

INDHOLDSFORTEGNELSE FOR BILAG

BILAG 1: EKSPLORATIVT INTERVIEW MED C4.....	2
BILAG 2: EKSPLORATIV INTERVIEWGUIDE: MATCHMAKING	4
BILAG 3: DYBDEINTERVIEWGUIDE: MICE-TURISMEUDBYDER	5
BILAG 3.1 MICE-UDBUDDSINFORMANTER	9
BILAG 4: DYBDEINTERVIEWGUIDE: WONDERFUL COPENHAGENS	
KONGRESCHF	10
BILAG 5: DYBDEINTERVIEWGUIDE: PROJEKTKOORDINATOR FRA C4.....	12
BILAG 5.1: REPRÆSENTANT FOR C4: PROJEKTKOORDINATOR TOMMY ENGEDAL KRONBORG	15
BILAG 6: MAIL FRA PETER SCHWENSEN	16

Bilag 1: Eksplorativt Interview med C4

Deltagere: Tommy Kronborg, Turistchef Ole Mortensen, Ulrik Okkels Iversen, Jakob Murning, Trine Olesen, Jes Pettersen, Ditte Møller Munch og Casper Elkær.

Spørgsmål til C4 samt information omkring empiriske overvejelser.

- 1) Vi ønsker en uddybning af Ny Hillerød kommunes **strategi og visioner** indenfor især turisme, herunder MICE-turisme.
 - Hvilke personer er hertil relevante at tale med?
 - Hvilke overvejelser ligger bag? Kan det her være relevant at interviewe borgmester Hækkerup? Eller er det mere relevant at inddrage Turistchef Ole Mortensen, som repræsentant for Hillerød kommune?
- 2) Hvor fyldestgørende ønsker I, at SWOT- analysen bør være, således at den er tilfredsstillende for Ny Hillerød?
- 3) Indsamling af empiri:
Overvejelser mht. efterspørgsels-informanter: Vi ønsker at inddrage både de virksomheder som i forvejen benytter Hillerøds faciliteter og nogle som ikke gør (men som derfor er potentielle kunder). Således vil der måske tegne sig et billede af behovene for MICE i kommunen.
 - Vi vil først og fremmest gerne tale med større virksomheder, der kunne være interesserede i MICE-faciliteter i Ny Hillerød kommune. Dette for at kunne undersøge efterspørgslen fra en del af de potentielle og nuværende kunder.
 - Efterfølgende, vil vi undersøge udbudet, dvs. lave en mere omfattende empirisk analyse af udvalgte repræsentanter fra de, i jeres mail, nævnte servicevirksomheder.

Har I evt. forslag til kontakter hertil, som I kan formidle? Her tænker vi på de større(størrelse pt. ikke defineret) virksomheder, hvilket vi har talt om kunne afgrænses til beliggende i evt. en radius af 20 km? Dette kunne f.eks. være Novo Nordisk, Lundbeck, Novo Zymes, Coloplast mv. men selvfølgelig også knap så store virksomheder. Det kunne her være relevant at udvælge ud fra, i hvor høj grad de er parate til at benytte en udbyder.

Overvejelser mht. udbuds-informanter: inddrage (alle) relevante aktører, som foreløbigt er involveret i MICE-turisme. Derudover ønsker vi, at inddrage (et par?) informanter i Ny Hillerød kommune, som ikke er involveret på nuværende tidspunkt (men som potentielt kunne blive det).

Således mener vi at kunne belyse to vinkler i opgaven.

