



November 2010

---

**Evaluering af**

**Odenses deltagelse på verdensudstillingen,  
EXPO 2010 Shanghai**



Evalueringsrapport, vedlagt:

Rapport og bilag på CD

Fotodokumentarisk bog og udstillingsfilm på DVD

## **0 Forord**

### **0.1 Om projektet**

### **0.2 Hovedkonklusioner**

### **0.3 Om denne evaluering**

---

#### **0.1 Om projektet**

Odense blev i 2010 inviteret til at deltage i verdensudstillingen EXPO 2010 i Shanghai. Med deltagelsen i EXPO 2010 var Odense den første danske by nogensinde til at deltage i en verdensudstilling – verdenselitens skueplads nr. 1.

Odense blev udvalgt til at deltage på EXPO 2010 blandt 50 byer på verdensplan. Med naboer som Shanghai, Madrid og London har Odense i et halvt år haft sin pavillon på EXPO 2010.

I dette halve år har pavillonen fungeret som et 500 m<sup>2</sup> stort visitkort til markedsføring af Odense som en oplevelses- og udviklingsby, både på regionalt, nationalt og internationalt plan.

EXPO 2010 er kronen på værket efter mange års arbejde inden for mobilitets- og miljøområdet. Men EXPO 2010 har også været alle tiders chance for at markedsføre Odenses mange kompetencer til de 73 mio. gæster, der har besøgt verdensudstillingen.

#### **0.2 Hovedkonklusion**

Odenses deltagelse i EXPO 2010 Shanghai har været en succes – et moderne eventyr om citybranding for en lille by – i stor skala. Der findes ikke nogen anden måde, hvorpå Odense indenfor samme investeringsramme kunne have fået en så massiv global eksponering.

Den samlede effekt af et sådant projekt kan først opgøres endeligt efter en årrække. Som Odenseborger kan man dog allerede nu være stolt, for der er blevet lagt mærke til Odense i den store verden. Deltagelsen i verdensudstillingen har vist, at Odense som by har meget at fortælle verden, og at vi kan godt lege med de store drenge.

Samtidig er Odenses deltagelse i EXPO 2010 også et succesfuldt eksempel på, at en kommune tager globaliseringsudfordringen op og skaber fokus på Danmark i Kina såvel som Kina i Danmark.

#### **Hovedmål indenfor synliggørelse:**

- Allerede halvvejs gennem udstillingsperioden var der flere, som havde gæstet Odenses pavillon i Kina end der er indbyggere i hele Odense
- Alle taler om bæredygtig byudvikling, men Odense er den eneste by på EXPOen, der tager emnet trafik alvorligt
- Odense er blevet kinesiske mediedarlings med mere end 45 min. tv-indslag og 274 artikler om Odenses pavillon

- Den danske mediedækning prissættes til over 3,5 mio. kr i omtaler, artikler og reportager
- Kina er også kommet til Odense. I løbet af efteråret har ca. 274.244 odenseanere deltaget i Kina-inspirerede aktiviteter afholdt i Odense
- Odensepavillones udstilling og film er allerede blevet inviteret til at deltage på flere udenlandske udstillingsplatforme

### Hovedmål overfor erhvervsliv, uddannelse og turisme

- Pavillonen er på seks måneder blevet Fyns største turistattraktion
- Odenses pavillon har haft besøg af både Kronprins, Prins, fem danske ministre og en lang række udvalg, toperhvervsfolk og diplomater fra ind- og udland
- Over 30 fortrinsvis fynske erhvervsfolk valgte sammen med Odense Kommune at bruge en uge i deres sommerferie på at udforske Kina som nyt marked, mange af dem har i dag forretninger i Kina.
- Vores samarbejdspartnere beretter om mange positive tilbagemeldinger på Odenses tilstedeværelse, og virksomheder har brugt Odenses pavillon som platform for kundekontakt i Kina.
- Projektet har inddraget lokale undervisningsinstitutioner fra børnehave, folkeskole, tekniske skoler, mellemlange uddannelser og universitetsniveau.
- Odenses pavillon har været besøgt af over 40 kinesiske turoperatører - flere end der nogensinde har gæstet Odense.

### 0.3 Om denne evaluering

Et projekt som deltagelse i verdensudstillingen er et stort projekt for en by af Odenses størrelse, og rækker langt ud over projektperioden. Denne evaluering vil derfor angå projektet, men også indeholde en række anvisninger for hvordan projektet og de erfaringer, det har hjembragt, kan blive integreret i Odense Kommunes videre arbejde med disse brandingfelter.

