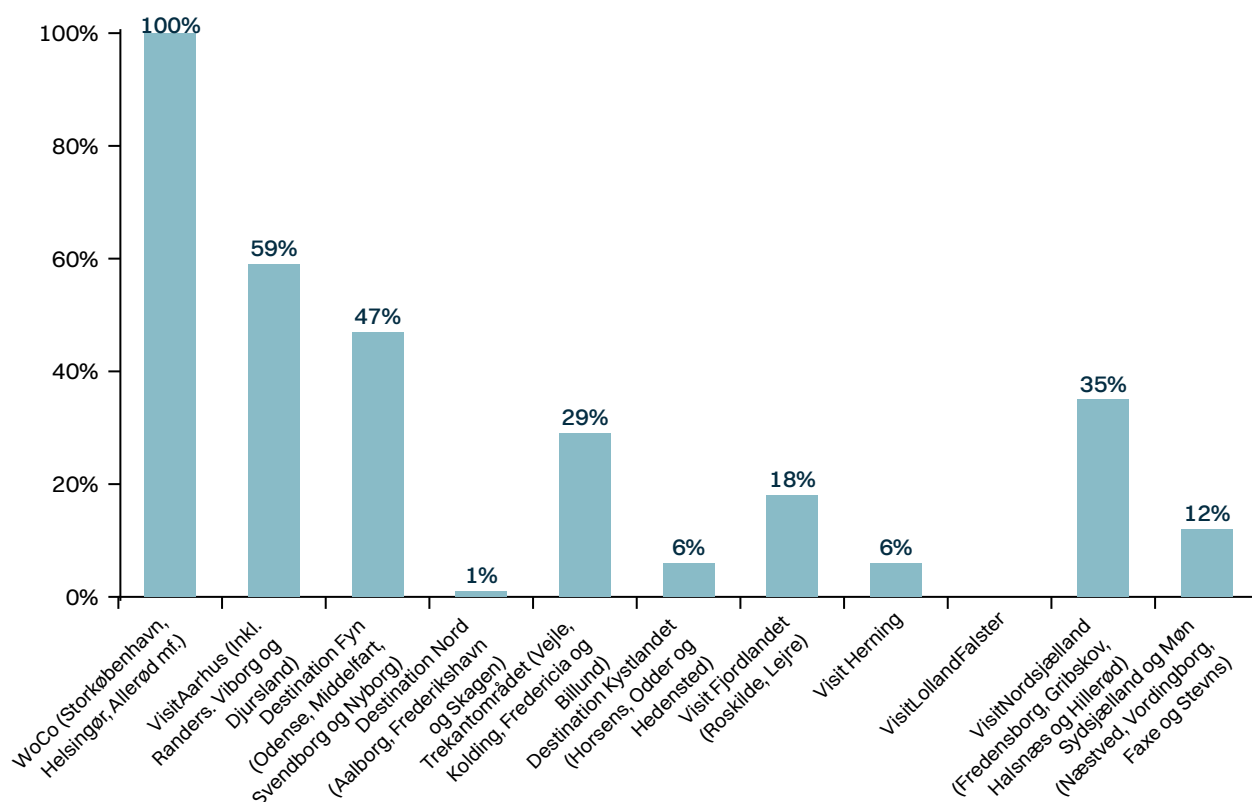
N = 10: Obs. datagrundlaget tager udgangspunkt i hele Aarhusregionen, hvor besvarelserne må antages at være særligt fokuseret på udbuddet i Aarhus.

Kilde: Q18_2 - Hvad fungerede godt/mindre godt ved Aarhusregionen (Inkl. Randers, Viborg, Silkeborg, Favrskov og Djursland)?



N = 17

Kilde: Q16 - Hvordan vil du betegne dit kendskab til nedenstående 11 destinationer og deres udbud?



N = 17

Kilde: Q17 - Hvilke af de nedenstående destinationer har I afholdt/planlagt arrangementer fra internationale kunder/virksomheder?



FOTO: Francesca Dolnier

Markedsanalyse

Markedsanalysen præsenterer en vurdering af de infrastrukturelle forhold, det eksisterende udbud af overnatningsmuligheder, venues, erhvervslivet, vidensinstitutioner samt oplevelser og attraktioner i destinationen Aarhusregionen, med et fokus på kommunerne Favrskov, Norddjurs, Syddjurs, Randers, Silkeborg og Viborg. Analysen vil derfor ikke indeholde information om udbuddet fra Aarhus Kommune. På baggrund af indsigterne fra disse seks fokusområder præsenteres og begrundes en modenhedsanalyse, der angiver, i hvilket omfang destinationens kommuner uden for Aarhus kan imødekomme markedskrav og skabe efterspørgsel inden for international mødeturisme i de angivne kommuner.

De fremviste markedsdata og oplysninger i analyserne stammer hovedsagelig fra destinationens egen kortlægningsindsats. Der tages forbehold for, at priser, kapacitet og øvrige markedsdata kan være ændret siden dataindsamlingen i sommeren 2025.



Note: Kortet viser et udvalg af de aktører som vurderes at have potentiale ift. international mødeturisme. Aktørerne er identificeret af destinationsselskaber

Infrastruktur og tilgængelighed

Aktørernes afstand til lufthavne og togstationer er inddelt i tre kategorier, henholdsvis: lav, mellem og høj.

	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	> 60 km	60-100 km	< 100 km
Togstation	> 2 km	2-15 km	< 15 km

Ovenstående vurderinger er med til at afdække, hvor belejligt og nemt tilgængeligt den transportmæssige offentlige infrastruktur er for den internationale mødeturist i destinationen. I forhold til togstationer vurderes det, at en afstand på under 2 km er gå-tilgængelig, en afstand på 2-15 km er ensbetydende med brug af enten bus eller taxa til togstationen, og at en afstand på mere end 15 km oftest vil medføre, at den besøgende vil undersøge andre muligheder end tog.

Nedenstående tabeller viser antallet af aktører inden for både overnatningsudbud samt møde- og konferenceudbud, opdelt efter afstand til lufthavne og togstationer i henholdsvis lav, mellem og høj kategori.

Det ses for de 58 overnatningsudbud i destinationen, som er kortlagt, at den gennemsnitlige afstand til nærmeste lufthavn, Aarhus Lufthavn, er 46 km. For afstand til togstationer er gennemsnittet 8 km.

Overnatningsudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	35	15	8
Togstationer	14	27	17

For møde- og konferenceudbud er der kortlagt 27 steder, hvor gennemsnitlig afstand til nærmeste lufthavn, 49 km, og gennemsnitlig afstand til togstation er 8 km.

Møde- og konferenceudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	19	8	0
Togstationer	8	13	6

Nedenstående ses transporttider til Københavns Lufthavn fra destinationens større byer.

Transporttid						
	Billund Lufthavn		Aarhus Lufthavn		Aalborg Lufthavn	
	Bil	Offentlig	Bil	Offentlig	Bil	Offentlig
Aarhus	1 time, 17 min.	1 time, 33 min.	39 min.	1 timer, 3 min.	1 timer, 26 min.	1 timer, 30 min.
Silkeborg	57 min.	2 timer	58 min.	1 time, 49 min.	1 timer, 38 min.	2 timer, 34 min.
Viborg	1 time, 14 min.	2 timer, 27 min.	1 time, 21 min.	2 timer, 27 min.	1 time, 10 min.	2 timer, 36 min.
Randers	1 time, 40 min.	2 timer, 18 min.	48 min.	1 time, 11 min.	1 time, 3 min.	58 min.
Hadsten	1 time, 26 min.	2 timer, 28 min.	37 min.	1 time, 33 min.	1 time, 10 min.	1 time, 38 min.
Grenå	2 time, 2 min.	3 timer, 35 min.	26 min.	1 time, 1 min.	1 time, 49 min.	3 timer, 4 min.
Ebeltoft	1 time, 52 min.	3 timer, 37 min.	20 min	26 min.	1 time, 46 min.	2 timer, 55 min.

Overordnet kan det siges for både overnatnings- samt møde- og konferenceudbud, at afstand til lufthavne befinder sig i den lavere ende, da størstedelen af de kortlagte udbud befinder sig tæt på Aarhus Lufthavn, hvilket er den fjerdestørste lufthavn i Danmark. Derudover har flere af de større byer i kommunerne en overskuelig transport tid til både Billund og Aalborg Lufthavn, Danmarks anden- og tredjestørste lufthavn.

Internationale lufthavne tilsikrer tilgængelighed og øger attraktivitet fra internationale kundebaser, hvilket klart er et aktiv for kommunerne i destinationen, som ligger tæt på Aarhus Lufthavn. Randers, Viborg og Favrskov fremstår som de tre kommuner, hvor udbuddet af overnatnings- samt møde- og konferencesteder har den længste afstand til de tre lufthavne. For togstationer ligger ca. en fjerdedel af udbuddene i begge kategorier i den høje ende, hvilket indbefatter, at et andet transportmiddel end tog oftest vil blive benyttet, i høj grad bil. Det kan i forbindelse med arrangementer og begivenheder på tværs af kommuner i destinationen skabe logistiske udfordringer, hvor private løsninger som shuttlebusser evt. skal arrangeres på forhånd for at sikre bekvemmelighed ved deltagelse.

Infrastrukturelle udviklingsprojekter

Infrastrukturelle forhold, udviklingsprojekter og udviklingen af disse kan bidrage til at bibeholde og forbedre udbuddenes tilgængelighed for mødeplanlæggere samt destinationens samlede konkurrencedygtighed.

Da analysen indeholder flere kommuner, er de væsentligste infrastrukturelle forhold og udviklingsplaner indsat i nedenstående tabel, for at give et overblik over hvilke forhold der gør sig gældende i de individuelle kommuner.

Alle kommuner i destinationen	Aarhus Lufthavn er et vigtigt aktiv for international mødeturisme med ruter til bl.a. London og København. Såfremt det lykkedes at finde en ny investor vil dette skabe potentiale for udvikling, men usikkerheden om lufthavnens fremtid og fokus er en kritisk udfordring for regionens tilgængelighed. Derudover kan den offentlige transport til og fra lufthavnen være en udfordring. Aarhus-Odden færgeforbindelsen styrker forbindelse til hovedstadsområdet ved at skabe en hurtig og direkte adgang fra Sjælland til Aarhus. Den korte rejsetid og hyppige afgang gør det lettere for mødedeltagere fra hovedstadsområdet at vælge Aarhusregionen som destination.
Randers og Favrskov	Udvidelsen af E45 mellem Aarhus og Randers fra fire til seks spor, samt forbedringer af Aarhusvej og lokale veje i Favrskov, skal gøre det nemmere og hurtigere at komme frem. Projektet reducerer trængsel, især i myldretiden, og forventes færdigt i 2027. Udvidelsen styrker også forbindelsen til Djursland. Randers Kommunes infrastrukturplan styrker mobiliteten for både borgere og erhvervsturister gennem forbedringer af vejnet, cykelstier og kollektiv trafik. Planen skal gøre det lettere at komme til og fra møde- og overnatningssteder i hele kommunen.
Norddjurs og Syddjurs	Stena Line-forbindelsen mellem Grenaa og Halmstad nedlægges, men der arbejdes på en ny. Ruten vurderes til at rumme et uudnyttet potentiale som adgang til det nordiske marked. Letbanen forbinder Aarhus med Syd- og Norddjurs og er den eneste togforbindelse til Djursland. Manglende stop ved lufthavnen og Ebeltoft samt begrænset adgang til venues uden for Grenaa gør dog offentlig transport langsommelig og mindre attraktiv for erhvervsturismegrupper. Færgeruten Odden-Ebeltoft tilbyder flere daglige afgang i sommersæsonen og sikrer erhvervsturister fra Sjælland en nem, hurtig og bekvem adgang til området. Djursland mangler motorvejsforbindelse til Aarhus. Den nuværende 2+1 motortrafikvej (rute 15) planlægges opgraderet for bedre fremkommelighed, men projektet forventes først igangsat i 2031.
Viborg	Tilgængeligheden for Viborg er påvirket og begrænset af, at Viborg aktuelt ikke er forbundet til motorvejsnettet. Det er dog vedtaget, at der i perioden 2026-2032 skal bygges en motorvejsstrækning vest om Viborg. Dette vil øge tilgængeligheden til og fra Viborg, herunder transportiden til Billund Lufthavn, når den nye motorvej mellem Give og Billund er færdig i 2032. ^[8] Midtjyllands Lufthavn er for nylig blevet solgt til selskabet bag bl.a. Bestseller, hvilket skaber potentiale for øget erhvervstrafik og nye ruter. Lufthavnens fremtid og forbindelse til København er usikker, hvilket er en afgørende faktor for regionens tilgængelighed.
Silkeborg	Silkeborgmotorvejen skaber en effektiv forbindelse mellem to af regionens største byer. Det betyder, at byens hoteller ofte får glæde af overnatningsgæster, der deltager i store events i både Herning og Aarhus. Særligt i forbindelse med arrangementer i Jyske Bank Boxen vælger flere gæster at bo i Silkeborg. Dog er der en udfordring, når det kommer til tilgængelighed fra lufthavne. Hverken Billund Lufthavn, Aarhus Lufthavn eller Midtjyllands Lufthavn har direkte tog- eller busforbindelser til Silkeborg. Det kan gøre det mere omstændeligt for mødeplanlæggere og erhvervsrejsende at vælge Silkeborg som destination, da det kræver ekstra koordinering og transport, hvilket kan påvirke både tidsforbrug og omkostningsniveau.

8. <https://fdm.dk/nyheder/nyt-om-trafik-og-biler/2025-02-kaempe-bid-af-haervejsmotorvej-faar-groent-lys>

De ovenstående indsigter om infrastrukturelle udviklingsprojekter er baseret på destinationsselskabets kortlægning samt yderligere desk research.

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 3

0: Meget begrænset adgang; dårlig offentlig transport og ingen nærliggende international lufthavn (<100 km).	
1: Begrænset adgang med få transportmuligheder og lang rejsetid.	
2: Rimelig adgang, men med logistiske udfordringer for større grupper.	
3: God adgang med flere transportformer, men ikke optimal for internationale gæster.	3
4: Meget god adgang med effektiv offentlig transport og nærhed til lufthavn.	
5: Fremragende tilgængelighed nationalt og internationalt, med høj kapacitet og fleksibilitet.	

Styrkepunkter:

- Stort set alle overnatnings- og konferenceudbud ligger i den lave kategori ift. afstand til lufthavne (under 60 km), hvilket gør destinationen relativt let tilgængelig for internationale gæster, især via Aarhus Lufthavn.
- Silkeborgmotorvejen og udvidelsen af E45 mellem Aarhus og Randers sikrer hurtig og nem adgang mellem byerne og til/fra lufthavne, hvilket styrker områdets tilgængelighed og logistiske fleksibilitet.
- Færgeruter som Odden-Aarhus og Odden-Ebeltoft giver adgang til det nordiske marked og gør det lettere for internationale gæster fra Sverige og Sjælland at nå destinationen.
- Løbende investeringer i vejnet, kollektiv trafik og lufthavnsudvikling styrker fremtidig tilgængelighed og konkurrencedygtighed.
- Der er et bredt udbud af både overnatnings- og mødefaciliteter, som generelt ligger tæt på både lufthavne og togstationer, hvilket gør det muligt at arrangere større events og fordele deltagerne på flere overnatningssteder.

Svagheder:

- Ingen af de nærliggende lufthavne (Billund, Aarhus, Aalborg, Midtjyllands) har direkte tog- eller busforbindelser til Silkeborg, hvilket gør det besværligt for internationale mødeturister uden bil.
- En betydelig andel af overnatnings- og mødeudbud ligger mere end 2 km fra nærmeste togstation, og ca. en fjerdedel ligger over 15 km væk, hvilket ofte kræver brug af taxa, bus eller bil.
- Fremtiden for Aarhus Lufthavn er usikker, hvilket kan påvirke tilgængeligheden og antallet af internationale ruter.
- Midtjyllands Lufthavn regnes ikke som international, og Aarhus Lufthavn har et begrænset antal internationale ruter sammenlignet med større lufthavne
- Ved arrangementer på tværs af kommuner kan manglende kollektiv transport og store afstande til togstationer skabe behov for private shuttle-løsninger, hvilket øger kompleksiteten og omkostningerne for arrangører.
- Aarhus' rolle som regionalt infrastrukturelt knudepunkt gør byen mere tilgængelig og dermed mere attraktiv for internationale mødeturister end de øvrige kommuner i destinationen.

Overnatningsudbud

I nedenstående tabel angives de eksisterende steder, der udbyder overnatning i destinationen i kommunerne uden for Aarhus med relevans for international mødeturisme. Analysen vil derfor ikke indeholde information om udbuddet fra Aarhus Kommune. Tabellen angiver kommune, opførelsesdato, udbuddets kapacitet af overnatningsenheder (værelser), antal møde- og konferencelokaler samt maks. kapacitet ved største lokalefiguration.

Det ses, at der i destinationen uden for Aarhus Kommune udbydes 2.169 værelser på tværs af de 57 kortlagte overnatningssteder, hvor største værelsesudbyder Hotel Fuglsøcentret med 162 værelser. Yderligere ses det, at højeste deltagerkapacitet ved møder og konferencer hos et overnatningsudbud er hos førnævnte udbud, som kan gæste 700 deltagere.

Overnatningssted	Kommune	Opfør	Seneste renovering	Antal værelser	Antal møde- og konference-lokaler	Deltagerkapacitet v. største konfiguration
Hotel og Restaurant Fru Larsen	Favrskov	1930		16	2	30
Lindegaarden Svejstrup	Favrskov	2025		6	3	100
Pøt Mølle - Frijsenborg Stoltskro	Favrskov	1976	2015		4	100
Ulstrup Kro	Favrskov	1863	2020	8	2	90
Allingåbro Hotel B&B	Norrdjurs	1876	2010	10	1	150
Auning Kro	Norrdjurs	1927	2010	10	3	150
Badehotellet Grenaa Strand	Norrdjurs	1914	2024	14	4	65
Danhostel Gjerrild	Norrdjurs	1973		20	1	12
Djurs Housing	Norrdjurs			35	2	80
Dronningens Ferieby	Norrdjurs	1990	2015	44	4	110
Hotel Crone (Grenaa Hostel)	Norrdjurs	1968		12		
Hotel Gjerrild Kro	Norrdjurs	1843		18	2	100
Hotel Grenaa - Havlund	Norrdjurs			20	2	50
Hotel Marina	Norrdjurs	1968	2019	100	9	362
Kyst- og Fjordcentret	Norrdjurs			6	4	60
Kysthotellet Djursland	Norrdjurs	1961		160	32	330
Lübker Golf & Spa Resort	Norrdjurs	2008	2025		7	115
Naturhotellet Petersborg	Norrdjurs	2023		30	3	75
Best Western Plus Hotel Kronjylland	Randers	1910	2018	64	3	70
Fladbro Kro	Randers	1859	2004	6	3	100
Hotel Randers	Randers	1886	2016	84	7	100
Motel X	Randers	2010		80		
Purhus Kro	Randers	1752		18		
Randers City Camp	Randers			31	2	100
Stephansens hotel	Randers	2007		9		

Danhostel Silkeborg	Silkeborg	1932	2022	26	2	50
Gl. Skovridergaard Hotel og Conferencecenter	Silkeborg	1798		66	14	325
Kongensbro Kro	Silkeborg	1663	2023	16	5	125
Radisson BLU Hotel, Papirfabrikken	Silkeborg	2002	2025	100	7	120
Scandic Hotel Silkeborg	Silkeborg	1990	2019	117	16	230
Svostrup Kro	Silkeborg	1834		16	3	80
Vejlsøhus Hotel og Conferencecenter	Silkeborg	1903	2025	49	13	110
Hotel Ny Hattenæs	Silkeborg	1896	2023	14	2	110
Danhostel Rønde	Syddjurs	1939	2025	15	2	20
Den Gamle Kro, Hornslet	Syddjurs	1866	2022	19	4	100
Havmøllen	Syddjurs	2021	2021	5	4	150
Hotel Fuglsøcentret	Syddjurs	1934	2024	162	10	700
Hotel Toppen af Ebeltøft	Syddjurs	1960	2024	45	3	120
Kaløvig Center	Syddjurs	1908		26	4	80
Lergravgaard bed & breakfast	Syddjurs	1750		13	3	65
Molskroen	Syddjurs	1923	2024	46	3	100
Molslaboratoriet	Syddjurs	1941		29	4	50
Møllerup Gods	Syddjurs	1700		28	5	300
Ree Park	Syddjurs	2006		21	5	350
Rosenholm Slot	Syddjurs	2015		5	5	120
Strandhuset Mols	Syddjurs	2002	2015	9	2	80
Aarhus Airport	Syddjurs	2023		37	4	70
Danhostel Viborg	Viborg	1939		26	2	90
Golf Hotel Viborg	Viborg	1986		134	16	60
Hotel Egeskoven	Viborg	1933	2018	16	1	50
Motel Spar 10	Viborg	1988	2025	18		
Motel Viborg	Viborg	1988		20		
Peak12 Hotel	Viborg	2021		155	0	
Viborg Huset	Viborg			16	4	135
Kongenshus Kro	Viborg	2005		13	2	120
Niels Bugges Kro	Viborg	1872	2024	6	4	40
Palads Hotel	Viborg	1874		100	1	24
Total				2.169	250	6.323

Udover de overnatningssteder, der er angivet i tabellen, har destinationen kortlagt seks luksussommerhuse. Disse er ikke medtaget i overnatningsanalysen, da de ikke er direkte sammenlignelige med det øvrige overnatningsudbud. Sommerhusene indgår dog i den samlede vurdering, særligt med relevans for mindre og mere intime møder.

Fordelingen af kommunernes overnatningsudbud, herunder overnatningsenheder og mødekapa-
citet, er som følger.

Kommune	Antal overnatningsenheder	Aktør med størst overnatnings- kapacitet (værelser)	Maks. mødekapa- citet (møde- deltagere)
Randers	292	84	5.455
Favrskov	30	16	320
Norrdjurs	479	160	1.659
Syddjurs	460	162	2.835
Silkeborg	404	117	4.074
Viborg	504	155	3.086

For destinationen uden for Aarhus Kommune ses det, at der på tværs af de fem kommuner Norrdjurs, Syddjurs, Randers, Silkeborg og Viborg er en bred fordeling af både overnatningsenheder og møde- og konferencelokaler repræsenteret hos overnatningsudbuddene. Kun ved Favrskov kommune er der et bemærkelsesværdigt mindre udbud med 30 overnatningsenheder. For hele destinationen er der i alt otte udbydere, som tilbyder mere end 100 overnatningsenheder, hvilket muliggør afholdelse af mellemstore mødeaktiviteter. Det skal dog bemærkes, at overnatningsudbuddet er fordelt over en geografisk stor region, hvilket medfører stor spredning og dermed begrænsede synergier mellem udbyderne i forhold til at kunne imødekomme overnatningsbehovet ved meget store mødeaktiviteter.

Prissætning

Nedenstående tabel viser udregnede gennemsnitspriser, inkl. moms, både på kommunalt niveau og for hele destinationen samlet set. Derudfra kan det ses, at Syddjurs overnatningsudbud påtager sig den højeste gennemsnitspris, og at Favrskov har den laveste.

Kommune	Gennemsnitspris
Favrskov Kommune	890 kr.
Norrdjurs Kommune	895 kr.
Randers Kommune	1.030 kr.
Silkeborg Kommune	1.181 kr.
Syddjurs Kommune	1.162 kr.
Viborg Kommune	974 kr.
Aarhusregionen (ex. Aarhus)	1.027 kr.

Sammenlignes den gennemsnitlige pris pr. person, inkl. moms, for et dagsmøde i destinationen med gennemsnittet for de øvrige MeetDenmark-destinationer, fremgår det, at destinationen VisitAarhus (Ex. Aarhus Kommune) i begge kategorier befinder sig under MeetDenmark gennemsnittet.

Destination	Værelsespris	Konferencedøgn
Aarhusregionen (ex. Aarhus)	1.027 kr.	1.879 kr.
MeetDenmark gennemsnit	1.236 kr.	2.023 kr.

For destinationen, foruden Aarhus Kommune, gælder det, at den maksimale prisvariation ikke er bemærkelsesværdig høj. I flere af tilfældene, er variationen 0 kr., og overordnet er gennemsnittet på den maksimale prisvariation 286 kr. inkl. moms. Bilag 2 viser prisniveauer sammenlignet mellem februar og september, hvilket har til mål at eksemplificere lavsæson og højsæson. Dataene inkluderer både minimums- og maksimumspriser og giver indblik i sæsonmæssige udsving sammenkoblet med laveste og højeste pris i disse udsving, dermed opnås maksimal prisdifference. Det skal bemærkes, at der grundet manglende kortlægning, ikke er udfyldt prisinformation i alle felter i tabellen, og at der ikke modtaget prisinformation vedrørende konferencedøgn.

Gæstetilfredshed og certificeringer

Hvis der udregnes et gennemsnit for overnatningsstedernes ratings via de største OTA'er: Booking.com, Tripadvisor, og Hotels.com, så ses en samlet tilfredshedsscore på 83 % ift. maksimalt antal point akkumuleret gennem de tre hjemmesider. Her ses det, at destinationen befinder sig over MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshedsscore - Overnatning	
Aarhusregionen (ex. Aarhus)	83%
MeetDenmark (gns,)	81%

Analysen viser, at 14 ud af de 58 kortlagte overnatningssteder har certificeringer af forskellig slags. Certificeringer kan tydeliggøre udbuddenes tilstedeværelse i området grundet et ekstraordinært element eller styrke destinationens profil inden for et vis felt. For destinationen er det karakteristisk, at halvdelen af de certificerede steder enten har opnået miljømærket Green Key – som stiller krav til blandt andet affaldshåndtering, energiforbrug, vandbesparelse og rengøring – eller det økologiske bronzemærke, der dokumenterer, at 30–60 % af de anvendte fødevarer er økologiske (3 af udbuddene har endda modtaget sølvmærket, hvor 60–90 % af råvarer skal være økologiske).

Certificering	Antal aktører
GreenKey	9
Svanemærket	1
Økologiske spsemærke	9

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 4

0: Næsten ingen overnatningsmuligheder	
1: Meget få og lav kapacitet, begrænset kvalitet	
2: Nogle muligheder, men ikke tilstrækkeligt til større arrangementer	
3: Godt udvalgt, men med begrænset variation i pris og standard	
4: Bredt udvalg i forskellige prisklasser og god kapacitet.	4
5: Meget stort udvalg og varieret udbud med høj kvalitet og fleksibilitet	

Styrkepunkter:

- Destinationens kommuner, uden Aarhus Kommune, har samlet set et udbud på 2.419 værelser, hvor ni aktører har over 100 værelser. Dermed har disse kommuner, på nær Favrskov og Randers, et godt udgangspunkt til at håndtere mellemstore mødeaktiviteter.
- Generelt en stor variation af udbuddet ift. pris og faciliteter, hvilket gør det muligt at sammensætte overnatningspakker til flere forskellige krav og behov for mødeplanlæggerne.
- Overnatningsudbuddet i kommuner som Randers, Silkeborg og Viborg har mødefaciliteter med høj deltagerkapacitet, hvilket gør det muligt at anvende disse udbud som både venue og overnatningssted.

Svagheder:

- Favrskov skiller sig negativt ud med kun 30 overnatningsenheder og lav mødekapacitet (320 pax), hvilket begrænser dens relevans for større mødeaktiviteter.
- Det fremgår, at overnatningsudbuddet i Randers har en høj kapacitet på mødedeltagere (5.455 pax) men blot overnatningskapacitet til 292, hvilket må betragtes som en væsentlig svaghed ift. at tiltrække større mødeaktiviteter.
- Der forefindes en ufuldstændig prisinformation, især omkring konferencedøgn, hvilket gør det vanskeligt for mødeplanlæggere at vurdere totalomkostninger.
- Udbud med høj kapacitet er koncentreret i få kommuner, og ingen af kommunerne har overnatningskapacitet til over 1.000 gæster. Det betyder, at store mødeaktiviteter med et stort overnatningsbehov kræver en geografisk spredning af deltagere på tværs af flere kommuner, hvilket kan medføre logistiske udfordringer.

Møde- og konferenceudbud

I nedenstående tabel angives de eksisterende steder, der udelukkende udbyder lokaler til møder, konferencer, kongresser og messer i de seks kommuner. Af den grund fremgår der ikke udbud, som indeholder både overnatningsenheder og mødelokaler, de fremgår i forrige afsnit. Tabellen angiver udbuddets opførelses år, år for seneste renovering, udbud af antal møde- og konferencelokaler samt maksimum kapacitet ved brug af største lokale. Det ses dermed, at de seks kommuner i destinationen totalt set udbyder 123 møde- og konferencelokaler med en maks. kapacitet på 11.306 mødedeltagere. Fordelt over destinationen ses udbud repræsenteret i de fire kommuner Randers, Silkeborg, Syddjurs og Viborg med en maks. Kapacitet, der strækker sig fra 30 til 2.400. De to største udbud er Arena Randers og Tinghallen i Viborg, som med henholdsvis 2.400 og 2.167 alene repræsenterer en fjerdedel af destinationens mødekapacitet. Det fremgår således også, at Favrskov og Norddjurs er underrepræsenteret relativt til de øvrige kommuner.

Møde- og konferencested	Kommune	Opført	Seneste renovering	Antal sale samt møde- og konferencelokaler	Deltagerkapacitet v. største konfiguration
Clausholm Slot	Favrskov				
Kattegatcentret	Norddjurs	1993	2022	2	200
Arena Randers	Randers	1972	2020	11	2.400
GAIA Museum, Outsider Art	Randers	2002	2002	3	80
Memphis Mansion	Randers	2011	2011	4	150
Netværkshuset N1	Randers	2023	2025	5	150
Randers FC Konference	Randers			2	1.000
Underværket	Randers	2000		4	150
Værket	Randers	1990		8	1.005
Østergaard Hovedgaard	Randers	1460	2022	2	150
Danish Export Academy	Silkeborg	2024		5	149
FDM Jyllandsringen	Silkeborg	1990	2019	13	250
Fort Østerlund	Silkeborg			4	80
Gubsø Garage	Silkeborg	2021	2021	5	300
Jysk Musikteater	Silkeborg			6	759
JYSK Park	Silkeborg	2017		8	1.000
KunstCentret Silkeborg Bad	Silkeborg	1992	2025	4	120
Museum Jorn	Silkeborg	1982	2010	2	96
Robilé Gourmét	Silkeborg	2022		4	170
Fregatten Jylland	Syddjurs	2005	2005	1	130
Karpenhøj Naturcenter	Syddjurs			4	50
Ludvigsminde	Syddjurs	2025		2	120
Maltfabrikken	Syddjurs	2020	2020	6	200
Skandinavisk Dyrepark	Syddjurs			1	30
Dollerup Mølle	Viborg	2024	2024	2	150
Mønsted Kalkgruber	Viborg	2022	2024	4	250
Tinghallen	Viborg	1969	2024	11	2.167
Total				123	11.306

Prissætning

Prissætning Bilag 3 viser mødeudbuddets prissætning for de seks kommuner, hvor den første kolonne viser pris pr. deltager for et dagsmøde. Der ses tomme felter i nedenstående oversigt, hvilket skyldes, at en andel af de kortlagte udbydere ikke har offentliggjorte listepreiser på udlejning. I stedet henvises der til opkald og specialpriser, hvor prisen determineres ud fra størrelse, udstyr og præferencer.

Det ses, at gennemsnitlig pakkepris pr. deltager for et dagsmøde er 491 kr. inkl. moms.

Nedenstående tabel viser udregnede gennemsnitspriser både på kommunalt niveau og for hele destinationen samlet set. Derudfra kan det ses, at Viborgs mødeudbud påtager sig den højeste gennemsnitspris for dagsmøder, og at Randers har den laveste.

Kommune	Gennemsnitspris dagsmøde pr person
Favrskov	NA.
Norrdjurs	NA.
Randers	367 kr.
Silkeborg	536 kr.
Syddjurs	467 kr.
Viborg	575 kr.
Aarhusregionen (ex.Aarhus)	491 kr.

Sammenlignes den gennemsnitlige pris pr. person for et dagsmøde i destinationen med gennemsnittet for de øvrige MeetDenmark-destinationer, fremgår det, at destinationen Aarhusregionen (Ex. Aarhus Kommune) befinder sig under MeetDenmark gennemsnittet.

Destination	
Aarhusregionen (ex.Aarhus)	491 kr.
MeetDenmark gennemsnit	621 kr.

Da ovennævnte dagsmødepriser alene er baseret på møde- og konferencesteder, må det forventes, at de gennemsnitlige dagsmødepriser for både disse og hoteller med møde- og conferencefaciliteter vil være højere.

Gæstetilfredshed og certificeringer

Med henblik på at udregne en samlet gæstetilfredshedsscore for samtlige møde- og konferenceudbud har vi brugt Google og Tripadvisor, hvor udbuddene samlet set på destinationsniveau opnår en rating på 85 % sammenlignet med den potentielle maks. score på Tripadvisor. Her ses det, at destinationen befinder sig over MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshed - Venues	
Aarhusregionen (ex. Aarhus)	85%
MeetDenmark (gns.)	83%

I Aarhusregionen (ex. Aarhus) er det angivet, at kun én ud af de 27 kortlagte venues anvender certificeringer af forskellig slags.

Certificering	Antal aktører
GreenKey	1
Svanemærket	0
Økologiske spisemærke	0

Sammenligning af destinationens udbud

Nedenstående tabel viser en oversigt, der har til mål at skabe et overblik over de seks kommuner i destinationen, dets udbud af overnatningsfaciliteter samt møde- og konferencesteder, da disse må ses i sammenhæng for at kunne vurdere potentialet for international mødeturisme. Det opdeler de respektive kommuners rolle, deres kapacitetsandel sammenlignet med hele destinationen, deres gæstetilfredshedsscore og gennemsnitspris sammenlignet med hinanden.

Kommune	Overnatningsudbud				Møde- og konferenceudbud				
	Antal værelser	Kommunal andel af destination	Gennemsnitspris overnatning	Gæstetilfredshed overnatning	Antal møde- og konference-lokaler	Maks. Kapacitet	Kommunal andel af destination.	Dagsmøde pris pr. person	Gæstetilfredshed møde- og konference-lokaler
Favrskov	30	1%	890 kr.	-	11	320	2%	-	79%
Norddjurs	479	22%	895 kr.	78%	74	1.659	10%	-	81%
Randers	292	13%	1.030 kr.	83%	54	5.455	31%	367 kr.	88%
Silkeborg	404	19%	1.181 kr.	85%	113	4.074	23%	536 kr.	84%
Syddjurs	460	21%	1.162 kr.	85%	72	2.835	16%	467 kr.	92%
Viborg	504	23%	974 kr.	85%	47	3.086	18%	575 kr.	78%
Total	2.169				371	17.429			

Note: Qua kortlægningsskemaet er der udbud, som både figurerer i tabellen med overnatningsudbud og tabellen med mødeudbud. De udbud, som figurerer begge steder, er ikke talt med to gange, når den kommunale maks. kapacitet udregnes.

Tabellen tydeliggør, at Favrskov er underrepræsenteret på både overnatningsenheder, mødedeltagerkapacitet og gæstetilfredshed på møde- og konferenceudbuddet.

Randers fremstår som tidligere nævnt med en meget høj kapacitet på mødefaciliteter, hvilket udgør 31 % af destinationens samlede mødekapa- citet, men et forholdsvis lav udbud af overnatningsenheder, som blot udgør 13 % af destinationen samlede overnatningskapacitet.

Det samme gør sig gældende i Silkeborg og Viborg. Her er den forholds- mæssige forskel dog ikke lige så stor, og de to kommuner har også begge højere overnatningskapacitet, hvilket gør dem bedre stillet ift. at kunne imødekomme efterspørgsel fra større arrangementer.

Syddjurs fremstår med 21 % af destinationens samlede overnatningsudbud. Derudover fremgår det også, at Syddjurs har en høj gæstetilfredshed på overnatningsudbuddet samt det højeste møde- og konferenceudbud. Udbuddet i Syddjurs Kommune ligger imidlertid spredt uden nogen form for kapacitetscentrum, som er tilfældet i de øvrige kommuner.

Norddjurs får en lavere gæstetilfredshedsscore end samtlige kommuner for overnatningsudbuddet og næstlaveste score for mødeudbuddet. Dog fremgår overnatningskapaciteten og udbuddet af mødesteder i god balance. Dette synliggøres yderligere i nedenfor.

Nedenstående tabeller sammenligner forholdet imellem kommunens maksimale antal mødedeltagere sammenholdt med antal tilgængelige værelser, der udbydes i den respektive kommune.

Ved maksimal mødekapacitet i hele kommunen er der i destinationen uden for Aarhus Kommune i gennemsnit 8 mødedeltagere pr. tilgængeligt værelse. Det betyder, at 12,4 % af deltagerne vil kunne overnatte inden for destinationens grænser, forudsat at alle mødefaciliteter er fuldt udnyttet.

Tabellen tydeliggør også, at forholdet mellem mødekapacitet, og overnatningskapacitet kan være særligt udfordret i Randers, hvor der ved maksimal udnyttelse af mødekapaciteten er 19 mødedeltagere pr. tilgængeligt værelse, svarende til at overnatningskapaciteten blot kan ydemødekomme 5,4 % af mødedeltagerne. Det samme gør sig gældende, dog i mindre grad, i Favrskov og Silkeborg.

Kommune	Ratio
Favrskov	9%
Norrdjurs	29%
Randers	5,4%
Silkeborg	9,9%
Syddjurs	16%
Viborg	16%
Visit Aarhus (ex. Aarhus)	12,4%

Kommune	Antal deltagere pr. værelse
Favrskov	11
Norrdjurs	3,5
Randers	19
Silkeborg	10
Syddjurs	6
Viborg	6
Visit Aarhus (ex. Aarhus)	8

Dette forhold mellem mødekapacitet og overnatningskapacitet kan medføre, at kommunerne ved særlig høj mødeaktivitet kan være udfordret på overnatningskapaciteten, hvilket kan betyde, at overnatninger må flyttes ud af kommunen. Dette kan være en udfordring for nogle mødeplanlæggere.

Udbuddets konfiguration

For at give et samlet overblik over de seks kommuners udbud, og hvordan dette er konfigureret til at imødekomme international mødeturisme, præsenteres nedenstående tabel.

Kommune	Konfiguration
Favrskov	Favrskov er markant underrepræsenteret både i forhold til overnatningskapacitet og mødefaciliteter. Med kun 30 overnatningsenheder og begrænset mødekapacitet har kommunen svært ved at tiltrække større internationale arrangementer. Gæstetilfredsheden ligger også lavt, hvilket yderligere svækker dens konkurrenceevne.
Randers	Randers har destinationens største mødekapacitet og huser Arena Randers med plads til 2.400 deltagere. Kommunen står for 31 % af den samlede mødekapacitet, men har kun 12 % af overnatningskapaciteten, hvilket kan skabe logistiske udfordringer, selv med kun 35/40 minutters kørsel til Aarhus med +3.000 værelsesenheder. Gæstetilfredsheden er solid, og kommunen har potentiale til store events, dog med behov for støtte fra nabokommuner ift. overnatningskapacitet.

Norddjurs	Norddjurs har en balanceret fordeling mellem overnatning og mødefaciliteter, men scorer lavt på gæstetilfredshed både for overnatning og mødeudbud. Kommunen har næstlaveste tilfredshedsscore og er underrepræsenteret i det samlede mødeudbud, hvilket begrænser dens attraktivitet for internationale møder.
Syddjurs	Kommunen har en høj mødekapacitet og høj gæstetilfredshed. Kombinationen af kapacitet og kvalitet gør Syddjurs velegnet til både små og mellemstore arrangementer.
Viborg	Viborg har en høj møde- og overnatningskapacitet. Tinghallen er en af de største venues med plads til over 2.000 deltagere. Kommunen har god gæstetilfredshed og fremstår som en af de mest balancerede kommuner i destinationen ift. ratio mellem overnatnings- og mødekapacitet.
Silkeborg	Silkeborg tilbyder høj mødekapacitet og god overnatningskapacitet, hvilket gør den velegnet til mindre og mellemstore konferencer. Kommunen har en god balance mellem faciliteter og logistik, og tilfredshedsniveauet er højt. Silkeborg fremstår som en konkurrencedygtig kommune i destinationens samlede mødeudbud.