Af udbuds-informanter arbejder vi stadig med at se på de forslag som I sendte og evt. afgrænse dem:

- Direktør Peter Schwensen, C4 Hillerød (vi lejer møde- og konferencefaciliteter ud & samarbejder med andre kommuner i Nordsjælland om turismeudvikling)

- Frederiksborgcenteret
- Hotel Hillerød (hotel, kurser, konferencer)
- Pharmakon (kurser, konferencer, hotelvirksomhed)
- Danhostel Hillerød Vandrerhjem/Nordisk Lejrskole og kursuscenter
- Frederiksborg Slot (møder, konferencer, kunde- og firmabesøg, firmafester)
- Støberihallen (musik lokaleudlejning etc.)
- Direktør Peter Schwensen, C4 Hillerød (vi lejer møde- og konferencefaciliteter ud & samarbejder med andre kommuner i Nordsjælland om turismeudvikling)
- Klaverfabrikken (er måske ikke så involveret i forhold til MICE-turisme pt.?)
- Slotskroen i Hillerød
- Hillerød Golfklub
- Galleri 1034/Galleri Trampedach (mødefaciliteter, evt. teambuilding!?)

- 4) I forhold til konferencemuligheder, hvilke steder er mest/mindre eftertragtede? Er der specielle steder, som I anbefaler til jeres ansatte/kunder? Hvilken radius?
- 5) Er der nye oplysninger i forhold til spørgeskemaundersøgelsen?
- 6) I forhold til denne arrangementsaften I afholder 16. november **Matchmaking 2006** – Kunne det her være relevant for os at se deltagerlisten og eventuelt få lov til at deltage?

Bilag 2: Eksplorativ interviewguide: MatchMaking

Formål: MatchMaking i Hillerød den 16. november 2006: Hvad efterspørges der? At undersøge deres (personlige og virksomhedens) motivationer og behov i forhold til at deltage i MatchMaking i Hillerød.

Informanter: David Featherston, Liason officer for Biologue og tidligere direktionssekretær Tina Fliora.

Tema, rejsemotivation for MICE-turismeproduktionen i Hillerød
--

1. Hvilke faktorer motiverede dig/jer til at rejse til Matchmaking i Hillerød idag?
2. Hvad forventer/forventede du/I at få ud af dagens program?
3. Hvilke aktiviteter vil du/I efterfølgende deltage i under opholdet i Hillerød og Danmark? (MM2006 Classic, MM2006 by night light, MM2006 by night) eller vælger I jeres egen løsning med aktiviteter såsom shopping, restaurant, café, golf, slotbesøg mm.?
4. Hvordan ankom du/I til Videncenteret i dag? Var det via tog, bus, bil ? Hvis bil, var det egen eller lejet bil? Var det i øvrigt en god infrastruktur?
5. Hvilke andre aktiviteter/services kunne du tænke dig, at der burde være her i Hillerød, som du kunne gøre brug af under besøget?
6. Hvor længe skal du/I opholde dig(jer) i Hillerød (Danmark)?
7. Hvordan ønsker du, at overnatningsmulighederne bør være når du er på rejse med virksomheden?
8. Hvordan forventer du, at overnatningsmulighederne er her i Hillerød?
9. Hvordan opfatter du stedets udbudte service?
10. Hvad forbinder du med dette område af Danmark i forhold til at være erhvervsturist?
11. Hvordan fik du /I information om dette møde og hvem tog beslutningen?

Bilag 3: Dybdeinterviewguide: MICE-turismeudbyder

I interviewguiden bruger vi betegnelsen MICE - turisme. Derfor vil vi give dig vores forståelse af begrebet samt brugen heraf, for at undgå forskellige opfattelser. Ordet MICE er den engelsk forkortelse for Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions og dækker over ordene:

Virksomhedsmøder, belønningsrejser, kongresser samt messer og udstillinger.

Umiddelbart er det oplagt at oversætte MICE - turisme med erhvervsturisme, men vi har valgt at se dem som to forskellige definitioner af en erhvervsturist.

Erhvervsturisten kan opdeles i 2 forskellige personkategorier. En Erhvervsturist er en person rejser på grund af løbende forretningsgøremål, og en MICE - turist rejser på grund af enkeltstående begivenheder og som der kan dannes en markedsførings- og salgsindsats overfor.