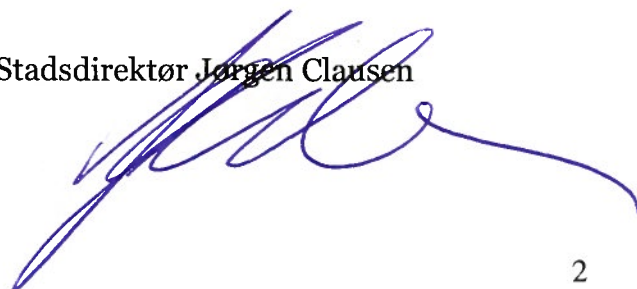
En evaluering skrives for at sætte punktum for et projekt. Men i dette projekt er det ikke nok. Hvert afsnit i denne evaluering afsluttes derfor ikke med et punktum, men med et åbent komma, og en række forslag til det videre forløb.

Evalueringen er udarbejdet af projektleder, gennemset, kommenteret og godkendt af resten af styregruppen ved Jørgen Clausen, Søren Bonde Hansen, Leif Hansen og Thomas Fonnesbæk Boe.

Dato:

24-11-2010

Projektejer, Stadsdirektør Jørgen Clausen



# Indholdsfortegnelse

0 Forord .....	1
0.1 Om projektet .....	1
0.2 Hovedkonklusion .....	1
0.3 Om denne evaluering .....	2
1. Projektets rammer .....	5
1.1 EXPO 2010, Shanghai .....	5
1.2 Forhistorien for Odenses deltagelse .....	6
1.3 Kommissorium og organisering .....	7
1.4 Økonomi .....	8
1.5 Rejseaktivitet .....	11
1.6 Målpapir .....	11
2.0 Udstilling og aktiviteter .....	14
2.1 Baggrund for valg af kommunikationsform .....	14
2.2 Odense i Kina: Udstillingskoncept .....	14
2.3 Kina i Odense: Pavillon og udstilling .....	16
2.4 Odense i Kina: Pavillonen i praksis .....	17
2.5 Sølvmedalje .....	20
2.6 Kina i Odense: Aktiviteter i Odense .....	20
3.0 Disponering og overordnede mål .....	22
3.1 Besøgstal .....	22
3.2 Hjemmeside og facebook .....	23
3.3 Mediedækning .....	24
3.4 Kendskabsundersøgelser .....	27
3.5 Brugerundersøgelser (kvantitativ undersøgelse) .....	28
3.6 Informationsbreve .....	29
3.7 Billedbog og film .....	29
4.0 Gevinster for Odense som uddannelses/forskningsby og for erhvervslivet .....	31
4.1 Fundraising - erhvervsliv .....	31
4.2 Erhvervslivets brug af pavillonen .....	33
4.3 Understøttende aktiviteter i Odense .....	34
4.4 Oversigt over ressourcer generet på erhvervsområdet .....	35
4.5 Tilfredshedsmåling .....	36
4.6 Samarbejde med uddannelses- og forskningsmiljø .....	37
4.7 Oversigt over ressourcer generet til fremme af uddannelse/forskning .....	39
5.0 Gevinster for Odense som oplevelsesby .....	41
5.1 Generelle vilkår for turistområdet .....	41
5.2 Ny viden .....	42
5.3 Turismefremmende aktiviteter i udlandet .....	42
5.4 Modtagelse af gæster i Odense .....	42
5.5 Målpapir - turisme .....	43
5.6 Kulturudveksling fra Odense til Kina .....	44
5.7 Two to Go .....	45
5.8 Balancebuen .....	46
5.9 Oversigt over ressourcer generet på kulturområdet .....	47
6.0 Gevinster for Cykelbyen Odense .....	50
6.1 Forhistorien om Cykelbyen Odense .....	50

6.2 Cyklisme i Kina.....	50
6.3 Nye aktiviteter og projekter.....	51
6.4 Udvidelse af kontaktnet og formidlingsplatform.....	52
6.5 The Shanghai Declaration .....	53
7.0 Projektlederens afrunding.....	55