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 3

0: Ingen relevante faciliteter	
1: Meget få og små faciliteter uden moderne udstyr	
2: Nogle faciliteter, men begrænset kapacitet og fleksibilitet	
3: Gode faciliteter til mellemstore arrangementer	3
4: Flere moderne og veludstyrede steder med god kapacitet	
5: Stor udvalg af topmoderne faciliteter til alle typer arrangementer	

Styrkepunkter:

- De seks kommuner i destinationen uden for Aarhus Kommune tilbyder 123 møde- og konferencelokaler med plads til over 11.000 deltagere (17.429 deltagere inkl. mødekapacitet fra overnatningsudbuddet), hvilket giver et solidt fundament for at kunne imødekomme møder og konferencer i alle størrelser.
- Arena Randers og Tinghallen i Viborg har kapacitet til over 2.000 deltagere hver og udgør tilsammen en fjerdedel af den samlede mødekapacitet – ideelt til større konferencer og kongresser.
- En samlet tilfredshedsscore på 85 % for venues indikerer høj kvalitet og positive brugeroplevelser, hvilket er vigtigt for internationale arrangører.
- En gennemsnitlig dagsmødepris på 491 kr. pr. deltager er relativt moderat og kan være attraktiv for internationale planlæggere med fokus på budget.
- Kommuner som Viborg, Silkeborg og Syddjurs har både god mødekapacitet og tilstrækkelig overnatningskapacitet, hvilket gør dem velegnede til at håndtere større arrangementer uden omfattende logistik.
- Destinationen rummer flere mødeudbud, som er særlig oplevelsesværdige, herunder kan nævnes unikke venues som Fregatten Jylland, Hjejleselskabet og Mønsted Kalkgruber.

Svagheder:

- Udbud med høj mødekapacitet er koncentreret i få kommuner, hvilket kan skabe logistiske udfordringer ved større arrangementer, der kræver bred geografisk dækning for at kunne imødekomme overnatningsbehovet ved helt store arrangementer (+1.000 deltagere). Dette forhold er særligt gældende for Randers, som har et forholdsvis begrænset overnatningsudbud ift. mødeudbuddet, hvilket kræver at overnatninger flyttes ud i nabokommunerne.
- Favrskov og Norddjurs har lav kapacitet og lav gæstetilfredshed, hvilket begrænser deres relevans i en international kontekst.
- Flere udbydere har ikke offentliggjorte priser, hvilket kan gøre det vanskeligt for internationale arrangører at planlægge og sammenligne tilbud.

Erhvervsliv

Et stærkt og aktivt lokalt erhvervsliv er en central drivkraft for at tiltrække internationale møder og konferencer til en destination. Virksomheder med international tilstedeværelse skaber naturlig efterspørgsel efter faglige arrangementer, netværk og videndeling – og fungerer samtidig som lokale værter og samarbejdspartnere. Deres engagement og aktiviteter kan være afgørende for, om en destination fremstår relevant og attraktiv for internationale mødeplanlæggere og deltagere.

Fremhævede styrkepositioner

I kortlægningen er følgende brancher og klynger identificeret som særlige styrkepositioner i forhold til tiltrækning af mødeaktiviteter med international deltagelse:

- Fødevareindustri
- Landbrugsteknologi
- Produktion og industri
- Museer og historisk formidling
- Grafisk- og digitalformidling

Aarhusregionen rummer et stærkt og bredt erhvervsliv, og regionen huser en række globale brands og store eksportvirksomheder, der vurderes at rumme et potentiale for internationale møder, konferencer og messer, både internt og i samarbejde med partnere og kunder. Dog fremgår det, at det ikke har været muligt i kortlægningsfasen at identificere, hvorvidt de aktuelt afholder møder med international deltagelse. Dette peger på et behov for bedre synlighed og potentiale for samarbejde mellem erhvervslivet og destinationsselskabet, for at aktivere og integrere erhvervslivets mødeaktiviteter i den samlede turismestrategi.

Informationen fra det lokale erhvervsliv er derfor begrænset, hvilket medfører, at graden, der indikerer det lokale erhvervslivs internationale mødetiltrækning, ikke præcist kan identificeres. Det vurderes på baggrund af erhvervslivet i og omkring Aarhusregionen og de seks kommuner (størrelse, aktivitetsniveau og branchetilknytning), at der er basis for et videre arbejde med virksomhederne med henblik på at udvikle arrangementer med international deltagelse.

Nedenstående ses en tabel, der viser antal medarbejdere for de kortlagte virksomheder med adresse i destinationen. Her fremgår det, at 58 % af de 52 kortlagte virksomheder har en medarbejderbase på over 100 ansatte.

Lav: 1-49 medarbejdere	12
Mellem: 50-99 medarbejdere	10
Høj: + 100 medarbejdere	30 ^[9]

Derfor vurderes det, at der kan ligge et potentiale i at få kortlagt virksomhederne i destinationen yderligere med henblik på at afklare, om der kunne være potentiale i at arrangere faglige arrangementer, som kan tiltrække deltagere fra de omkringliggende lande eller øvrige relevante markeder.

9. <https://www.proff.dk>

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 4

0: Ingen erhvervsaktivitet eller relevante virksomheder	
1: Meget begrænset erhvervsliv uden relation til mødeturisme	
2: Nogle relevante virksomheder, men lavt aktivitetsniveau	
3: Aktivt erhvervsliv med potentiale for netværk og samarbejde	
4: Stærkt erhvervsliv med brancheklynger og faglige miljøer	4
5: Dynamisk erhvervsøkosystem med international tiltrækningskraft	

Styrkepunkter:

- Destinationen huser flere store og internationalt anerkendte virksomheder med globale aktiviteter.
- Der vurderes at være et potentiale i at styrke samarbejdet med disse virksomheder, med henblik på at afklare, om man i fællesskab kan fremme øget mødeaktivitet med internationale deltagere.
- Destinationen er omgivet af et stort opland, hvor der også findes virksomheder og erhvervsklynger uden for Aarhusregionen, som rummer et betydeligt potentiale for at skabe øget mødeaktivitet med internationalt perspektiv, og som kan afholdes i destinationen.

Svagheder:

- Der mangler indsigt i potentialet fra erhvervslivet i destinationen, hvilket kan være forårsaget af manglende relationer og tiltag. Dette er den primære årsag til, at modenhedsscore ikke kommer over 4, hvilket ellers burde være muligt.

Vidensinstitutioner

Vidensinstitutioner spiller en central rolle i tiltrækningen af international mødeturisme, særligt når det gælder kongresser. Universiteter, forskningscentre og hospitaler fungerer som faglige fyrtårne, der tiltrækker internationale eksperter, forskere og beslutningstagere til faglige samlinger og konferencer. Deres tilstedeværelse skaber faglig tyngde, hvilket gør en destination attraktiv som vært for internationale kongresser.

Derudover ses ofte, at nøglepersoner hos f.eks. universiteter (professorer m.v.) fungerer som ambassadører og interessenter i forbindelse med internationale fora. Disse personer fungerer ofte som nøglepersoner i forbindelse med tiltrækning af arrangementer som kongresser m.v.

De seks kommuner har alle en geografisk placering med nærhed til det omfattende udbud af universiteter, fakulteter, videnscentre og forskningsmiljøer i Aarhus. Denne analyse fokuserer dog primært på at belyse potentialet uden for Aarhus Kommune og det lokale udbud, der findes her. Derfor rettes opmærksomheden mod destinationens øvrige kommuner.

Kommune	Vidensinstitutioner
Viborg	AU Viborg Aarhus Universitet har et campus i Viborg med forskning i fødevarer og energi på højt internationalt niveau. AU Viborg er blandt verdens førende inden for grøn omstilling af fødevareproduktion og indgår i en stærk regional værdikæde, der spænder fra uddannelse til forskning og erhverv. Med nye uddannelser og forskningsaktiviteter er campus blevet et internationalt hotspot^{[10][11]} VIA University College Viborg VIA University College i Viborg er internationalt anerkendt for sine kreative uddannelser, især inden for animation, visuel historiefortælling og softwareudvikling. Campus Viborg huser The Animation Workshop (TAW), som er rangeret blandt verdens bedste skoler inden for animation og grafisk fortælling. Campus Viborg tilbyder også uddannelsen til softwareingeniør med speciale i augmented reality, virtual reality og mixed reality. Media College Denmark Media College Denmark (MCDM) er en erhvervsskole med fokus på medieproduktion og visuel kommunikation. Skolen tilbyder uddannelser inden for blandt andet fotografi, film og tv-produktion, webudvikling og mediegrafik. Skolen samarbejder med virksomheder og fagfolk for at sikre, at undervisningen afspejler aktuelle tendenser og behov i branchen. Media College Denmark har umiddelbart ikke et udtalt internationalt fokus, og undervisningen er primært rettet mod danske elever og den nationale medieindustri. UNESCO Creative City Med de specialiserede uddannelsesinstitutioner i kommunen har Viborg opnået en international styrkeposition inden for media og arts, centreret omkring et stærkt lokalt økosystem. Det har blandt andet bidraget til, at Viborg er blevet udnævnt som <i>UNESCO Creative City</i>, en global anerkendelse af byens visuelle kultur og fagmiljø inden for animation, spil og interaktive medier^[12]. Viborg Museum Viborg Museum bedriver aktiv forskning inden for arkæologi og kulturhistorie med både nationale og internationale samarbejder. Projekterne har tidligere spændt fra middelalderens migration og sundhed til bronzealderens gravhøje og efterkrigstidens samfundsforhold^[13]. Der har tidligere været samarbejde mellem Viborg Museum om forskere fra andre lande^[14].

10. [AU Viborg](#)

11. [VisitAarhus, Kortlægning](#)

12. [UNESCO - Unesco Viborg](#)

13. [Genealogier af bronzealderens gravhøje: Familiestruktur, kønsroller og indvirkningen af slægten på ældre bronzealders samfund - Viborg Museum](#)

14. [Forskningsprojekter - SDU](#)

Randers

Regionshospitalet Randers

Regionshospitalet Randers bedriver forskningsaktiviteter med fokus på klinisk praksis, patientforløb og sundhedsteknologi. Forskningen er praksisnær og foregår i tæt samarbejde med hospitalets afdelinger, universiteter og eksterne partnere. Der arbejdes blandt andet med datadrevne løsninger, kvalitetsudvikling og evidensbaseret behandling, og hospitalet understøtter både ph.d.-projekter og forskningsbaserede udviklingsinitiativer^[15].

Det har dog ikke været muligt at identificere internationale relationer, men det antages, at forskningen omhandler områder som har relevans uden for Danmark og dermed udgøre et potentiale.

VIA University College Randers

VIA University College har forskningsenheder, men der er umiddelbart ikke identificeret nogle forskningsenheder på campus i Randers.

Silkeborg

Museum Jorn

Museum Jorn har en international profil gennem sine forskningsaktiviteter og samarbejder. Museet arbejder tæt sammen med både nationale og internationale partnere, tilbyder gæstebolig og faciliteter til forskere, og publicerer udgivelser via eget forlag^[16]. Derudover har museet stået bag udstillinger og publikationer i blandt andet USA, Brasilien, Tyskland, Frankrig og Australien, hvilket understreger museets rolle som en væsentlig aktør for kunstvidenskabelig forskning med global rækkevidde.

AQUA Ferskvandscentret

AQUA Ferskvandscentret i Silkeborg fungerer som et tværfagligt videns- og formidlingscenter med fokus på vandmiljø, natur og bæredygtighed. Centret har historisk været hjemsted for forskningsaktiviteter inden for vandmiljøområdet^[17].

Centret huser i dag en række forsknings- og formidlingsaktiviteter, herunder:

- Kursusvirksomhed med over 100 årlige kurser inden for miljø, natur og vandteknologi.
- Erhvervspark med over 70 virksomheder, primært inden for vandmiljøområdet.
- AQUA Akvarium & Dyrepark, som formidler dansk ferskvandsnatur til over 100.000 besøgende årligt.

Der er ikke direkte omtale af internationale forskningsprojekter, men centret samarbejder med aktører med globalt netværk, hvilket vidner om en indirekte international relevans.

AU Silkeborg

AU Silkeborg er en del af Aarhus Universitet under Institut for Miljøvidenskab. Instituttet har et stærkt forskningsfokus på økologi, biodiversitet og miljøforvaltning, og arbejder med at skabe ny viden om levende organismer og deres samspil med natur og samfund^[18].

AU Silkeborg er aktiv i tværfaglige og internationale samarbejder, og deltager i globale forskningsinitiativer som fx Arctic Science Summit Week og nationale temadage om biodiversitet og naturforvaltning.

Museum Silkeborg

Museum Silkeborg har en aktiv forskningsprofil med fokus på arkæologi, kulturhistorie og landskabsudnyttelse. Museet arbejder med både naturvidenskabelige analyser og historiske studier, og har ambitioner om at være blandt landets førende museer inden for forskningsbaseret formidling. Strategien 2021-2025 understreger en styrket indsats for at udvikle og dele ny viden gennem projekter, samarbejder og publikationer^[19].

Det har dog ikke været muligt at identificere internationale relationer,

15. [Forskning - Fagperson - Regionshospitalet Randers](#)

16. [Forskning - Forskningstung kunstmuseum - Museum Jorn](#)

17. [Ferskvandscentret og AQUA Akvarium & Dyreparks historie](#)

18. [Institut for Ecoscience](#)

19. [Strategier 2021 - 2025](#)

Syddjurs	Kalø Økologiske Landbrugsskole Kalø Økologiske Landbrugsskole er Danmarks ældste økologiske landbrugsskole og tilbyder uddannelser med fokus på økologi, bæredygtighed og klimabevidst landbrugsproduktion.^[20] Skolen kombinerer praktisk oplæring med internationalt udsyn og deltager i forskningsnære aktiviteter som skovlandbrug, holistisk afgræsning og teknologisk innovation i fødevareproduktion.^[21] Gennem Erasmus+ projekter og samarbejder med frivillige og virksomheder styrkes skolens rolle som et eksperimenterende og internationalt orienteret læringsmiljø. Molslaboratoriet Molslaboratoriet, ejet af Naturhistorisk Museum Aarhus og placeret i Nationalpark Mols Bjerge, er et feltbaseret forskningscenter med fokus på biodiversitet, økosystemer og rewilding. Molslaboratoriet fremstår som en internationalt relevant forsknings- og vidensinstitution, der kombinerer lokal naturforvaltning med globalt orienteret videnskab og formidling, hvilket vurderes at have et potentiale for international mødeaktivitet.^[22]
Norddjurs	Kattegatcentret Kattegatcentret i Grenaa er et marint oplevelses- og forskningscenter, der kombinerer formidling, uddannelse og forskning med fokus på havmiljø og bæredygtighed. Centret deltager i internationale projekter og udvikler undervisningsmaterialer, bl.a. om tang, cirkulær økonomi og havbrug.^[23]
Favrskov	Der er ikke identificeret væsentlige vidensinstitutioner med internationalt samarbejde og tiltrækning.

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 4

0: Ingen vidensinstitutioner	
1: Få vidensinstitutioner, men uden internationalt engagement	
2: Nogle relevante vidensinstitutioner, men lavt aktivitetsniveau	
3: En eller flere vidensinstitutioner med potentiale for internationalt netværk og samarbejde	
4: Stærke vidensinstitutioner med internationalt anerkendte fagmiljøer	4
5: Vidensinstitutioner som er spydspids inden for deres felt og globalt anerkendt	

Styrkepunkter:

- Institutionerne dækker nicheområder som tangproduktion, biodiversitet, animation og vandmiljø, hvilket kan tiltrække faglige konferencer og tematiske møder.
- Flere institutioner deltager i EU-projekter og globale netværk (fx Kattegatcentret, Molslaboratoriet, AU Silkeborg), hvilket styrker destinationens internationale profil.
- Steder som Kattegatcentret og Museum Jorn kombinerer forskning med formidling, hvilket gør dem velegnede til events med både fagligt og bredt publikum.
- Molslaboratoriet og AU Silkeborg tilbyder adgang til unikke naturområder og feltbaseret forskning, som kan danne ramme om workshops kombineret med belønningsrejser eller mindre møder.
- Flere institutioner har etablerede undervisningsprogrammer, hvilket kan udvides til internationale faglige målgrupper.
- Viborgs status som UNESCO Creative City giver brandingværdi og signalerer internationalt potentiale, især inden for visuel kultur og kreative erhverv.

Svagheder:

- Der er ikke identificeret en decideret platform, der kobler vidensinstitutionerne til destinationsudvikling og mødeturisme.
- Destinationen uden for Aarhus har stærke aktører, men fremstår ikke nødvendigvis samlet som en international vidensdestination, og de fleste mødeplanlæggere vil pr. automatik kigge mod Aarhus by, da alle deres kapacitetsbehov kan indfries her.

20. [Bliv økologisk landmand | Landbrugsuddannelser på Kalø Økologisk Landbrugsskole](#)

21. [Landbrugselever uden grænser — Uddannelses- og Forskningsministeriet](#)

22. [Forskningsprojekter på Molslaboratoriet](#)

23. [Vi deltager i flere forskningsprojekter i Kattegatcentret.](#)

Oplevelser og attraktioner

Oplevelser og attraktioner spiller en vigtig rolle i mødeturisme ved at tilføre oplevelsesværdi og lokal forankring til professionelle arrangementer. Unikke attraktioner kan skabe inspirerende rammer og styrke deltagernes relationer gennem uformelle aktiviteter. Samtidig formidler de lokal kultur og identitet, og egner sig særligt godt til teambuilding og sociale oplevelser, der komplementerer det faglige program.

Nedenstående tabel fremhæver nogle af de kortlagte udbud inden for oplevelser, attraktioner og øvrige møderelevante forhold i destinationens seks kommuner, som vurderes at kunne have betydning for international mødeturisme.

Kommune	Kendetegn	Møderelevans
Viborg	Historie Viborg Domkirke har en stor historisk betydning, der strækker sig tilbage til vikingetiden. Domkirken giver derfor en særegen og lokalt forankret oplevelse til besøgende i Viborg.	Positionering Faglig formidling
	Viborgs status som "Jura-HUB" er historisk funderet og fortsat relevant i dag. Fra middelalderens lovgivning og kongehyldninger til moderne domstole og statsadvokater, har byen været og er stadig et centralt knudepunkt for jura og ret i Danmark.	
	Natur Med Hærvejen som historisk vandrerute, de dramatiske landskaber ved Dollerup Bakker og Hald Sø, samt Gudenåen og Gudenåstien tilbyder Viborg stærke naturoplevelser. Derudover findes i kommunen verdens største menneskeskabte kalkgruber i Mønsted.	
Randers	Natur Randers byder på naturoplevelser med Naturpark Randers Fjord som et unikt kystlandskab, Vorup Enge som et vigtigt vådområde for fugleliv og rekreation, samt Gudenåen og Randers Fjord, der skaber smukke rammer for vandaktiviteter og naturformidling.	Positionering Særlige mødesteder Faglig formidling
	Byudvikling Flodbyen Randers er et af Danmarks mest ambitiøse byudviklingsprojekter, hvor natur, byliv og klimasikring smelter sammen. Projektet skaber nye boligformer og forbedret infrastruktur, samtidig med at fjorden og naturen integreres i byrummet – hvilket styrker Randers som attraktiv destination for både erhvervs- og mødeturisme.	
	Attraktioner Randers Regnskov byder på en tropisk og bæredygtig oplevelse med fritlevende dyr i kupler, hvilke også kan huse oplevelser med faglige oplæg med fokus på kultur, natur og bæredygtighed.	
	Derudover finder man i Randers Memphis Mansion, verdens eneste permanente Elvis Presley-museum uden for USA, som kombinerer museum, diner og mødefaciliteter.	
	Faglige miljøer Randers rummer stærke faglige miljøer med formidlingspotentiale, bl.a. gennem en plastklynge med 17-20 specialiserede SMV'er inden for sprøjttestøbning og plastbearbejdning. Samtidig er Overgaard Vindpark, Danmarks største landbaserede vindmøllepark, en stærk case inden for grøn energi og fremtidens bæredygtige løsninger, hvilket styrker Randers som faglig destination.	

Silkeborg	Attraktioner Silkeborg tilbyder attraktioner med historisk og naturmæssig dybde, som kan skabe særlige mødeoplevelser. Sejlture med verdens ældste kulfyrede hjuldamper med Hjejleselskabet kan integreres som transport, social aktivitet eller mødelokale. Papirmuseet formidler byens industrielle arv og tilbyder workshops med håndlavet papir. Ferskvandscentret AQUA kombinerer forskning, erhvervsudvikling og naturformidling, og rummer faciliteter som Vejlsøhus og Gl. Skovridergaard, som kan anvendes til konferencer og faglige ophold. Natur Silkeborgs særprægede natur med søer, skove, bakker og Gudenåen danner en unik ramme for mødeturisme. Som Danmarks Outdoor Hovedstad tilbyder byen både aktive og rekreative oplevelser tæt på venues. Silkeruten og Gudenåstien styrker oplevelsesværdien og gør det muligt at integrere naturen i mødeoplevelsen. Museer Silkeborgs museer tilbyder kultur- og vidensoplevelser, der kan integreres i mødeprogrammer. Museum Silkeborg præsenterer Tollundmanden, et af verdens bedst bevarede moselig, og formidler arkæologisk forskning. Museum Jorn kombinerer mødefaciliteter med international kunstformidling, mens Bunkermuseet giver historisk indsigt i besættelsestiden. Samlet set skaber museerne meningsfulde rammer for faglig fordybelse og kulturelle oplevelser.	Positionering Faglig formidling Særlige mødesteder Belønningsrejser
Syddjurs	Ebeltoft som feriedestination Ebeltoft er en af Danmarks mest populære feriebyer med historisk købstadsstemning, brostensgader og et levende kulturmiljø. Området er rigt på oplevelser og tilbyder unikke mødesteder. Attraktioner Syddjurs byder på unikke attraktioner, der kan integreres i mødeoplevelser. Fregatten Jylland, et af verdens største trækrigsskibe, tilbyder både historisk formidling og mødefaciliteter i maritime omgivelser. Ree Park Safari skaber oplevelsesværdi med fokus på natur, dyrevelfærd og bæredygtighed, og kan anvendes til faglige arrangementer, rundvisninger og sociale aktiviteter. Maltfabrikken i Ebeltoft er et moderne kulturhus med mødefaciliteter, udstillinger og kreative miljøer, der forbinder kultur, innovation og lokal identitet. Samlet styrker disse attraktioner destinationens appel til mødeturister med interesse for kultur, historie og natur. Spiseoplevelser og fødevarerproducenter Syddjurs tilbyder et rigt og lokalt forankret fødevarerudbud med gourmetrestauranter som Molskroen og Restaurant Moment samt lokale fødevarerproducenter som Andersen Winery og Ebeltoft Gårdbryggeri, samt stærke madfællesskaber. Området kombinerer naturnære spiseoplevelser med høj kvalitet og lokal forankring, hvilket skaber særlige rammer for mødeturister, der søger gastronomi som en del af den samlede oplevelse.	Positionering Særlige mødesteder Gastroturisme
Norrdjurs & Syddjurs	Natur Djursland byder på noget af Danmarks mest unikke natur, med Nationalpark Mols Bjerger som et særligt trækplaster, der er kendt for sit istidslandskab og sjældne arter. Den 250 km lange kystlinje med hvide sandstrande og klinger som Sangstrup og Karlby tilbyder særlige rammer for møder tæt på vandet. Faglige miljøer Djursland har faglige miljøer med fokus på grøn omstilling og lokalt samarbejde. "Grøn Energi Djursland" samler aktører omkring vedvarende energi som biogas, sol og vind, og skaber potentiale for spændende erhvervscases. Samtidig styrker initiativet "Vores Djursland" turisme- og erhvervslivet gennem tæt samarbejde mellem lokale ildsjæle, hvilket bidrager til autenticitet, godt værtskab og social bæredygtighed. Det Grønne Museum bidrager med viden og formidling om madkultur, natur og landbrug, og skaber faglige rammer for læring og inspiration. Samspelet mellem produktion, formidling og oplevelse gør området relevant for både erhverv, turisme og udviklingsprojekter	Positionering Belønningsrejser Formidling

Norddjurs	Attraktioner Kattegatcentret i Grenaa er en af Danmarks top-attraktioner og et fagligt fyrtårn inden for havformidling og marineforskning. Centret kombinerer oplevelse, undervisning og forskning med fokus på havets biodiversitet og bæredygtighed, bl.a. som et af Europas få akvarier med hajtræning. Som non-profit fond reinvesteres overskud i viden og formidling, og centret tilbyder unikke rammer for møder og konferencer tæt på havet.	Formidling Særlige mødesteder
Favrskov	Natur Favrskov rummer to markante naturområder: Gudenåen og Alling Ådal. Gudenåen giver adgang til aktiviteter som kano, vandring og fuglekiggeri, mens Alling Ådal byder på varieret landskab og naturfredede områder med mulighed for naturbaserede oplevelser. Historiske bygninger Favrskov Kommune rummer Clausholm Slot og Ulstrup Slot. Clausholm er et barokslot fra 1600-tallet med park og historisk interiør, mens Ulstrup Slot er en renæssancebygning ved Gudenåen. Begge anvendes til kulturelle arrangementer og bidrager til kommunens historiske profil.	

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 3

0: Ingen nævneværdige oplevelser eller attraktioner	
1: Få og ikke relevante for mødeturisme	
2: Nogle oplevelser, men begrænset appel til mødedeltagere	
3: Gode muligheder for sociale aktiviteter og fritid	
Mange oplevelser og kulturelle tilbud	4
5: Unikke og varierede oplevelser, der styrker destinationens brand og tiltrækning internationalt	

Styrkepunkter:

- Destinationen tilbyder alt fra natur, kultur, historie og gastronomi til faglige miljøer og bæredygtighed, hvilket gør det muligt at skabe mødeoplevelser til en bred vifte af forskellige målgrupper og formål.
- Flere attraktioner som Fregatten Jylland, Papirmuseet (Jysk Musikteater) og Kattegatcentret tilbyder ikke blot oplevelser, men også egne mødefaciliteter i særlige rammer, hvilket skaber muligheden for unikke mødeformater.
- Gudenåen, Mols Bjerge, Dollerup Bakker, Hærvejen og Randers Fjord giver adgang til rekreative og aktive oplevelser, som kan integreres i mødeprogrammer, hvilket især er relevant for belønningsrejser.
- Destinationen rummer faglige miljøer, med blandt andet plastklynger, grønne energi-initiativer og formidlingscentre som AQUA og Kattegatcentret skabes der muligheder for faglig formidling og netværk, hvilket styrker destinationens appel til professionelle segmenter.
- Særligt Djursland har et stort udbud, som kan imødekomme behov inden for gastroturisme, hvor gourmetrestauranter og lokale producenter tilføjer en sanselig og kvalitetspræget dimension til mødeoplevelsen.

Svagheder:

- Udbuddet er spredt ud over de seks kommuner, og denne spredning kan gøre det vanskeligt at skabe en samlet og let tilgængelig mødeoplevelse for internationale gæster, især uden en stærk transportinfrastruktur.
- Outdoor-aktiviteter og naturtilbud er vejr- og sæsonafhængige, hvilket kan begrænse deres anvendelighed i visse perioder og for visse typer møder.
- Ikke alle kommuner har samme niveau af mødefaciliteter, overnatningskapacitet eller service, hvilket kan skabe uensartethed i oplevelsen og udfordringer ved større arrangementer.

Opsummering

Infrastruktur

Destinationen har generelt god tilgængelighed med forholdsvis korte afstande til lufthavne og stærke vejforbindelser via E45 og Silkeborgmotorvejen. Dog mangler direkte kollektiv transport fra lufthavne til centrale mødebyer, og flere faciliteter ligger langt fra togstationer. Aarhus fremstår som det mest tilgængelige knudepunkt i regionen, hvilket kan påvirke de øvrige seks kommuner negativt i forhold til tiltrækning af internationale mødeaktiviteter.

Overnatningsudbud

Destinationen har et bredt og varieret overnatningsudbud med over 2.400 værelser uden for Aarhus Kommune, hvilket gør den velegnet for mellemstore til store mødeaktiviteter. Kommuner som Silkeborg, Viborg og Randers har høj mødekapa­citet, men Randers og Favrskov har begrænset overnatningskapacitet, hvilket kan skabe logistiske udfordringer. Udbuddet er spredt og mangler samlet kapacitet til over 1.000 gæster ét sted, hvilket kræver geografisk fordeling af deltagerne og dermed øget logistik.

Møde- og konferenceudbud

Destinationen tilbyder 123 møde- og konferencesteder med kapacitet til over 11.000 deltagere (17.429 deltagere inkl. mødekapa­citet fra overnatningsudbuddet), hvilket giver et grundlag for større mødeaktiviteter. Steder som Arena Randers og Tinglyallen i Viborg har kapacitet til over 2.000 deltagere og er velegnede til store konferencer og kongresser. Generelt er kvaliteten høj og priserne moderate, hvilket gør destinationen attraktiv. Dog er kapaciteten koncentreret i få kommuner, og manglende overnatningsmuligheder i f.eks. Randers kan skabe logistiske udfordringer. Enkelte områder har lav kapacitet og gæstetilfredshed, hvilket begrænser deres internationale relevans.

Erhvervsliv

Destinationen rummer flere internationalt orienterede virksomheder og erhvervsklynger, hvilket giver et godt udgangspunkt for at tiltrække møder med globalt perspektiv. Der er et stort potentiale for at styrke samarbejdet mellem erhvervsliv, mødeaktører og ikke mindst destinationsselskabet. Dog mangler der indsigt og etablerede relationer til erhvervslivet, hvilket begrænser udnyttelsen af dette potentiale og holder modenhedsscoren nede.

Vidensinstitutioner

Der er et begrænset antal vidensinstitutioner på destinationen, som primært har fokus på pharma, life science samt kunst og kultur. Der er således identificeret et beskedent om end relevant potentiale for videnskabeligt forankrede konferencer og samarbejder.

Oplevelser og attraktioner

Destinationen tilbyder et bredt spektrum af oplevelser, som spænder fra natur og kultur til gastronomi og faglige miljøer, som gør det muligt at skabe varierede og værdiskabende mødeoplevelser. Flere attraktioner har egne mødefaciliteter i unikke rammer, hvilket styrker destinationens appel. Dog er udbuddet geografisk spredt, og variationen i faciliteter og service mellem kommunerne kan skabe logistiske udfordringer ved større arrangementer.

Modenhedsanalyse

Visit Aarhus

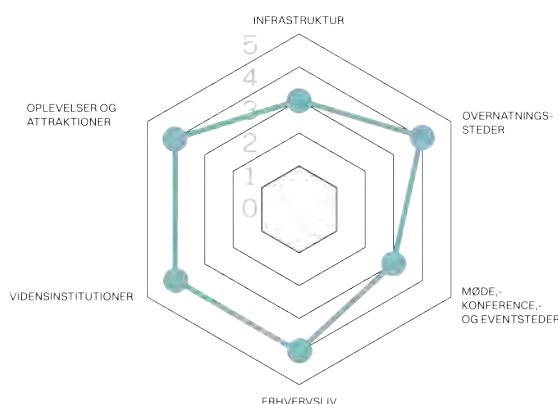




FOTO:Jesper Maagaard

Markedspositionering

Efterspørgsels- og segmentanalyse

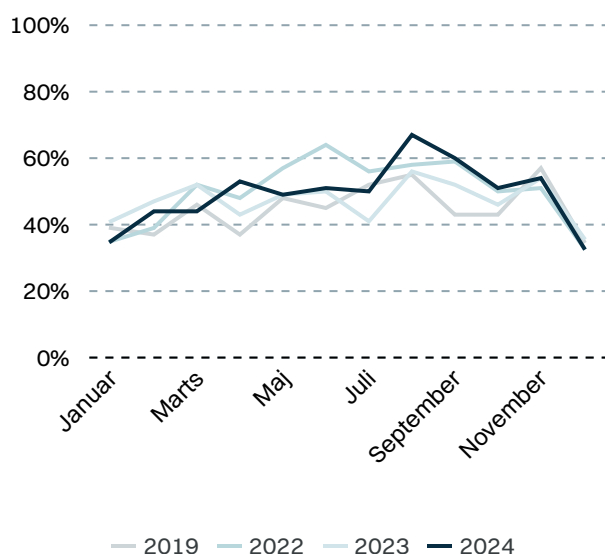
Obs: Det har kun været muligt at indhente data, der på månedsbasis viser antal overnatninger for corporate gruppe-segmentet for Randers og Viborg, det samme gælder for månedlig kapacitetsudnyttelse.

Destinationen uden for Aarhus Kommune har overordnet set et tilfredsstillende niveau af efterspørgsel fra corporate-segmentet, som i 2024 udgør 49 % af overnatningerne på hotellerne. Corporate gruppe-overnatningerne udgør 16 % af det samlede hotelovernatningsmarked i 2024. Randers og Viborg Kommuner har en særlig stærk tilstedeværelse, hvor Viborg viser vækst i segmentet, mens Randers ligger stabilt. Trods et samlet fald i gruppeovernatninger efter COVID-19 ses en mindre stigning i individuelle corporate-bookinger.

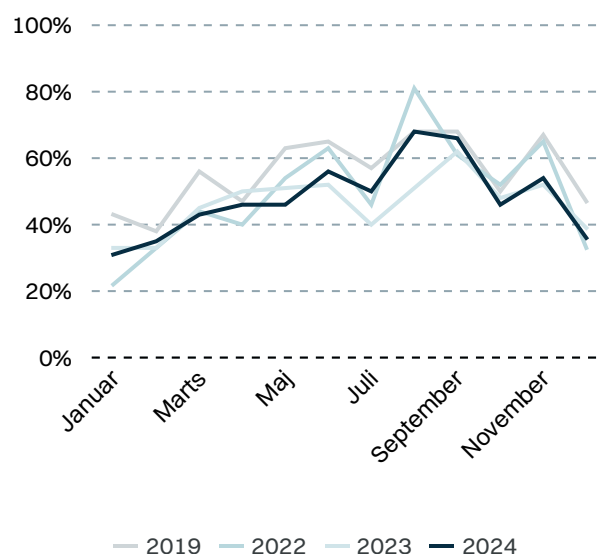
Efterspørgselsanalyse: Hoteller

Efterspørgselsanalysen viser kapacitetsudnyttelsen for hoteller i destinationen og giver et indblik i, hvordan efterspørgslen i forbindelse med mødeturisme fordeler sig over året. Det har kun været muligt at indhente data for kommunerne Randers og Viborg, da de er de eneste to kommuner, som lever op til VisitDenmarks diskretionskrav, som foreskriver, at der minimum skal være 3 aktører med minimum 40 senge, for at data kan vises.

Kapacitetsudnyttelse, Randers



Kapacitetsudnyttelse, Viborg



Segmentfordeling: Hoteller

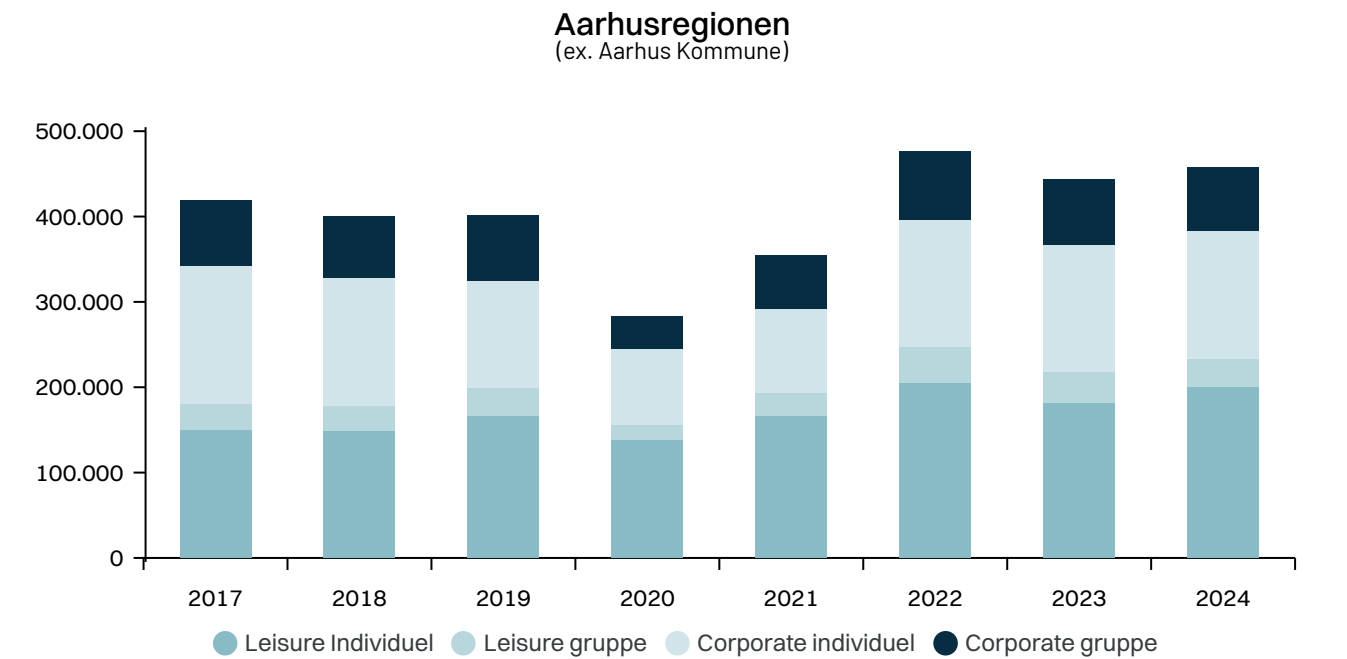
Corporate gruppe-segmentet er særligt interessant i en mødeturismekontekst, da dette segment består af bookinger, som omhandler mere end 10 personer, som repræsenterer en virksomhed, og hvor hovedmålet er konferencer, møder, messer og lignende.

Nedenstående tabel viser, at antallet af corporate gruppe overnatninger i Aarhusregionen ex. Aarhus Kommune, falder fra 77.057 i 2017 til 74.272 i 2024, et fald svarende til -4 % for perioden. Der ses dog en væsentlig nedgang i corporate gruppe-overnatningerne i COVID-19 perioden frem til 2022. Herefter kommer der en stærk stigning i 2022, som dog falder i årene 2023 og 2024. Betragtes perioden fra 2022 til 2024, altså tiden efter at efterspørgslen mere eller mindre er normaliseret efter COVID-19, ses et gennemsnitligt årlig fald (CAGR) på -4 %.

I samme periode ses der en mindre stigning hos corporate individuelle med gennemsnitlig årlig stigning (CAGR) på 1 %.

SEGMENTFORDELING - Aarhusregionen ex. Aarhus Kommune										
										Udv. 2022-2024
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Leisure	Individuel	150.754	148.949	167.114	138.001	166.296	204.889	181.204	200.609	-4.280 -1%
	Gruppe	29.535	30.030	32.177	17.246	27.458	42.562	37.169	32.897	-9.665 -12%
Corporate	Individuel	162.381	148.862	126.112	90.094	98.050	148.724	148.389	150.384	1.660 1%
	Gruppe	77.057	72.076	76.282	38.077	62.754	79.910	76.791	74.272	-5.638 -4%
Andre		1.753	1.559	1.183	795	814	690	1.471	1.525	835 49%
Total		421.480	401.476	402.868	284.213	355.372	476.775	445.024	459.687	38.207 -2%

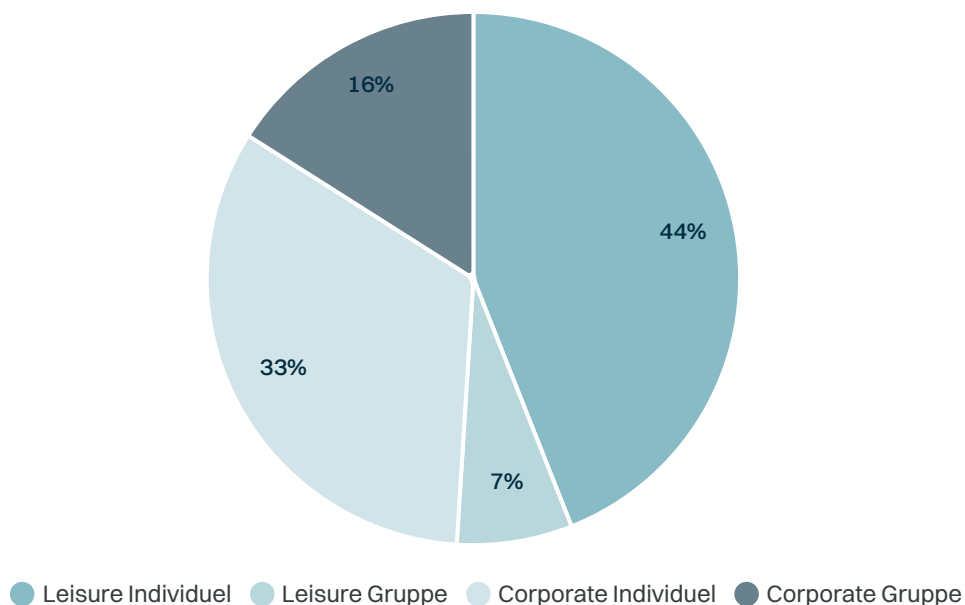
Kilde: VisitDanmark, 2025
*Cagr = Compound Annual Growth Rate (År til År)



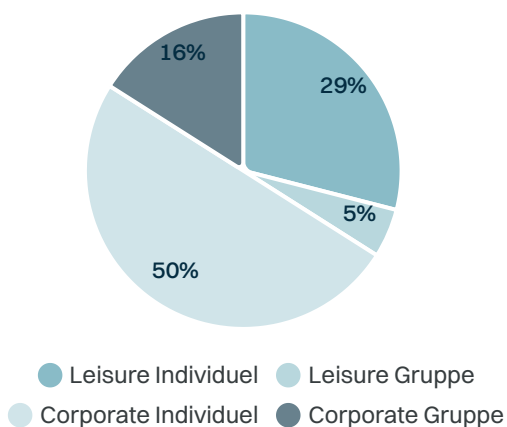
For Aarhusregionen ex. Aarhus Kommune udgør corporate gruppe-segmentet samlet set 16 % i 2024. Viborg og Randers er kommunerne med det højeste aftryk fra corporate-gruppe-segmentet (begge beliggende på 16 %). Hvor Randers' andel stabilt ligger omkring 9.000 pre- og post-corona, ses der en stigning i Viborgs corporate-gruppe repræsentation.