Interviewet vil tage udgangspunkt i understående temaer:

- MICE – turismens betydning for Slotskroen
- Slotskroens betydning for MICE – turismen i Hillerød
- Hillerøds MICE – turisme set i forhold til hovedstaden
- Slotskroens identitetsgrundlag i dag
- Placeringen i byens rum
- Slotskroens placering i Hillerøds turismestrategi
- Kommunale 'indspark' i forhold til MICE - turisme
- Slotskroens samarbejdsparter
- MICE - turistens behov

Formål:

At få et indblik i en MICE-turismeudbyders opfattelse af de relationer, der eksisterer imellem MICE-turismeudbydere internt og deres samspil med forvaltningen i Hillerød. Informationen skal sammen med de andre interviews munde ud i en delvis kortlægning af MICE-turismen i Hillerød.

Deltageren: Bestyrelsesformand Helge Andersen; specielt udvalgt grundet sin tilknytning til Slotskroen samt sin erfaring indenfor MICE-turismeerhvervet.

Agenda for interview:

1. Tema: Introduktion
2. Tema: Organisationsindblik
3. Tema: Hillerøds konkurrencesituation
4. Tema: Hillerøds turismestrategier
5. Tema: Samarbejdsrelationer
6. Tema: MICE- turistens efterspørgsel
7. Tema: Afrunding af interview

1. Tema: Introduktion

Identifikation af tema for interviewet: Opfattelser af MICE-turismerelationer i Hillerød

Alle synspunkter er lige værdifulde, da der hverken findes rigtige eller forkerte svar. Vi vil tillade os, at afbryde hvis vi må videre og evt. spørge ind til Informantens svar.

2. Tema: Organisationsindblik- hvordan han repræsenterer rummet.

1. Beskriv kort jeres virksomhed? I forhold til primære kunder osv.
2. Hvad er din rolle/dit daglige virke i virksomheden? Primære funktion.
3. Hvor vigtig er MICE-turisme for jeres virksomhed?
4. Hvor stor en andel udgør den af jeres samlede kundegrundlag?
5. Hvilken type virksomheder benytter sig af jeres faciliteter?
6. Hvorfra kommer MICE-turisterne primært? (lokalt, regionalt, globalt?)
7. Mærker I en spin-off effekt i forhold til København?
8. Hvorfor mener du, at MICE-turister vælger netop jeres sted til at afholde arrangementer?

3. Tema: Hillerøds konkurrencesituation (stedsidentitet)

9. Hvordan adskiller Hillerød sig fra konkurrerende erhvervsturismemedestinationer?
10. Hvad synes du om Hillerøds infrastrukturelle forhold?

4. Tema: Hillerøds turismestrategier

11. Har du kendskab til eventuelle turisme-relaterede strategier fra kommunens side?
12. Hvad synes du (så) om, at en af kommunens turismestrategier fokuserer på erhvervs-turismen i Hillerød? Og har du særligt bidt mærke heri? (læs citat)

Turisme - Hillerød som varemærke

Image. Hillerød Kommune skal være attraktiv både for virksomheder, borgere og turister.

Erhvervslivet efterspørger conferencefaciliteter og nye overnatningsmuligheder for erhvervsturister – her skal kommunen medvirke til at de nye tilbud bliver spændende og passer ind i det eksisterende miljø.

13. I hvilken grad imødekommer kommunen jeres ønsker og behov i forhold til at udvikle MICE-turismen? (parkeringsmuligheder, infrastruktur osv.)
14. Har du eventuelt forslag til konkrete ting, der kan gøres bedre?

5. Tema: Samarbejdsrelationer indenfor MICE-turisme

15. Hvordan er jeres samarbejdsrelationer i forhold til kommunens udviklingsplaner? Og kan du give konkrete eksempler herpå?
16. Hvordan bruger I kommunens strategier i forhold til jeres egen virksomhed?
17. Gør Hillerød kommune nok for at udvikle byen i forhold til MICE-turisme? Konkrete eksempler!!
18. Hvilke turisme- og serviceaktører samarbejder I med indenfor MICE-turisme?
19. Hvad samarbejder I om?
20. Indgår I i netværk og hvordan fungerer det? (lokalt, regionalt, nationalt og internationalt)
21. Bliver et samarbejde med andre service- og turismeaktører i Hillerød og på tværs af kommuner og regioner bakket op af kommunens planlægning?
22. Bruger I i denne forbindelse C4 i forhold til samarbejde?