# 1. Projektets rammer

## 1.1 EXPO 2010, Shanghai

## 1.2 Forhistorien for Odenses deltagelse

## 1.3 Kommissorium og organisering

## 1.4 Økonomi

## 1.5 Rejseaktivitet

## 1.6 Målpapir

---

### 1.1 EXPO 2010, Shanghai

En verdensudstilling er nationernes olympiade og som sådan er EXPO 2010 i Shanghai en del af en lang tradition. Den første verdensudstilling blev afholdt i London 1851 og havde titlen "Great Exhibition of the Works of Industry of All Nations." Allerede fra starten var det populært og til udstillingen i Paris 1889 var der 28 millioner besøgende, hvor Eiffel Tårnet blev bygget til formålet. Frem til 1938 var formålet at præsentere ny teknologi og således er neonlyset og elevatoren blevet præsenteret i de tidlige dage, mens uundværlige opfindelser som telefonen og isvaflen har fået sit gennembrud ved en verdensudstilling. Fra 1933 blev der lagt mere vægt på kulturel udveksling, og fra slutningen af 80'erne har verdens nationer brugt verdensudstillingen til at vise det fremmeste indenfor teknologi, kultur og design.

Bag verdensudstillingerne står den franske organisation BIE, Bureau International des Expositions. Det er 57. gang, der bliver afholdt en EXPO, hvis man tæller både de mindre, specialiserede og universelle udstillinger med. Det tætteste en universel verdensudstilling har været på Danmark i nyere tid, var i Hannover i 2000. EXPO 2010 i Shanghai er den 10. af sin slags, og så absolut den største nogensinde.

Kinesernes bud på en verdensudstilling anno 2010 dækker et område på 5 km<sup>2</sup> i centrum af én af verdens mest pulserende storbyer, Shanghai. Med sine omkring 20 mio. indbyggere og en stærk stigende befolkningstilvækst skønnes byen at blive blandt de 10 største byer i verden, der om 50 år har mere end 50 mio. indbyggere.

### Better City, Better Life

Under EXPO-temaet "Better City, Better Life" har Shanghai samlet hele verdens opmærksomhed fra 1. maj til 31. oktober. Mere end 70 millioner – rekord for en EXPO – besøgte udstillingen. Udstillingens volumen og placering har haft stor betydning i Odenses beslutning om at deltage på EXPO 2010: Kina er i en rivende udvikling, og står i dag som verdens 2. stærkeste økonomi. Med sine 1.3 mia. indbyggere, en kraftig stigende - og rejseysten - middelklasse og en stor offentlig vilje til miljøinvesteringer, er Kina uhyre interessant.

Der er i forvejen tætte bånd mellem Kina og Odenses digtersøn Hans Christian Andersen. Intet andet sted i verden er kendskabet og kærligheden til de mange fantastiske fortællinger så stor som i Kina. Andersens navn åbner mange døre i Kina,

Fordi temaet for EXPO 2010 var ”Better City, Better Life”, blev der for første gang i verdensudstillingernes historie også inviteret byer med. I området UBPA (Urban Best Practice Area) kunne byer fra hele verden udstille deres Best Case.

## Volumen

På alle måder er EXPO 2010 Shanghai en mastodont. Mere end 200 nationer og byer har deltaget. Der blev trænet 1.7 millioner frivillige, 18.000 familier og 270 fabrikker blev flyttet, 4.000 nye taxier indsat og seks undergrundsbaner bygget. Vejene blev forbedret, havneanlæg bygget og gadelyset skiftet. Det skønnes at den samlede investering har været på mere end 250 milliarder kroner.

På peakdays var besøgstallet på over 700.000. Til dem var der indrettet 1500 restauranter, 10.000 toiletter og et hospital på EXPO-området.

## 1.2 Forhistorien for Odenses deltagelse

Den 6. juni 2007 retter Erhvervs- og Byggestyrelsen en henvendelse til landets fem største byer med information om muligheden for at ansøge om deltagelse på Verdensudstillingens Urban Best Practice-område. Tre steder påtænkes deltagelse: Region Midtjylland, Københavns Kommune og Odense Kommune. Til slut er det dog kun Odense, der ansøger.

Første styregruppemøde afholdes 25. juni 2007, hvor temaet for en eventuel deltagelse fastlægges og en arbejdsgruppe nedsættes. Borgmesterforvaltningen indstiller til, at der afsættes midler til udarbejdelse af en ansøgning og rejseomkostninger i forbindelse med konference og præsentation af Odenses case i Shanghai. I det efterfølgende år afholdes tre delegationsbesøg til Shanghai med forhandlinger og fremlæggelse af forslag. Indsendelsen af ansøgningen sker af to omgange i august 2007 (Case proposal) og i januar 2008 (Case master plan).