Det har ikke været muligt at indhente data fra Favrskov Kommune.

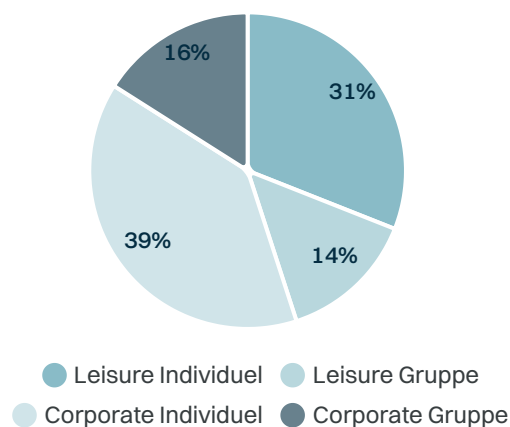
2024 - Aarhusregionen (ex. Aarhus Kommune)



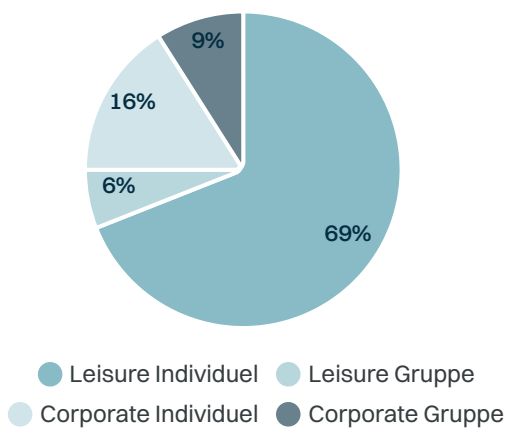
2024 - Randers



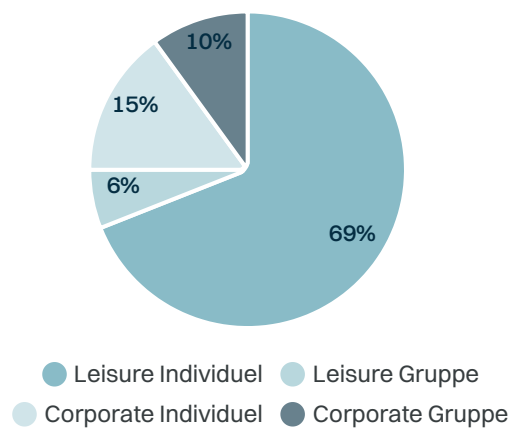
2024 - Viborg



2024 - Silkeborg



2024 - Djursland



SWOT-analyse

SWOT-analysen giver et helhedsbillede af destinationens styrker og svagheder i forhold til den internationale mødeturisme samt peger på de eksterne muligheder og trusler for det fremtidige arbejde.

Styrker • Stærkt erhvervsliv med erhvervsmæssige styrkepositioner • Naturskøn region • Attraktioner med stærk formidling som også kan fungere som venues • Flere vidensinstitutioner som kan bidrage til tiltrækning af mødeaktiviteter • Nærhed til Aarhus og byens udbud af virksomheder og vidensinstitutioner	Svagheder • Flere kommuner svært tilgængelige uden egen bil/bus • Få overnatningssteder med stor kapacitet • Få kommuner med større conferenceudbydere og formålsindrettede konferencesteder • Destinationen er geografisk spredt over seks ret forskellige kommuner • Begrænset formaliseret samarbejde med erhvervslivet og vidensinstitutioner vedr. mødeaktiviteter
Muligheder • Styrket samarbejde og koordinering mellem erhvervsliv og vidensinstitutioner • Tiltrækning af afledte mødeaktiviteter fra større begivenheder i Aarhus • Nyt ejerskab af Midtjyllands- og Aarhus Lufthavn skaber muligheder for øget efterspørgsel	Trusler • Nærhed til Aarhus med stort udbud og tiltrækning • Udfordringer med ejerskab og udvikling af Aarhus Lufthavn kan hæmme lufthavnens position som styrkepunkt

Styrker

Stærkt erhvervsliv med erhvervsmæssige styrkepositioner

Erhvervslivet indenfor destinationen er stærkt repræsenteret blandt andet indenfor brancher som fødevarer, plastanvendelse samt grafisk- og digital formidling. Disse branche-klynger kan medvirke til tiltrækningen af arrangementer med international deltagelse.

Naturskøn region

Destinationen tilbyder en række oplevelsesbaserede aktiviteter i naturskønne omgivelser, dette ses specielt i kommunerne Silkeborg, Randers, Syddjurs og Norddjurs. Eksempler på områder i fornævnte kommuner er Gudenåen, Søhøjlandet samt Nationalpark Mols Bjerge. Dette kan øge tiltrækningen af især belønningsrejser til destinationen.

Attraktioner med stærk formidling – kan fungere som venues Destinationen tilbyder en række attraktioner med stærk videnformidling, som eksempelvis Kattegatentret i Norddjurs kommune, AQUA og Papirmuseet i Silkeborg Kommune m.fl. Disse kan anvendes som venues i forbindelse med mødearrangementer med relateret fagligt indhold.

Flere vidensinstitutioner, som kan bidrage til tiltrækning af mødeaktiviteter

Destinationen råder over en række vidensinstitutioner, som kan bidrage positivt til tiltrækning af fagligt relaterede mødearrangementer. Steder som Kattegatcentret og Museum Jorn kombinerer forskning med formidling, hvilket gør dem velegnet til faglige arrangementer. Derudover tilbyder Molslaboratoriet i Syddjurs kommune, Forskningscenter Foulum ved Viborg samt AU Silkeborg adgang til feltbaseret forskning, som kan danne rammen om workshops og mindre møder.

Nærhed til Aarhus

Destinationens geografiske nærhed til Aarhus og dens stærke erhvervsliv samt omfattende niveau af vidensinstitutioner med forskermiljøer kan anvendes som en styrke i forbindelse med at tiltrække afledte arrangementer.

Svagheder

Flere kommuner er svært tilgængelige uden egen bil/bus

Destination omfatter et større geografisk område, og en række af kommunerne betjenes af begrænsede offentlige transportformer, hvilket stiller krav til logistikken i forbindelse med større mødearrangementer, hvor alle ikke har egen bil til rådighed. Det kræver således logistik og flere ressourcer til planlægning af mødeafholdelse af en vis størrelse i disse kommuner.

Få overnatningssteder med stor kapacitet

Destinationen har et udbud på +2.400 værelsesenheder spredt ud over alle kommuner. Blot ni hoteller ud af det samlede udbud tilbyder 100 værelser eller derover, og den største udbyder har en kapacitet på 162 værelser. Dette kan sætte begrænsninger i tiltrækningen af større mødeaktiviteter.

Få kommuner med større formålsindrettede conferenceudbydere

Udbud med høj mødekapalet er koncentreret i få kommuner, hvilket kan give logistiske udfordringer ved større arrangementer. Kommunerne Favrskov og Norddjurs har meget lav kapacitet.

Destinationen er geografisk spredt ud over seks forskellige kommuner

Destinationen dækker over seks kommuner, hvoraf flere har meget lav kapacitet, hvilket kan medføre, at gæster skal flyttes "ud af kommunen" i forbindelse med større arrangementer. Ligeledes er kommunerne ret forskellige, når det kommer til faciliteter, kapacitet, infrastruktur m.v.

Begrænset formaliseret samarbejde mellem erhvervsliv og vidensinstitutioner

Et begrænset systematiseret og formaliseret samarbejde mellem erhvervsliv og vidensinstitutioner hæmmer tiltrækningen af arrangementer med international deltagelse.

Muligheder

Styrket samarbejde og koordinering mellem erhvervsliv og vidensinstitutioner

Ved at etablere et tættere og mere formaliseret samarbejde mellem erhvervslivet og vidensinstitutioner. Eksempler på dette er formålsbaserede netværk såsom et ambassadørkorps, hvis formål er at arbejde målrettet med tiltrækning af internationale mødearrangementer, hvorved efterspørgslen kunne øges.

Tiltrækning af afledte mødeaktiviteter fra større begivenheder i Aarhus

Den geografiske nærhed til Aarhus Kommune som destination for flere store events kan forsøges udnyttet ved afholdelse af afledte arrangementer med samme tema, branche m.v.

Nye ejerskab af Midtjyllands og Aarhus Lufthavn skaber muligheder for øget efterspørgsel

Det nye ejerskab af både Midtjysk Lufthavn i Karup og Aarhus Lufthavn i Tirstrup kan skabe mulighed for øget efterspørgsel, såfremt der etableres et udvidet rutenet.

Trusler

Nærhed til Aarhus med stort udbud og tiltrækning

Den nære geografiske afstand til Aarhus Kommune, der som egen destination står for et stort udbud og en stor efterspørgsel vil kunne påvirke efterspørgslen til de øvrige kommuner i destinationen på grund af den lettere tilgængelighed til Aarhus Kommune.

Udfordringer med ejerskab og udvikling af Aarhus Lufthavn

De seneste mange års turbulens i driften, og ejerskabet af Aarhus Lufthavn, vil på sigt kunne hæmme lufthavnens position som et styrkepunkt, og skabe udfordringer for logistikken til hele destinationen.

Mødesegmenter

Med udgangspunkt i den indledende analyse er der for mødesegmenterne vurderet et prioriteret potentiale, og dermed et begrundet fokus for selve udviklingen og dermed tiltrækningen af den internationale mødeturisme til destinationen.

1.

Møder & Konferencer bør prioriteres, da udbuddet tilgodeser dette segment. Det vurderes, at denne prioritering særligt burde foregå i de nedenstående kommuner.

Silkeborg Kommune

Kapacitet: Mindre og mellemstore mødeaktiviteter med 50-300 deltagere.

Viborg Kommune

Kapacitet: Mindre, mellemstore og de helt store mødeaktiviteter med op til 2.000 deltagere.

Syddjurs og Norddjurs Kommune

Kapacitet: Mindre og mellemstore mødeaktiviteter med 50-500 deltagere.

Randers Kommune

Kapacitet: Mindre mødeaktiviteter med 50-100 deltagere. Grundet den manglende overnatningskapacitet vil det helt store venue være svært at anvende.

Favrskov Kommune

Kapacitet: Mindre mødeaktiviteter med 50-100 deltagere.

Potentiale: Hvis arbejdet struktureres og prissættes korrekt, er der et betydeligt potentiale. Særligt branchen Landbrug og Fødevarer rummer store muligheder, da eksempelvis 33 % af Danmarks fødevareeksport kommer fra regionen. Derudover er der gode muligheder for at etablere samarbejder med andre nærliggende destinationer.

2.

Messer & Udstillinger og særligt publikumsmesser har et potentiale grundet den centrale placering i landet. Konkret ses to kommuner, som værende de mest relevante, her ligger blandt andet to store venues til grund.

Viborg Kommune

Kapacitet: Op til 2.000 deltagere.

Randers Kommune

Kapacitet: Op til 2.400 deltagere

Potentiale: Vurderes til at være rimeligt, såfremt der etableres et samarbejde omkring udviklingen af messer med det lokale erhvervsliv og vidensinstitutionerne.

3.

Belønningsrejser bør prioriteres, da der er store naturoplevelser i både Nationalpark Mols, områderne omkring Gudenåen og i Søhøjlandet, hvilket giver gode muligheder for mindeværdige oplevelser. Særligt nedenstående kommuner vurderes at have det største udviklingspotentiale.

Norddjurs Kommune

Kapacitet: Mindre til mellemstørrelse aktiviteter med 10-50 deltagere.

Syddjurs Kommune

Kapacitet: Mindre til større aktiviteter med 10-50 deltagere.

Silkeborg Kommune

Kapacitet: Mindre til mellemstørrelse aktiviteter med 10-50 deltagere.

Randers Kommune

Kapacitet: Mindre til mellemstørrelse aktiviteter med 10-50 deltagere.

Potentiale: Ved eksempelvis at tilføje et tema som bæredygtighed eller "grønne belønningsrejser" kan både potentialet og offentlighedens interesse blive betydelig og dermed fremhæve kommunernes potentiale.

4.

Kongresser er vanskelige at prioritere på nuværende tidspunkt grundet usikkerhed om Aarhus Lufthavns strategi samt den store geografiske spredning af kapaciteten.

Potentiale: Der vurderes et begrænset potentiale, og dette vil være centreret omkring kommuner med både høj møde- og overnatningskapacitet

Anbefalinger

Anbefalingerne til Aarhusregionen (eksklusive Aarhus Kommune) vurderes at have en særlig effekt i tiltrækningen af den internationale mødeturisme. Anbefalingerne til udviklingsområderne er inddelt i særlige fokusområder og derefter handlingsorienterede aktiviteter. Dermed sikres baggrund, handling og belysning af anbefalingerne.

Skabe netværk med erhvervsliv og vidensinstitutioner, der kan tiltrække møder og konferencer

Fokusområde:

- Tiltrækning af mødeaktiviteter skal forankres hos kommunernes virksomheder og vidensinstitutioner.
- Regionen er hjemsted for en lang række etablerede virksomheder, som i samarbejde med f.eks. AU og Agro Food Park kan tiltrække konferencer.
- Branding og erhvervsturisme til regionen.

Handling:

- Nedsætte et "Fødevarer-netværk" evt. med andre destinationer som Lolland-Falster. Netværket skal facilitere tiltrækningen, stå for budprocesser m.v.

Øget kendskab og forenkling af booking

Fokusområde:

- Der måles kun et moderat kendskab til destinationen hos mødeplanlæggere, hvilket bør styrkes yderligere.
- Destinationen tilbyder en forholdsvis spredt beliggenhed af overnatningssteder, hvilket kan hæmme tiltrækningen af møder og konferencer.

Handling:

- Udarbejdelse af pakker med samlede muligheder for både venues, overnatning og særligt logistiske løsninger – skal fremhæves for mødeplanlæggere, så det gør bookingprocessen lettere tilgængelig og overskuelig.
- Afholdelse af effektive fam-trips for mødeplanlæggere, så der kan opnås et større kendskab til destinationens muligheder.

Skabe overblik over priser og udbud

Fokusområde:

- Destinationens udbud er spredt ud på seks kommuner og et stort areal.
- Dette gør det svært overskueligt for mødeplanlæggere at danne sig et overblik over priser, udbud og faciliteter.
- Mødefaciliteter der tilbyder en særlig oplevelsesværdi bør fremhæves.

Handling:

- Skabe et fælles overblik med pris-gennemsigtighed, kapacitetsmuligheder, faciliteter osv.
- For hvert område fremhæves styrkepositioner, særlige venues m.v.

Udnyt potentialet for publikumsmesser

Fokusområde:

- Regionen tilbyder flere gode venues til mindre messer og udstillinger.
- Sådanne kan øge fokus på regionen og skabe forretning til området.
- Selvom deltagerne primært vil være privatpersoner, vil der være mulighed for erhvervsdeltagelse – også i internationalt perspektiv.

Handling:

- Eksempelvis samarbejde med VIA Viborg om "Virtual Reality Messe" eller med AU Viborg om "Fødevarer-messe".

Styrke køreplaner som overskueliggør logistiske forhold

Fokusområde:

- Grundet den store spredning på det samlede udbud kan de infrastrukturelle forhold være en udfordring for nogle mødeplanlæggere.
- For at imødekomme disse forhold bør der udarbejdes køreplaner, som løser disse infrastrukturelle udfordringer.

Handling:

- Udarbejde logistiske løsninger og indgå samarbejder med nøgleleverandører (bus, hoteller, venues m.v.).

Disclaimer: Det er vigtigt at være opmærksom på, at analysen udgør et øjebliksbillede baseret på den tilgængelige viden og data på analysetidspunktet, pr. januar 2026. Indsigterne er målrettet international erhvervs- og mødeturisme og skal læses inden for dette scope.

Bilag

Bilag 1: Metodenotat fra Norstat

Vedhæftes i ekstern fil i endelig udgave.

Bilag 2: Prissætning for overnatningsudbuddet

Overnatningssted	Kommune	Min. Pris (Februar)	Min. Pris (September)	Max. Pris (Februar)	Max. Pris (September)	Konference- døgn	Max. Pris- variation
Hotel og Restaurant Fru Larsen	Favrskov	1.099 kr.	1.099 kr.	1.299 kr.	1.299 kr.	2.299 kr.	200 kr.
Lindegaarden Svejstrup	Favrskov						
Pøt Mølle - Frijsenborg Stoltskro	Favrskov	695 kr.	695 kr.	995 kr.	995 kr.		300 kr.
Ulstrup Kro	Favrskov	450 kr.	450 kr.	800 kr.	800 kr.		350 kr.
Allingåbro Hotel B&B	Norddjurs	750 kr.	750 kr.	750 kr.	750 kr.		- kr.
Auning Kro	Norddjurs	960 kr.	960 kr.	960 kr.	960 kr.	1.398 kr.	- kr.
Badehotellet Grenaa Strand	Norddjurs	1.600 kr.	1.100 kr.	1.600 kr.	1.600 kr.		- kr.
Danhostel Gjerrild	Norddjurs	495 kr.	495 kr.	495 kr.	495 kr.		- kr.
Djurs Housing	Norddjurs	275 kr.	275 kr.	275 kr.	275 kr.		- kr.
Dronningens Ferieby	Norddjurs	1.100 kr.	1.425 kr.	1.100 kr.	1.425 kr.	2.290 kr.	325 kr.
Hotel Crone (Grenaa Hostel)	Norddjurs	550 kr.	450 kr.	550 kr.	450 kr.		100 kr.
Hotel Gjerrild Kro	Norddjurs	925 kr.	925 kr.	925 kr.	925 kr.		- kr.
Hotel Grenaa - Havlund	Norddjurs	745 kr.	725 kr.	745 kr.	725 kr.	1.095 kr.	- 20 kr.
Hotel Marina	Norddjurs	589 kr.	913 kr.	589 kr.	1.700 kr.	1.745 kr.	1.111 kr.
Kyst- og Fjordcentret	Norddjurs	710 kr.	710 kr.	710 kr.	710 kr.		- kr.
Kysthotellet Djursland	Norddjurs	850 kr.	850 kr.	1.100 kr.	1.200 kr.	1.822 kr.	350 kr.
Lübker Golf & Spa Resort	Norddjurs	1.500 kr.	1.600 kr.	1.500 kr.	1.800 kr.	2.050 kr.	300 kr.
Naturhotellet Petersborg	Norddjurs					2.195 kr.	
Best Western Plus Hotel Kronjylland	Randers	1.200 kr.	1.000 kr.	1.200 kr.	1.600 kr.		400 kr.
Fladbro Kro	Randers	1.100 kr.	1.100 kr.	1.100 kr.	1.900 kr.		800 kr.
Hotel Randers	Randers	969 kr.	1.100 kr.	1.200 kr.	1.800 kr.		831 kr.
Motel X	Randers	779 kr.	809 kr.	779 kr.	809 kr.		30 kr.
Purhus Kro	Randers	899 kr.	1.100 kr.	899 kr.	1.100 kr.		201 kr.
Randers City Camp	Randers	400 kr.	400 kr.	950 kr.	950 kr.	950 kr.	550 kr.
Stephansens hotel	Randers	925 kr.	925 kr.	925 kr.	925 kr.		- kr.
Danhostel Silkeborg	Silkeborg	695 kr.	695 kr.	695 kr.	1.200 kr.	1.895 kr.	505 kr.
Gl. Skovridergaard Hotel og Konferencenter	Silkeborg	1.100 kr.	1.100 kr.	1.250 kr.	1.250 kr.	2.390 kr.	150 kr.

Kongensbro Kro	Silkeborg	1.295 kr.	1.100 kr.	1.295 kr.	1.500 kr.	1.445 kr.	205 kr.
Radisson BLU Hotel, Papirfabrikken	Silkeborg	1.100 kr.	1.100 kr.	1.400 kr.	1.500 kr.		400 kr.
Scandic Hotel Silkeborg	Silkeborg	850 kr.	850 kr.	1.100 kr.	1.500 kr.	1.789 kr.	650 kr.
Svostrup Kro	Silkeborg	1.000 kr.	1.000 kr.	1.000 kr.	2.200 kr.	1.995 kr.	1.200 kr.
Vejlsøhus Hotel og Conferencecenter	Silkeborg	770 kr.	785 kr.	955 kr.	1.200 kr.		430 kr.
Hotel Ny Hattenæs	Silkeborg	1.500 kr.	1.400 kr.	1.500 kr.	1.900 kr.	2.485 kr.	400 kr.
Danhostel Rønde	Syddjurs	850 kr.	910 kr.	950 kr.	1.200 kr.	1.360 kr.	350 kr.
Den Gamle Kro, Hornslet	Syddjurs	800 kr.	800 kr.	800 kr.	1.300 kr.		500 kr.
Havmøllen	Syddjurs					2.000 kr.	
Hotel Fuglsøcentret	Syddjurs	775 kr.	775 kr.	775 kr.	775 kr.	1.310 kr.	- kr.
Hotel Toppen af Ebeltøft	Syddjurs	728 kr.	895 kr.	728 kr.	1.400 kr.	1.495 kr.	672 kr.
Kaløvig Center	Syddjurs	990 kr.	990 kr.	990 kr.	990 kr.	1.614 kr.	- kr.
Lergravgaard bed & breakfast	Syddjurs	475 kr.	575 kr.	575 kr.	675 kr.		200 kr.
Molskroen	Syddjurs	2.100 kr.	1.000 kr.	2.100 kr.	1.300 kr.	2.995 kr.	800 kr.
Molslaboratoriet	Syddjurs	550 kr.	550 kr.	550 kr.	550 kr.	1.675 kr.	- kr.
Møllerup Gods	Syddjurs					1.850 kr.	
Ree Park	Syddjurs	1.898 kr.	1.898 kr.	4.698 kr.	4.698 kr.	2.395 kr.	2.800 kr.
Rosenholm Slot	Syddjurs						
Strandhuset Mols	Syddjurs						
Aarhus Airport	Syddjurs	895 kr.	895 kr.	1.030 kr.	1.030 kr.		135 kr.
Danhostel Viborg	Viborg	630 kr.	630 kr.	630 kr.	630 kr.	1.370 kr.	- kr.
Golf Hotel Viborg	Viborg	1.300 kr.	1.000 kr.	1.300 kr.	1.400 kr.	1.975 kr.	100 kr.
Hotel Egeskoven	Viborg	850 kr.	850 kr.	850 kr.	850 kr.		- kr.
Motel Spar 10	Viborg	575 kr.	575 kr.	575 kr.	575 kr.		- kr.
Motel Viborg	Viborg	500 kr.	500 kr.	500 kr.	500 kr.		- kr.
Peak12 Hotel	Viborg	827 kr.	824 kr.	1.300 kr.	1.400 kr.	3.100 kr.	573 kr.
Viborg Huset	Viborg					1.195 kr.	
Kongenshus Kro	Viborg	825 kr.	825 kr.	825 kr.	825 kr.		- kr.
Niels Bugges Kro	Viborg	2.000 kr.	2.000 kr.	2.000 kr.	2.000 kr.	2.325 kr.	- kr.
Palads Hotel	Viborg	1.000 kr.	1.000 kr.	1.000 kr.	1.200 kr.		200 kr.
	Gennemsn	929 kr.	908 kr.	1.056 kr.	1.215 kr.	1.879 kr.	286 kr.

Bilag 3: Prissætning for møde- og konferencesteder

Møde- og konferencested	Kommune	Pakkepris dagsmøde (Pris pr. deltager)	Min. Lokaleleje (Pris pr. deltager)	Max. Lokaleleje (Pris pr. deltager)
Clausholm Slot	Favrskov			
Kattegatcentret	Norddjurs	675 kr.		
Arena Randers	Randers	348 kr.		
GAIA Museum, Outsider Art	Randers	249 kr.	1.750 kr.	
Memphis Mansion	Randers	399 kr.	500 kr.	1.200 kr.
Netværkshuset N1	Randers	520 kr.		
Randers FC Konference	Randers			
Underværket	Randers	320 kr.		
Værket	Randers			
Østergaard Hovedgaard	Randers		15.000 kr.	
Danish Export Academy	Silkeborg	680 kr.		
FDM Jyllandsringen	Silkeborg	325 kr.	2.000 kr.	5.000 kr.
Fort Østerlund	Silkeborg			
Gubsø Garage	Silkeborg	595 kr.		
Jysk Musikteater	Silkeborg			
JYSK Park	Silkeborg	795 kr.		
KunstCentret Silkeborg Bad	Silkeborg		1.500 kr.	15.000 kr.
Museum Jorn	Silkeborg			
Robilé Gourmét	Silkeborg	285 kr.	1.000 kr.	4.500 kr.
Fregatten Jylland	Syddjurs		5.000 kr.	5.000 kr.
Karpenhøj Naturcenter	Syddjurs	545 kr.	1.500 kr.	3.000 kr.
Ludvigsminde	Syddjurs			
Maltfabrikken	Syddjurs		995 kr.	7.500 kr.
Skandinavisk Dyrepark	Syddjurs	389 kr.		
Dollerup Mølle	Viborg	716 kr.		
Mønsted Kalkgruber	Viborg	475 kr.		
Tinghallen	Viborg	535 kr.		
	Gennemsnit	491 kr.	3.249 kr.	5.886 kr.



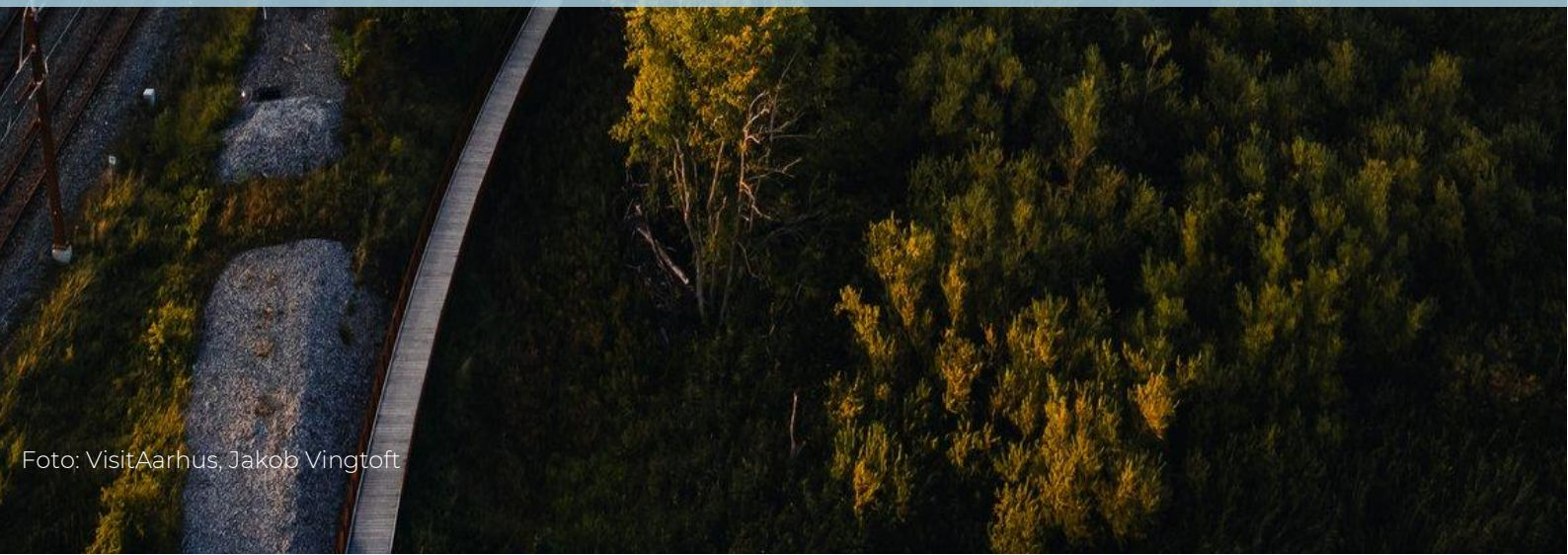
Bilag 3



Kultur- og fritidslivets værdi for borgere og samfund i Randers Kommune

Silverlining Research, 2024

Silverlining
RESEARCH



Indhold

1. Forord.....	2
2. Konklusion.....	3
3. Metode.....	4
3.1 Den samfundsøkonomiske værdi af kultur- og fritidslivet.....	4
3.2 Estimering af de markedsomsatte og ikke-markedsomsatte værdier.....	6
4. Kultur- og fritidslivets indflydelse på Randers som et godt sted at bo.....	9
5. Kultur- og fritidslivets økonomiske betydning.....	17
5.1 Bruttoværditilvækst	17
5.2 Beskæftigelse.....	21
5.3 Skatteprovenu	25
6. Kultur- og fritidslivets nytteværdi.....	27
7. Kultur- og fritidslivets instrumentelle og iboende værdier.....	34
7.1 Instrumentelle værdier.....	34
7.2 Iboende værdier	38
8. Appendiks.....	41
8.1 Uddybning af værdisætning på kultur- og fritidsområdet.....	41
8.2 Uddybning af 'Contingent Valuation Method'	42
8.3 Definitioner af effektmål i SAM-K/LINE -modellen	43
8.4 Dataindsamling og frafaldsanalyse.....	44
8.5 Brancheliste til SAM-K/LINE.....	47

1. Forord

Randers Kommune tilbyder et bredt udvalg af kultur- og fritidstilbud til gavn for borgere og besøgende. Med grønne områder og naturrige omgivelser skaber kommunen rammer for udendørs aktiviteter, sport og naturoplevelser. Derudover byder kommunen på fritidsaktiviteter og kulturelle arrangementer, som styrker et levende og aktivt lokalsamfund.

Spørgsmålet er dog, i hvilket omfang kultur- og fritidslivet skaber værdi for den enkelte borger og for samfundet i Randers Kommune? En indsigt, der ifølge forskere er svær at kortlægge, på grund af de unikke karakteristika, der hæfter sig ved branchen¹. For eksempel kulturens kendetegn som et offentligt gode, der både kommer brugere og ikke-brugere til gavn, og hvor offentlig medfinansiering ofte udgør en fast bestanddel af branchens forretningsmodel.

Til at give et nuanceret bud på den samfundsøkonomiske betydning af Randers Kommunes kultur- og fritidsliv, har Kultur og Fritid rådført sig hos konsulentvirksomheden Silverlining Research. Målet med projektet er at estimere den samlede værdi, som kultur- og fritidsområdet skaber for både borgere og for samfundet i Randers Kommune.

Genstandsfeltet for undersøgelsen er den samlede produktion samt tilbud på kultur- og fritidsområdet, som er tilgængelige for kommunens borgere, hvad enten de er skabt af private aktører, Randers Kommune eller frivillige aktører.

For at løse denne opgave har Silverlining Research designet en undersøgelse, der kombinerer spørgeskemaundersøgelser og økonomiske beregninger baseret på SAM-K/LINE-modellen. Dette skal give en samlet vurdering af både den økonomiske værdi og de sociale fordele for borgerne.

¹ Bille, T. (2018)., Rethink Economic Impact: Fra økonomisk impact til samfundsøkonomisk værdi.

2. Konklusion

Analysen af kultur- og fritidslivet i Randers Kommune viser, at området har stor betydning for både borgerne og kommunens økonomi.

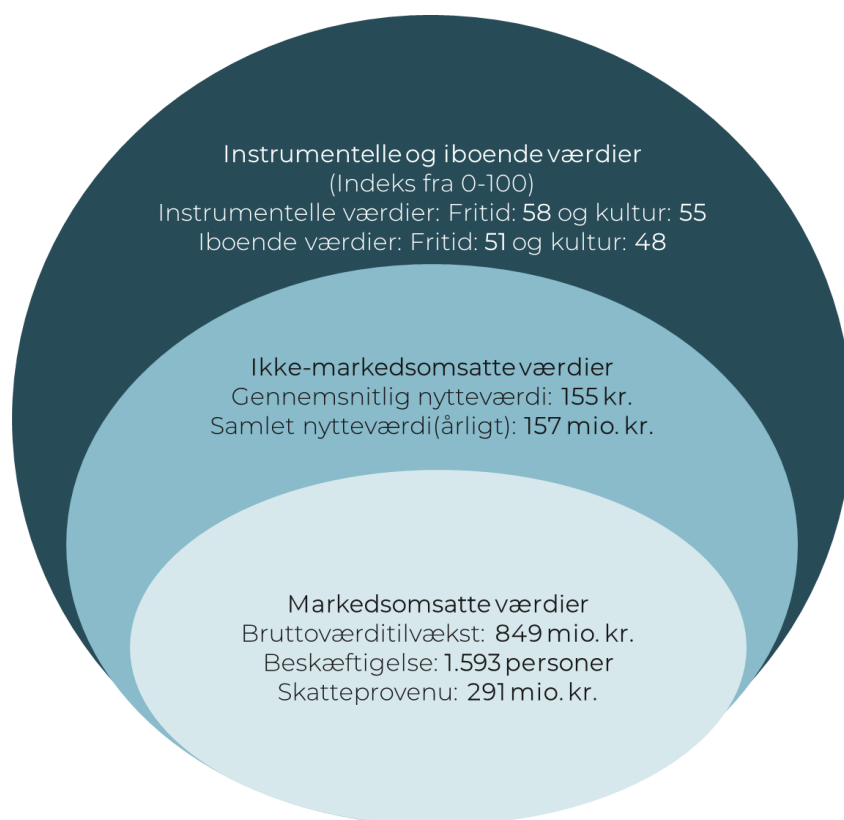
Kommunens borgere bruger byens forskellige kultur- og fritidstilbud, især udeliv og parker, biografer samt biblioteker. For 35 % af de borgere, der mener, at Randers Kommune er et godt sted at bo, er kulturlivet en vigtig årsag hertil.

Kultur- og fritidslivet i Randers Kommune genererer en samlet bruttoværditilvækst på 849 mio. kr., beskæftiger 1.593 personer og bidrager med 291 mio. kr. i skatteprovenu over hele landet i 2022. Derudover skaber området også en oplevet nytteverdi for borgerne i kommunen, som i gennemsnit er villige til at betale 155 kr. ekstra i skat hver måned for at opretholde det nuværende serviceniveau.

Udover de økonomisk målbare værdier konkluderer analysen, at kultur- og fritidsområdet bidrager til at styrke medborgerskabet i kommunen.

Figur 1

Den samlede værdi skabt af kultur- og fritidslivet i Randers Kommune



3. Metode

3.1 Den samfundsøkonomiske værdi af kultur- og fritidslivet

Den anvendte metode tager udgangspunkt i velfærdsøkonomisk teori. Hovedformålet er her at estimere værdien af kultur- og fritidslivet ud fra den samlede værdi, som erhvervene skaber i samfundet og for borgerne i Randers Kommune.

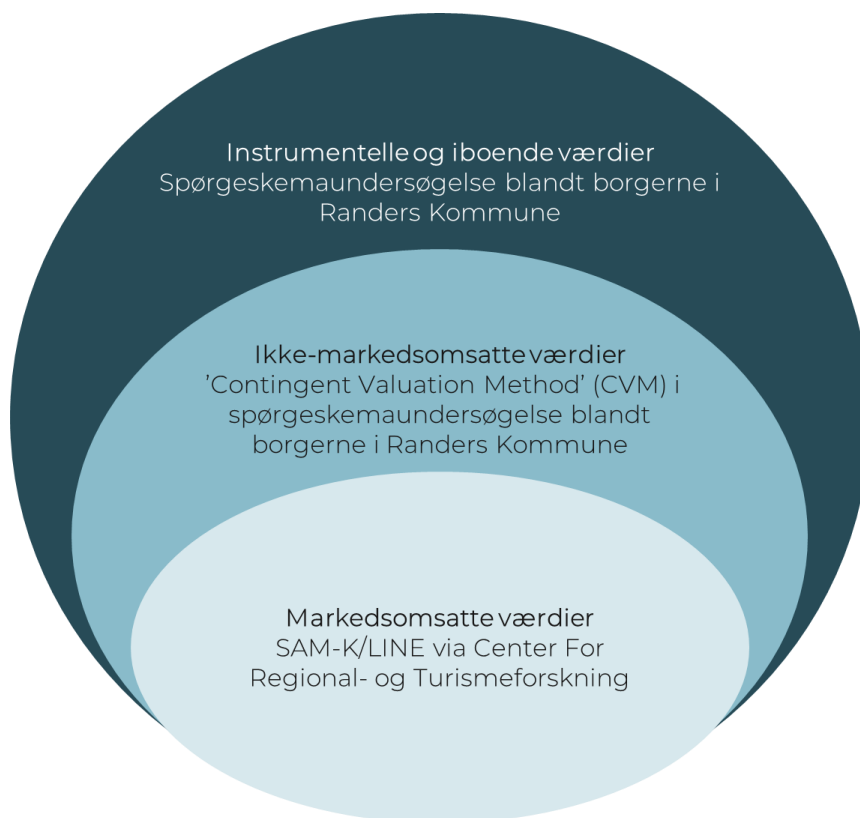
Genstandsfeltet for undersøgelsen er den samlede produktion samt de tilgængelige tilbud på kultur- og fritidsområdet i Randers. Det omfatter tilbud, aktiviteter og faciliteter på tværs af hele kultur- og fritidsområdet, uanset om de drives og produceres af private virksomheder, organiseres af Randers Kommune eller opretholdes af frivillige initiativer. Formålet er at give et helhedsblik på kultur- og fritidsområdet, der rummer et mangfoldigt udbud, og som drives og faciliteres af mange forskelligartede aktører.

Silverlining Research har gennemført en analyse, der gennem en kombination af metoder og tilgange søger at opgøre den samlede værdi og betydning af kultur- og fritidslivet i Randers Kommune. Denne vurdering omfatter både økonomiske værdier og de sociale fordele, som kultur- og fritidslivet medfører for borgerne og deres engagement i lokalsamfundet. Analysen inkluderer således ikke alene de værdier, der kan måles økonomisk, men også værdier, der fremmer medborgerskab og styrker fællesskabet i kommunen.

Det metodiske løsningsdesign, der ligger til grund for analysen, er illustreret i figur 2.

Figur 2

Analyseelementer til estimering af den samlede værdi af kultur- og fritidsområdet i Randers Kommune²



De "markedsomsatte værdier" relaterer sig til omsætning fra salg af varer og serviceydelser. I kultur- og fritidslivet kan dette forekomme ved entréindtægter, salg af mad og drikke og lignende.

Kultur- og fritidslivet kan ses som offentlige goder, der skaber værdi, som ikke kun kan måles økonomisk. Derfor bruges begrebet "ikke-markedsomsatte værdier" til at beskrive den samfundsmæssige betydning og de sociale og individuelle fordele, som kultur- og fritidslivet skaber. Kulturforskning peger også på, at der er et ekstra lag af værdi i kulturgoder, som opleves forskelligt af hver person. Disse værdier kan opdeles i iboende og instrumentelle værdier³.

² Bille, T. (2018), Rethink Economic Impact: Fra økonomisk impact til samfundsøkonomisk værdi.

³ Bille, T. (2018), Rethink Economic Impact: Fra økonomisk impact til samfundsøkonomisk værdi.

3.2 Estimering af de markedsomsatte og ikke-markedsomsatte værdier

Silverlining Researchs tilgang til estimering af de markedsomsatte og ikke-markedsomsatte værdier er tredelt og præsenteres i de følgende afsnit.