6. Tema: MICE-turistens efterspørgsel

- 23.** Hvilke steder finder I typisk, at MICE-turisten finder interessant under opholdet i Hillerød? Og hvorfor?
- 24.** Hvornår har I flest besøgende? Sæsonbetinget rejser? (hvilket dog ikke er kendetegnet ved MICE-turister)
- 25.** Hvordan er I opdaterede og hvordan tilpasser I jer de tendenser der efterspørges indenfor MICE-turismen?
- 26.** Har I selv foretaget nogle undersøgelser om MICE-turisternes behov? Tilfredshedsundersøgelse med mere.

7. Tema: Afrunding af interview

Når der ikke kommer flere nyttige informationer afsluttes dybdeinterviewet med en struktureret opsummering.

- 27.** Hvordan synes du at interviewet gik? (positive/negative ting)

Vi takker for din deltagelse i interviewet.

- 28.** Har vi eventuelt mulighed for at kontakte dig efterfølgende, hvis vi har nogle ekstra, uddybende spørgsmål vi gerne vil følge op på?

Bilag 3.1 MICE-udbudsinformanter

Slotskroen

Hillerød Slotskro er placeret centralt ud til søen foran Frederiksberg Slot. Det er en gammel kro, som har en stor historisk betydning i Hillerød. Den er en af de ældste bygninger i Hillerød. Oprindeligt blev den bygget som kongelig slagtergård til slottet, men blev senere i 1725 tildelt som fribolig til klokkeren på Frederiksborg Slot, der også blev kaldt Uhrmager. Derfor blev bygningen i folkemunde kaldt 'Uhrmagergården'. Efter urmagerens død blev den solgt i 1794 og derefter oprettet som kro. Der har således været drevet krodrift på stedet i 212 år. Bygningen blev i 1991 restaureret, men man bibeholdt dens historiske præg. Slotskroen bruges i dag til bespisningssted frokost og aften, hvor man herudover også kan booke kroens lokaler til familiefester, brylluper, firmafester, møder, kurser eller konferencer. Der kan serveres op til 140 kuverter på en gang (www.slotskroen.dk).

Hotel Hillerød

Ejeren af hotellet ejer også slotskroen. Hoteller ligger omkring 10 minutters gang fra Hillerød station, og cirka 15 minutter fra gågaden. Den ligger i et område hvor der findes mange virksomheder ud til en lang og rimelig trafikeret vej. Den er nabo til Frederiksborgcentret, som nu er blevet omdøbt til Sportskilen. Hotellet har en kapacitet på 113 værelser, hvor der er 62 standardværelser, 38 superiorværelser og 2 suiter. Hotellets kapacitet er på ca. 270 personer. Der er trådløst Internetadgang på hele hotellet. Tidligere var det kun muligt at spise morgenmad på hotellet, men de har for nylig åbnet en a la carte restaurant, som kunder så vel som andre gæster kan benytte. Dette betyder at kunder ikke længere skal ud i byen for at spise aftensmad. Hotellet har ikke nogen conferencefaciliteter. Kun et enkelt mødelokale til 10 personer, men de samarbejder med Pharmakon og med Frederiksborgcentret. (www.hotelhillerod.dk, interview med Helge Andersen og Katja Schlüter, samt egne observationer)

Pharmakon

Er placeret umiddelbart på den anden side af vejen over for Hotel Hillerød. Er modsat Hillerød Hotel i højere grad en kursus- og konferencevirksomhed med tilhørende overnatningsfaciliteter, der derudover også fungerer som et uddannelsescenter for farmaceutisk praksis, som et udviklingscenter for innovation af ny viden inden for apotekspraksis og som et farmaceutisk fagligt rådgivningscenter. Selv om stedet lægger vægt på at deres fokus ligger på kursus og konferencer, så har de et hotelkoncept, som indeholder 135 værelser, alle med bad, tv, telefon og trådløst Internet. Selve stedet er røgfrit, men der er et begrænset antal værelser tilegnet rygere. Stedet har deres egen restaurant, som også er røgfri, hvor der er plads til 230 gæster. Der findes 12 undervisningslokaler og 17 møde og gruppe lokaler (www.pharmakon.dk).