Den 7. april modtages besked om udvælgelsen. 113 byer havde ansøgt, 55 blev udvalgt. Officiel bekræftelse af deltagelse sker ved modtagelsen af Participation Invitation Letter 16. april 2008, og planlægningen påbegyndes ved, at der nedsættes en styregruppe og arbejdsgruppe. Første møde bliver holdt den 7. maj 2008 med udarbejdelse af budget og opslag til stilling som projektleder.

I november 2008 underskriver daværende Borgmester Jan Boye den endelige kontrakt om deltagelsen ved en underskrivningsceremoni i Shanghai. Herefter følger opgaver som valg af arkitekt, udarbejdelse af final design, valg af danske entreprenører og kinesiske byggemestre, virksomhedsdannelse i Kina, udarbejdelse af udstillingsindhold, ansættelse og træning af guider frem til udstillingsperioden 1. maj – 31. oktober.

Se bilag : Projektlog

Se bilag: Final design

### 1.3 Kommissorium og organisering

Projektet igangsættes formelt med vedtagelsen af kommissoriet den 7. november 2008. Projektperioden fastsættes som løbende frem til 31.12. 2010.

Fra Kommissoriet:

<i>Projektets vision</i>	<i>Odense – hele verdens cykelby</i>
<i>Sammenhæng til Vision Odense: At lege er at leve</i>	<i>At synliggøre Odense som en cykelby af internationalt klassement på verdenselitens legeplads nr. 1: Verdensudstillingen i Shanghai 2010. Visionen vil ligeledes afspejles i projektets udstillingspolitik.</i>
<i>Projektets mål</i>	<i>Projektet har til hovedformål at markedsføre Odense som en oplevelses- og udviklingsby på regionalt, nationalt og internationalt plan. Målet opnås ved at markedsføre Cykelbyen Odense, at vise mål og visioner om bæredygtig by eksemplificeret ved bæredygtig transport med positive konsekvenser for sundhed og klima samt udvikling af en by i menneskehøjde.</i>

- *At skabe gevinster for byens borgere, erhvervsliv og forskning, teknologi- og byudvikling, miljø og sundhed, turisme og oplevelsesøkonomi*
- *At styrke Odenses rolle som Danmarks cykelby nr. 1 i national bevidsthed. Dette vil ske med afsæt i Cykelbyen Odenses vision om gennem bæredygtig transport at udvikle en by i menneskehøjde*
- *At eksportere unik viden om mobilitet og byplanlægning, hvor bæredygtighed og miljø er i højsædet til resten af verden*

Projektet forankres i Borgmesterforvaltningen med selvstændig styregruppe, men kobles til det i BKF forankrede projekt Cykelbyen Odense.

Styregruppen:

- **Projektejer: Jørgen Clausen, Stadsdirektør. Borgmesterforvaltningen (BMF)**
- **Jørgen Clausen, Stadsdirektør. Borgmesterforvaltningen (BMF)**
- **Søren Bonde Hansen, Direktør for By- og Kulturforvaltningen (BKF)**
- **Stefan Birkebjerg Andersen, Udviklingsdirektør, Udviklingsforum**
- **Leif Hansen, Adm. chef (BMF)**
- **Thomas Fønnesbæk Boe, Afd. chef for Natur, miljø og teknik (BKF)**
- **Helle Thylkjær, Projektleder (BMF).**

Fra foråret 2009 nedsættes en række projektgrupper med en række nøglepersoner der hver især har ansvar for en arbejdsgruppe på et defineret område. Gruppen indeholder syv ansatte fra både BKF og BMF, men mange flere har bidraget med sparring og bistand.

Fra efteråret 2009 nedsættes en referencegruppe med personer fra styregruppen samt medlemmer fra BKF (cykelbyen) og BKF (Eventhouse).

Se bilag: Kommissorium



Se bilag: Delleverancer i forhold til Kommissorium

### Ansatte

Med arbejdssted i Odense ansættes;

- en fundraiser på deltid

Med arbejdssted i Odense og Shanghai ansættes:

- en projektleder
- en projektassistent/pavillonleder (arbejdsprøvning med forlænget ansættelse)
- en projektassistent/eventmanager (arbejdsprøvning)
- en kommunikationsmedarbejder (arbejdsprøvning)
- fire praktikanter (to med forlænget ansættelse)

Med arbejdssted i Shanghai ansættes:

- Otte guider i udstillingsperioden, fortrinsvis danske studerende. Ansættelsen finder sted gennem et privat firma.