Markedsomsatte værdier – SAM-K/LINE

De økonomiske effekter er beregnet ved brug af det regionaløkonomiske modelkompleks SAM-K/LINE, som ejes og drives af Center for Regional- og Turismeforskning (herefter CRT). Modellen opererer på kommuneniveau og er baseret på officielle tal for BNP, beskæftigelse, indkomstskatter mv. Dette gør det muligt at foretage beregninger på kommunalt niveau, som er konsistente og sammenlignelige med de danske nationale tal.

Kultur- og fritidsområdet i Randers Kommune er defineret ud fra Danmarks Statistiks Danske Branchekoder (DB07) 127-gruppering, som er den mest detaljerede inddeling tilgængelig. Udvælgelsen af branchekoderne er foretaget af Silverlining Research og godkendt af Randers Kommune. Denne afgrænsning udgør de direkte erhverv, som beregningen af den afledte økonomiske aktivitet tager udgangspunkt i. De udvalgte branchekoder fordeler sig overordnet:

- Branchekode R: Kultur og fritid
- Branchekode P: Undervisning
- Branchekode J: Information og Kommunikation
- Branchekode S: Andre serviceydelser

De udvalgte underbranchekoder er præsenteret i appendiks, afsnit 8.5.

Modelberegningerne, leveret af CRT, og resultaterne i analysen er fordelt efter Dansk Branchekode (DB07) 10-gruppering, som er det mest detaljerede niveau muligt i denne type af analyser.

I analyserne skelnes mellem *direkte*, *indirekte* og *inducerede* effekter. De direkte effekter opstår i virksomheder, som er direkte involveret i kultur- og fritidserhvervene, f.eks. ved salg af billetter eller ansættelse af personale til et kulturarrangement. De indirekte effekter opstår, når disse virksomheder køber varer og tjenester fra andre tilstødende brancher. For eksempel kan en transportvirksomhed, der leverer ydelser til et kulturarrangement, betragtes som en indirekte effekt, da denne aktivitet skabes som følge af kulturarrangementet. Endelig opstår de inducerede effekter, når lønnen, som udbetales til medarbejdere i både de direkte og indirekte virksomheder, anvendes til forbrug. Dette skaber yderligere økonomisk aktivitet i andre sektorer, såsom detailhandel eller serviceerhverv. I forlængelse af eksemplet vil den inducerede effekt indtræffe, når transportvirksomhedens ansatte bruger deres løn på varer og tjenester, hvilket øger efterspørgslen i andre dele af økonomien.

Estimeringen af de markedsomsatte værdier er beregnet ved hjælp af input-output modellen SAM-K/LINE under visse metodiske afgrænsninger. Her er der ved opslag i CVR-registret og manuelt tjek af de største kultur- og fritidsorganisationer defineret

en række branchekoder, som modelberegningen er gennemført på baggrund af.

I denne analyse er følgende områder ekskluderet, som ellers er en del af den kulturpolitiske redegørelse⁴:

- Fremstilling
- Reklame
- Arkitektur
- Design
- Lotteri og spil
- Foto
- Reproduktion (fremstilling)
- Pressebureauer

Effekten er beregnet på baggrund af de seneste tilgængelige data fra 2022, og omfatter følgende effekter: bruttoværditilvækst, beskæftigelse og skatteprovenu (se appendiks, afsnit 8.4, for uddybning af effektmålene). Tallene er derfor i nogen grad påvirket af de seneste Corona-restriktioner, som er blevet ophævet den 1. februar 2022.

Ikke-markedsomsatte værdier – oplevet nytteværdi

Estimeringen af ikke-markedsomsatte værdier er foretaget ved brug af 'Contingent Valuation Method' (CVM), som anvendes til at måle en populations oplevede nytteværdi for offentlige goder som f.eks. kultur- og fritidstilbud.

I denne undersøgelse er metoden gennemført via en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse, hvor borgere bliver præsenteret for et fiktivt scenarie, hvor Randers Kommune oplever besparelser, som rammer kultur- og fritidslivet. Herefter bliver respondenterne spurgt til deres villighed til at betale for bevarelse af kultur- og fritidslivet i kommunen over indkomstskatten. Spørgeskemaet tilpasser beløbet, som borgeren er villig til at betale, baseret på respondentens månedlige bruttoindkomst. Analysen fokuserer udelukkende på kultur- og fritidsområdet. Derfor kan analysens resultater ikke skabe grundlag for at sammenligne kultur- og fritidsområdet med øvrige politikområder i Randers Kommune.

CVM-metoden og metodiske overvejelser er uddybet i appendiks, afsnit 8.2.

Instrumentelle og iboende værdier

Som det tredje element i estimeringen af den samlede betydning af kultur- og fritidslivet i Randers Kommune kortlægges de instrumentelle og iboende værdier relateret til området.

Denne del af undersøgelsen opsummerer via indekstal, hvilke værdier kultur- og fritidsområdet bidrager med blandt borgere i Randers Kommune. Undersøgelsen er

⁴ "Kulturpolitisk redegørelse" (2023). Kulturministeriets departement. Redegørelse nr. R 14 (11/5 2023).

gennemført som del af den kvantitative spørgeskemaundersøgelse. Dermed kortlægges, hvordan kultur- og fritidsområdet bidrager med demokratiske værdier og medborgerskab, samt hvordan områderne bidrager til udviklingen af individuelle egenskaber og sociale fællesskaber.

Dataindsamling via spørgeskema

Dataindsamlingen er gennemført som en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse af i alt 1.899 borgere i Randers Kommune indsamlet i perioden 2. oktober til 5. november 2024. Spørgeskemaet er udsendt via Digital Post til 19.646 borgere over 15 år tilfældigt udtrukket fra CPR-registret. Antallet ekskluderer borgere, der er undtaget for Digital Post.

For at sikre repræsentativiteten af undersøgelsen er data vægtet, så det afspejler kommunens borgeres reelle fordeling på køn, alder og område.

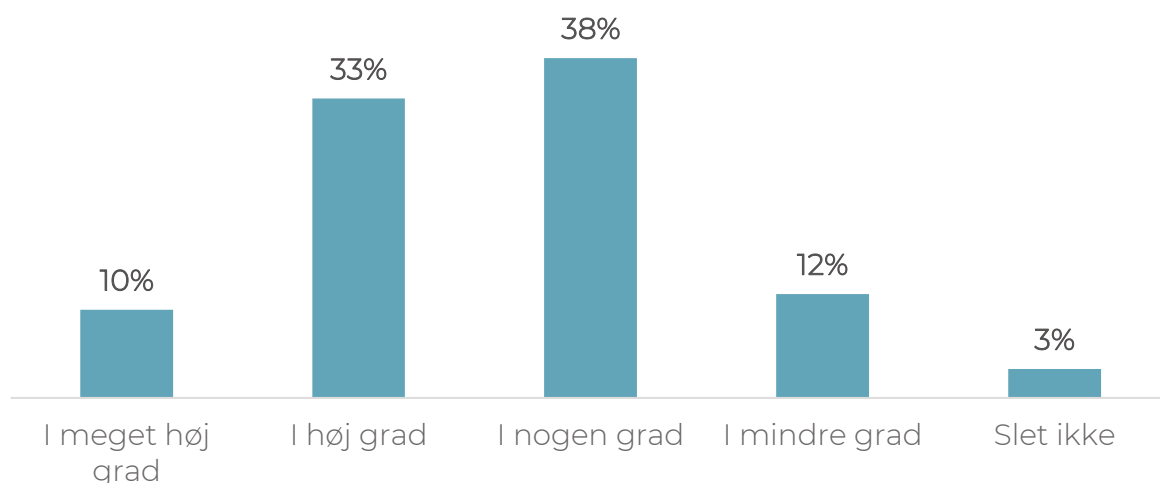
Alle analyser bygger derfor på et vægtet datagrundlag. Det rapporterede antal af respondenter (n) er ikke vægtet igennem rapporten for at give et retvisende billede af det reelle datagrundlag.

I appendiks, afsnit 8.4, er dataindsamlingsmetode og analyse af frafald uddybet.

4. Kultur- og fritidslivets indflydelse på Randers som et godt sted at bo

Figur 3

Hvis du tænker på din nuværende situation, i hvilken grad synes du, at Randers er en god kommune for dig? (n = 1.899)

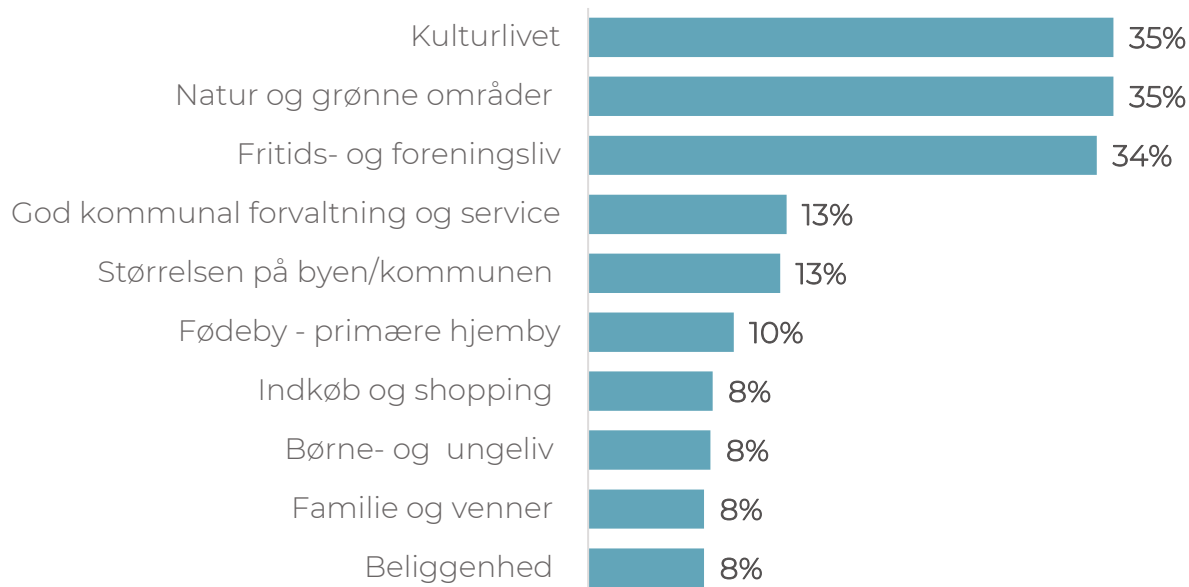


Note: "Ved ikke"-kategorien udgør 4 %, men er udeladt af figuren.

Figur 3 viser, at borgerne generelt vurderer, at Randers er en god kommune for dem. Samlet set angiver 43 %, at de *i høj* eller *meget høj grad* oplever Randers som en god kommune. Derudover mener 38 %, at Randers *i nogen grad* er en god kommune. Omvendt angiver 15 %, at kommunen *i mindre grad* eller *slet ikke* er et godt sted at bo.

Figur 4

Hvad gør Randers til en god kommune for dig? (åben kodning blandt respondenter, der i høj grad eller i meget høj grad er enige i, at Randers Kommune er et godt sted at bo) (n = 706)



Note: Respondenterne har kunne angive flere årsager i deres åbne besvarelse. Figuren viser de 10 mest hyppigt nævnte årsager.

Figur 4 illustrerer årsagerne til, at borgerne i Randers Kommune opfatter kommunen som et godt sted at bo. Figuren fremhæver en tydelig top tre: kulturlivet, naturen og de grønne områder samt fritids- og foreningslivet.

Kulturlivet nævnes i 35 % af de åbne kommentarer, ofte med anerkendelse til specifikke kulturinstitutioner såsom biblioteket (inklusive bogbussen), Underværket, Randers Teater, Operaen, Turbinen og museerne generelt. Disse angives som årsager til, at Randers Kommune opleves som et godt sted at bo.

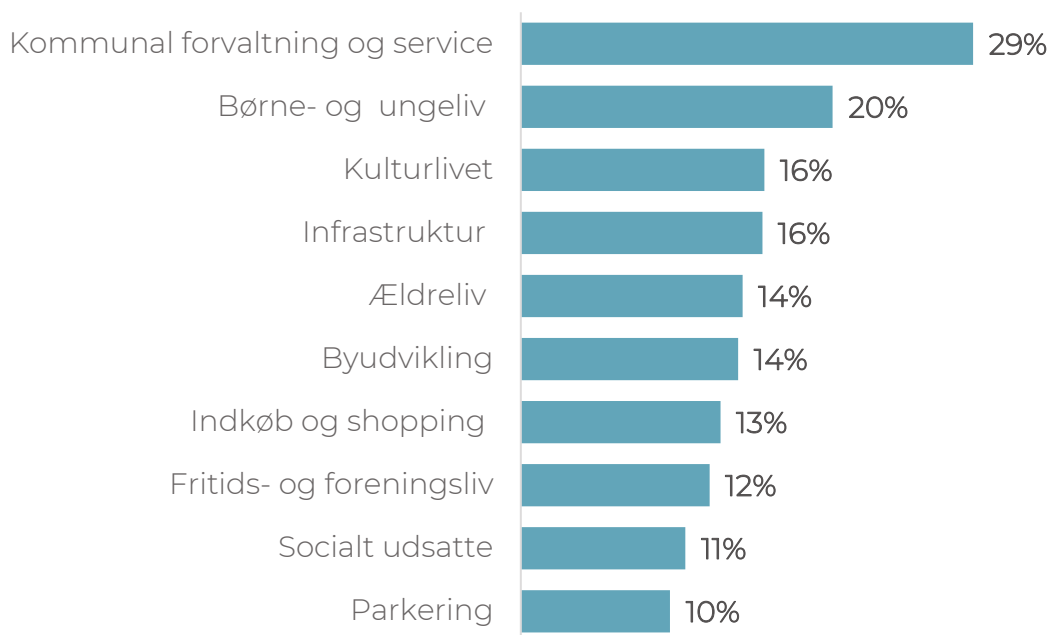
Naturen og de grønne områder nævnes ligeledes i 35 % af kommentarerne. Der lægges særligt vægt på de bynære naturområder, og at der findes et rigt fritidsmiljø omkring Gudenåen. Derudover fremhæves kommunens indsats for at udvikle disse områder.

Fritids- og foreningslivet nævnes af 34 % af respondenterne. Det beskrives som mangfoldigt med tilbud til brede befolkningsgrupper. Kommentarerne fremhæver også kirkernes initiativer samt kommunens støtte til fritids- og foreningslivet.

Det kan ikke udelukkes, at undersøgelsens emne i sig selv kan have påvirket, at flere har fremhævet kulturliv og fritids- og foreningsliv i deres åbne besvarelser. Dette er dog søgt undgået ved at placere spørgsmålet tidligt i undersøgelsen.

Figur 5

Hvordan Randers Kommune kan gøres til et bedre sted at bo? (Åben kodning blandt borgere, der opfatter Randers Kommune, som et mindre godt sted at bo) (n = 699)



Note: Respondenterne har kunnet angive flere årsager i deres åbne besvarelser. Figuren viser de ti hyppigst nævnte årsager.

Figur 5 viser, hvad de borgere, der er mindre tilfredse med at bo i Randers Kommune, angiver som årsag hertil. Borgerne fremhæver den kommunale forvaltning og service, børne- og ungeliv samt kulturlivet, som de tre hyppigste årsager.

Kommunal forvaltning og service er det hyppigst nævnte emne, hvor konflikter i byrådet og den økonomiske styring møder kritik. 29 % af de åbne kommentarer omhandler dette område, hvor der udtrykkes forhåbning om forbedringer.

Børne- og ungelivet nævnes i 20 % af kommentarerne. Her udtrykker borgerne, at området opleves underprioriteret økonomisk. Derudover pointeres det, at der mangler mødesteder, der kan facilitere fællesskaber for yngre borgere.

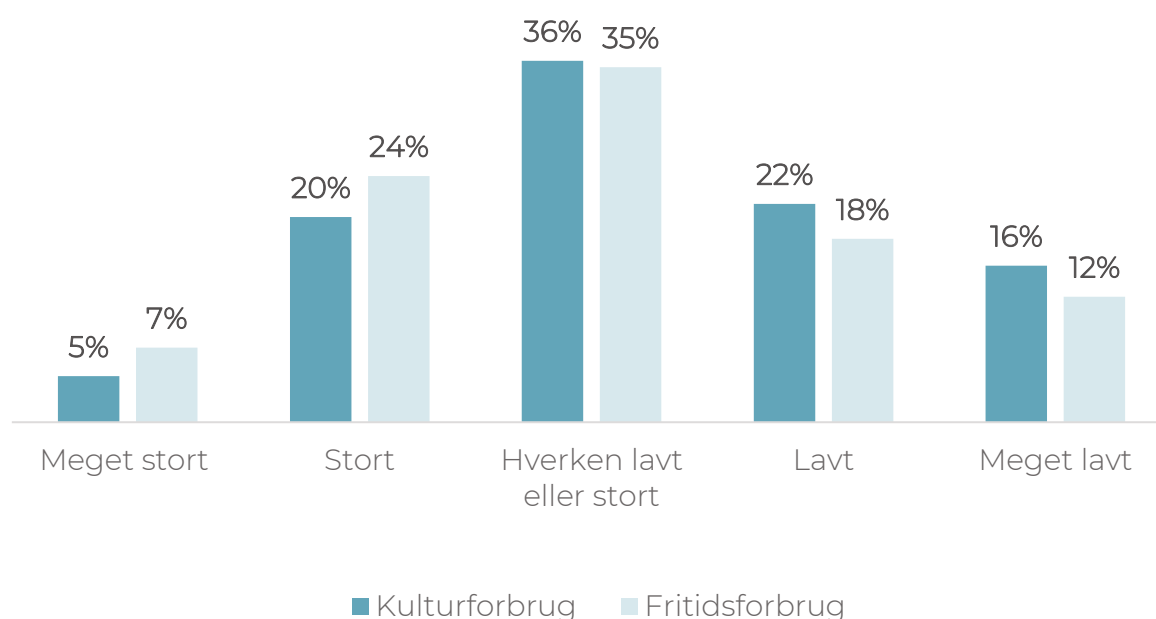
Kulturlivet er den tredje hyppigst nævnte årsag og fremhæves af 16 % af respondenterne, hvor utilfredsheden blandt andet retter sig mod kunsten i bybilledet. Her påpeges det, at der anvendes for mange midler på kunst, som nogle borgere opfatter som uegnet eller ikke relevante. Nogle borgere foreslår, at midler i stedet bør bruges på lokale kunstnere og gavlmalier.

Ligeledes nævner 16 % af respondenterne infrastruktur. Her fremhæves behovet for vedligeholdelse af veje, flere cykelstier og skolestier, forbedret snerydning samt generelle trafikforhold.

Et andet fremhævet emne er det, som flere beskriver som "bymidstens død." Dette emne går igen under tre forskellige kategorier: byudvikling, indkøb og shopping samt byliv.

Figur 6

Hvor stor en kultur- og fritidsforbruger vil du angive dig selv til at være? (n = 1.899)



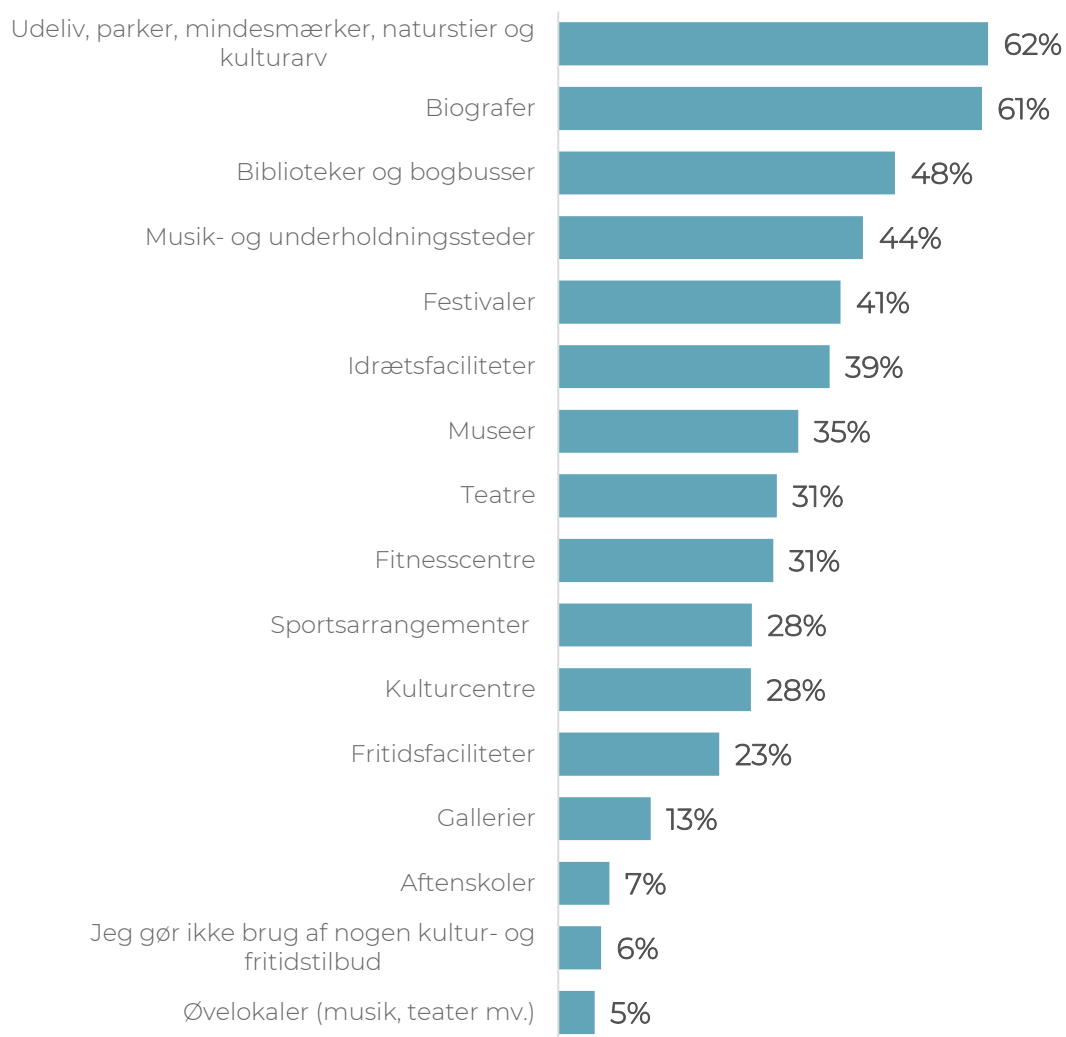
Note: "Ved ikke"-kategorien udgør 2 % for både kulturforbrug og fritidsforbrug, men er udeladt af figuren.

Figur 6 viser borgernes selvrapporterede forbrug af kultur- og fritidstilbud, hvor henholdsvis 36 % og 35 % angiver, at de hverken har et *lavt* eller *stort* forbrug af kultur- og fritidstilbud. Samlet set viser figur 6 en relativt stor spredning i borgernes selvvalgte forbrug af kultur- og fritidstilbud.

En nærmere analyse af kulturforbruget viser en svag tendens til, at forbruget stiger med alderen, samt at borgere bosat i Randers by generelt har et lidt højere kulturforbrug end borgere i oplandet. Dertil ses ikke en nævneværdig forskel mellem kønnene i forhold til kulturforbrug. Når det gælder fritidsforbrug, er der ingen forskelle på tværs af hverken alder, køn eller område.

Figur 7

Hvilke af følgende kultur- og fritidstilbud gør du brug af? (n = 1.899)

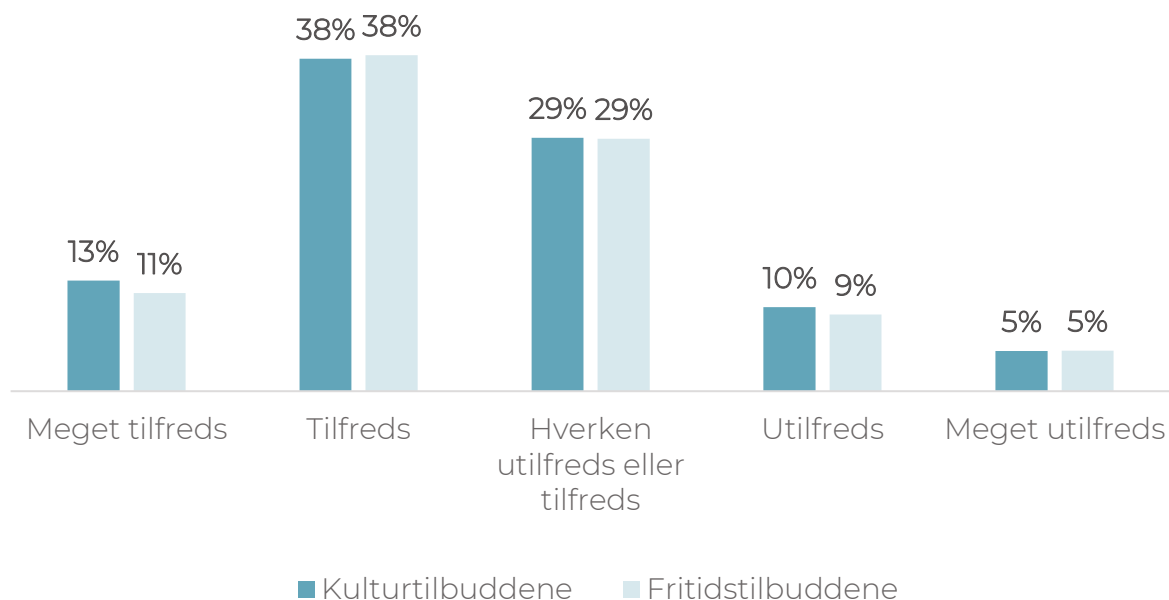


Note: "Ved ikke"-kategorien udgør 3 %, men er udeladt af figuren. Respondenterne har kunnet angive flere svarmuligheder.

Figur 7 viser, at de mest benyttede kultur- og fritidstilbud i Randers Kommune er udeliv, parker, mindesmærker og kulturarv samt biografer og biblioteker. Mellem 62 % og 48 % af borgerne angiver, at de benytter disse tilbud. De mindst benyttede tilbud er gallerier, aftenskoler samt øvelokaler.

Figur 8

Hvor tilfreds er du generelt med...? (Kulturtilbuddene/ Fritidstilbuddene) i Randers Kommune (n = 1.899)

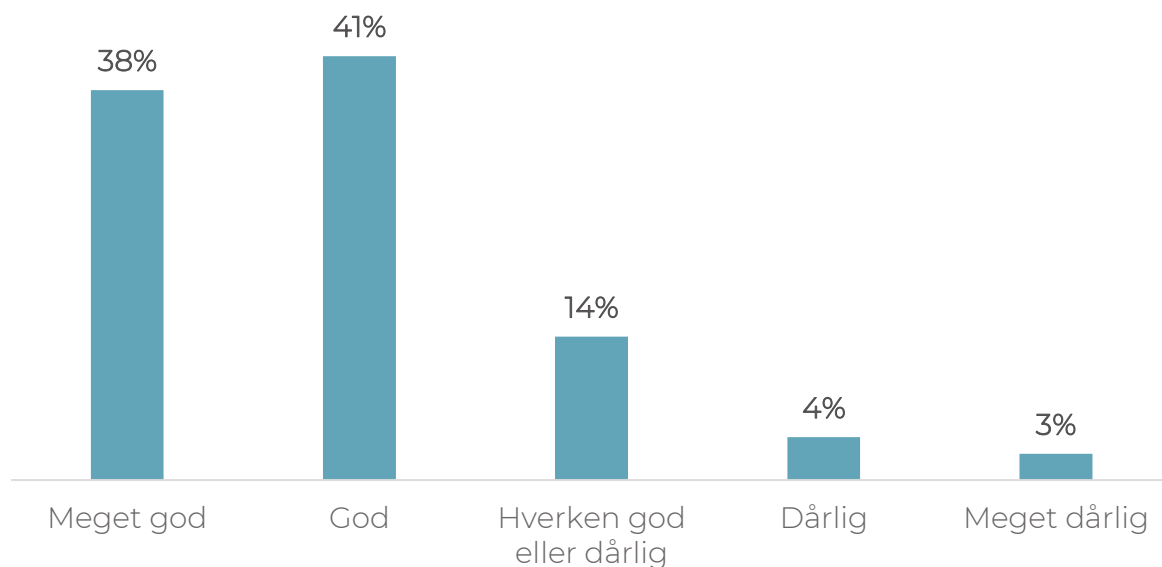


Note: "Ved ikke"-kategorien udgør henholdsvis 7 % for kulturtilbuddene og 9 % for fritidstilbuddene, men er udeladt af figuren.

Figur 8 viser borgernes tilfredshed med kultur- og fritidstilbuddene i Randers Kommune. Omtrent halvdelen af borgerne, 51 % for kulturområdet og 49 % for fritidsområdet, er enten *tilfredse* eller *meget tilfredse* med tilbuddene. Kun 14 - 15 % angiver, at de er *utilfredse* eller *meget utilfredse*.

Figur 9

Hvordan synes du, din trivsel og livskvalitet er alt i alt? (n = 1.899)



Note: "Ved ikke"-kategorien udgør 1 %, men er udeladt af figuren.

Figur 9 viser, at langt de fleste borgere i Randers Kommune oplever en høj trivsel og livskvalitet, da 79 % angiver den som *god* eller *meget god*. Kun 7 % svarer, at de har en *dårlig* eller *meget dårlig* trivsel og livskvalitet alt i alt.

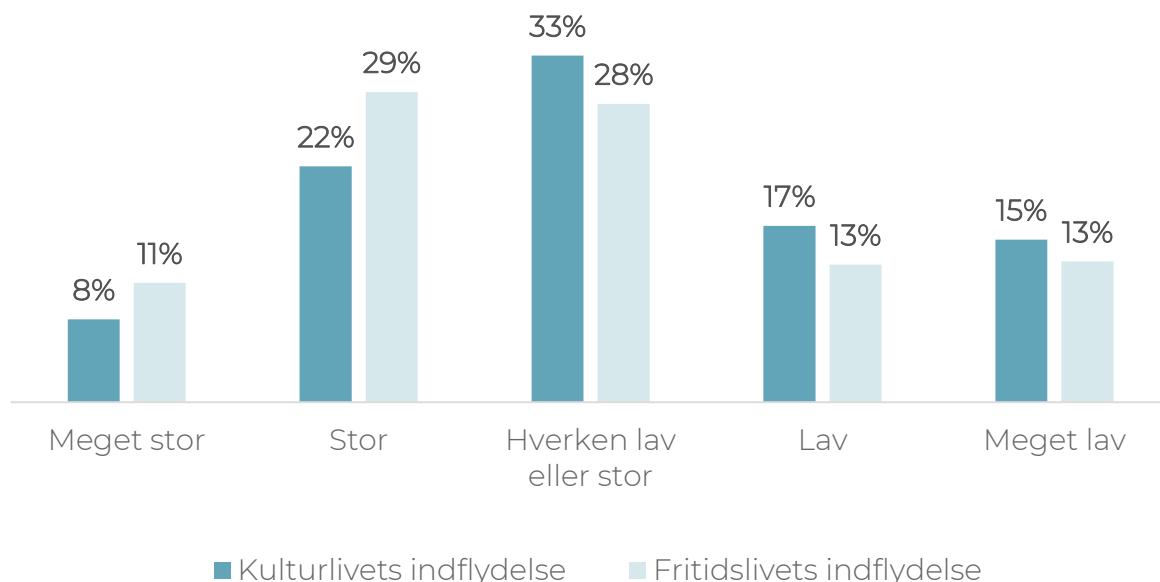
En nærmere analyse på tværs af demografiske karakteristika viser en forskel i oplevet livskvalitet og trivsel på tværs af alder og køn. Tendensen er, at selvvurderet trivsel og livskvalitet gradvist stiger med alderen, hvor borgere i aldersgruppen 71-80 år oplever det højeste niveau. I denne aldersgruppe angiver 41 %, at deres trivsel er god, mens 50 % vurderer den som meget god, hvilket betyder, at i alt 91 % placerer sig i de to positive svarkategorier.

På tværs af køn ses en mindre forskel. 83 % af kvinderne svarer at deres trivsel og livskvalitet enten er *god* eller *meget god*, tilsvarende svarer 77 % af mændene dette.

Der er derimod ingen forskel i trivsel og livskvalitet på tværs geografisk område.

Figur 10

Hvor stor en indflydelse vurderer du, at Randers Kommunes kultur- og fritidsliv har på din trivsel og livskvalitet? (Kulturlivets/fritidslivets) indflydelse på min livskvalitet er: (n = 1.899)



Note: "Ved ikke"-kategorien udgør 5 % for både kultur- og fritidslivets indflydelse, men er udeladt af figuren.

Figur 10 viser, hvor stor indflydelse borgerne i Randers Kommune vurderer, at kultur- og fritidslivet har på deres trivsel og livskvalitet. Samlet set vurderer 40 % af borgerne, at fritidslivet har *stor* eller *meget stor* indflydelse på deres trivsel og livskvalitet, mens 30 % mener det samme om kulturlivet. Derudover er en relativt stor gruppe neutrale, idet henholdsvis 33 % og 28 % angiver, at kultur- og fritidslivet *hverken har lav eller stor* indflydelse på deres livskvalitet.

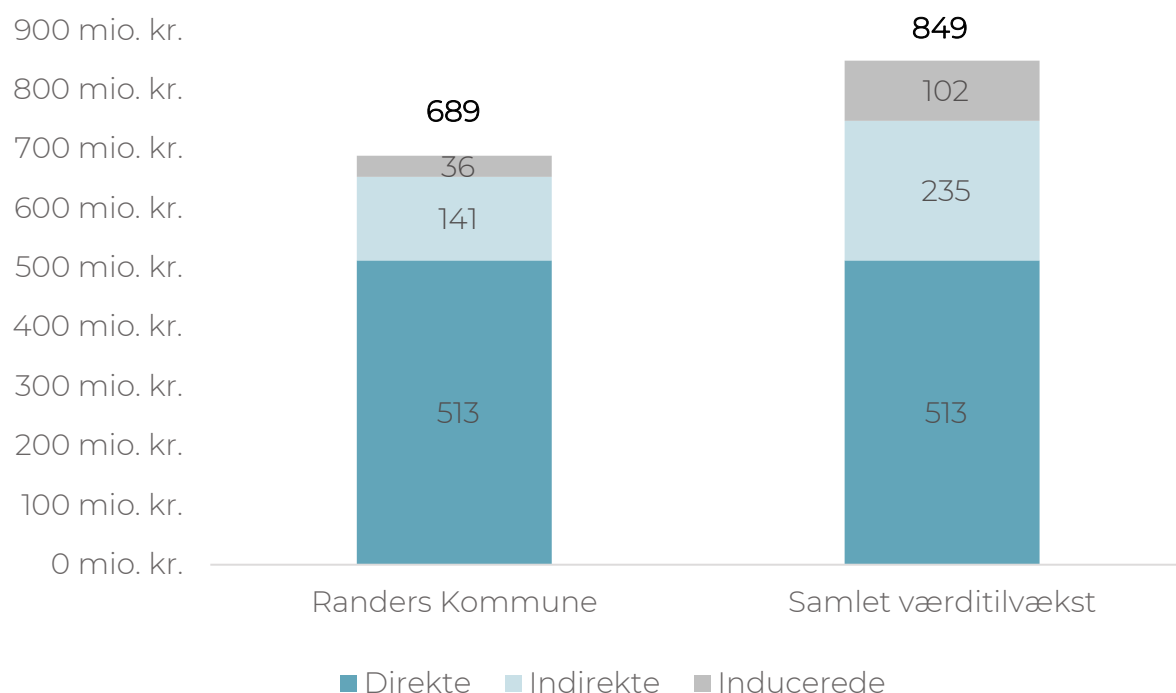
5. Kultur- og fritidslivets økonomiske betydning

5.1 Bruttoværditilvækst

Definition: Effektmålet 'Bruttoværditilvækst' følger nationalregnskabets definition af bruttoværditilvækst i løbende priser. Bruttoværditilvæksten opgøres som bruttonationalproduktet i markedspriser minus produktskatter, netto. Se appendiks, afsnit 8.3, for uddybning.

Figur 11

Bruttoværditilvækst skabt fra kultur- og fritidslivet, Randers Kommune og hele Danmark, mio. kr.



Note: Tallene i figuren er afrundet til nærmeste mio. kr.

Figur 11 viser den samlede bruttoværditilvækst i Randers Kommune og på landsplan som følge af kultur- og fritidsaktiviteterne inden for kommunen. Kultur- og fritidslivet i Randers Kommune genererer i 2022 en bruttoværditilvækst på 689 mio. kr. inden for kommunegrænsen, hvoraf 513 mio. kr. (74 %) stammer fra primære erhverv, og 176 mio. kr. (26 %) kommer fra den afledte produktion (indirekte og induceret værditilvækst). Samlet set bidrager kultur- og fritidslivet i Randers Kommune i 2022 med en bruttoværditilvækst på landsplan på 849 mio. kr., heraf 513 mio. kr. fra primære og 337 mio. kr. fra den afledte produktion.

Sammenligning af bruttoværditilvækst

Den samlede bruttoværditilvækst i Randers Kommune er i 2020 beregnet til 24.514 mio. kr., som omregnet til 2022-priser svarer til 26.890 mio. kr. Det svarer derfor til, at omtrent 3 % af den samlede bruttoværditilvækst i Randers Kommune er genereret af kultur- og fritidslivet.

Til sammenligning har en analyse vist, at turismebranchen i 2020 skaber en bruttoværditilvækst på 270 mio. kr., som omregnet til 2022-priser svarer til 296 mio. kr. Sammenlignet med bruttoværditilvæksten for kultur- og fritidserhvervene på 689 mio. kr. for Randers Kommune, er værditilvæksten fra kultur- fritidserhvervene væsentligt større end turismebranchen. Der er imidlertid et vist overlap mellem turisme og særligt kulturområdet, eftersom en del af turismeerhvervet omfatter kultur, forlystelser og sport. Foruden dette, skal man tage forbehold for at restriktionerne for covid-19 har været forskellige i 2020 og 2022, og derfor forventeligt har haft forskellig påvirkning.

På landsplan estimeres den samlede bruttoværditilvækst fra kultur- og fritidsbranchen at udgøre 95,8 mia. kr. i 2022, ifølge rapporten "Kulturpolitisk redegørelse". Randers Kommune genererer på landsplan 859 mio. kr., i værditilvækst fra kultur- og fritidserhvervene, og udgør derfor ca. 1 % af den samlede bruttoværditilvækst på landsplan. Rapporten "Kulturpolitisk redegørelse", har dog en bredere definition af kultur- og fritidsbranchen, idet de medtager aktiviteter relateret til f.eks. reklame og arkitektur (se mere information i afsnit 3.2), hvilket er udeladt i beregningerne i denne rapport. Derfor kan tallene ikke direkte sammenlignes.