Bilag 4: Dybdeinterviewguide: Wonderful Copenhagen's Kongreschef

Formål:

At få et indblik i kongreschef Steen Jakobsens opfattelse af de relationer, der har betydning for MICE-turismeudbydere, offentlige instanser og WOCO's samarbejde. Informationen skal sammen med de andre interviews munde ud i en delvis kortlægning af MICE-turismen i Hillerød.

Deltageren: Bestyrelsesformand Helge Andersen; specielt udvalgt grundet sin tilknytning til Slotskroen samt sin erfaring indenfor MICE-turismeerhvervet.

Agenda for interview:

1. Tema: Introduktion
2. Tema: Organisationsindblik
3. Tema: Københavns og hovedstadsregionens konkurrencesituation
4. Tema: MICE-tendenser og udvikling er denne
5. Tema: MICE-udvikling i perifere byer
6. Tema: WOCO's rolle i forhold til Hillerød
7. Tema: Afrunding af interview

1. Tema: Introduktion

Identifikation af tema for interviewet: Opfattelser af MICE-turismerelationer i hovedstadsregionen

Alle synspunkter er lige værdifulde, da der hverken findes rigtige eller forkerte svar. Vi vil tillade os, at afbryde hvis vi må videre og evt. spørge ind til informantens svar.

2. Tema: Organisationsindblik

1. Beskriv din rolle i organisationen
2. Beskriv kort organisationens (WOCO) rolle i forhold til MICE-turisme?

3. Tema: Københavns og hovedstadsregionens konkurrencesituation

3. Hvad er stedet, København, force som MICE-destination
4. Hvorfra kommer MICE-turisterne primært? (lokalt, regionalt, globalt?)

4. Tema: MICE-Tendenser og udviklingen af denne

5. Hvordan er kravene til byerne, hotellerne kongresfaciliteterne?

5. Tema: MICE-udviklingen i perifere byer

6. Hvordan kan perifere byer tiltrække MICE-turister i forhold storbyer (Hvad kan de konkurrere på?)
7. Kommuners rolle i forhold til at udvikling på MICE-området? Hvordan skal kommunen præge udviklingen?
8. Private aktørers roller i forhold til at udvikling på MICE-området? Hvordan skal de præge udviklingen?
9. Hvor vigtig er relationerne mellem aktørerne?

6. Tema: WOCO's rolle i forhold til Hillerød

10. Hvordan ser du Hillerød som turistdestination – Både almindeligt og MICE?
11. Hvad skal Hillerød gøre – hvordan kan de være proaktive i udviklingen af turismen?
12. Hvad er WOCO's rolle i markedsføringen af periferiområderne?

7. Tema: Afrunding

Når der ikke kommer flere nyttige informationer afsluttes dybdeinterviewet med en struktureret opsummering.

13. Hvordan synes du at interviewet gik? (positive/negative ting)
Vi takker for din deltagelse i interviewet.

14. Har vi eventuelt mulighed for at kontakte dig efterfølgende, hvis vi har nogle ekstra, uddybende spørgsmål vi gerne vil følge op på?

Bilag 5: Dybdeinterviewguide: Projektkoordinator fra C4

Interviewguide: Repræsentanter fra kommunen

Formål:

At få et indblik i kommunens opfattelse af de relationer, der eksisterer imellem MICE-turismeudbydere internt og deres samspil med kommunen i Hillerød. Informationen skal sammen med de andre interviews munde ud i en delvis kortlægning af MICE-turismen i Hillerød.