Se bilag: Liste over personaleressourcer

## 1.4 Økonomi

Februar 2008 indstiller Borgmesterforvaltningen til Økonomiudvalget, at der afsættes 250.000 kr. til udarbejdelse af en ansøgning og rejseomkostninger i forbindelse med præsentationen af Odenses case i Shanghai.

Marts 2008 indstiller Borgmesterforvaltningen til økonomiudvalget, at der afsættes 500.000 kr. til planlægning af EXPO 2010.

Se bilag: Regnskab 2007-2008

### Selve projektet

Der er af byrådet afsat 10 mio. kr. til projektet. Disse midler udgør en garanti for projektets gennemførelse og dækker omkostninger for administration, drift og byggeri i hele udstillingsperioden.

Budgetter er løbende godkendt af styregruppen. Bevillingen løber fra 2009 til udgangen af 2010. Det endelige regnskab for projektet forventes afsluttet senest i 1. kvartal 2011. Beløbet afsat af Odenses Kommune skal ses som en investering i markedsføring og branding af Odense generelt, med særligt fokus på byens særlige kompetencer indenfor mobilitetsplaner, bæredygtig og innovativt erhverv, studie- og forskningsmiljøer samt turistpotentiale.

Den samlede EXPO investering skønnes til at være på mere end 250 milliarder kroner. Den kinesiske pavillon har kostet \$220 millioner. Til sammenligning har den danske pavillon haft et budget på \$25 millioner. Odenses budget har fra start ligget på 1/15 del af budgettet for den danske pavillon, 1/15 af størrelsen og 1/15 af det skønnede antal besøgende.

Trods den administrative indplacering af EXPO-medarbejderne andetsteds i Borgmesterforvaltningen, har økonomien ligget under Borgmesterkontoret, hvor projektet

har kørt under eget EAN-nr. Til gennemførelse af projektet har det været nødvendigt at lade sig virksomhedsregistrere i Kina og åbne kinesisk bankkonto. Denne nedlægges med udgangen af 2010.

## Hovedtal for EXPO 2010

Regnskabstallene kan opdeles i 3 kategorier:

1. Kommunalt bidrag. Der afsættes på Budgetforlig 2009, indgået den 18. september 2008, 10 mio. kr., finansieret af indtægter ved salget af Odense Energi. Beløbet frigives endeligt på byrådsmødet den 11. marts 2009.
2. Private pengemidler og fondsbidrag.
3. Indirekte økonomi: kapitalisering af materielle sponsorater og tjenestesponsorater samt aktiviteter genereret af projektet.

Kategori	Bidragsgyder og formål/type	Beløbsstørrelse	Materialesponsorat, og tjenesteydelser - anslået værdi *	Andre ressourcer, genereret af EXPO
1	Odense kommune, projektbevilling	10.000.000		
2	Odense Renovation, partnerbidrag	225.000		
2	Vandcenter Syd/ Odense Vandselskab, partnerbidrag	300.000		
2	Fjernvarme Fyn, partnerbidrag	300.000		
2	Vattenfall, partnerbidrag	100.000		
2	Damixa, partnerbidrag	125.000		
2	Scan Global, bidrag til drage	10.000		
2	Gartneri PKM, bidrag til udsmykning af pavillon	20.000		
2	OK's kulturmidler, bidrag til kulturaktivitet	30.000		
2	SC Van Fonden, bidrag til kulturudveksling	75.000		
2	Nordea, bidrag til kulturudveksling	8.000		
2	Odense Bys Kunstfond, bidrag til Two to go	200.000		
2	Møllerens fond, bidrag til Two to go	150.000		
2	Albanifondet, bidrag til Two to go	100.000		
2	Søbogaard, Mølleskovly, bidrag til salgsfunktion	50.000		
3	Carl Hansen & Søn, møbler til pavillon		210.000	
3	Kildemoes, div. cykler til pavillon, konkurrencegaver		170.000	
3	Falco, byrumsinventar til pavillon		372.000	
3	Kansas/Kwintet, beklædning til pavillon		102.000	
3	Yakkay A/S, cykelhjelme til pavillon		30.000	
3	Reelight, cykellygter til pavillon		16.000	