—

Kilder:

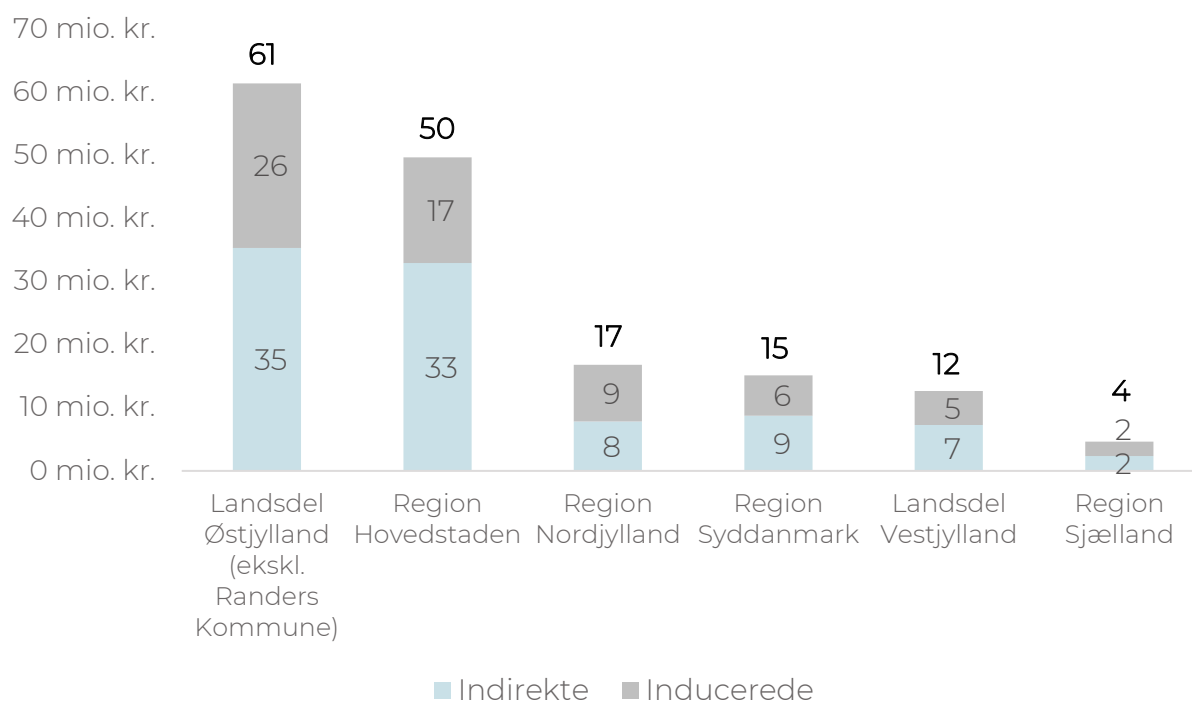
VisitDenmark (2020) Turismens økonomiske betydning i Destination Vesterhavet 2020

[Turismens økonomiske betydning Destination Vesterhavet_2020_final.pdf \(visitvesterhavet.dk\)](#)

Kulturpolitisk redegørelse (2023). Kulturministeriets departement. Redegørelse nr. R 14 (11/5 2023)

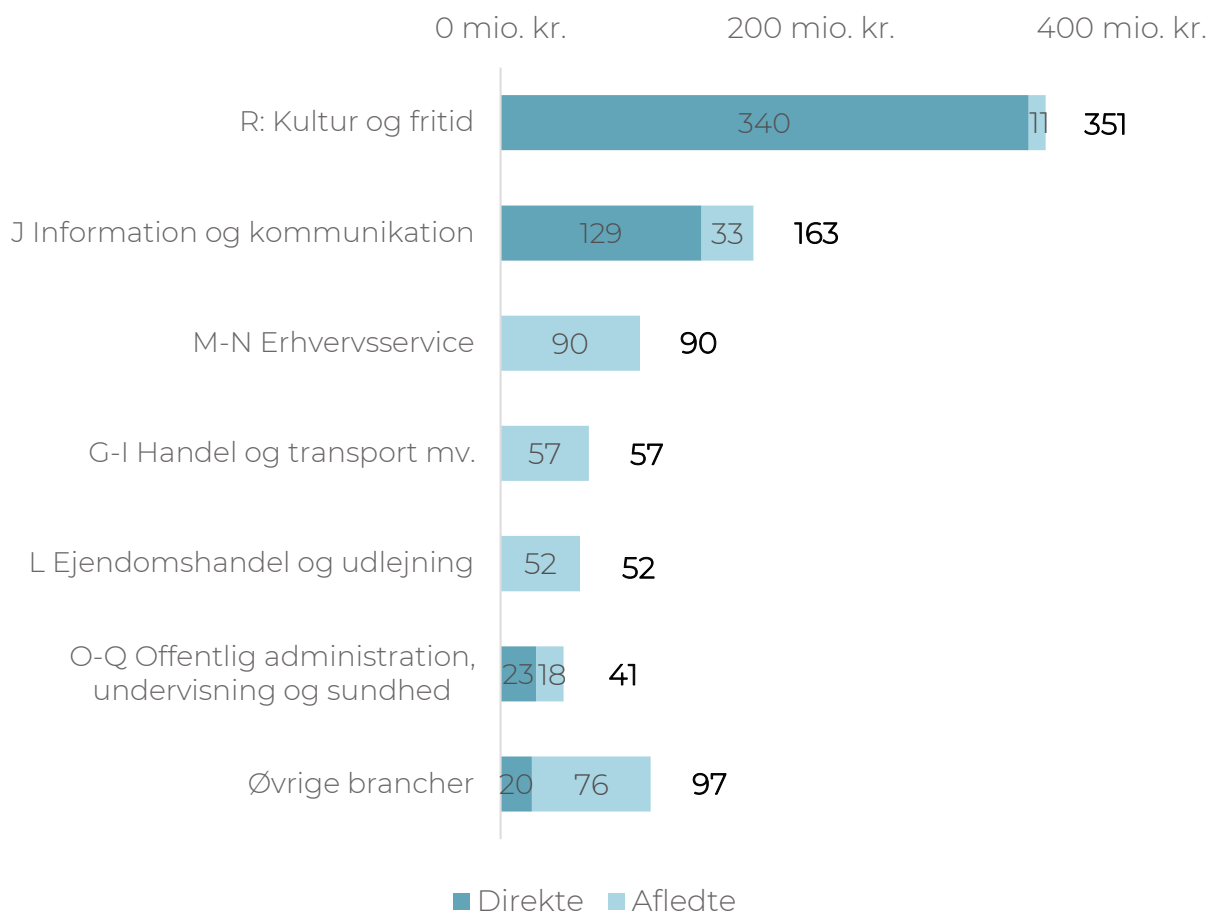
Figur 12

Bruttoværditilvækst uden for Randers Kommune, mio. kr.



Note: Tallene i figuren er afrundet til nærmeste mio. kr.

Figur 12 viser, at den afledte produktion fra kultur- og fritidserhvervene i Randers Kommune også skaber værditilvækst i flere andre landsdele og regioner i 2022. I landsdel Østjylland og Region Hovedstaden, er der en værditilvækst på henholdsvis 61 og 50 mio. kr., som bliver genereret via de indirekte og inducerede effekter fra Randers Kommunes kultur- og fritidserhverv. I alt bliver der i 2022 skabt 160 mio. kr. i bruttoværditilvækst uden for Randers Kommune på baggrund af den afledte produktion.

Figur 13Bruttoværditilvækst fra kultur- og fritidserhvervene fordelt på branchekoder, mio. kr.⁵

Note: Tallene i figuren er afrundet til nærmeste mio. kr.

I 2022 bliver der skabt en samlet bruttoværditilvækst på 351 mio. kr. inden for branchekode R: Kultur og fritid, hvoraf 340 mio. kr. stammer fra direkte produktion i kultur- og fritidserhvervene, og 11 mio. kr. bliver skabt gennem afledte produktion (indirekte og inducerede effekter).

Der er også skabt betydelige økonomiske effekter inden for andre brancher. Særligt inden for branchekode J: Information og kommunikation, hvor der i 2022 er en bruttoværditilvækst på 163 mio. kr. Branchekode M-N: Erhvervsservice genererer den største afledte bruttoværditilvækst på 90 mio. kr. som følge af kultur- og fritidserhvervene. Andre brancher som O-Q: Offentlig administration, undervisning og sundhed, G-I: Handel og transport, og L: Ejendomshandel bidrager også til den samlede økonomiske effekt.

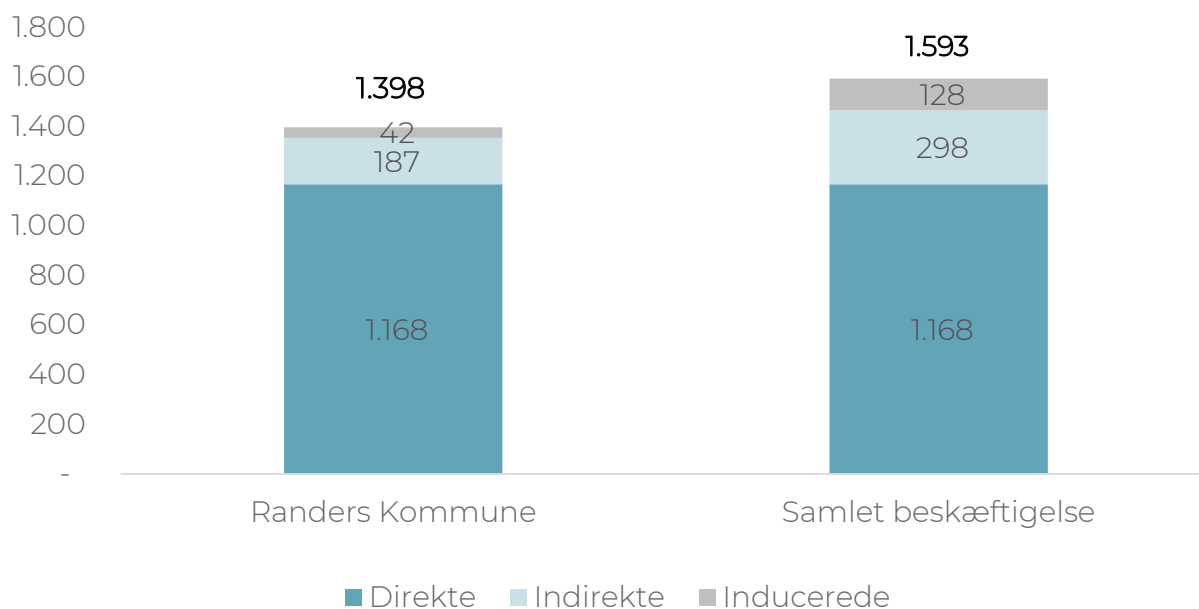
⁵ Øvrige brancher dækker over: Branchekoderne B-E: Råstofindvinding, industri og forsyningsvirksomhed; Branchekoden S: Anden service, Finansiering og forsikring, Bygge og anlæg, Landbrug, Skovbrug og fiskeri.

5.2 Beskæftigelse

Definition: Beskæftigelsen omfatter personer, der leverer arbejdskraft til produktionen af varer og tjenester i Danmark. Opgørelsen omfatter det gennemsnitlige antal beskæftigede personer i den periode, der belyses, som i denne rapport er 2022. Se appendiks, afsnit 8.3, for uddybning.

Figur 14

Beskæftigelse skabt fra kultur- og fritidslivet i Randers Kommune og hele Danmark, antal personer



Note: Tallene i figuren er afrundet.

Figur 14 viser, at kultur- og fritidslivet i Randers Kommune skaber en beskæftigelse på i alt 1.398 personer inden for kommunegrænsen, hvoraf 1.168 personer er beskæftiget i de primære erhverv inden for kultur- og fritidserhvervet, mens 229 er beskæftiget gennem afledt produktion i tilstødende brancher (indirekte og induceret beskæftigelse). På landsplan skaber kultur- og fritidslivet i Randers Kommune en samlet beskæftigelse på 1.593 personer.

Sammenligning af beskæftigelse

Den samlede beskæftigelse i Randers Kommune var ifølge Danmarks Statistik 43.518 personer i 2022. Sammenholdt med de ovenstående resultater, hvor kultur- og fritidserhvervene beskæftiger 1.398 personer, svarer det til cirka 3 % af den samlede beskæftigelse.

Til sammenligning estimeres det, at turismebranchen har skabt 729 jobs i Randers Kommune i 2020. Dermed beskæftiger kultur- og fritidserhvervene væsentlig flere end turismebranchen. Der skal dog her tages forbehold for overlap mellem jobs i turismebranchen og kulturlivet.

Den tidligere nævnte "Kulturpolitiske redegørelse", som anvender en bredere definition af kultur- og fritidserhvervene end denne rapport, estimerer den samlede beskæftigelse med nationalregnskabets definition. Rapporten finder, at kultur- og fritidserhvervene i 2021 har en samlet beskæftigelse, både i primære erhverv og gennem afledt produktion, på 169.203 personer i hele landet. På landsplan beskæftiger kultur- og fritidslivet i Randers Kommune 1.593 personer i 2022, det svarer til omtrent 1 % af den samlede beskæftigelse inden for erhvervene på landsplan.

–

Kilder:

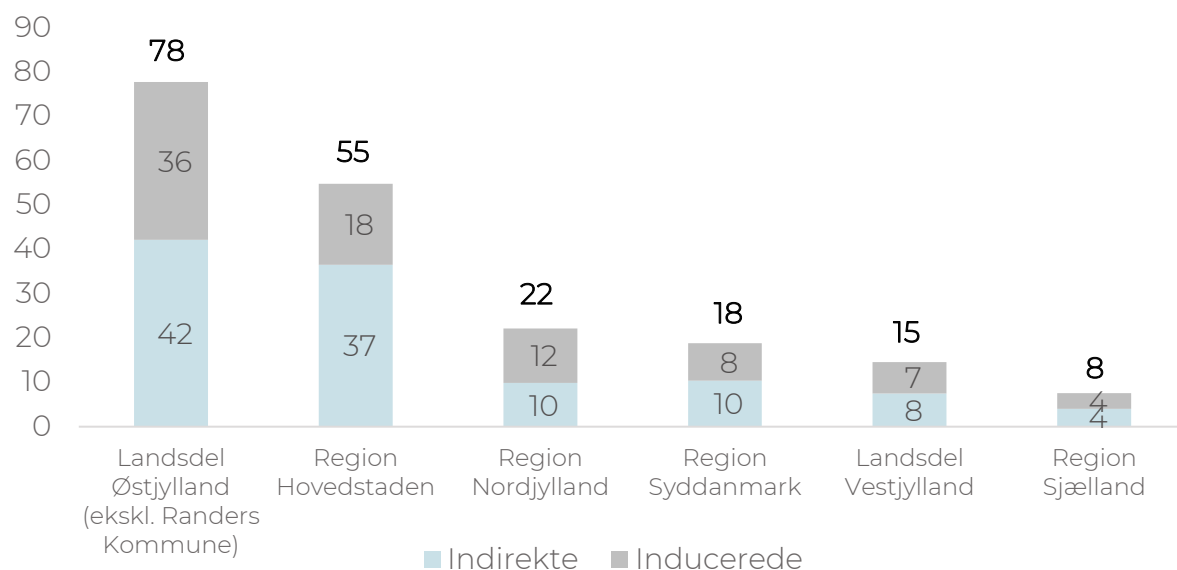
Danmarks Statistik, tabel RAS301

VisitDenmark (2020) Turismens økonomiske betydning i Destination Vesterhavet 2020 [Turismens økonomiske betydning Destination Vesterhavet 2020_final.pdf](#) (visitvesterhavet.com)

Kulturpolitisk redegørelse (2023). Kulturministeriets departement. Redegørelse nr. R 14 (11/5 2023)

Figur 15

Beskæftigelse uden for Randers Kommune, antal personer

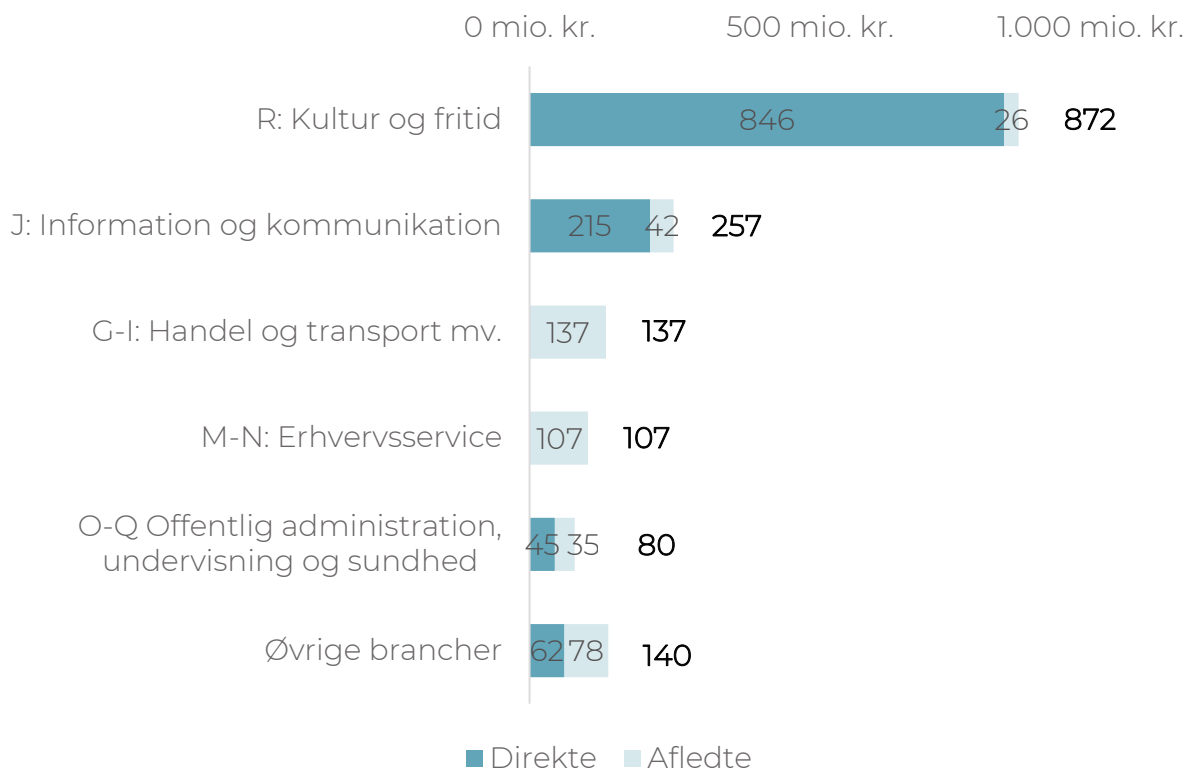


Note: Tallene i figuren er afrundet.

Figur 15 viser det samlede antal beskæftigede uden for kommunegrænsen som følge af kultur- og fritidslivet i Randers. Særligt i Landsdel Østjylland og Region Hovedstaden, hvor henholdsvis 78 og 55 personer er beskæftiget gennem de indirekte og inducerede effekter. I alt beskæftiges 196 personer i 2022 som følge af den afledte produktion fra disse erhverv.

Figur 16

Beskæftigelse fordelt på branchekoder, antal personer ⁶



Note: Tallene i figuren er afrundet.

Figur 16 viser det samlede antal beskæftigede, som kultur- og fritidslivet i Randers Kommune skaber på landsplan, fordelt på forskellige branchekoder. For branchekoden R: Kultur og fritid, skaber erhvervene 872 direkte og afledte beskæftigede. Under branchekoden J: Information og kommunikation, er der næstflest med 257 beskæftigede. Branchekoden G-I: Handel og transport mv. udgør den branche, hvor flest personer beskæftiges som følge af afledt produktion, med i alt 137 personer.

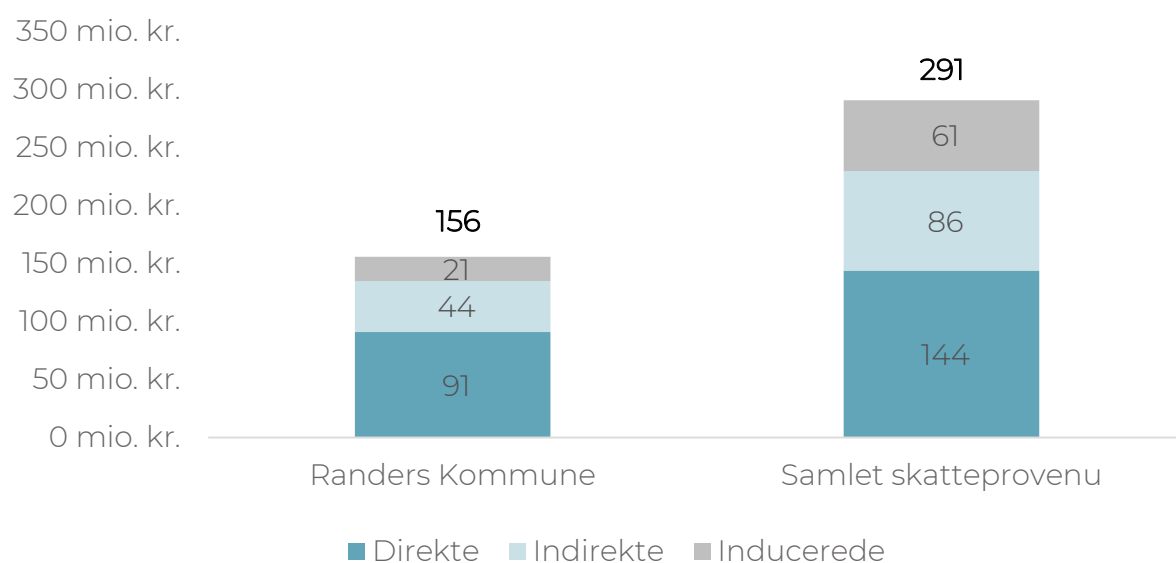
⁶ Øvrige brancher dækker over: Bygge og anlæg, Finansiering og forsikring, Råstofindvinding, industri og forsyningsvirksomhed, Ejendomshandel og udlejning, Landbrug, skovbrug og fiskeri.

5.3 Skatteprovenu

Definition: Skatteprovenu er summen af personskatter, selskabsskatter samt punktafgifter og moms. Afgifterne er fordelt efter det sted, hvor de skattepligtige har bopæl. Se appendiks, afsnit 8.3, for uddybning.

Figur 17

Skatteprovenu fra kultur- og fritidslivet i Randers Kommune og hele Danmark, mio. kr.



Note: Tallene i figuren er afrundet til nærmeste mio. kr.

Figur 17 viser det samlede skatteprovenu i Randers Kommune og på landsplan som følge af kultur- og fritidslivet i Randers. I 2022 har kultur- og fritidslivet genereret et skatteprovenu på 156 mio. kr., hvoraf 91 mio. kr. (58 %) kommer fra de primære erhverv, og 65 mio. kr. (42 %) fra den afledte produktion (indirekte og induceret skatteprovenu). På landsplan medfører kultur- og fritidslivet i Randers Kommune et samlet skatteprovenu på 291 mio. kr.

Sammenligning af skatteprovenu

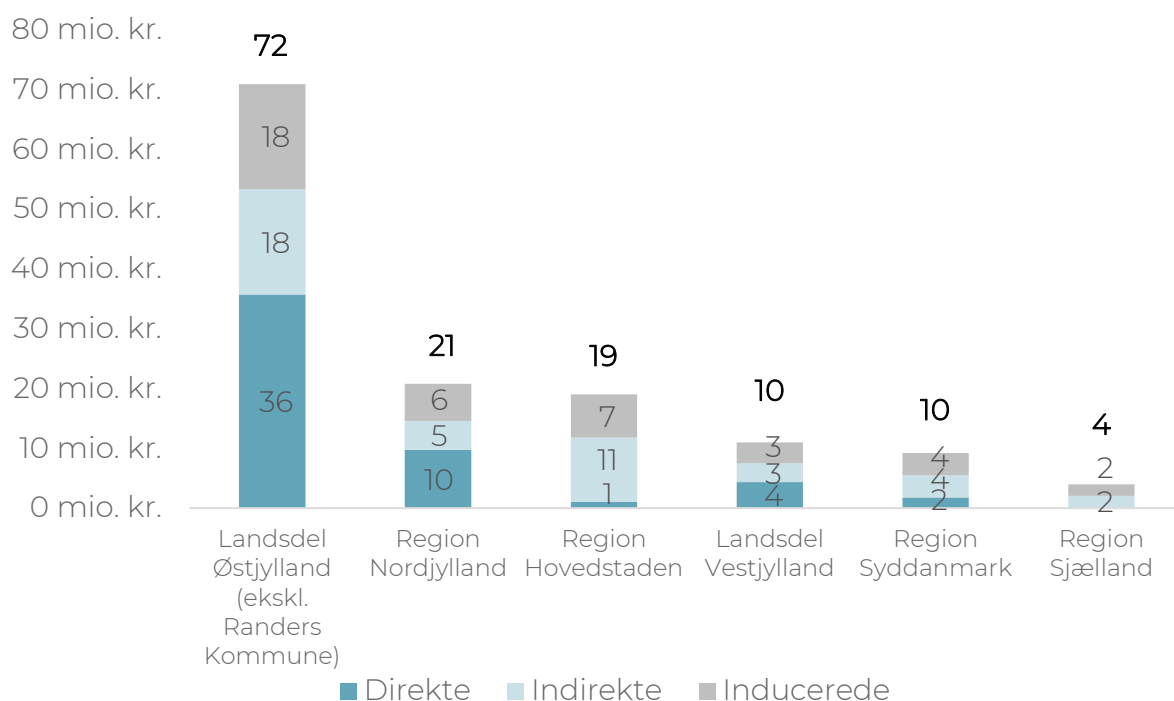
Hele skatteprovenu tilfalder ikke Randers Kommune, fordi det både dækker over person- og selskabsskat. Personskat kan yderligere inddeles i stats- og kommuneskat. I 2023 udgjorde personskatter 56 % af Danmarks skatteindtægter, hvilket blandt andet dækker over stats- og kommuneskat. Personbeskatning i kommunerne varierer, og i Randers Kommune har personskatten ligget på 25,8 % i 2022.

Kilde:

Danmarks Statistik (2023) Publikation: Skatter og afgifter 2023 - Danmarks Statistik (dst.dk)
Danmarks Statistik, PSKAT

Figur 18

Skatteprovenu fra kultur- og fritidslivet, uden for Randers Kommune, mio. kr.



Note: Tallene i figuren er afrundet til nærmeste mio. kr.

Figur 18 viser det samlede skatteprovenu uden for kommunegrænsen, skabt af kultur- og fritidserhvervet i Randers Kommune. I Landsdel Østjylland er der genereret 36 mio. kr. i direkte skatteprovenu, mens yderligere 36 mio. kr. fra indirekte og inducerede produktion. Samlet set skaber produktionen et skatteprovenu uden for Randers Kommune på 135 mio. kr. i 2022.

6. Kultur- og fritidslivets nytteværdi

Borgernes oplevede nytteværdi fra kultur- og fritidslivet i Randers Kommune er estimeret på baggrund af 'Contingent Valuation Method' (CVM).

Her har borgerne i Randers Kommune, via den gennemførte spørgeskemaundersøgelse, haft mulighed for at tilkendegive, om de via deres skattebetaling er villige til at betale for bevarelsen af det samlede kultur- og fritidsliv i kommunen.

De, der ønsker at betale, har efterfølgende angivet, hvor meget de er villige til at bidrage med. Dette er gjort for at estimere den nytteværdi, som den enkelte borger i Randers Kommune oplever fra kultur- og fritidslivet ⁷. I den følgende analyse indgår i alt 1.176 respondenter, der har angivet et gyldigt svar på CVM-spørgsmålene.

Tolkning af resultater:

I dette afsnit måler vi borgernes oplevede nytteværdi af kultur- og fritidslivet i Randers Kommune, som er en værdi, der går ud over den samfundsøkonomiske værdi beskrevet i det forrige afsnit.

Værdien måles i borgernes villighed til at betale for at opretholde det nuværende serviceniveau. (se uddybning i afsnit 8.2). Den oplevede nytteværdi skal derfor tolkes som et ekstra positivt værdilag, som kultur- og fritidslivet skaber for borgerne i Randers Kommune.

-

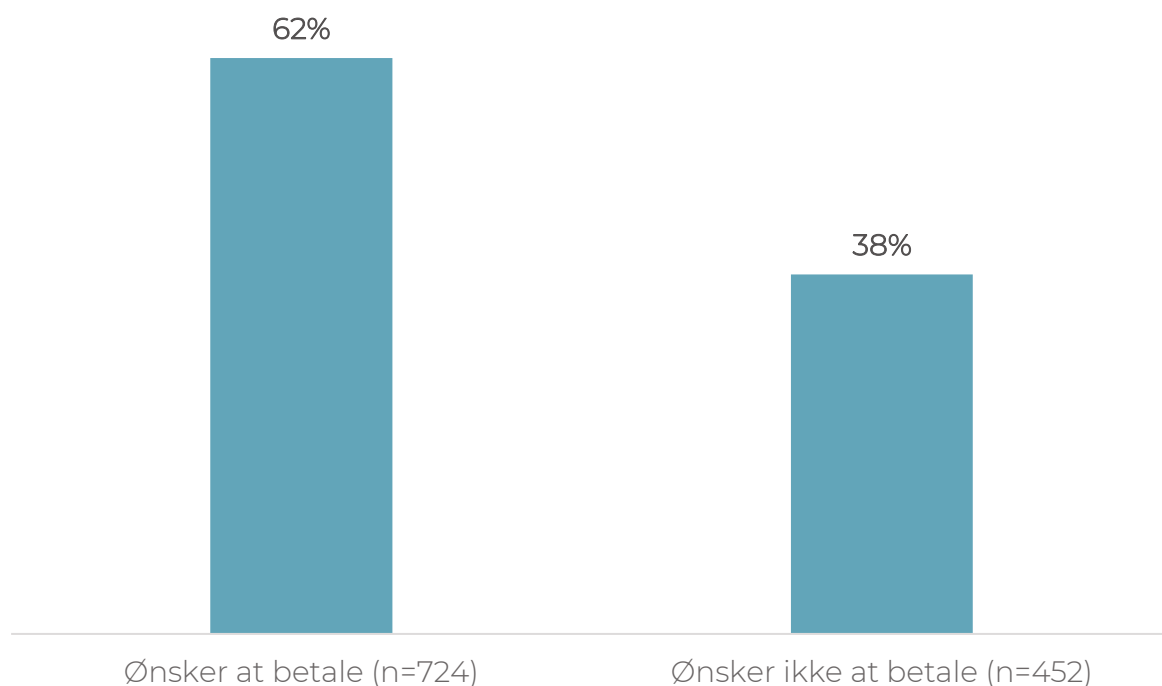
Kilde:

Bille, T. (2018)., Rethink Economic Impact: Fra økonomisk impact til samfundsøkonomisk værdi.

⁷ Se afsnit 8.2 for uddybning af metoden.

Figur 19

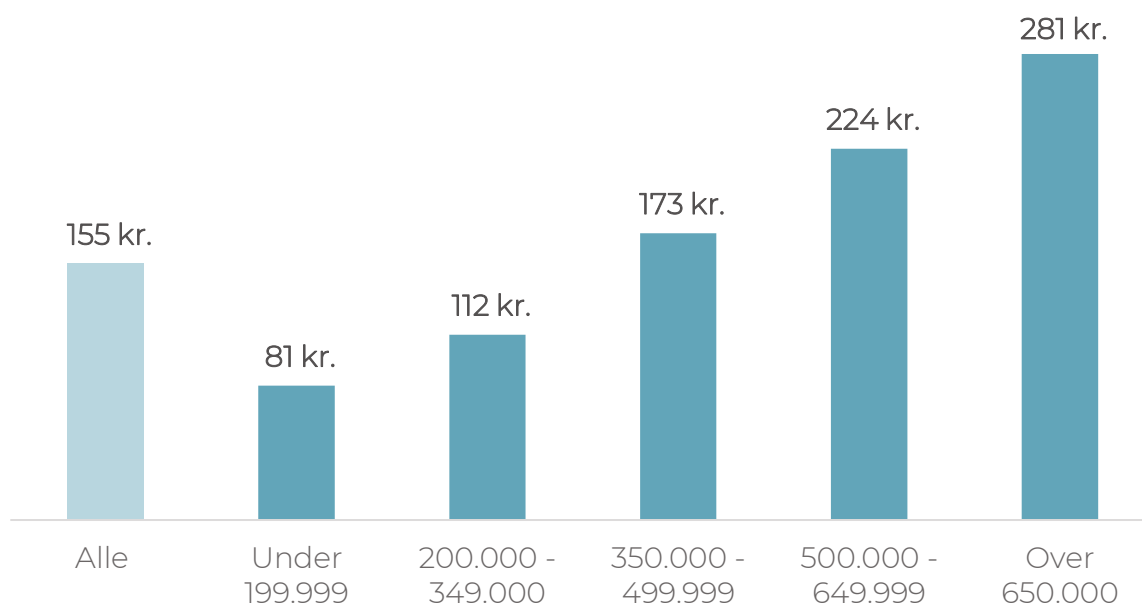
Andel af borgerne i Randers Kommune, der ønsker at betale til kultur- og fritidslivet



62 % af borgerne i Randers Kommune tilkender et ønske om at betale for at opretholde kultur- og fritidslivet. Beløbet, som denne gruppe ønsker at betale varierer, hvilket udfoldes nærmere i det følgende. 38 % ønsker ikke at betale for at bevare kultur- og fritidslivet, og disse respondenter har derfor en oplevet nytteværdi på 0 kr.

Figur 20

Nytteværdi fra kultur- og fritidslivet blandt borgere i Randers Kommune fordelt på indkomst (n = 1.176)

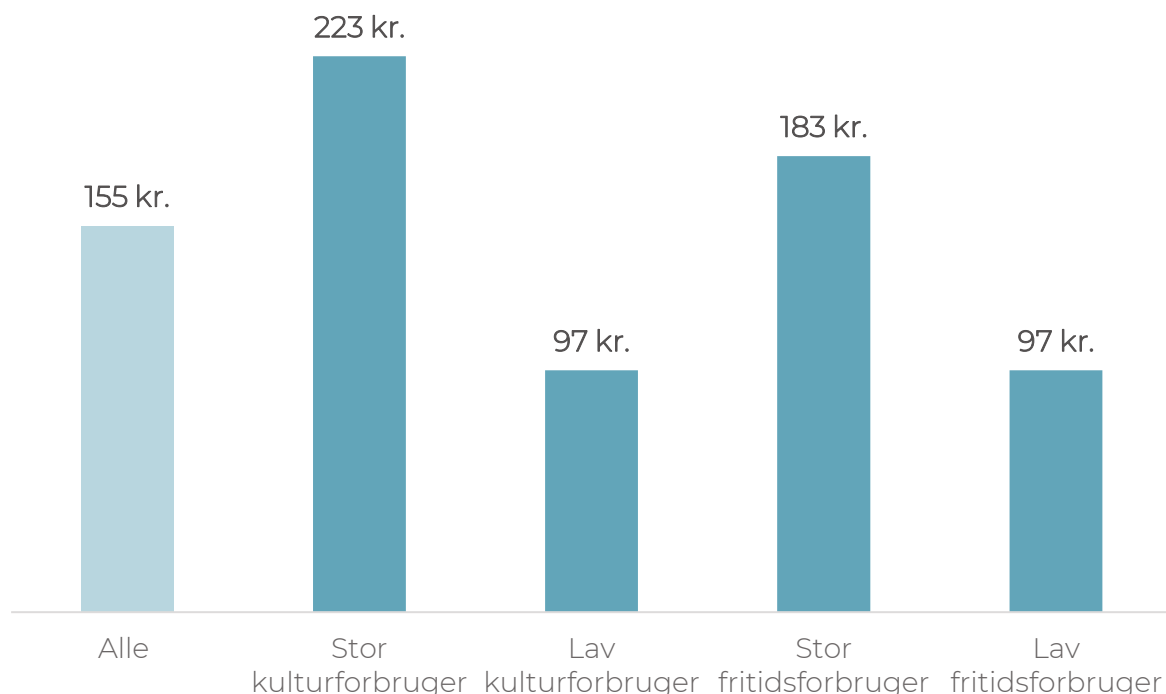


Figur 20 viser, at borgerne i Randers Kommune i gennemsnit har en oplevet nytteværdi af kultur- og fritidslivet på 155 kr. Med andre ord er borgerne villige til at øge deres månedlige skattebetaling med gennemsnitlig 155 kr. for, at kultur- og fritidslivet i Randers forbliver, som det er i dag.

Som figur 20 viser, er der stor variation i den oplevede nytteværdi blandt borgerne, afhængig af deres indkomst. Beløbet spænder fra 81 kr. i den laveste indkomstgruppe til 281 kr. i den højeste indkomstgruppe. Denne forskel skyldes sandsynligvis, at folk med højere indkomster har flere penge til rådighed og derfor er mere villige til at betale for at bevare kultur- og fritidstilbuddene i Randers Kommune.

Figur 21

Nytteværdi fra kultur- og fritidslivet blandt borgere i Randers Kommune fordelt på kultur- og fritidsforbrug (n = 1.179)



Figur 21 viser en sammenhæng mellem borgernes forbrug af kultur- og fritidstilbud og deres oplevede nytteværdi. Borgere, der har et stort forbrug af kultur og fritid, har en nytteværdi på henholdsvis 223 kr. og 183 kr., mens borgere med lavt forbrug har en væsentlig lavere oplevet nytteværdi på 97 kr. for begge områder.

Ved nærmere analyse på tværs af uddannelsesniveau er tendensen, at jo højere uddannelsesniveau borgeren har, jo større oplevet nytteværdi. Borgere, der har gennemført grundskolen, har en nytteværdi på 73 kr. Til sammenligning har borgere, som har gennemført en lang videregående uddannelse, en nytteværdi på 253 kr.

I forhold til alder er den største nytteværdi blandt borgere i aldersgruppen 31-60 år, hvor nytteværdien ligger mellem 160 og 214 kr. Til sammenligning ligger nytteværdien blandt borgere under 20 år på 85 kr.

Fælles for sammenhængen mellem nytteværdi, uddannelsesniveau og alder er, at det ikke kan udelukkes, at forskellene i nytteværdi mellem befolkningsgrupperne skyldes variationer i betalingsevne. Dette skyldes, at borgere med lange videregående uddannelser og borgere i aldersgruppen 31-60 år ofte har højere indkomst sammenlignet med andre grupper.

Tabel 1

Samlet nytteværdi fra kultur- og fritidslivet blandt borgere i Randers Kommune

Gennemsnitlig nytteværdi	155 kr.
Befolkningstal i Randers Kommune (+15 år) ⁸	84.450
Samlet nytteværdi (månedligt)	13,1 mio. kr.
Samlet nytteværdi (årligt)	157 mio. kr.

Baseret på den gennemsnitlige månedlige nytteværdi på 155 kr. pr. borger svarer det til en samlet årlig nytteværdi på 157 mio. kr., jf. tabel 1. Dette beløb repræsenterer den samlede værdi, som borgerne i Randers Kommune oplever ved kultur- og fritidslivet. Dog er der en vis usikkerhed forbundet med denne opgørelse, da resultaterne fra analysepopulationen ekstrapoleres til hele befolkningen i Randers Kommune.

Samlet set tyder resultaterne på, at borgerne i Randers Kommune oplever en betydelig nytteværdi af kultur- og fritidsområdet, der ligger ud over de markedsomsatte værdier.

Sammenligning af oplevet nytteværdi

Et tidligere dansk studie, der har anvendt CVM, viser, at den gennemsnitlige betalingsvillighed for danske museer i 2020 er 264 kr. blandt både brugere og ikke-brugere.

Et andet dansk CVM-studie, der har undersøgt betalingsvilligheden for at afholde Tour de France i Danmark i 2022, finder en gennemsnitlig betalingsvillighed på ca. 37 kr. Konklusionen i denne undersøgelse lyder, at danske husholdninger samlet set har en betalingsvillighed på mellem 95 og 194 mio. kr. for at afholde Tour de France.

—

Kilder:

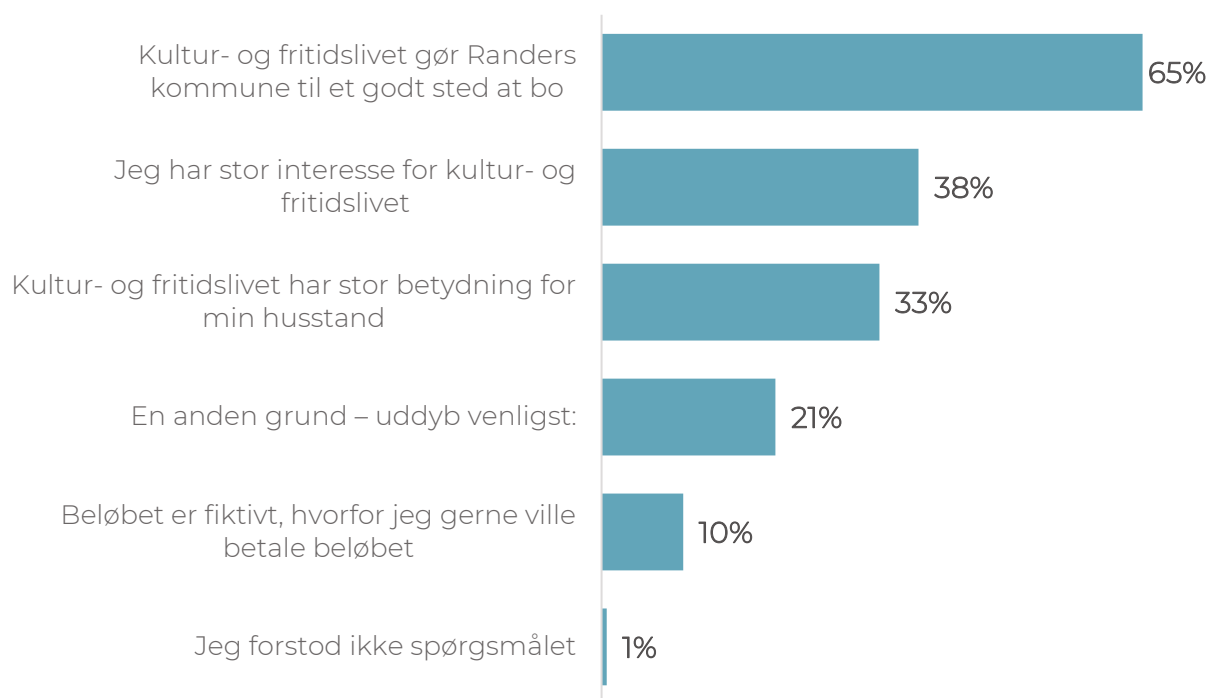
Bille, T., (2023) Museernes økonomiske værdi for den danske befolkning. Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift, 26(1), 8–25. <https://doi.org/10.18261/nkt.26.1.2>

Nielsen C.G. & Feddersen A., Willingness to pay for hosting the tour de France, Sports Economics Review (2023), doi: <https://doi.org/10.1016/j.serev.2023.100014>.