Deltageren: Tommy Engedal Kronborg

Agenda for interview:

1. Tema: Introduktion
2. Tema: Organisationsindblik
3. Tema: Hillerøds konkurrencesituation
4. Tema: Hillerøds turismestrategier
5. Tema: Samarbejdsrelationer indenfor Hillerød
6. Tema: MICE- turismerummets produktion
7. Tema: Afrunding af interview

1. Tema: Introduktion

Identifikation af tema for interviewet: Opfattelser af MICE-turismerelationer i Hillerød

Alle synspunkter er lige værdifulde, da der hverken findes rigtige eller forkerte svar. Vi vil tillade os, at afbryde hvis vi må videre og evt. spørge ind til Informanternes svar.

2. Tema: Organisationsindblik

1. Beskriv kort din rolle og organisation. (primære funktion)
2. Hvor vigtig er MICE-turisme for Hillerød?
3. Hvor stor en andel udgør MICE-turisme i forhold til det samlede turismegrundlag i Hillerød?
4. Hvilken type virksomheder benytter sig af Hillerøds faciliteter?
5. Hvorfra kommer MICE-turisterne primært? (lokalt, regionalt, globalt?)
6. Mærker I en spin-off effekt i forhold til København?
7. Hvorfor mener du, at MICE-turister vælger netop Hillerød by til at afholde arrangementer?

3. Tema: Hillerøds konkurrencesituation (stedsidentitet)

8. Hvad er specielt ved Hillerød?
9. Hvordan adskiller Hillerød sig fra konkurrerende MICE-turismedestinationer?
10. Hvad synes du om Hillerøds infrastrukturelle forhold set i lyset af MICE-turismen?

4. Tema: Hillerøds turismestrategier

11. Hvilke MICE-turismeprojekter og/eller studier har I benyttet jer af, for at opnå forståelse for MICE-turismen i Hillerød?
12. Hvordan vil du præcisere de turisme-relaterede strategier fra kommunens side?
13. Hvad synes du (så) om, at en af kommunens turismestrategier fokuserer på erhvervs-turismen i Hillerød? Og har du særligt bidt mærke heri? (læs citat)

Turisme - Hillerød som varemærke

Image. Hillerød Kommune skal være attraktiv både for virksomheder, borgere og turister.

Erhvervslivet efterspørger conferencefaciliteter og nye overnatningsmuligheder for erhvervsturister – her skal kommunen medvirke til at de nye tilbud bliver spændende og passer ind i det eksisterende miljø.

14. I hvilken grad imødekommer kommunen turismeudbydernes ønsker og behov i forhold til at udvikle MICE-turismen? (parkeringsmuligheder, infrastruktur osv.)
15. I hvilken grad imødekommer kommunen MICE-turisternes ønsker og behov i forhold til at udvikle MICE-turismen? (parkeringsmuligheder, infrastruktur osv.)
16. Har du eventuelt forslag til konkrete ting, der kan gøres bedre?

5. Tema: Samarbejdsrelationer indenfor MICE-turisme

17. Hvordan generes et godt samarbejde iblandt turisme-og service virksomhederne i Hillerød? (både lokalt, regionalt og nationalt)
18. Hvordan er jeres samarbejdsrelationer i forhold til kommunens udviklingsplaner? Og kan du give konkrete eksempler herpå?
19. Hvordan bruger I kommunens strategier i forhold til jeres egen virksomhed?

20. Gør Hillerød kommune nok for at udvikle byen i forhold til MICE-turisme? Konkrete eksempler!!
21. Hvilke turisme- og serviceaktører samarbejder I med indenfor MICE-turisme?
22. Hvad samarbejder I om?
23. Indgår I i netværk og hvordan fungerer det? (lokalt, regionalt, nationalt og internationalt)
24. Bliver et samarbejde med andre service- og turismeaktører i Hillerød og på tværs af kommuner og regioner bakket op af kommunens planlægning?
25. Bruger I i denne forbindelse C4 i forhold til samarbejde?
26. Hvordan er samspillet imellem de private og offentlige interesser i turismeplanlægningen i Hillerød?