⁸ Danmarks Statistik FOLK1A, 2024K4.

Figur 22

Årsager til ønsket om at betale for kultur- og fritidslivet (n = 724)



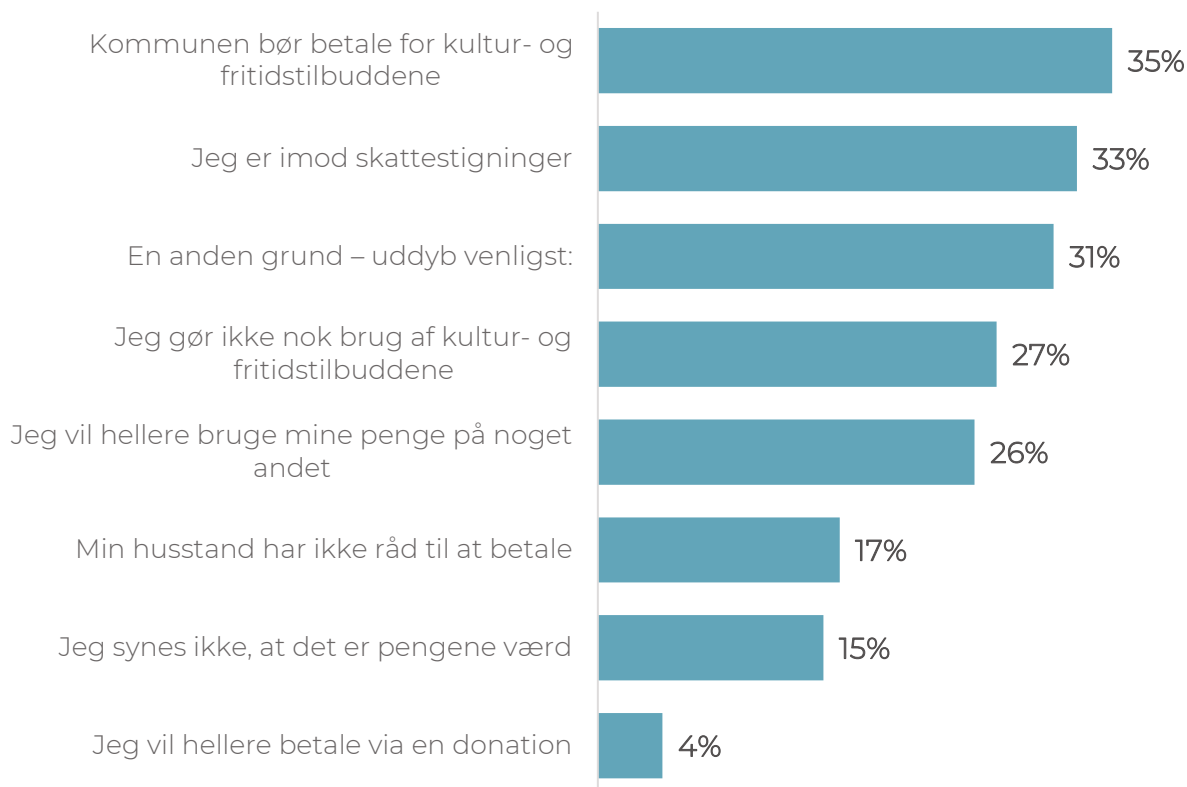
Note: Respondenterne har kunnet angive flere svarmuligheder.

Den primære årsag til, at borgerne i Randers Kommune er villige til at betale for at bevare kultur- og fritidslivet, er, at det gør kommunen til et godt sted at bo. Hele 65 % af respondenterne angiver denne årsag. Derudover er interesse for området samt betydningen for egen husstand også vigtige faktorer. Blandt de mindre hyppigt nævnte årsager er, at beløbet er fiktivt, eller at respondenterne ikke forstår spørgsmålet. Således er det cirka hver tiende respondent, der angiver at deres oplevede nytteværdi beror på at beløbet er fiktivt.

Derudover fremhæver borgerne i Randers Kommune, at de ønsker at betale, fordi kultur- og fritidslivet bidrager til fællesskab, livskvalitet og samhørighed. Flere nævner også, at de vil støtte udviklingen af bedre og flere tilbud på kultur- og fritidsområdet, især for børn, unge, ældre og borgere i oplandsområderne. Desuden ønsker de at sikre, at byen forbliver et attraktivt sted at bo – både for nuværende og kommende borgere.

Figur 23

Årsager til ønsket om ikke at betale for kultur- og fritidslivet (n = 452)



Note: Respondenterne har kunnet angive flere svarmuligheder.

De hyppigst angivne årsager til borgernes manglende villighed til at bidrage økonomisk til kultur- og fritidsområdet er opfattelsen af, at kommunen bør finansiere tilbuddene, hvilket angives af 35 %. Den næstmest angivne kategori er modstand mod skattestigninger, som angives af 33 %.

Blandt de 31 %, der angiver en anden grund, udtrykker størstedelen af kommentarerne en mistillid til kommunens evne til at forvalte og prioritere pengene korrekt. Derudover bliver det også begrundet med, at borgerne benytter tilbud i andre kommuner, eller at de foretrækker mere brugerbetaling fremfor generelle bidrag.

7. Kultur- og fritidslivets instrumentelle og iboende værdier

Som supplement til opgørelsen af den økonomiske værdi af kultur- og fritidslivet i Randers Kommune undersøges de instrumentelle og iboende værdier, som kultur- og fritidsområdet bidrager med for borgerne.

De instrumentelle værdier omhandler, hvordan kultur og fritid understøtter medborgerskab og demokrati. Derimod fokuserer de iboende værdier på de værdier, som kultur- og fritidsaktiviteter skaber i kraft af deres egen betydning og værdi for borgernes personlige livskvalitet.

7.1 Instrumentelle værdier

De instrumentelle værdier kortlægger, hvordan kultur og fritid bidrager med værdier til medborgerskab og demokrati.

De instrumentelle værdier omfatter seks dimensioner, som hver især belyser, hvordan kultur og fritid bidrager til demokrati og medborgerskab.

I spørgeskemaundersøgelsen er disse værdier målt separat for kultur og fritid ved hjælp af en randomiseret fordeling af respondenterne, hvor halvdelen har forholdt sig til fritid og den anden halvdel til kultur.

Dimensionerne, der indgår i målet for de instrumentelle værdier, er præsenteret nedenfor, og udgør den samlede målkonstruktion for de instrumentelle værdier, der er skaleret fra 0-100.

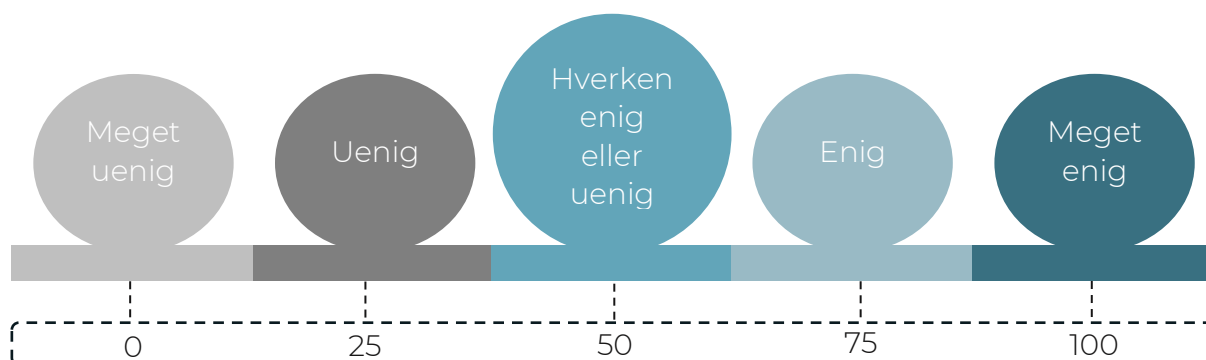
Overordnede spørgsmål: "Hvor enig er du i følgende udsagn om (kulturlivet / fritidslivet) i Randers Kommune?"

Dimension	Spørgsmål
Identitet	(Kulturlivet / Fritidslivet)... Spg. 1: Gør mig stolt over at bo i kommunen Spg. 2: Er en vigtig del af kommunens identitet
Mangfoldighed	(Kulturlivet / Fritidslivet) gør Randers til en kommune... Spg. 1: Hvor jeg kan udfolde mig Spg. 2: Hvor jeg har mulighed for at tage ansvar for mit eget liv og udnytte mine evner Spg. 3: Hvor der er plads til forskellighed og mangfoldighed
Accept, anerkendelse og inklusion	(Kulturlivet / Fritidslivet) bidrager til... Spg. 1: At andre borgere anerkender den indsats, jeg yder Spg. 2: At jeg generelt føler mig accepteret af fællesskabet Spg. 3: Dannelsen af gode fællesskaber i kommunen Spg. 4: At jeg hjælper eller får hjælp fra mine medborgere
Deltagelse og ansvar	(Kulturlivet / Fritidslivet) bidrager til, at jeg får lyst til at... Spg. 1: Udføre frivilligt arbejde Spg. 2: Give min mening tilkende Spg. 3: Engagere mig i lokalsamfundet Spg. 4: Være medlem af en klub/forening
Bidrag – ressourcer og potentiale	(Kulturlivet / Fritidslivet) bidrager til, at jeg får lyst til at... Spg. 1: Forstå andre mennesker og deres situation Spg. 2: Engagere mig i praktiske fællesskaber med mine naboer og/eller kollegaer Spg. 3: Møde nye mennesker med stor imødekommenhed Spg. 4: Tage initiativ til vigtige beslutninger for Randers Kommune eller mit lokalområde
Kommunikation og borgerinddragelse	(Kulturlivet / Fritidslivet) bidrager til, at jeg... Spg. 1: Kan fremlægge mine synspunkter for andre Spg. 2: Er i stand til at snakke med de fleste mennesker, jeg møder Spg. 3: Bliver hørt, når der tages vigtige beslutninger om det, der vedrører mig Spg. 4: Er i stand til at påvirke forholdene i mit lokalområde/nabolag

Respondenterne har besvaret ovenstående spørgsmål ud fra en 5-punkts Likert-skala, der er reskaleret til 0-100. Se figur 24 for den anvendte skalering.

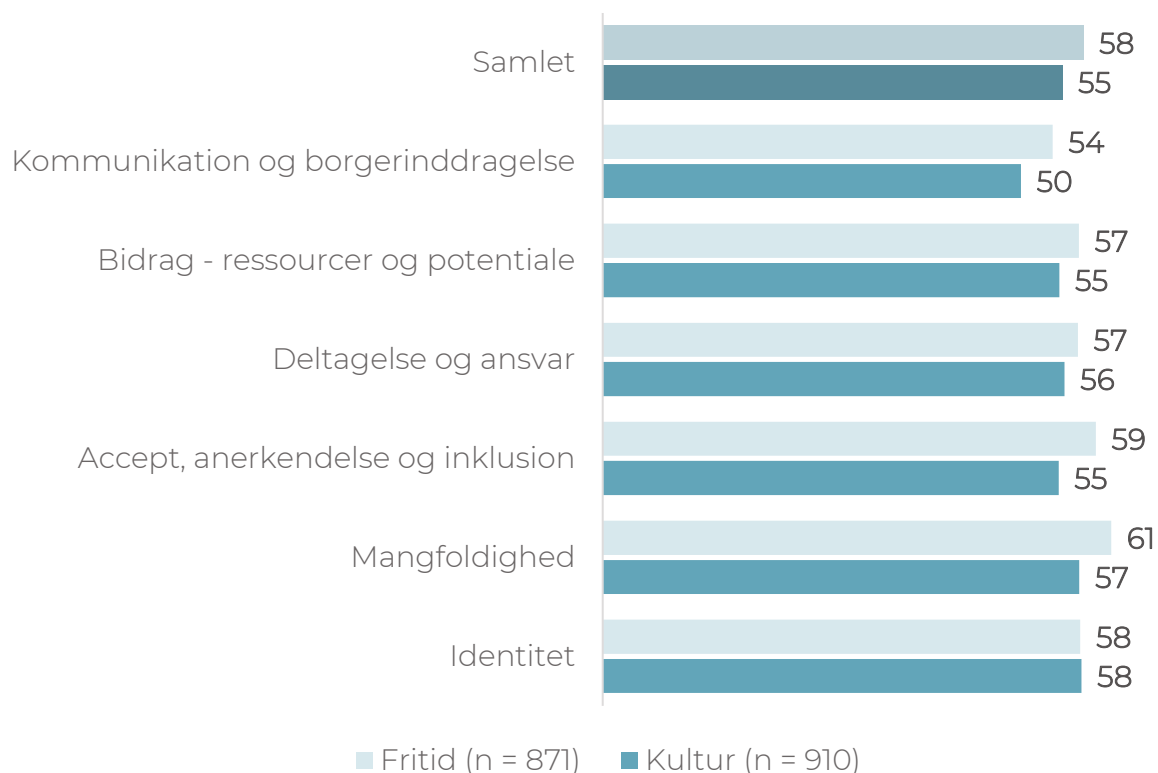
Figur 24

Skalering af instrumentelle værdier



Figur 25

Instrumentelle værdier fra kultur- og fritidslivet i Randers Kommune



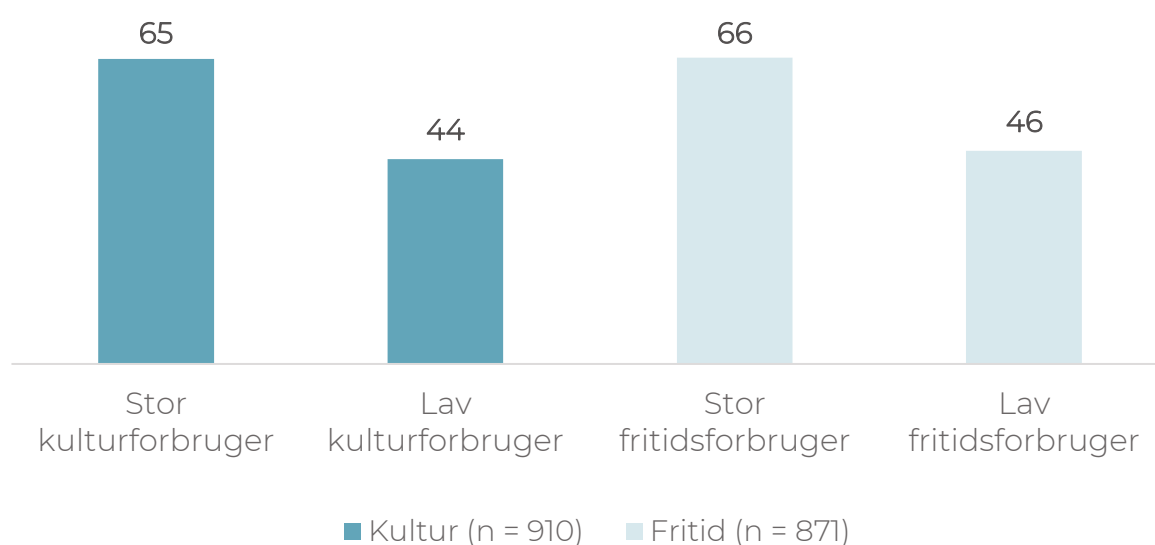
Det samlede indeks for kultur og fritid er henholdsvis 55 og 58 for de instrumentelle værdier. Der er kun små variationer i indekssværdierne på tværs af de seks dimensioner, og ingen af dem falder under 50, jf. figur 25.

Der er således overordnet enighed om, at kultur- og fritidslivet i nogen grad bidrager til medborgerskab og demokrati på tværs af de forskellige dimensioner.

Blandt dimensioner er det Identitet og Mangfoldighed, der opnår de højeste indekssværdier. Mangfoldighed scorer højest med indekssværdier på 57 for kultur og 61 for fritid, mens Identitet følger tæt efter med værdier på 58 for både kultur og fritid.

Figur 26

Instrumentelle værdier fra kultur- og fritidslivet i Randers Kommune, Kultur- og fritidsforbrug



Figur 26 viser, at respondenter, der i højere grad benytter sig af kultur- og fritidslivet i Randers Kommune, har højere instrumentelle værdier. Medborgerskab og de demokratiske værdier, som borgerne oplever, stiger dermed i takt med deres selvvalgte brug af kultur- og fritidstilbud.

7.2 Iboende værdier

De iboende værdier dækker over individuelle egenskaber og sociale relationer, som områderne skaber i sig selv blandt borgerne.

De iboende værdier er målt med inspiration fra, hvad tidligere forskning har fundet, at kultur- og fritidslivet påvirker hos det enkelte individ⁹. De iboende værdier indeholder fire dimensioner, som hver især måler, hvordan kultur- og fritidslivet bidrager til udviklingen af individuelle og sociale egenskaber.

Måling af de iboende værdier i spørgeskemaundersøgelsen er sket gennem randomiseret inddeling af respondenterne til henholdsvis kultur og fritid, tilsvarende målingen af de instrumentelle værdier. Den overordnede spørgsmålsformulering lyder: "I hvor stor en grad oplever du, at (kulturlivet / fritidslivet) i Randers Kommune har positiv betydning for..."

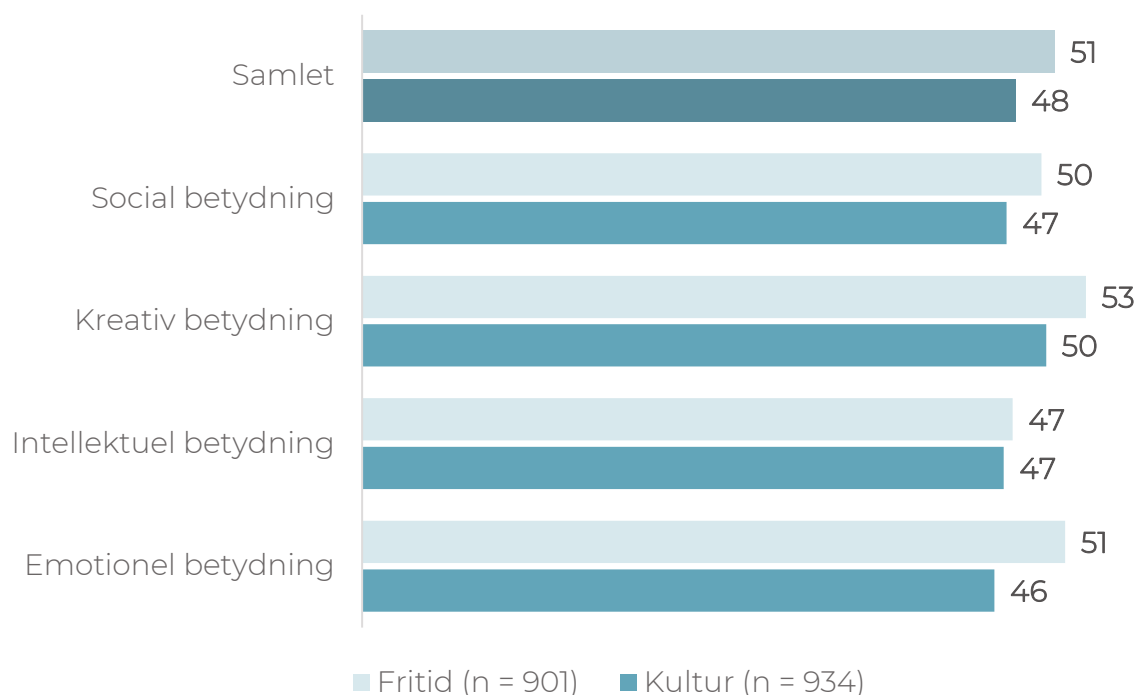
Dimension	Spørgsmål
Emotionel betydning	Din... Spg. 1: Livsglæde Spg. 2: Evne til at koncentrere dig Spg. 3: Evne til at blive berørt
Kreativ betydning	Dine muligheder for... Spg. 1: At føle dig inspireret Spg. 2: At omgå andre mennesker Spg. 3: At være mere kreativ
Intellektuel betydning	Dine muligheder for... Spg. 1: At lære noget nyt Spg. 2: At tænke over tingene Spg. 3: At få en bredere forståelse af samfundet
Sociale betydning	Dine muligheder for... Spg. 1: At styrke dine sociale relationer Spg. 2: At indgå i fællesskaber Spg. 3: At styrke din tilknytning til kommunen

Respondenterne har besvaret ovenstående spørgsmål ud fra en 5-punktsskala, der er reskaleret til 0-100 på tilsvarende måde som i figur 24.

⁹ Kilder: Kulturanalys Norden. (2024) Kulturens roll och nytta i samhälls-utvecklingen. Bille, T. (2018)., Rethink Economic Impact: Fra økonomisk impact til samfundsøkonomisk værdi.

Figur 27

Iboende værdier fra kultur- og fritidslivet i Randers Kommune

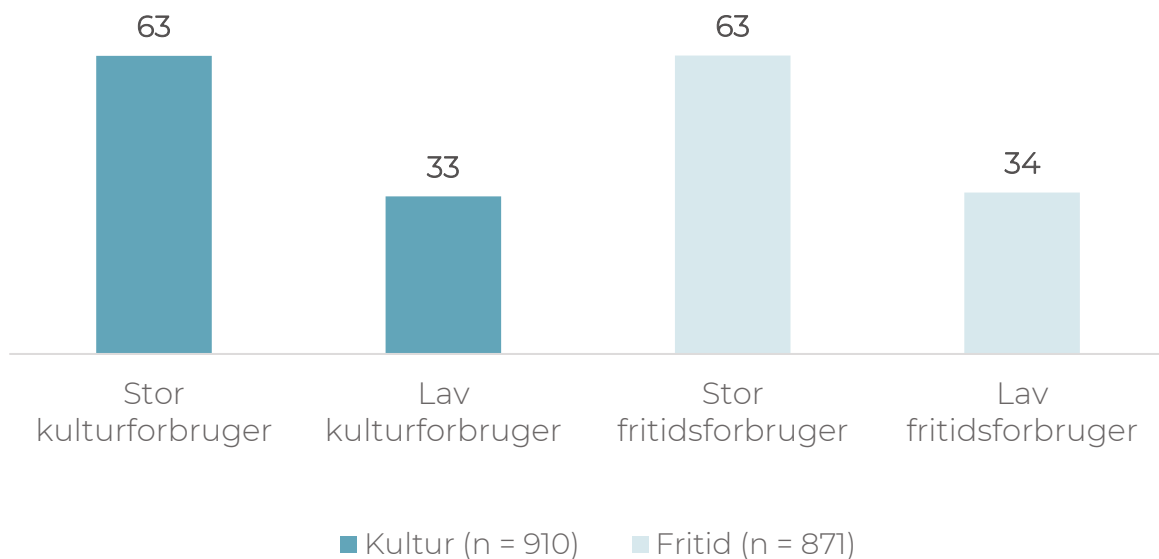


Figur 27 viser indeksværdierne for de iboende værdier – både det samlede gennemsnit og værdierne på tværs af de fire dimensioner.

Samlet set scorer fritidslivet 51 og kulturlivet 48, hvilket peger på en neutral vurdering af deres betydning for de iboende værdier. Overordnet er forskellene på tværs af dimensionerne små, hvilket indikerer, at kultur- og fritidslivet har en jævnt fordelt betydning på de forskellige områder.

Figur 28

Iboende værdier fra kultur- og fritidslivet i Randers Kommune, Kultur- og fritidsforbrug



Figur 28 viser, at borgere, der i højere grad benytter sig af kultur- og fritidstilbud, opnår en højere score på de iboende værdier. Jo mere borgerne selv vurderer, at de benytter disse tilbud, desto vigtigere anser de dem for at være for udviklingen af personlige egenskaber og sociale fællesskaber.

8. Appendiks

8.1 Uddybning af værdisætning på kultur- og fritidsområdet

Silverlining Researchs undersøgelsesdesign tager udgangspunkt i velfærdsøkonomisk teori. Hovedformålet er i denne undersøgelse at estimere værdien af kultur- og fritidslivet ud fra den samlede værdi, som erhvervet skaber i samfundet og for borgerne.

Oftest estimeres værdien af et erhverv ved hjælp af en kvantificering af branchens markedsomsatte værdier, der relaterer sig til omsætning fra salg af varer og serviceydelser. I kultur- og fritidslivet kan dette forekomme ved entréindtægter, salg af mad og drikke o.l.

Men idet kultur- og fritidslivet kan betragtes som offentlige goder, genererer området værdi, som ikke alene kan anskues ved at opgøre de markedsomsatte værdier.

Disse værdier kendetegnes i økonomisk teori som 'non-market' værdier (ikke-markedsomsatte værdier) og opleves både af personer, der anvender og ikke anvender Randers Kommunes kultur- og fritidsaktiviteter.

For eksempel kan der opstå ikke-markedsomsatte værdier fra kultur- og fritidslivet ved den eksistens-, prestige-, uddannelsesværdi mv., der opleves af både brugere og ikke-brugere af Randers Kommunes kultur- og fritidsliv. Disse ikke-markedsomsatte værdier inkluderes i tillæg til den klassiske markedsværdi i nærværende undersøgelse med henblik på at give en estimering af den samlede økonomiske værdi fra Randers Kommune.

Dertil argumenterer kulturforskningen for, at der i kultur- og fritidslivet eksisterer et ekstra værdilag, der er rodfastet i de værdier, som tilknytter sig det givne kulturelle gode. Disse goder opleves forskelligt fra individ til individ, og kan blandt andet differentieres i form af iboende og instrumentelle værdier. I denne undersøgelse belyses disse værdier under betegnelsen afsnit 7, som omhandler hvordan kultur- og fritidslivet bidrager til demokrati og et velfungerende samfund¹⁰

¹⁰ Bille, T. (2018)., Rethink Economic Impact: Fra økonomisk impact til samfundsøkonomisk værdi.

8.2 Uddybning af 'Contingent Valuation Method'

Estimering af de ikke-markedsomsatte værdier er foretaget ved hjælp af 'Contingent Valuation Method' (CVM). Dette er en anvendt og anerkendt metode i den internationale forskning og blandt kulturøkonomer til måling af den samlede økonomiske værdi af et offentligt gode – herunder de ikke-markedsomsatte værdier.

CVM-studier gennemføres normalt ved spørgeskemadistribution, hvor en population bliver spurgt om deres 'willingness to pay' (WTP) over skatten for et givent kultur- eller fritidstilbud. Dette tillader at måle forbrugernes oplevede nytteværdi ved kultur- og fritidstilbud hvilket giver mulighed for at kvantificere værdien af samfundsgoder.

Indledningsvist er der i spørgeskemaet opstillet et fiktivt scenarie, hvor det præsenteres, at Randers Kommune oplever besparelser, som rammer kultur- og fritidslivet i kommunen.

Herefter tager CVM-studiet højde for respondentens bruttohusstandsindkomst og implementerer brugen af dikotomiske svarmuligheder for at øge analysens validitet. For eksempel bliver en respondent med en bruttohusstandsindkomst på over 650.000 kr. indledende spurgt, om vedkommende er villig til at betale 300 kr. månedligt for bevarelsen af Randers Kommunes kultur- og fritidsliv.

Tilsvarende bliver en respondent med en bruttohusstandsindkomst på under 200.000 kr. indledende spurgt, om vedkommende er villig til at betale 100 kr. månedligt. Til dette har respondenterne mulighed for at svare 'Ja', 'Nej' eller 'Ved ikke'. Herefter bliver de respondenter, der svarer 'Ja' eller 'Nej', spurgt ind til, hvor sikre, de er i deres svar og får et nyt scenarie, hvor beløbet enten stiger eller falder med 50 kr. Hvis respondenterne svarer 'Ja' eller 'Nej' til det angivne beløb to gange i træk, får de mulighed for at angive et større eller lavere beløb end det fremviste beløb.

Som afslutning på det fiktive scenarie bliver respondenterne spurgt ind til, hvad de primære årsager er til, at de enten ønsker eller ikke ønsker at betale for bevarelsen af kultur- og fritidslivet. Her er robustheden af svarene tillige kvalitetstestet, idet respondenterne har mulighed for at angive, at de kun ønsker at betale, fordi beløbet er fiktivt.

Det bemærkes, at respondenterne ikke bliver bedt om at prioritere mellem forskellige policy-områder, hvorfor analysen ikke giver anledning til at tolke på den oplevede nytteværdi af kultur- og fritidsområdet relativt til andre af kommunens forvaltning.

8.3 Definitioner af effektmål i SAM-K/LINE -modellen

Effekten '**Bruttoværditilvækst**' følger nationalregnskabets definition af bruttoværditilvækst i løbende priser: "Bruttoværditilvækst opgøres for det enkelte erhverv som produktionen i basispriser minus forbrug i produktionen i køberpriser og er således også lig med summen af andre produktionsskatter, netto, aflønning af ansatte og overskud af produktionen og blandet indkomst. For samfundet som helhed kan bruttoværditilvæksten også opgøres som bruttonationalproduktet i markedspriser minus produktskatter, netto."

Effekten '**Beskæftigelse**' følger nationalregnskabets definition af beskæftigelse: "Beskæftigelsen omfatter beskæftigede personer, der leverer arbejdskraft til produktionen af varer og tjenester i Danmark, uanset om de er bosiddende i landet, eller om produktionen ligger inden for lovens rammer, blot produktionen ligger inden for nationalregnskabets produktionsgrænse. Opgørelsen omfatter det gennemsnitlige antal beskæftigede personer i den periode, der belyses (år/kvartal). Beskæftigede personer, der midlertidigt ikke er i arbejde, men har en formel tilknytning til en arbejdsplads, tælles også med. Alene det primære ansættelsesforhold medtages ved beregningen." Beskæftigelsen henføres til det område, hvor den økonomiske aktivitet finder sted, og den beskæftigede har arbejdssted.

Effekten '**Skatteprovenu**' er summen af personskatter, selskabsskatter samt punktafgifter og moms. Afgifterne er fordelt efter det sted, hvor de er skattepligtige, jf. nedenstående beskrivelse. Personskatter dækker over stats-, kommune- og kirkeskatter og er fordelt efter bopælen på den beskæftigede. Selskabsskatten er fordelt efter virksomhedens arbejdssted. Punktafgifter og moms er fordelt efter varemarkedsstedet, det vil sige hvor selve handlen foregår.

8.4 Dataindsamling og frafaldsanalyse

Metode og datagrundlag

Dataindsamlingen er gennemført som en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse af i alt 1.899 borgere i Randers Kommune indsamlet i perioden 2. oktober til 5. november 2024. Spørgeskemaet er udsendt via Digital Post til 19.646 borgere med en alder over 15 år, tilfældigt udtrukket fra CPR-registret. Antallet ekskluderer borgere, der er undtaget for Digital Post.

For at sikre repræsentativiteten af undersøgelsen er alle data blevet vægtet, så de afspejler kommunens borgeres reelle fordeling på køn, alder og område.

Alle analyser bygger derfor på et vægtet datagrundlag, men det rapporterede antal af respondenter (n) er uvægtet igennem rapporten for at give et retvisende billede af det reelle datagrundlag.

Frafaldsanalyse

Ved udsendelse af spørgeskemaundersøgelser vil der, ligesom ved andre udsendelsesformer, være en potentiel skævhed i, hvilke borgere der reelt deltager i undersøgelsen, og hvordan de adskiller sig fra borgerne generelt (populationen).

Udsendelse via Digital Post er en effektiv måde at række ud til et bredt udsnit af borgere samtidig. Der kan dog være en potentiel skævhed i hvilke grupper af borgere, der er opmærksomme på meddelelser modtaget via Digital Post, hvor særligt helt unge kan forventes at være mindre opmærksomme. Borgere, der er undtaget for Digital Post, ekskluderes fra undersøgelsen hvilket potentielt kan give en skævhed for særligt personer med nedsat funktionsevne eller ældre.

Der er derfor foretaget en frafaldsanalyse på udvalgte parametre for at belyse, hvor repræsentativ undersøgelsens datagrundlag er for borgerne i Randers Kommune.

De følgende figurer viser fordelingen i populationen på udvalgte parametre (køn, alder og område) sammenlignet med fordelingen i de indsamlede besvarelser.

De to første figurer viser, som forventet, at indsamlingen via Digital Post medfører en overrepræsentation af ældre borgere, særligt mellem 60 og 80 år – mandlige såvel som kvindelige - mens der er en underrepræsentation af de yngre borgere, særligt dem under 40 år.

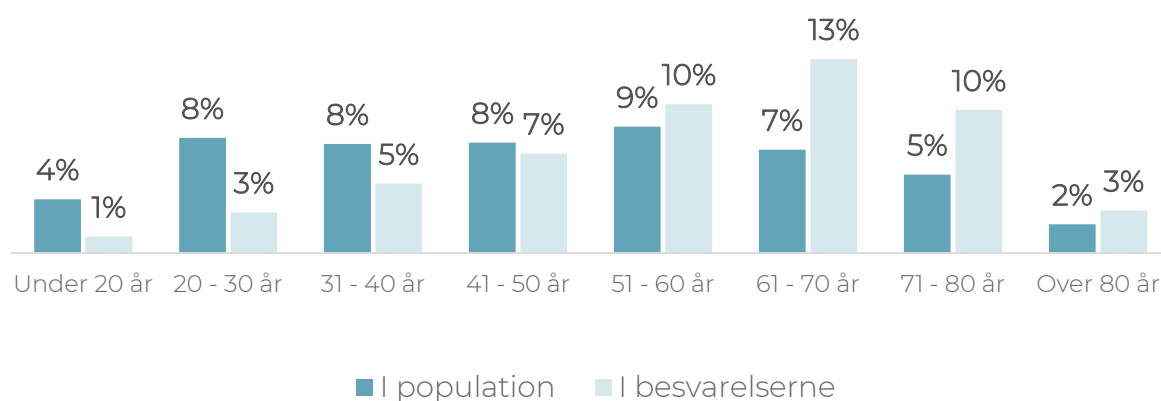
Der er en særlig underrepræsentation blandt borgere under 20 år, hvorfor der skal tages et forbehold for resultaterne nedbrudt for denne aldersgruppe.

Aldersgrupperne 20-30 år, 31-40 år og 41-50 år, er ligeledes underrepræsenteret, men her vurderes underrepræsentationen at være uproblematisk, eftersom de stadig er repræsenteret markant iblandt besvarelserne. Der er derfor stadig et stort datagrundlag og et stort antal spørgeskemasvar indsamlet blandt disse aldersgrupper, hvormed undersøgelsen stadig kan give valide og reliable svar på, hvordan disse aldersgrupper ser på kultur- og fritidsområdet.

For at sikre et repræsentativt billede af borgerne i Randers Kommune, vægtes data efter populationsfordelinger på de udvalgte parametre; køn, alder og område. Det betyder i praksis, at spørgeskemasvarene blandt de ældre borgere vægter mindre end spørgeskemasvarene blandt de yngre borgere, når resultaterne for den samlede stikprøve rapporteres.

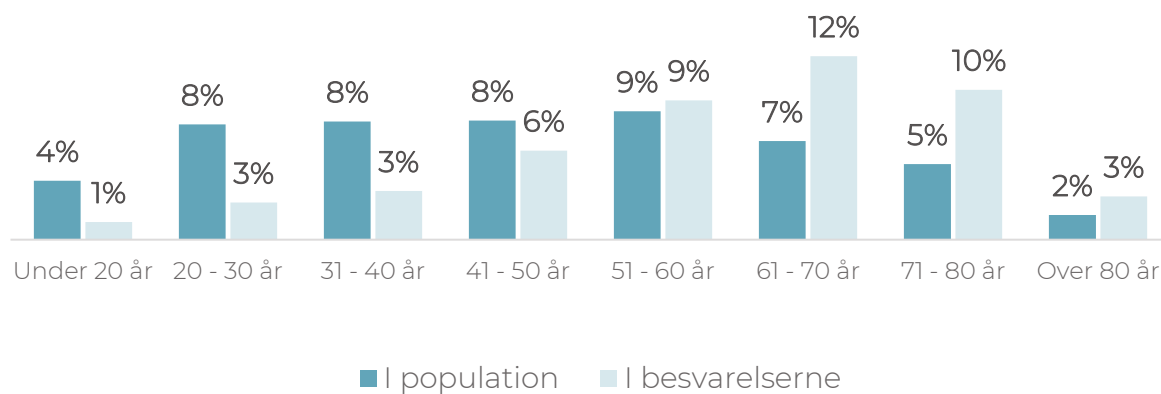
Figur 1

Fordelingen af kvindelige respondenter på aldersgrupper



Figur 2

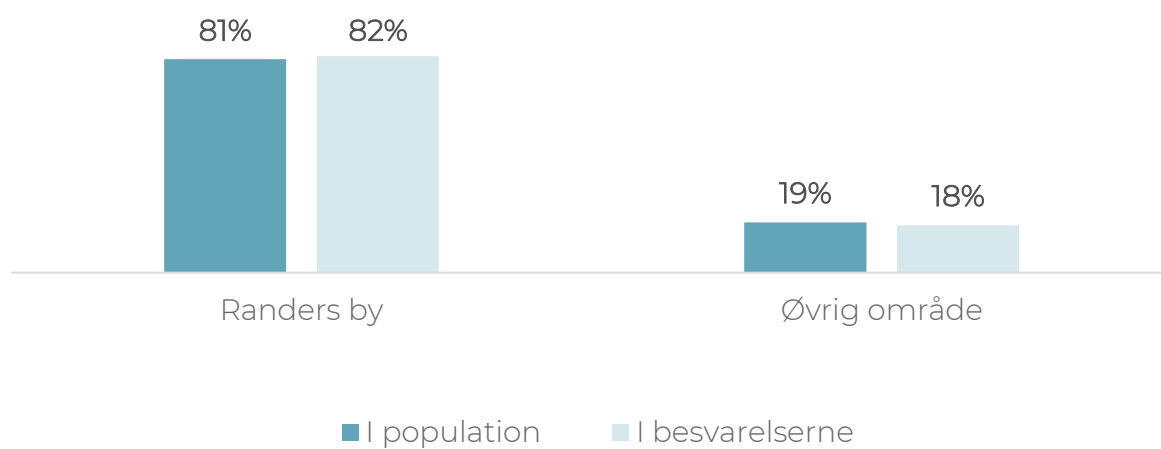
Fordelingen af mandlige respondenter på aldersgrupper



Nedenstående graf viser fordelingen i stikprøven sammenlignet med populationen opgjort efter område; Randers by og det øvrige område. Der er en god repræsentation af begge områder, hvor fordelingen i stikprøven kun afviger med ét procentpoint.

Figur 3

Fordelingen af respondenter på områder



8.5 Brancheliste til SAM-K/LINE

Branchekode R: Kultur og fritid

- Alle branchekoder er inkluderet, herunder alt i deres (eventuelle) laverestående hierarkier, på nær 92.0 Lotteri- og anden spillevirksomhed:
 - 90.0 - Kreative aktiviteter, kunst og forlystelser
 - 91.0 - Biblioteker, arkiver, museer og anden kulturel virksomhed
 - 93.1 - Sport
 - 93.2 - Forlystelser og fritidsaktiviteter

Branchekode P: Undervisning

- Følgende branchekoder er inkluderet, herunder alt i deres (eventuelle) laverestående hierarkier:
 - 85.51 - Undervisning inden for sport og fritid (inkluderet)
 - 85.52 - Undervisning i kulturelle discipliner (inkluderet)

Branchekode J: Information og Kommunikation

- Følgende branchekoder er inkluderet, herunder alt i deres (eventuelle) laverestående hierarkier:
 - 58.11 - Udgivelse af bøger (inkluderet)
 - 58.13 - Udgivelse af aviser og dagblade (inkluderet)
 - 581410 - Udgivelse af ugeblade og magasiner (inkluderet)
 - 581420 - Udgivelse af distrikts- og annonceblade (inkluderet)
 - 58.21: Udgivelse af computerspil (inkluderet)
 - 591100 - Produktion af film og videofilm (inkluderet)
 - 591120 - Produktion af tv-programmer (inkluderet)
 - 591200 - Aktiviteter, der udøves efter produktion af film, video- og tv-programmer (inkluderet)
 - 591400 - Biografer (inkluderet)
 - 59.20 - Indspilning af lydoptagelser og udgivelse af musik (inkluderet)
 - 60.10 -Radiovirksomhed (inkluderet)
 - 60.20 -Tv- virksomhed (inkluderet)

Branchekode S: Andre serviceydelser

- Følgende branchekoder er inkluderet, herunder alt i deres (eventuelle) laverestående hierarkier:
 - 94.99 - Andre organisationer og foreninger i.a.n. (inkluderet)



Bilag 4

VENUETS VÆRDI – ARENA RANDERS

RESULTATRAPPORT | DEN SAMLEDE VÆRDISKABELSE HOS ARENA RANDERS

SILVERLINING RESEARCH, MAJ 2026

Indholdsfortegnelse

Introduktion	3
Værdi for gæsterne	6
Værdi for borgere og samfund	14
Økonomisk værdiskabelse	17
Baggrund om gæster og brugere	21
Appendiks	24

BAGGRUND OG FORMÅL

Denne rapport er udarbejdet for Arena Randers og opgør venueets samlede værdiskabelse.

Formålet er at opgøre og synliggøre den samlede værdi af de arrangementer og aktiviteter, som venues skaber – både for den enkelte gæst, for samfundet som helhed.

Analysen er en del af et større udviklingsprojekt initieret af Dansk Industri i samarbejde med seks af landets største venues. Ambitionen er at etablere en model for tilbagevendende, årlige opgørelser, som på sigt kan udbredes til flere venues på tværs af landet.

Udviklingsarbejdet udspringer af et stigende behov for systematisk at kunne dokumentere den værdiskabelse, som venues og øvrige kulturaktører bidrager med. Dette gælder både i forhold til den oplevede værdi for gæsterne og de bredere samfundsmæssige effekter herunder effekter for turisme og lokalt erhvervsliv.

Rapporten fungerer samtidig som en opfølgning på analysen af kultur- og fritidslivets værdi i Randers Kommune, 2024.

Denne rapport udgør den første afrapportering og præsenterer indledende indsigter i resultaterne. Som det første venue i projektet fremlægger Arena Randers sine resultater, og der indgår derfor endnu ikke benchmarkanalyser i rapporten. Resultaterne skal betragtes som foreløbige og vil blive opdateret i takt med, at datagrundlaget udbygges henover perioden 2026-2028.



TILGANG OG METODE

For at give et nuanceret indblik i den samlede værdiskabelse af Arena Randers' aktiviteter og arrangementer har Silverlining Research gennemført en undersøgelse, der kombinerer spørgeskemaundersøgelse blandt Arena Randers' gæster og brugere såvel som økonomiske opgørelser baseret på regnskabsdata fra Arena Randers.

Tilsammen giver designet et bredt og nuanceret indblik i værdiskabelsen, både i forhold til den oplevede værdi for gæsterne og de bredere samfundsmæssige effekter.

Spørgeskemaundersøgelse blandt gæster

328 gæster og besøgende har besvaret et spørgeskema i perioden fra 25. marts til 26. april.

Der er tilstræbt en bred repræsentation af gæster på tværs af Arena Randers' arrangementer.

Økonomiske nøgletal

Undersøgelsen inkluderer en analyse af den økonomiske værdiskabelse, som baserer sig på økonomiske nøgletal for Arena Randers for seneste regnskabsår, 2025-2026. Disse er suppleret med beregninger af afledte økonomiske effekter, herunder turismeskabt omsætning, som baserer sig på viden om gæsterne og eksterne kilder som Turistundersøgelsen 2022 fra VisitDenmark.

I appendiks er datagrundlaget yderligere dokumenteret.



GENSTANDSFELT

Når værdiskabelsen af Arena Randers opgøres, er det vigtigt at have for øje, at Arena Randers er et venue, som rummer mange forskellige arrangementer og derfor både har betalende gæster og faste brugere.

Derfor er svarene i spørgeskemaundersøgelsen struktureret i tre grupperinger, som repræsenterer tre overordnede typer af arrangementer og gæster.

I appendiks er fordelingen af svar på tværs af de tre typer.



Sport og fritid

Ikke-kommercielt

Brugere



Møde, konference, messer

Kommercielt

Deltagere



Oplevelser

Kommercielt

Betalende gæster

VÆRDI FOR GÆSTERNE

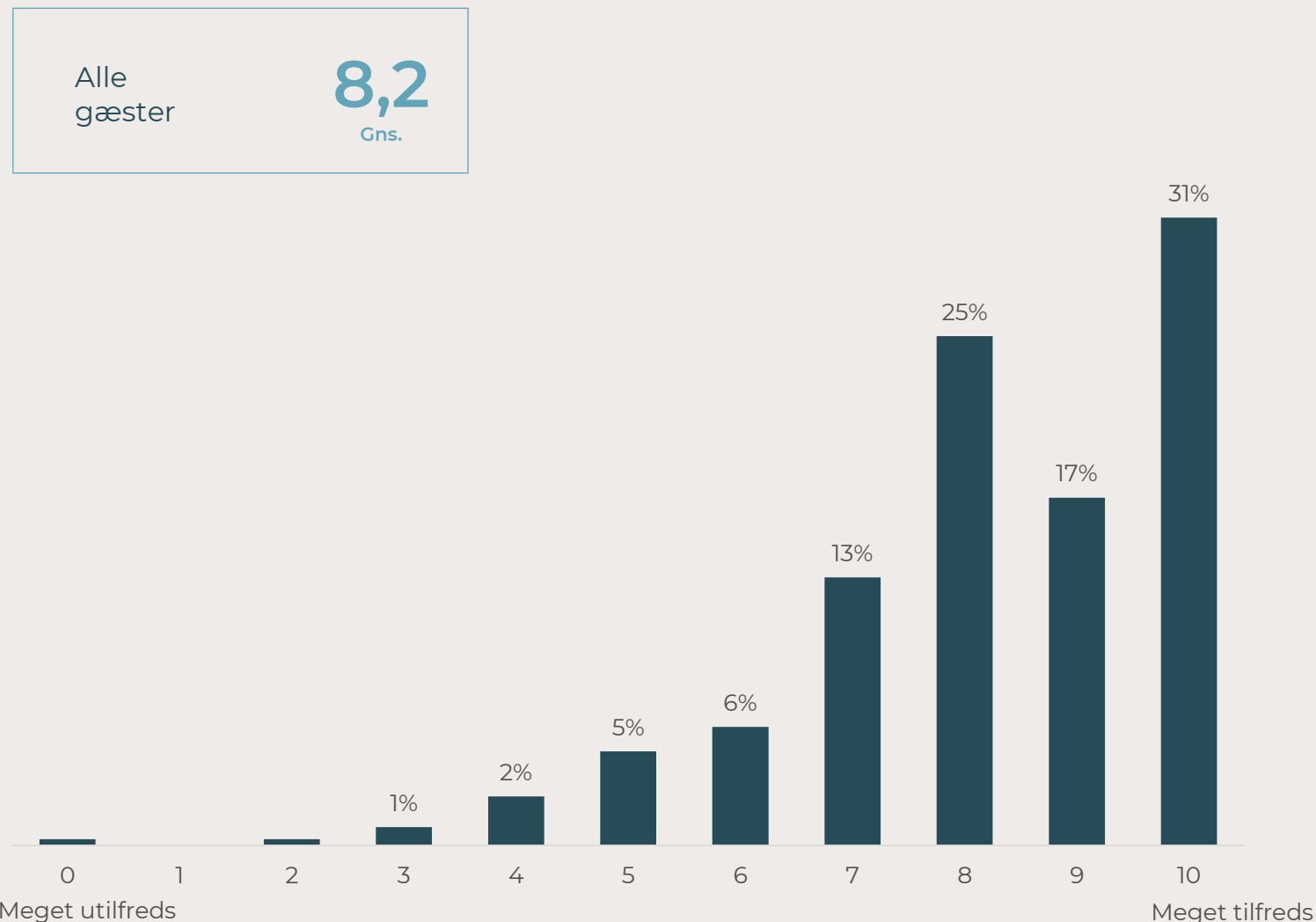


GÆSTERNE UDTRYKKER HØJ TILFREDSHED MED DERES SENESTE BESØG

Gæster hos Arena Randers vurderer deres seneste besøg højt med et gennemsnit på 8,2 på en skala fra 0 til 10.

Samlet vurdering, alle gæster

Hvilken samlet vurdering vil du give dit seneste besøg hos Arena Randers? (n=328*)



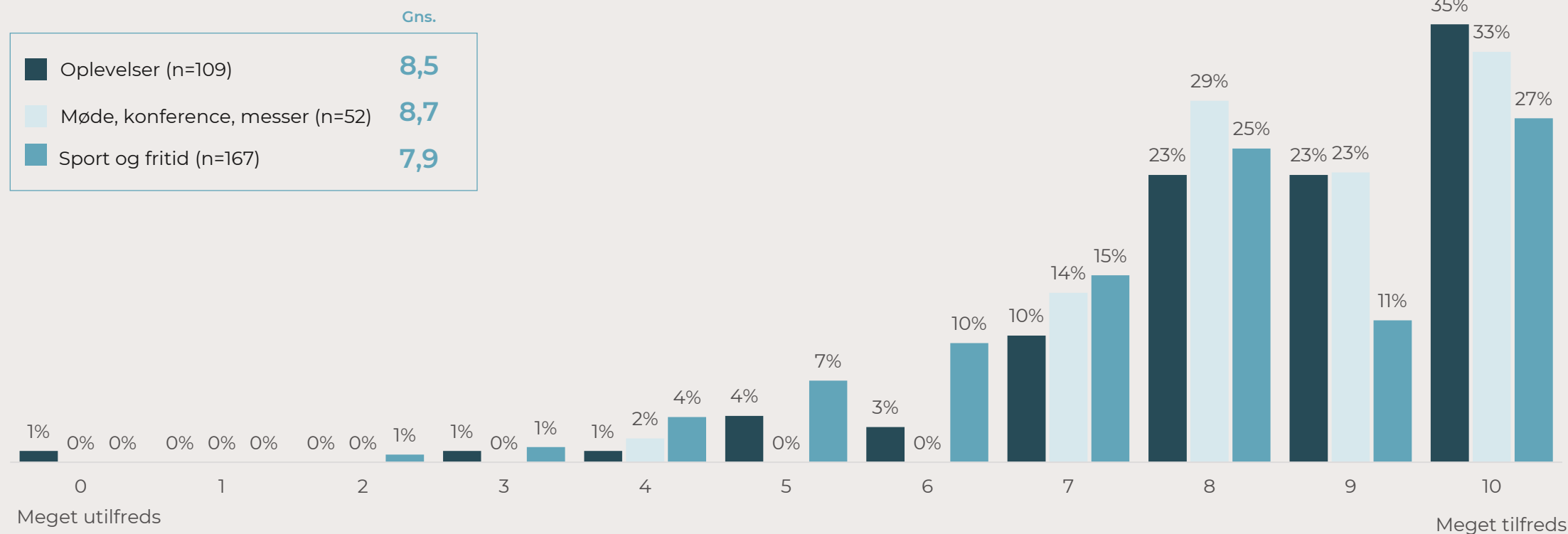
Note: *n angiver det samlede antal besvarelser for det pågældende spørgsmål eller svarkategori og vil blive afrapporteret for alle figurer i resultatrapporten.

TILFREDSHED PÅ TVÆRS AF GÆSTETYPEN

Gæster, der besøger Arena Randers for møder, konferencer og messer, giver de højeste tilfredshedsvurderinger med et gennemsnit på 8,7.

Samlet tilfredshedsvurdering, gæstetyper

Hvilken samlet vurdering vil du give dit seneste besøg hos Arena Randers?



EN STOR ANDEL AF GÆSTERNE VIL ANBEFALE ARENA RANDERS

Gæster hos Arena Randers er generelt tilbøjelige til at anbefale stedet til andre.

49 % af gæsterne er promotere (9-10), 31 % er passive (7-8), og 20 % er kritikere (0-6), hvilket samlet giver en NPS-score på 29.

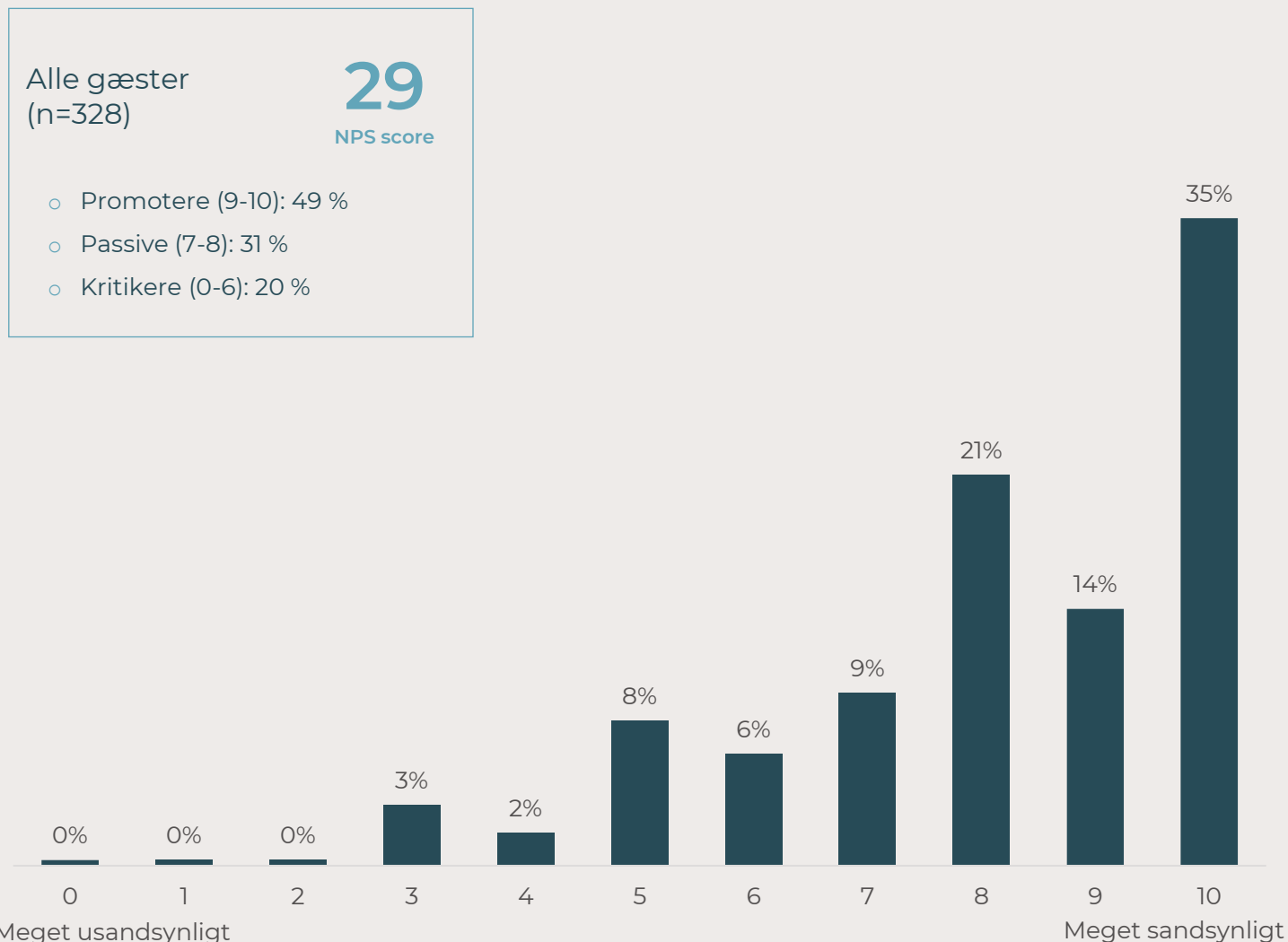
NPS (Net Promoter Score) måler gæstelojalitet baseret på spørgsmålet: "Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Arena Randers til familie, venner eller kollegaer?"

Scoren beregnes som andelen af promotere fratrasket andelen af kritikere og kan variere fra -100 til +100, hvor et højere tal indikerer bedre lojalitet.

NPS kan sammenlignes på tværs af venues og organisationer i samme branche og er et anvendeligt mål til at følge udviklingen over tid og identificere forbedringsmuligheder.

Samlet NPS, alle gæster

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Arena Randers til familie, venner eller kollegaer? (n=328)



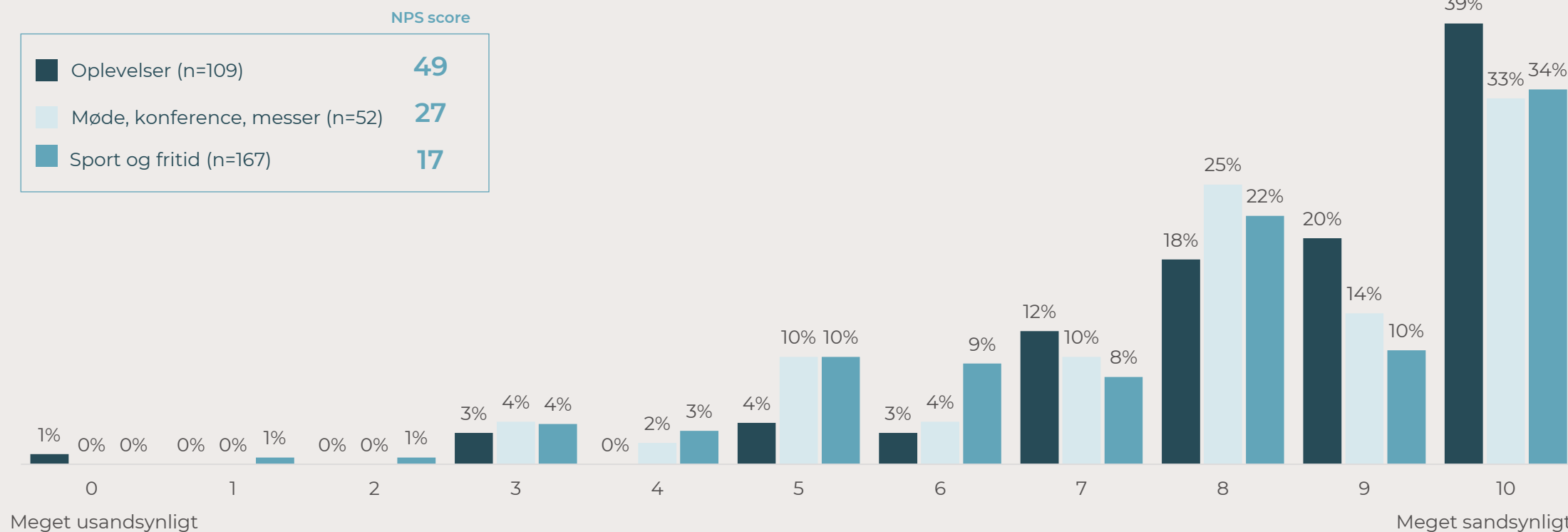
Note: Net Promoter Score (NPS) beregnes som andelen af respondenter, der er promoters (har givet en score på 9-10), minus andelen, der er detractors (har givet en score på 0-6).

NPS PÅ TVÆRS AF GÆSTETYPEN

Gæster, der besøger stedet for oplevelser, giver de højeste vurderinger med en NPS score på 49.

Samlet NPS, gæstetyper

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Arena Randers til familie, venner eller kollegaer?



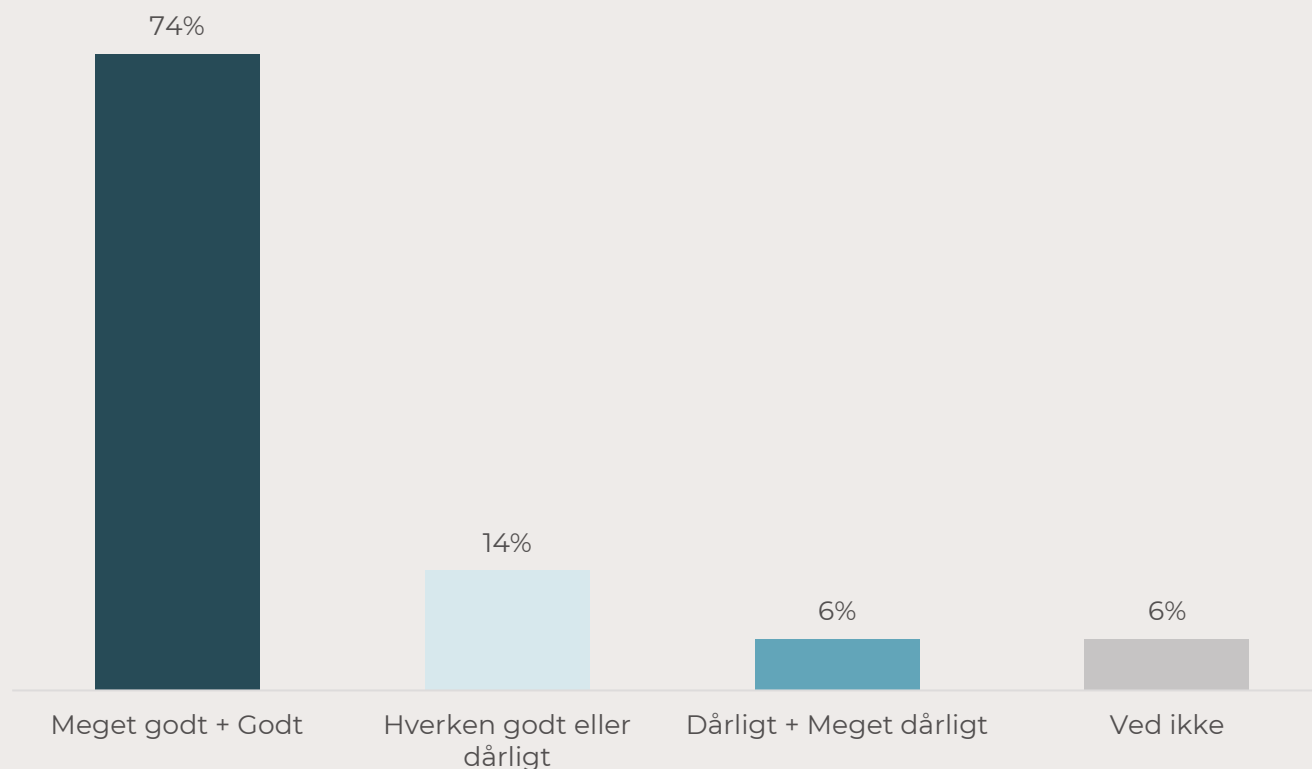
BRUGERNE ER GENERELT TILFREDSE MED ARENA RANDERS SOM HJEMMEBANE

Der indgår respondenter fra følgende foreninger:

- Aktiv 92
- AOF Folkeoplysning
- Fitness (Arena Randers)
- Helsted Fremad IF
- Hornbæk Sportsforening Fodbold
- Hornbæk Sportsforening Håndbold
- Lastivka Randers
- Randers Cheerleaders - RCL
- Randers Cimbria
- Randers Freja Fodbold
- Randers Freja Håndbold
- Randers gymnastiske Forening
- Randers HH Talent / Randers KFUM
- Randers Håndboldklub
- Randers Modelflyveklub
- Randers Raptors FC
- Randers Tennis & Padel
- Randers Volleyball Klub
- Ældresagen Randers

Arena Randers som hjemmebane

Hvordan vurderer du Arena Randers som hjemmebane? (n=96)



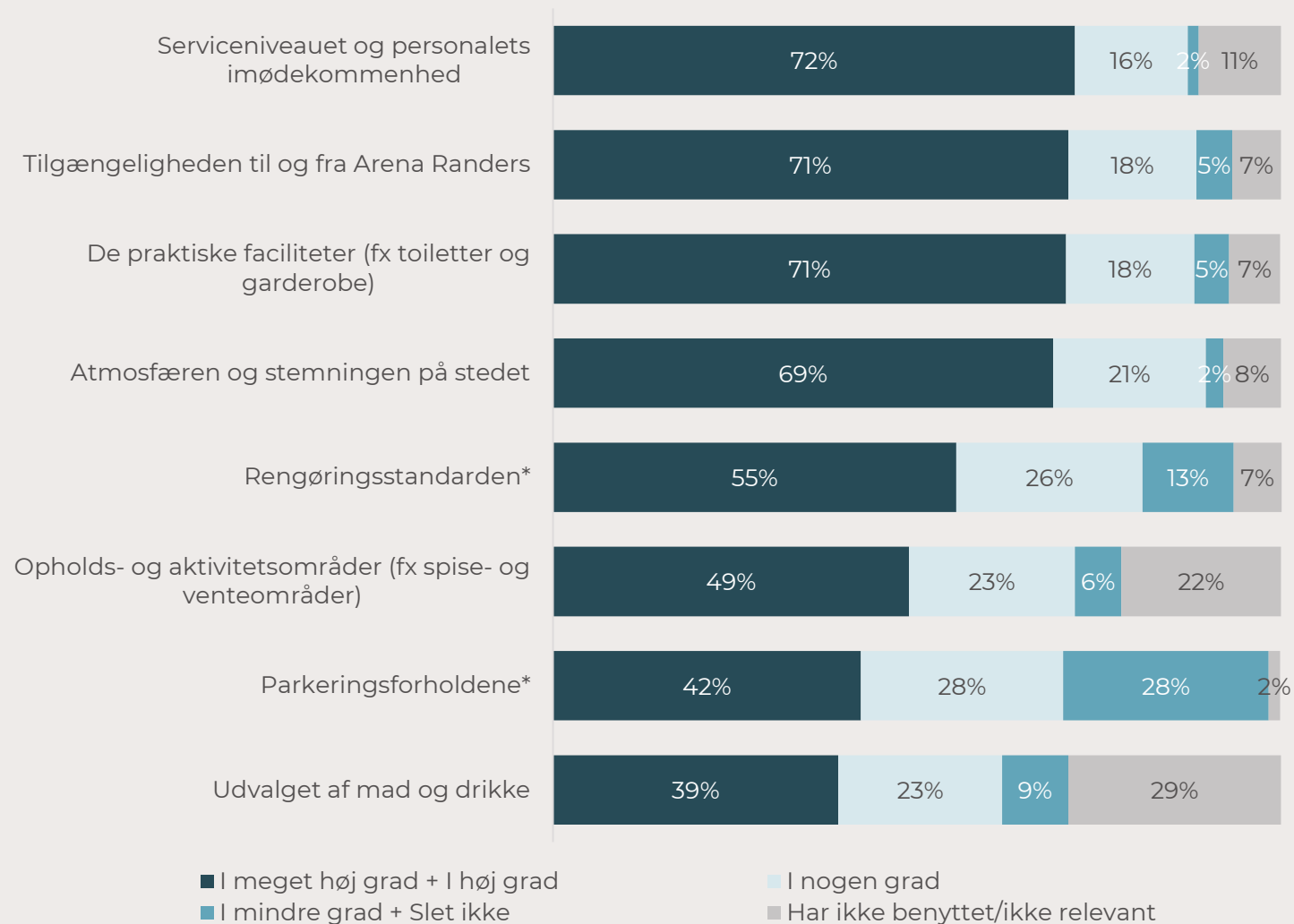
Note: Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har angivet, at være tilknyttet en forening i forbindelse med deres besøg. Kun foreninger med brugere, der har besvaret spørgeskemaet, er listet til venstre.

TOUCH POINTS PÅ GÆSTEREJSEN

Gæsterne oplever, at særligt serviceniveauet, tilgængeligheden til og fra Arena Randers samt de praktiske faciliteter lever op til deres forventninger til arenaen.

Touch points på gæsterejsen

I hvilken grad lever Arena Randers op til dine forventninger på følgende områder? (n=328)



Note: *Spørgsmålet om "Parkeringsforholdene" er kun stillet til respondenter kørende i bil (n=248), ligesom spørgsmålet angående 'Rengøringsstandarden' kun er stillet til respondenter, som besøger Arena Randers for sport eller fritid (n=167).

KENDSKABET TIL DE FORSKELLIGE TILBUD OG AKTIVITETER I ARENA RANDERS VARIERER

Flere gæster kender til især sportsbegivenheder, idrætsaktiviteter og fitness i Arena Randers, mens færrest kender til firmaarrangementer samt fester og sociale arrangementer.

Kendskab til tilbud og aktiviteter, alle gæster

Hvor godt kender du til følgende tilbud eller aktiviteter i Arena Randers? (n=328)



VÆRDI FOR BORGERE OG SAMFUND

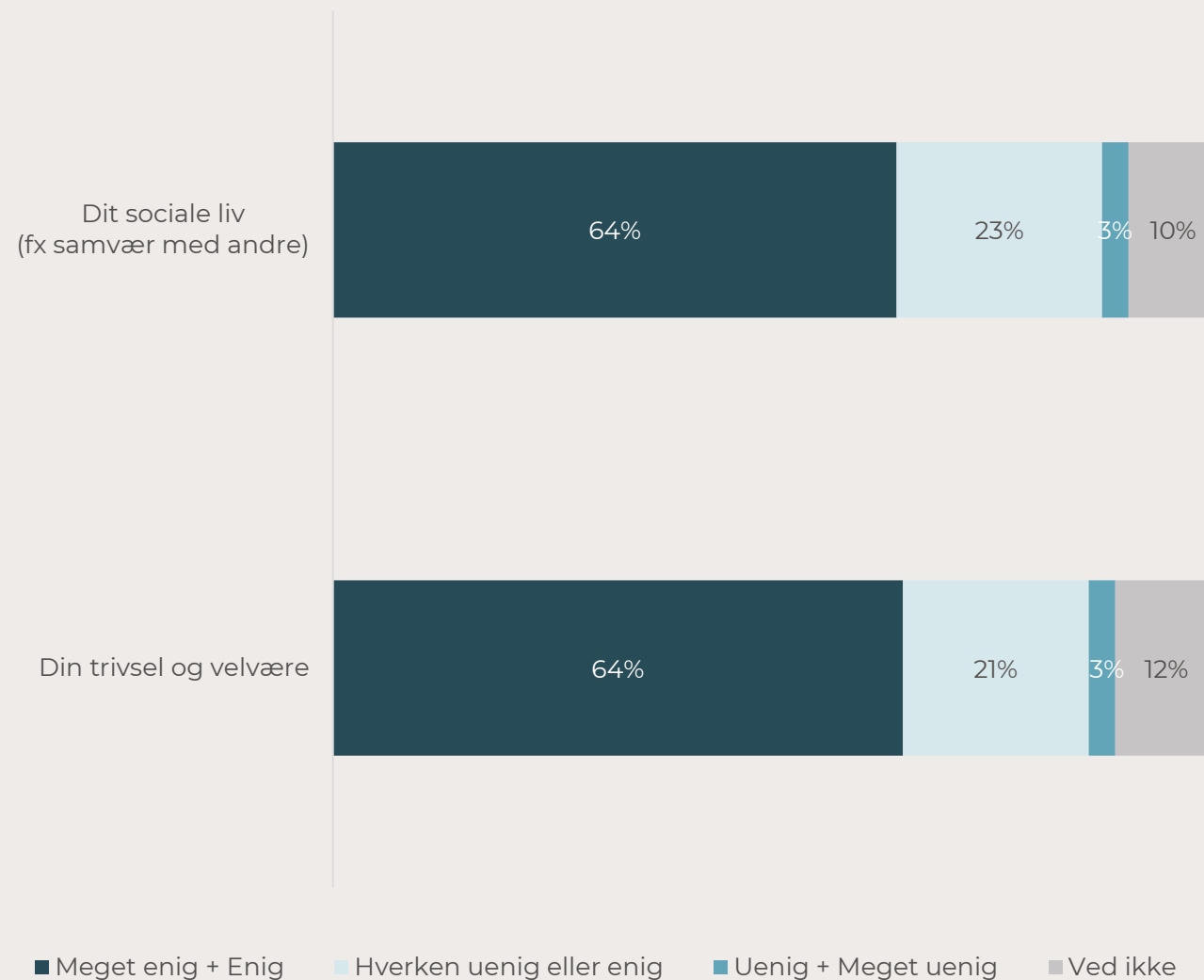


ARENA RANDERS BIDRAGER POSITIVT TIL DEN ENKELTE BORGER

Arena Randers vurderes generelt at bidrage positivt til både gæsternes sociale liv og deres trivsel og velvære.

Værdi for den enkelte borger, alle gæster

Hvor enig er du i, at Arena Randers har en positiv betydning for? (n=328)



ARENA RANDERS BIDRAGER TIL FÆLLESSKAB OG LOKALSAMFUNDETS OMDØMME

Gæsterne er særligt enige i, at Arena Randers fremstår åben og tilgængelig for alle, og at arenaen er vigtig for Randers Kommunes udbud af oplevelser.

Værdi for lokalsamfund

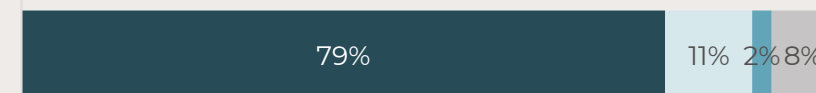
Hvor enig er du i følgende udsagn om Arena Randers? (n=328)

Fællesskab og social værdi

Arena Randers bidrager til dannelsen af gode fællesskaber i byen



Arena Randers fremstår åbent og tilgængeligt for alle



Lokalsamfund og omdømme

Arena Randers bidrager positivt til Randers Kommunes omdømme



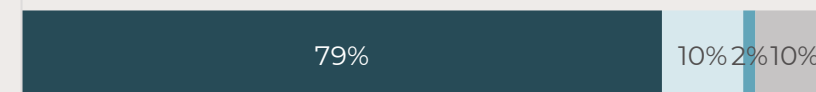
Arena Randers gør Randers Kommune til et mere attraktivt sted at besøge



Arena Randers gør Randers Kommune til et mere attraktivt sted at bo



Arena Randers er vigtig for Randers Kommunes udbud af oplevelser



■ Meget enig + Enig ■ Hverken uenig eller enig ■ Uenig + Meget uenig ■ Ved ikke

Note: *Spørgsmålet "Arena Randers fremstår åbent og tilgængeligt for alle" er kun stillet til respondenter, som besøger Arena Randers for sport eller fritid (n=167).

ØKONOMISK VÆRDISKABELSE

VÆRDI SKABT INDEN FOR ARENA RANDERS SKABER RINGE I VANDET OG PÅVIRKER ANDRE DELE AF LOKALØKONOMIEN I RANDERS. ANALYSEN AF DE ØKONOMISKE RESULTATER OPDELER DERFOR NØGLETALLENE I TRE TYPER



Direkte effekter refererer til den umiddelbare økonomiske aktivitet, der opstår som følge af et arrangement eller tilbud. For eksempel vil en koncert generere direkte effekter i form af billetindtægter, lønudbetalinger, honorarer til artister samt øvrige driftsudgifter ved afholdelse af arrangementet.

- Poster: Løn, honorarer, billetindtægter og F&B-indtægter



Indirekte effekter beskriver den økonomiske aktivitet, der opstår i tilknyttede brancher, som leverer varer og tjenester til Arena Randers.

For eksempel vil en koncert medføre, at Arena Randers køber varer og tjenester fra andre lokale virksomheder, såsom lydudstyr, håndværksydelser, lokale foreninger, catering, transport og rengøring.

- Poster: Eksterne udgifter til varer og tjenester (ekskl. løn og artisthonorarer), samt beregning af turismeskabt omsætning



Inducerede effekter refererer til den yderligere økonomiske aktivitet, der opstår, når løn og indkomst skabt i forbindelse med et arrangement eller en aktivitet, bruges videre i samfundet.

For eksempel vil medarbejdere, der modtager løn, anvende denne på varer og tjenester, såsom dagligvarer og underholdning.

- Beregning af skatteeffekt af årsværk og induceret effekt af eksterne omkostninger

ARENA RANDERS HAR EN BETYDELIG ØKONOMISK VÆRDISKABELSE

Arena Randers genererer direkte økonomiske effekter på 18,7 mio. kr., bestående af løn, artisthonorarer samt billet- og F&B-indtægter. Det dækker værdiskabelsen fra de aktiviteter og oplevelser, som Arena Randers selv leverer.

Herudover skaber Arena Randers indirekte effekter på ca. 25,9 mio. kr., ligeligt fordelt mellem eksterne udgifter og turismeskabt omsætning. Disse effekter bidrager til økonomisk aktivitet i det lokale erhvervsliv og turismen i Randers og omegn. En større, men ukendt andel af den turismeskabte omsætning indgår allerede i Arena Randers' egne omsætningstal*.

De inducerede effekter, som følger af skattebetalinger fra tilknyttede årsværk samt inducerede effekter af de eksterne omkostninger, udgør ca. 4,3 mio. kr.

3 nøgletal opsummerer den økonomiske værdiskabelse

Nøgletal

18,7 mio. DKK

Direkte effekt (værditilvækst)

Personaleomkostninger, honorar til artister, billetindtægter, F&B indtægter

Ca. 25,9 mio. DKK

Indirekte effekt

Eksterne udgifter til tjenester og varer samt turismeskabt omsætning, heraf:

12,2 mio. DKK

- Eksterne udgifter

Ca. 13,7 mio. DKK

- Turismeskabt omsætning*

Ca. 4,3 mio. DKK

Induceret effekt

Skatteeffekt af årsværk og induceret effekt af eksterne omkostninger

Note: *Den turismeskabte omsætning er beregnet ud fra gæsternes karakteristika og viden om gennemsnitligt døgnforbrug baseret på Turismeundersøgelsen 2022, VisitDenmark. Det skal dog bemærkes, at der i døgnforbruget både indgår forbrug hos Arena Randers og forbrug uden for Arena Randers fx overnatning og beværtning, hvorfor en del af den turismeskabte omsætning også indgår i de direkte effekter.

'Ca.' er angivet for de nøgletal, som helt eller delvist baseres på beregninger og antagelser fra eksterne kilder fremfor Arena Randers' egne regnskabsdata, og som derfor er forbundet med en vis usikkerhed.

ARENA RANDERS HAR EN VÆRDITILVÆKST PÅ 58 KR. PER GÆST

Arena Randers omsætter for ca. 131 kr. per gæst, hvilket, fratrullet de ca. 73 kr. per gæst i driftsudgifter, giver en værditilvækst på ca. 58 kr. per gæst. Det er værd at nævne, at selvom omsætning og udgifter er forsøgt begrænset til kommercielle gæster, så udgør ikke-kommercielle gæsters forbrug også en del af vareforbruget.

Arena Randers udgør også de fysiske rammer for medarbejdere og frivillige. I alt er der 89 personer tilknyttet arenaen svarende til 22,75 årsværk.

Desuden bidrager omkring 150 frivillige årligt til afviklingen af aktiviteter og arrangementer hos Arena Randers.

5 nøgletal opsummerer aktivitet i alt og effektivitet per gæst

Nøgletal

22,75

Årsværk, antal

89

Beskæftigede, total

Personer med over 20 timer i regnskabsåret

150

Frivillige, antal*

131 DKK

Omsætning per gæst

inkl. gæsternes forbrug på billetter og F&B

73 DKK

Driftsudgifter per gæst

inkl. udgifter til vareforbrug, produktionsomkostninger og markedsføring per kommerciel gæst

58 DKK

Værditilvækst per gæst

Note: Antallet af frivillige er baseret på et skøn, da de rekrutteres via VisitAarhus' ReThinkers samt frivillige foreninger tilknyttet Arena Randers.

BAGGRUND OM GÆSTER OG BRUGERE



Baggrund om gæster og brugere

DATA OM GÆSTERNE

Alder	Antal (n)	Procent (%)
16-24 år	28	9 %
25-34 år	34	10 %
35-44 år	50	15 %
45-54 år	65	20 %
55-64 år	52	16 %
65-74 år	57	18 %
75 +	40	12 %
Ønsker ikke at oplyse	2	1 %

Køn	Antal (n)	Procent (%)
Mand	168	51 %
Kvinde	147	45 %
Andet/ønsker ikke at oplyse	13	4 %

Antal besøg i Arena Randers	Antal (n)	Procent (%)
Første besøg	50	15 %
2 gange	27	8 %
3-4 gange	34	10 %
5-9 gange	20	6 %
10 gange eller mere	82	25 %
Fast bruger (kommer ugentlig eller oftere)	111	34 %
Ved ikke	4	1 %

Baggrund om gæster og brugere

DATA OM GÆSTERNE

Bopælsadresse			Transportmiddel til Arena Randers		
	Antal (n)	Procent (%)		Antal (n)	Procent (%)
Bopælsadresse mere end 20 km fra Arena Randers	114	35 %	Til fods	46	14 %
Bopælsadresse mindre end 20 km fra Arena Randers	214	65 %	Cykel	15	5 %
			Egen bil	218	67 %
			Samkørsel (kørte med andre i bil)	23	7 %
			Bus (bybus/regionalbus)	14	4 %
			Tog	0	0 %
			Letbane/metro	0	0 %
			Taxi	2	1 %
			Sat af (fx fra venner, familiebesøg eller samkørsel med andre)	7	2 %
			Andet	3	1 %

Har overnattet uden for hjemmet i forbindelse med besøg i Arena Randers*	Antal (n)	Procent (%)
Ja	16	14 %
Nej	98	86 %

Note: Procenterne er afrundet op eller ned afhængigt af decimalerne

*Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har en bopælsadresse på mere end 20 km fra Arena Randers eller bor udenfor Danmark

APPENDIKS



Appendiks

DATAINDSAMLING VIA SPØRGESKEMADISTRIBUTION

Dataindsamlingen er gennemført som en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse blandt 328 gæster og besøgende i Arena Randers, som har besvaret et spørgeskema i perioden fra 25. marts til 26. april 2026.