6. Tema: MICE-turismens efterspørgsel

27. Hvilke steder finder I typisk, at MICE-turisten finder interessant under opholdet i Hillerød? Og hvorfor?
28. Hvornår har I flest besøgende? Sæsonbetinget rejser? (hvilket dog ikke er kendetegnet ved MICE-turister)
29. Hvordan er I opdaterede og hvordan tilpasser I jer de tendenser der efterspørges indenfor MICE-turismen?

7. Tema: Afrunding af interview

Når der ikke kommer flere nyttige informationer afsluttes dybdeinterviewet med en struktureret opsummering.

30. Hvordan synes du at interviewet gik? (positive/negative ting)

Vi takker for din deltagelse i interviewet.

31. Har vi eventuelt mulighed for at kontakte dig efterfølgende, hvis vi har nogle ekstra, uddybende spørgsmål vi gerne vil følge op på?

Bilag 5.1: Repræsentant for C4: Projektkoordinator Tommy Engedal Kronborg

Mange af Hillerød kommunes almindelige arbejdsopgaver er så småt blevet outsourcet til C4 videnscenter. Der er indgået en resultatkontrakt mellem de to parter, der indebærer at C4 for et beløb omkring 2,5 millioner kroner skal sørge for driften og den fulde udlejning af videnscentret. Yderligere skal C4 blandt andet tiltrække nye uddannelsesinstitutioner til Hillerød, sikre at der sker aktiviteter og udviklingen inden for erhvervs-, kultur- og turistområdet i Hillerød. Kommunens krone til krone pulje skal C4 ligeledes administreres sammen med andre sekretariatsopgaver. C4 Hillerød er et videnscenter, der igennem kommunens finansiering til lokaleleje og drift arbejder med forskellige projekter, der finansieres igennem forskellige tilskud og bevillinger fra forskellige fonde og organisationer samt EU og forskellige statslige puljer. Det ligger i den vestlige del af Hillerød i et industriområde, og de har plads til ca. 150 konferencegæster, men har ikke mulighed for at tilbyde overnatning. Stedet fungerer som en rugekasse for lokale iværksættere, som kan leje sig ind i bygningen, hvor lokaler, reception, kantine/restaurant og mødefaciliteter hører med i den samlede pakke, og derfor kan bruges af lejeren. Stedet fungerer mere som videnscenter end som konferencested, men der bliver lejlighedsvist arrangeret møder, så som dette års MatchMaking 2006. Mødet var stablet på benene af C4 selv, for at få små virksomheder i Øresundsregionen til at skabe kontakter. (www.c4.dk, interview med Tommy, samt evt. egne observationer).

Bilag 6: Mail fra Peter Schwensen

Hej Peter

Vedhæftede dokument indeholder de områder vi gerne vil tale med dig om i morgen - desuden er der en mindre begrebsafklaring omkring vores forståelse af MICE - begrebet

Vi ser frem til vores møde imorgen kl 1430.

*Mvh
Casper og Jakob*

Dato: 10.12.2006 kl. 21.15

Hej Casper og Jacob,

I forbindelse med stukturreformen og placeringen af den kommende erhvervsservice, er der en del politiske sonderinger. Der er i den forbindelse lige valgt en bestyrelse og en formand, der muligvis kræver at jeg tager til et møde i Vallensbæk i morgen eftermiddag. Jeg har derfor et forslag som følger:

I tager mødet med Tommy Kronborg, som vil være i stand til at repræsentere undertegnede og C4 og gøre rede for vores relativt proaktive initiativer...bl.a omkring et møde hos VisitDenamrk i morgen formiddag, hvor Tommy er en af tovholderne. Det kan være at jeg ikke skal til Vallensbæk, men jeg vil ikke satse...så derfor dette forslag.

Alternativt tager jeg gerne mødet/interviewet i næste uge (ugen før jul).

Jeg beklager naturligvis sagens udvikling, men erhvervsservicen befinder sig i en meget politisk afgørende fase.....og alt sker pt. i sidste øjeblik.

Lad mig høre per mail eller tlf (mob.) 30-930300

Hilsen

Peter Schwensen