Spørgeskemaet er distribueret via både personlige interviews med udvalgte gæster til arrangementer og er udsendt til faste brugere via e-mail.

Der er tilstræbt en repræsentation på tværs af forskellige arrangementstyper.

Herunder ses en fordeling af besvarelser på tværs af de tre gæstetyper.

					Antal (n)	Procent (%)
	Sport og fritid	Ikke-kommercielt	Brugere	F.eks. sports-, idræts- eller fritidsarrangement på amatørniveau samt foreningsaktivitet	167	51 %
	Møde, konference, messer	Kommercielt	Deltagere	F.eks. kongres, konference, messe, udstilling, møde, fest og selskab	52	16 %
	Oplevelser	Kommercielt	Betalende gæster	F.eks. koncert, teaterforestilling, comedy/stand-up, show/anden scenekunst (fx musical, revy, cirkus), foredrag samt professionelt sportsarrangement (som gæst eller tilskuer).	109	31 %

BEREGNING AF TURISMESKABT OMSÆTNING OG INDUCERET EFFEKT

Den turismeskabte omsætning er udregnet på følgende måde:

- Antal af turisttype = Totale besøgstal × Andel af turisttype i undersøgelsen
- Årligt turistforbrug for turisttype = Antal af turisttype × (Døgnforbrug × Gennemsnitligt antal overnatninger)
- Turismeskabt omsætning = Summen af årligt turistforbrug per turisttype

Den turismeskabte omsætning angiver således de forventede udgifter fra turister, herunder i forbindelse med deres besøg på det specifikke venue.

Døgnforbruget for betalte overnattende baserer sig på VisitDenmarks opgørelse *"Turisternes døgnforbrug"*, 2023. Her fremgår det, at danske turister har et gennemsnitligt døgnforbrug på 1.200 kr., mens udenlandske turister har et på 1.000 kr.

Døgnforbruget for gratis overnattende og endagsturister antages at være ens og baserer sig på prognosemodellen fra VisitDenmark og Sport Event Denmarks *"Prognosemodel for events"*, 2022. Heraf fremgår et døgnforbrug på 650 kr. for danske endagsbesøgende og 600 kr. for udenlandske.

Forbruget i de to undersøgelser er opgjort som udgifter afholdt i Danmark. Der spørges til udgifter til overnatning, transport samt forplejning og shopping i lufthavn for hele opholdet. For øvrige forbrugsposter spørges der til "i går" med formuleringen: "Tænk på i går. Hvor mange penge vil du tro, du og din økonomiske rejsegruppe brugte på følgende poster?". Gårsdagens forbrug antages dermed at være repræsentativt for hele opholdet.

Den inducerede effekt er udregnet på følgende måde:

- Induceret effekt = (Antal årsværk * Årlig gennemsnitlig skattebetaling) + ((Eksterne omkostninger * 1,12) – Eksterne omkostninger)

Den gennemsnitlige skattebetaling per årsværk og multiplikatoreffekten på de eksterne omkostninger baserer sig på Silverlining Researchs egen undersøgelse *"Kultur- og fritidslivets værdi for borgere og samfund i Randers Kommune"*, 2024.

Kilder:

- VisitDenmark og Sport Event Denmark (2022): *Prognosemodel*
- VisitDenmark (2023): *Turisternes døgnforbrug*
- Silverlining Research (2024): *Kultur- og fritidslivets værdi for borgere og samfund i Randers Kommune*

KULTUR- OG FRITIDSLIVETS VÆRDI, 6-BY-SAMARBEJDET 2024

I 2024 indgik Silverlining Research i et samarbejde med kommunerne Aarhus, Esbjerg, København, Randers, Odense og Aalborg med det formål at måle værdien af kultur- og fritidslivet.

Samarbejdet munder ud i syv rapporter – én for hver af de deltagende kommuner og én komparativ rapport.

Alle rapporter er offentligt tilgængelige, og de er vedhæftet herunder

- Aarhus: [Link til rapport](#)
- København: [Link til rapport](#)
- Esbjerg: [Link til rapport](#)
- Odense: [Link til rapport](#)
- Randers: [Link til rapport](#)
- Aalborg: [Link til rapport](#)
- Komparativ: [Link til rapport](#)



Kontakt



Terje Vammen

Senior Director & Partner

Silverlining Research

E-mail: tv@silverliningresearch.com

Mobile: +45 2986 1515



Helene Nygaard

Senior Manager

Silverlining Research

E-mail: hn@silverliningresearch.com

Mobil: +45 6160 8145

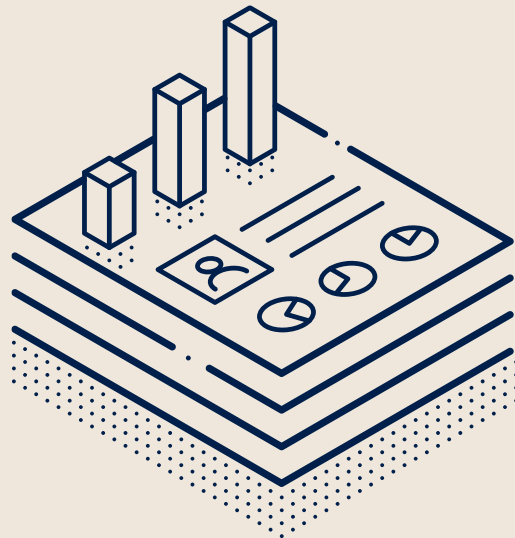




Bilag 5



INFOMEDIA



REDAKTIONELLE MEDIER: 20. FEBRUAR 2024 - 16. APRIL 2024

X Factor-finale i Arena Randers

Kampagnemåling

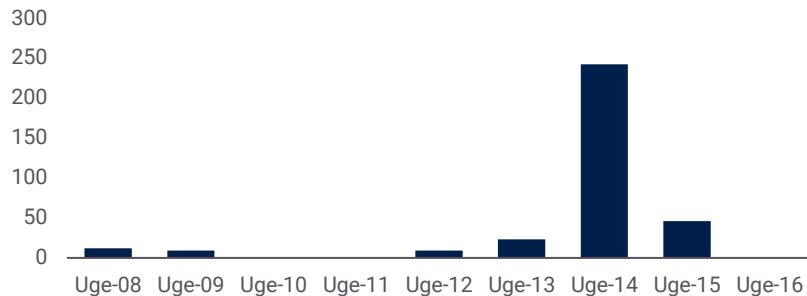
SUPPORT@INFOMEDIA.DK // +45 88 77 33 00



Overblik over perioden: 20. februar 2024 - 16. april 2024

	Omtaler	Reach	EAC
Feb-24	20	2.487.400	569.596
Mar-24	33	13.644.100	2.787.863
Apr-24	288	54.636.949	11.739.090

Omtaler i perioden



Nøgletal



341

Omtaler



70.768.449

Reach*



15.096.549

Estimerede
annonceomkostninger (EAC)



EkstraBladet.dk

Medie med flest omtaler



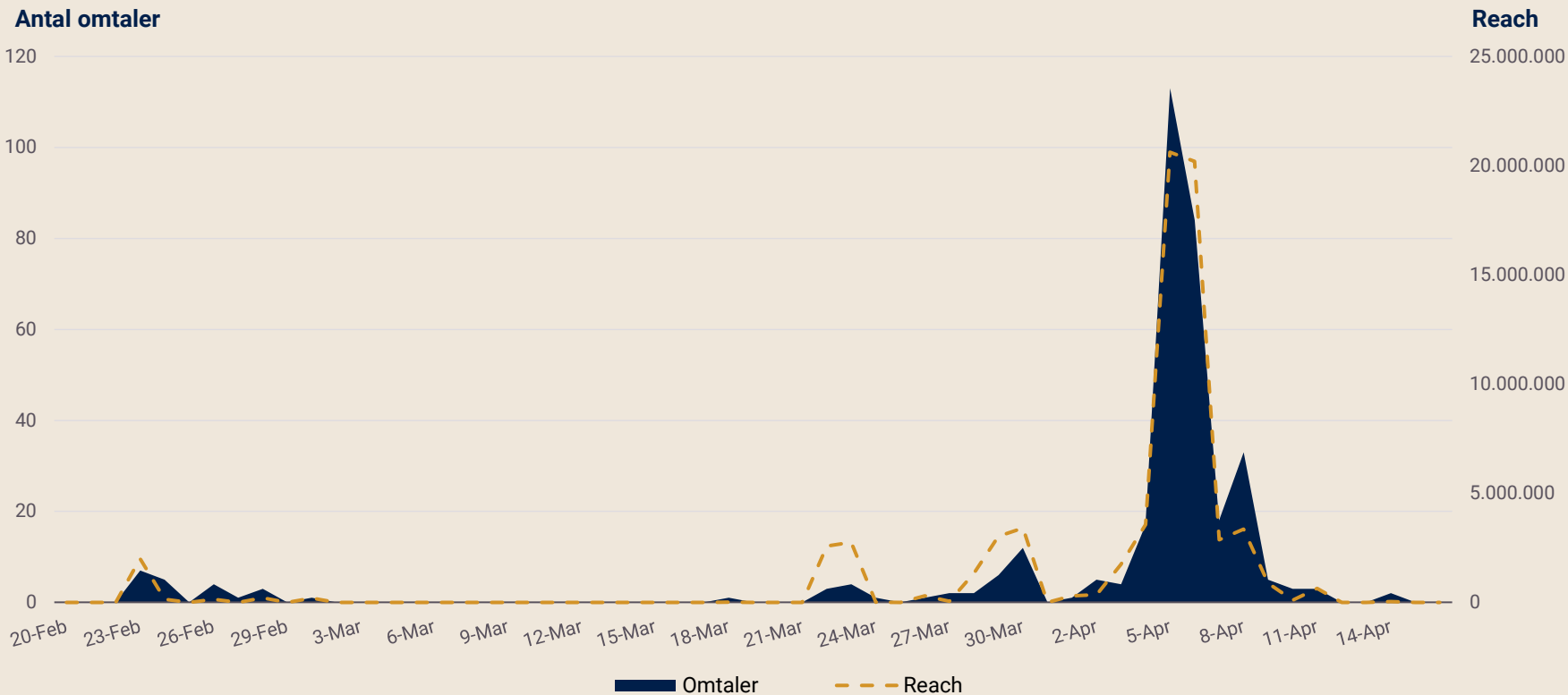
9

Gange nævnt i overskrift:

**TV 2 sendte fredag den 5. april 2024 X Factor-finalen live fra Arena Randers. Ifølge Nielsen.com var der i tillæg til de fundne omtaler kl. 21:47 på TV 2 et seertal på 839.000.*



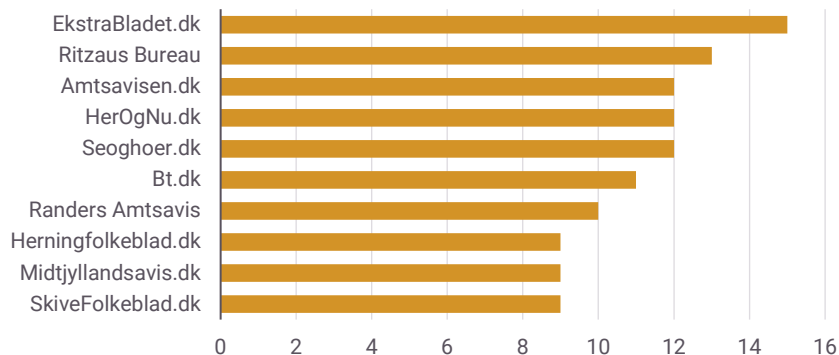
Udvikling: 20. februar 2024 - 16. april 2024



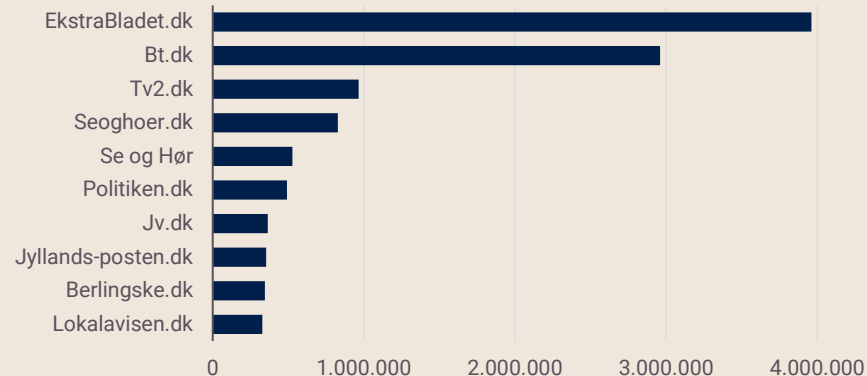
Medier: 20. februar 2024 - 16. april 2024

	Omtaler	Reach	EAC (DKK)
Webkilder	232	62.929.890	12.602.339
Regionale og lokale dagblade	57	1.339.412	368.314
Fagblade og magasiner	15	3.495.000	1.117.102
Nyhedsbureauer	13	-	-
Landsdækkende dagblade	11	2.126.427	694.871
TV-indslag	6	624.000	277.900
Lokale ugeaviser	5	200.720	33.373
Radioindslag	2	53.000	2.650

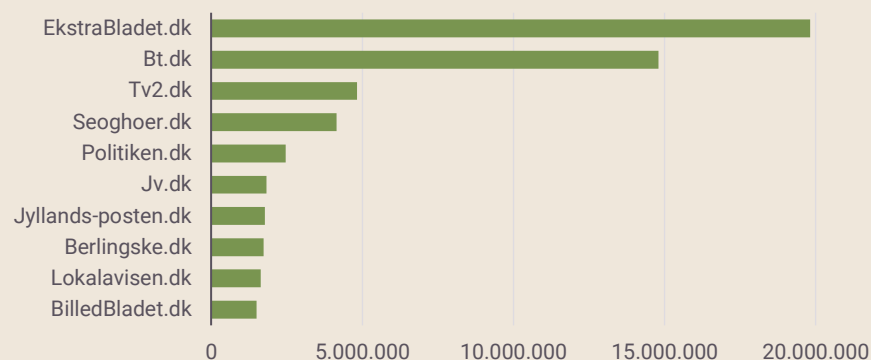
Medier med flest omtaler



Medier med højeste samlede annonceomkostninger (DKK)



Medier med højeste samlede potentielle reach





Overskrifter: 20. februar 2024 - 16. april 2024

Topoverskrifter – samlet reach

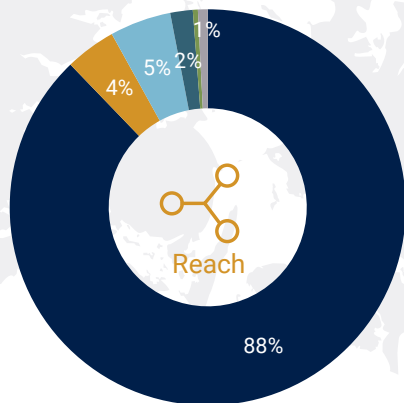
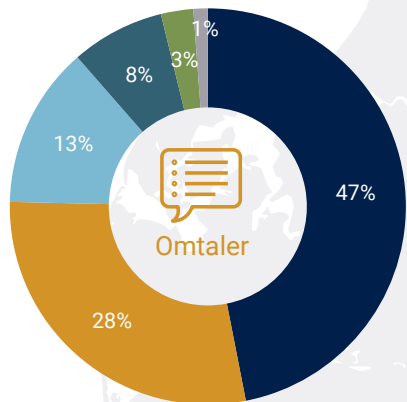
	Medie	Dato	Reach
TV2 afslører: Her afholdes 'X Factor'-finalen	Bt.dk	23-02-2024	1.345.500
Sådan bliver finalen i X Factor	Bt.dk	05-04-2024	1.345.500
B.T.s dom over 'X Factor'-finalen: Klassisk og fantastisk - men én detalje irriterer	Bt.dk	05-04-2024	1.345.500
Helene Frank vinder "X Factor" 2024	Bt.dk	05-04-2024	1.345.500
Rørt Simon Kvamm: Mit hjerte er blevet angrebet fra flere sider	Bt.dk	06-04-2024	1.345.500

Topoverskrifter – med kampagne i overskriften

Både TV2 og Arena Randers er glade efter afvikling af X Factor-finale: »Vi er voldsomt tilfredse«	Lokalavisen.dk	08-04-2024	273.523
Billetter til X Faktor finaleshow rives væk: - Det er helt vildt, lyder det fra Arena Randers	Amtsavisen.dk	24-02-2024	55.746
- Lige nu kan man se alt det, man ikke kan se i tv: Arena Randers gør sig klar til kæmpefest fredag	Amtsavisen.dk	03-04-2024	55.746
Både TV2 og Arena Randers er glade efter afvikling af X Factor-finale: »Vi er voldsomt tilfredse«	Din Avis Randers	10-04-2024	47.580
Arena Randers gør sig klar til kæmpefest fredag	Randers Amtsavis	04-04-2024	14.572



Regional fordeling: 20. februar 2024 - 16. april 2024



Region	Omtaler	Reach
Landsdækkende	160	62.139.008
Region Midtjylland	97	2.933.322
Region Syddanmark	45	3.543.113
Region Sjælland	26	1.298.744
Region Hovedstaden	9	290.800
Region Nordjylland	4	563.462

Metode

Videreformidling

Såfremt analysens resultater ønskes delt med andre uden for jeres organisation, f.eks. på en hjemmeside, med samarbejdspartnere eller øvrige stakeholdere, skal Infomedia give tilsagn hertil på forhånd.

Reach (læsere/lyttere/seere)

Reach eller rækkevidde er summen af potentielle læsere, lyttere og seere af de enkelte omtaler. Det vil sige, at alle de enkelte omtalers individuelle potentielle reach lægges sammen til ét samlet reach. Der er derfor ikke tale om antallet af individuelle unikke læsere, lyttere eller seere, men derimod summen af de potentielle eksponeringer.

Reach for printmedier svarer til det gennemsnitlige læsertal for hver udgivelse på baggrund af tal fra Gallup/Nielsen.

Reach for radio og TV er baseret på lytter- og seertal fra Gallup/Nielsen og udregnes som et gennemsnit over et halvt år.

Reach for webkilder er et udtryk for hjemmesiders unikke antal besøgende om ugen. Tallene kommer fra en anerkendt leverandør af webtrafikdata.

PR-score

Infomedia arbejder med en numerisk værdi som kvalitetsmåleværdi for medieomtale. Vi kalder denne for PR-score. PR-scoren bygger på fem faktorer, der er afgørende for omtalens kvalitet: læsertal, eksponering i overskrift, eksponering i omtalen, størrelse på omtalen samt hvorvidt omtalen er positiv, neutral eller negativ. For radio- og TV-indhold tæller eksponering i overskrift dog ikke med. Den samlede PR-score beregnes som et gennemsnit af alle omtalers PR-score. Til måling af Infomedias PR-score benyttes en skala, der går fra: +100 (meget positiv) til -100 (meget negativ).

+51 til +100 er udtryk for en meget favorabel vinkling.

+21 til +50 er udtryk for en lettere positiv vinkling.

+0 til +20 er udtryk for en neutral vinkling.

-1 til -50 er udtryk for en lettere kritisk vinkling i omtalen.

-51 til -100 er udtryk for en meget kritisk vinkling i omtalen.

Annonceomkostninger

Infomedia anbefaler, at estimerede annonceomkostninger (EAC) ikke anvendes som validering af en presseindsats eller presseinvestering.

Som Medlem af AMEC (International Association for the Measurement and Evaluation of Communication) har Infomedia forpligtet sig til ikke at anvende estimerede annonceomkostninger (også kendt under navnet estimeret annonceværdi (EAV)) uden samtidig at gøre opmærksom på de udfordringer, der kan være ved at benytte denne måleenhed som selvstændigt måleparameter. Ved at anvende begrebet "estimerede annonceomkostninger" frem for "annonceværdi" signalerer Infomedia, at værdi og omkostninger ikke bør sammenblandes, samt at måleparameteret ikke bør bruges som målestok for effekten af en presseindsats.

Udfordringerne er blandt andre,

- at annonceomkostninger er baseret på estimerede annoncepriser, som ikke tager højde for placering, størrelse, farver etc.,
- at annonceomkostninger ikke tager højde for kvaliteten af mediedækningen, altså tæller negativ medieomtale på lige fod med positiv og neutral medieomtale,
- at brugen af annonceomkostninger som måleenhed fremmer en tendens, som ikke nødvendigvis understøtter jeres organisation, idet annonceomkostninger begunstiger stor volumen frem for målrettet dækning, og
- at de annoncepriser, som annonceomkostninger er baseret på, generelt er dalende, hvilket vil betyde et fald i

annonceomkostninger, såfremt der sammenlignes med tidligere perioders annoncepriser.

Yderligere info kan tilgås her: <https://amecorg.com/2017/06/the-definitive-guide-why-aves-are-invalid/>

Annonceomkostninger i printmedier er beregnet ud fra den tilsvarende værdi, som en annonce i det pågældende medie ville have kostet, hvis artiklen var bragt som annonce. Artiklens brødtæst omregnes fra antallet af ord til spaltecentimeter. Oplysninger om annoncepriser revideres løbende. Pris pr. spaltecentimeter er beregnet på grundlag af mediets annoncepriser for tekstsider i fire farver.

Annonceomkostninger i radio og TV udregnes på baggrund af antallet af lyttere/seere samt annonceprisen pr. sekund i det givne medie. Priserne for TV er baseret på TV 2's priser, og priserne for radio er baseret på SBS' priser.

Annonceomkostninger i webkilder udregnes på baggrund af antallet af unikke besøgende pr. måned. Annonceprisen på webmedier er en fast pris på det medie pr. artikel og er uafhængig af artiklens størrelse og placering på hjemmesiden.

Der bruges som udgangspunkt listepreiser.



Kontakt os, hvis I ønsker at vide mere om:

Kvaliteten af jeres omtale
(positiv, neutral eller negativ) →

Jeres **omdømme** i
befolkningen →

Share of voice ift. andre
aktører på markedet →

Talspersoners gennemslag i
medieomtalen →

Viden om et **forretnings-**
områder, emne eller brand →

Support

+45 88 77 33 00

support@infomedia.dk

← Gennemslagskraft af
jeres **budskaber**

← **Agendaer** som for
eksempel bæredygtighed

← Opfølgning på
regnskabsudmeldinger

← Dokumentation/evaluering
af **særlige udmeldinger**

← **Målgruppeanalyser**



Bilag 6

Randers Idrætshaller

10 års vedligeholdsplan 2026-2036

1. maj 2026

Nutidsværdi														
STORE +400.000 VEDLIGEHOLDELSESGOPGAVER	Lokation	Tema	2026/2027	2027/2028	2028/2029	2029/2030	2030/2031	2031/2032	2032/2033	2033/2034	2034/2035	2035/2036	Total	Gennemsnit
ARENA RANDERS														
Alle beløb er inklusiv 15% til rådgivning														
ARENA 1														
Motoriserede ydredøre (Stokvad)	Arena 1	Døre							805.000				805.000	80.500
			0	0	0	0	0	0	805.000	0	0	0	805.000	80.500
ARENA 2														
Udskiftning af trægulv i hal 2(Stokvad)	Arena 2	gulve						2.801.400					2.801.400	280.140
Udskiftning af og til LED belysningen (Bravida)	Arena 2	lys											0	
Udskiftning til LED i omklædning, gange, ude og birum (Bravida)	Arena 2	lys											0	
Gulve og VVS i bade- omklædningsrum omklædning 3-8	Arena 2	Gulve				700.000							700.000	70.000
Udskiftning af ventilations anlæg til omklædning 1-6 (K&L)	Arena 2	Ventilation		400.000									400.000	40.000
Udskiftning af ventilations anlæg fra 1972 (Bravida/K&L)	Arena 2	Ventilation			2.664.000								2.664.000	266.400
SAMMENLAGT			0	400.000	2.664.000	700.000	0	2.801.400	0	0	0	0	6.565.400	656.540
ARENA 3														
Ventilationsanlæg	Arena 3	Ventilation	300.000										#REFERENCE!	#REFERENCE!
Nedslibning og nyt lak og opstribning jf. kommunal rapport	Arena 3	gulve				415.000							415.000	41.500
SAMMENLAGT			300.000	0	0	415.000	0	0	0	0	0	0	715.000	71.500
ARENA 4														
														0
Tagkonstruktion - Hal 4 (Stokvad)	Arena 4	tag								2.157.600			2.157.600	215.760
Udskiftning af trægulv helt/delvist (beløb ikke bekræftet)	Arena 4	gulve								900.000			900.000	90.000
SAMMENLAGT			0	0	0	0	0	0	0	3.057.600	0	0	3.057.600	305.760
TILBYGNING														
Kælder sikres mod vandindtrængning (delvis Stokvad)	"JHF"	bygning					420.000						420.000	42.000
Renovation af vinduer, ydrevæggetag/tagpap (beløb bekræftet)	"JHF"	bygning					450.000						450.000	45.000
SAMMENLAGT			0	0	0	0	870.000	0	0	0	0	0	870.000	87.000
TENNIS														
Udskiftning af tagplader jf. kommunal rapport	Tennis	tag			1.920.000								1.920.000	192.000
SAMMENLAGT			0	0	1.920.000	0	0	0	0	0	0	0	1.920.000	192.000
ULVEHØJHALLEN														
Nyt tagpap hvor vi ikke skiftede i 2025 (beløb ikke bekræftet)	Ulvehøj	Tag				400.000							400.000	40.000
Udskiftning af belysningen til LED (Hornbæk el/Bravida)	Ulvehøj	Belysning		420.000									420.000	42.000
SAMMENLAGT			0	420.000	0	400.000	0	0	0	0	0	0	820.000	82.000
DRONNINGBORGHALLEN														
Mellembygningen intergeres og opgraderes til den nybyggede del	Dronningborg	bygning	1.500.000										1.500.000	150.000
Udskiftning af tagplader jf. kommunal rapport	Dronningborg	Tag	1.000.000										1.000.000	100.000
SAMMENLAGT			2.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.500.000	250.000
SAMMENLAGT														
			2.800.000	820.000	4.584.000	1.515.000	870.000	2.801.400	805.000	3.057.600	0	0	17.253.000	1.725.300
ARENA 2 PROJEKT														
Udskiftning af tag (Stokvad)	Arena 2	Tag					43.987.500						43.987.500	4.398.750
TOTAL ARENA 2 PROJEKT			0	0	0	0	43.987.500	0	0				43.987.500	4.398.750

STØRRE (100-399.999 KR) BUDGETTEREDE OPGAVER	Lokation	Tema	2026/2027	2027/2028	2028/2029	2029/2030	2030/2031	2031/2032	2032/2033	2033/2034	2034/2035	2035/2036	Total	Gennemsnit
ARENA RANDERS														
ARENA 1														
Rensning af ventilationsposer mv.	Arena 1	Ventilation			250.000					250.000			500.000	
Større reparation efter 15 år	Arena 1	Elevatorer								216.000			216.000	
SAMMENLAGT			0	0	250.000	0	0	0	0	466.000	0	0	716.000	
ARENA 2														
Halgulve rep. mod nordtribunen jf. kommunal raport	Arena 2	gulve	300.000										300.000	
Gulve og VVS i bade- omklædningsrum omklædning 1-8	Arena 2	gulve											0	
Motionscenter	Motion	Alt	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.000.000	
SAMMENLAGT			400.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.300.000	
ARENA 4														
Nedslibning og nyt lak og opstribning jf. kommunal raport	Arena 4	gulve		180.000									180.000	
SAMMENLAGT			0	180.000	0	0	0	0	0	0	0	0	180.000	
TENNIS														
Renovation af omklædningsrum	Tennis	Gulv, vvs, el...	200.000										200.000	
SAMMENLAGT			200.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	200.000	
AREALER														
Elevator 10 år gammel	Cafe	Elevator						300.000					300.000	
Fliser/belægning ved Sjællandsgade og hovedindgang	Udvendigt	bygning				180.000							180.000	
SAMMENLAGT			0	0	0	180.000	0	300.000	0	0	0	0	480.000	
ULVEHØJHALLEN														
Gulve og VVS i bade omk. + dommer (jf. kommunal raport)	Ulvehøj	Gulv, vvs, el...		250.000		250.000							500.000	
Renovering af port og indgangsparti (beløb ikke bekræftet)	Ulvehøj	Døre					180.000						180.000	
Renovation af øvrige murværk (beløb ikke bekræftet)	Ulvehøj	Bygning							300.000				300.000	
SAMMENLAGT			0	250.000	0	250.000	180.000	0	300.000	0	0	0	980.000	
DRONNINGBORGHALLEN														
Udskiftning af ELtavler(Stokvad)	Dronningborg	EL	210.000										210.000	
Udskiftning af vinduer(Stokvad)	Dronningborg	Bygning	210.000										210.000	
Udskiftning til LED belysning i springsalen (Bravida)	Dronningborg	Belysning		210.000									210.000	
SAMMENLAGT			420.000	210.000	0	0	0	0	0	0	0	0	630.000	
SAMMENLAGT			1.020.000	740.000	350000	530.000	280.000	400.000	400.000	566.000	100.000	100.000	4.486.000	448.600



Bilag 7

Bilag 8 – Tidslinie ift. Arena 1 – (tidligere multiarena-hal 4)

- 2014: Med vedtagelse af budget 2015-18 reserverede byrådet 15 mio. kr. til kommunal medfinansiering af en hal 4 med Randers Idrætshaller som bygherre.
- 2015: Med vedtagelse af budget 2016-19 beslutter byrådet at iværksætte arbejdet med en lokalplan og udarbejdelse af en nærmere afklaring af projektet inden endelig forventet beslutningstagen i forbindelse med budgettet for 2017-20. Det blev samtidig besluttet at afsætte 2,5 mio. kr. årligt i 2018 og frem til finansiering af de kommunale udgifter forbundet med projektet (øget tilskud og tilskud til ydelser på lån,
- 2016: I maj måned godkendte byrådet at planlægningen igangsættes.
- 2016: Budget 2017-20: Byrådet bekræfter de hidtidige afsatte midler og godkender prospekt, herunder at der kan gives en kommunegaranti for lån på 35 mio. kr. og afsætter endvidere 2,7 mio. kr. til forøgelse af parkeringskapaciteten og godkender en 3 årig lejeaftale om møde- og loungefaciliteter på 250.000 kr.
- 2017: Februar: Der gives en anlægsbevilling
Marts: Det vurderes nødvendigt at reducere projektet med henblik på at kunne overholde de økonomiske forudsætninger
Oktober: Byrådet godkender at byggeriet igangsættes, blandt andet med øget lånoptagelse, herunder godkendelse af konvertering af snarlig udløbne lån med kommunal ydelsesstøtte
December: Redegørelse som følge af afslag fra Kommunekredit om at yde lån og der i stedet optages lån andre steder, som betyder en fordyrelse af ydelsesudgifterne.
- 2019: Oktober: Ansøgning fra Randers Idrætshaller som følge af fordyrelse af projektet og anlagt voldgiftssag.
Anlægstilskuddet forøges med 5,2 mio. kr. og kommunen stiller en garanti på 10 mio. kr. i forbindelse med voldgiftssagen. Endvidere besluttet at revisionsfirmaet BDO løbende skal følge anlægs- og driftsudgifter samt at der skal arbejdes med et forslag til en stærkere organisering af Randers Idrætshaller
- 2020: Juni: Godkendelse af ny organisering af Randers Idrætshaller, hvor blandt andet Randers Byråd udpeger 3 medlemmer, herunder formanden.
- 2021: Indvidelse af hallen
- 2022: November: På baggrund af ansøgning fra Randers Idrætshaller gives et øget anlægstilskud på 5 mio. kr. til dækning af færdiggørelse af hallen

- 2023: Juni: Randers Idrætshaller anmoder om at man i samarbejde med forvaltningen får udarbejdet en analyse af grundlaget for driften som følge af et forventet underskud på 2,8 mio. kr.
Forvaltningen beslutter at bede BDO lave analyse
- December: På grundlag af analysen godkender byrådet at give et ekstratilskud på 7,5 mio. kr. under forudsætning af at bestyrelsen følger BDO's anbefalinger.
Tilskuddet skal dække 2,8 mio. kr. vedr. byggesag, 2,9 mio. kr. vedr. akut vedligehold samt et yderligere likviditetstilskud på 1,8 mio. kr..
Endvidere besluttet at der frem mod budgetlægningen for 2025-28 skal gennemføres et yderligere analysearbejde med henblik på forudsætningerne for en bæredygtig drift
- 2024: På baggrund af analysen bevilges ved budgettet for 2025-28 et øget tilskud på 4,1 mio. kr. i hhv. 2025 og 2026, som skal følges op af en tæt opfølgning og monitorering mellem Randers Idrætshaller og forvaltningen og at i 2026 skal fremlægges status og forslag til varig løsning
- 2025: Beslutning om igangsætning af Dronningborg-hallen
- 2026: Fremlæggelse af analysen med status og forslag til varig løsning (denne rapportering).



Bilag 8

Randers Kommune
Thomas Krarup
Sundhed, Kultur og Omsorg

Randers Idrætshaller
Den selvejende institution

Arena Randers
Fyensgade 1 - 8900 Randers C
Tlf.: 8642 2179

www.arenaranders.dk
E-mail: mail@arenaranders.dk

Vedr.: Bemærkning til høringsversion af analyserapporten

Randers den 14. august 2026

Analyserne fra BDO og forvaltningen beskriver i høj grad konsekvenserne af den nuværende situation, men belyser i mindre grad de oprindelige forudsætninger og de forhold, som har påvirket udviklingen siden beslutningen om opførelsen af Arena 1.

Bygningen af Arena 1 blev besluttet i 2016-17 med forudsætningen om en markant forøgelse af kommerciel og idrætslig drift, der skulle finansiere lånene på ca. 68 mio. kr. i Randers Idrætshaller med den nye Arena. Herudover ville der være lån for 37,5 mio. kr., der er dækket af kommunale tilskud. En drift af den størrelse har ikke kunnet realiseres i markedet for bl.a. møder og events.

Bestyrelsen vurderer, at der kan ikke skabes en meromsætning eller driftsbesparelse, der kan finansiere både lånafdraget på ca. 3,6 mio. kr. årligt for Arena 1 og vedligeholdelsesbehovet for de 25.000m², i den nuværende markedssituation.

Resultater opnået de seneste 4 år

- Vi har lavet væsentlige besparelser på drift, og det på trods har vi skabt vækst i den kommercielle del af forretningen, samt gjort vores faciliteter mere attraktive for idrætten og for møder og events.
- Gennem en stor indsats i vores organisation og med bidrag fra fonde har vi fået lavet mere vedligehold og energioptimeringer af vores 25.000m² for vores budget.
- Hertil kommer, at organisationen i de sidste 4 år har fået løst udfordringer ift. byggeriet af Arena 1, der har involveret voldgiftssager, flere syns- og skønssager om med nyt gulv, tribuner og opgradering af ventilation til aftalte specifikation – og en lang række andre udfordringer.

Vores ambitioner:

- Vi vurderer, at vores faciliteter er klar til en øget vækst.
- Markeds- og kundeundersøgelser viser, at Randers og Arenaen har vækstpotentiale.
- Vores organisation er bygget op sideløbende med de udfordringer, vi har mødt, og vi mener derfor, at organisationen er godt rustet til fremtidens udvikling.
- Bestyrelsen er ambitiøs på vegne af Randers Idrætshaller og tror på en lys fremtid. Vi vil i de kommende år arbejde målrettet for at skabe yderligere vækst end vores 4-årige budgetter tilskriver. Vi vil arbejde for bedre faciliteter for idrætten, kultur og erhvervsfremme og bidrage til Fremtidens Randers (se vedlagte bilag "en vigtig samfundsfunktion").

Bestyrelsen bakker således op om analysens konklusioner om, at Randers Idrætshaller har behov for et tilskud i størrelsesordenen fremlagt i analysen, og konsekvenserne uden tilskud vil være store for idrætten og for kommunen.

Med venlig hilsen
Bestyrelsen, Randers Idrætshaller

Vigtig samfundsfunction i Randers Kommune

Randers Idrætshaller er relevant i forhold til følgende overskrifter fra hvidbogen for at lykkes med Fremtidens Randers:

Under Muligheder og potentialer

- Stærke kulturinstitutioner
- Børn og Unge – fritidsaktiviteter
- Et muligt fokus på turisme

Og med de væsentlige udfordringer

- Sundhed – levetid
- Randers Midtby'

Randers Idrætshaller fungerer som "brobygning" mellem foreninger, erhvervslivet og øget trivsel med beskæftigelse, praktikanter, fleksjobber, unge og senior jobs, og som facilitet for sundhed og fællesskaber. Potentialet for at aktiviteten i Randers Idrætshaller kan øges som del af at løse udfordringerne for Randers er stort. *Bilag A: Randers Idrætshaller en del af noget større*



Figur: Borgernes tilfredshed med Randers | Silverlining Research 2026

Undersøgelsen af kultur- og fritidslivets værdi i Randers viser, at de borgere, der i høj eller meget høj grad oplever Randers som en god kommune at bo i, nævner 35 % kulturlivet og 34 % fritids- og foreningslivet som forklaring og 35% betragter kulturlivet som vigtig årsag.

20 % af de mindre tilfredse borgere peger på, at der mangler mødesteder, der kan facilitere fællesskaber for yngre borgere. Her har Randers Idrætshaller allerede en funktion, som matcher et dokumenteret behov i kommunen.

Erhvervsfremme, eventstrategi og turisme

Med Arena Randers har byen et veldrevet idrætsskompleks, top moderne faciliteter og en organisation med kompetencerne til at være ambitiøse som tiltrækningskraft og med muligheder for byen. Et fortsat og øget samspil mellem kommune og Randers Idrætshaller vil være til glæde for Fremtidens Randers, for idrætten i hallerne – og for erhvervsfremme for Randers Kommune.

Markedsanalysen for Aarhusregionen viser, at Randers indgår i et område med dokumenteret potentiale for møde- og konferenceturisme. (*Silverlining Research, kultur- og fritidslivets værdier 2024*). Arena Randers med sin store kapacitet kan aktiveres til at styrke erhvervsfremme og mødeaktivitet.

Kommende aftaler om erhvervsfremme og turisme for Randers Kommune, der omfatter at tiltrække nationale møder, konferencer eller begivenheder til Randers, vil påvirke Arenaen positivt også.

Visit Aarhus og MeetDenmark estimerer, at en erhvervsturist eller dagsgæst til konferencer og lignende lægger omkring 1.600 kr. i en by. Dermed bidrager Randers Idrætshaller gæster fra andre dele af landet til forbrug i Randers, og gæster til stævner og events påvirker byens hoteller, restauranter, detail og transport, og skaber synlighed for hele Randers (*Silverlining Research, resultatrapport - Den samlede værdiskabelse hos Arena Randers i samarbejde med Dansk Industri 2026*)

2 X-factor, 3 landskampe og 4 Supercup sætter Randers på Danmarkskortet for noget positivt, med 2024 X-factor mest markant, der er målt til en annonceværdi for Randers på 15,1 mio. kr. (Infomedia (2024).

Den nye eventstrategi for Randers kan blive løftet af aktivt at bruge Arena Randers' topmoderne multikompleks og 17500 m2 under samme tag midt i Randers til at tiltrække oplevelser til byen og dermed kendskabsgraden.

Eventstrategien kan for Arena Randers omfatte både sport og kulturelle begivenheder.

Events bidrager til turismen med dagsgæster og overnatninger. Alene de kommende Nordiske Mesterskaber i Cheerleading, som Randers Cheerleaders og Randers Idrætshaller har tiltrukket, forventes at have 2000 overnatninger alene den weekend. Flere typer af sportsevents kan tiltrækkes til Randers med bidrag fra en ny eventstrategi.

Med øget aktivitet gennem flere fronter, er der potentiale for afledte indtægter for Randers Idrætshaller, og den potentielle positive økonomiske effekt vil være et bidrag til at styrke idrætten og vedligehold af faciliteterne.

Henvisninger fremgår som bilag til kommunens analyse herunder:

Infomedia, X Factor-finale i Arena Randers kampagnemåling 2024, Silverlining Research, kultur- og fritidslivets værdier 2024 og resultatrapport - Den samlede værdiskabelse hos Arena Randers i samarbejde med Dansk Industri 2026