3	Goodmorning Technology, 2 cykler til pavillon		25.000	
3	Designskolen Kolding, fremtidens cykel til pavillon		50.000	
3	VisitDenmark, 50 bycykler til pavillon		125.000	
3	Kunsthallen Brandts, udstillingshjælp		30.000	
3	China Experience, kontorplads		40.000	
3	Rynkeby, bidrag til Rådhusudstilling		5.000	
3	Daloon, bidrag til Rådhusudstilling		10.000	
3	H. I. Hansen, bidrag til fyraftensmøde og Rådhusudstilling		15.000	
3	Det fynske turismesamarbejde, bidrag til turisttiltag			50.000
3	Regionerne/Densol, afholdelse af konference på EXPO			75.500
3	SDU, afholdelse af konference på EXPO			236.040
3	Møllerens Fond, tilskud til H.C. Andersen paraden			25.000
3	Kultur – Odense Kommune, tilskud til Mime Teateret			300.000
3	Syddansk Erhvervsskole, opbygning af Rådhusudstilling			250.000
3	Møllerens fond, opsætning af skulptur i anledning af EXPO 2010			550.000
3	Kina i Odense – kampagne			1.404.000**
	I alt	11.693.000	1.200.000	2.890.540

Alle beløb er angivet i DKK

\* Beløbene i denne kolonne er enten faktatal, tal indleveret af samarbejdspartnere eller udregnet ud fra en beregning af hvad en tilsvarende tjenesteydelse ville andrage i alm. indkøb. I nogle tilfælde er beløbene lavere end CIF-værdien som angivet ved transporten til Kina. Dette skyldes at CIF-værdien andrager omkostninger ved genanskaffelse og transport.

\*\*Budgettal fratrukket EXPO-bidrag, endeligt regnskab foreligger ikke

I alt kategori 1:	10.000.000 DKK
I alt kategori 2:	1.693.000 DKK
I alt kategori 3:	4.090.540 DKK
I alt:	15.783.540 DKK

Genfinansieringsgrad (kategori 2+3 overfor 1): 58 %

Det skal noteres, at Odenses deltagelse i verdensudstillingen blev besluttet og budgetteret før krisen og uden, at der var fundet økonomiske partnere til projektet. Finanskrisen har også devalueret fondsmidlerne og gjort det langt sværere at opnå støtte til projekter af denne type. Da projektet skulle realiseres, var krisen en realitet, og derfor blev fundraising arbejdet omkring projektet også en del tungere end forventet. I lyset heraf må en genfinansieringsgrad på knap 60 % anses for overordentligt tilfredsstillende.

Se bilag: Budgettal 2009-2010  
Se bilag: Business Licence  
Se bilag: Tax registration certificate  
Se bilag: Organizational code certificate  
Se bilag: Stempel

## 1.5 Rejseaktivitet

Der er i forbindelse med opstart og senere med gennemførslen blevet gennemført rejser til Kina for ansatte i pavillonen, for projektleder og for andre projektmedarbejdere. Disse indgår alle i projektets drift.

I projektperioden 2009-2010 er der desuden gennemført to rejser med politisk repræsentation; i forbindelse med konferencerne og med erhvervsdelegationsrejsen. På rejserne har også deltaget en række embedsmænd og samarbejdspartnere. Udgifter forbundet med disse udgør under 2 % af Odense Kommunes projektsum på 10 mio. DKK.

Liste over rejser med politisk repræsentation 2009-2010:

- Maj 2010: Tidl. Borgmester, nuv. rådmænd Jan Boye afholder åbningstaler ved to konferencer i åbningsugen.
- Juni 2010: Borgmester Anker Boye deltager ved formelle besøg på pavillonerne, i det officielle program omkring Danmarksdagen og ved erhvervsdelegationsrejsen. Med er også Stadsdirektør og projektejer Jørgen Clausen, styregruppe og to embedsmænd. Projektet er ved denne lejlighed vært for et 4-dages program for delegationsmedlemmerne. Rejse og ophold betales af de deltagende selv.
- Pavillonen har desuden haft besøg af By & Kulturudvalget på deres studierejse samt viceborgmester Brian Dybbro og en enkelt kommunal embedsmand. Begge var i Kina i andet ærinde. Pavillonen har også haft besøg af et par byrådsmedlemmer, som via deres bestyrelsesposter har besøgt EXPOen. Det gælder for alle disse, at deres rejser er afholdt uden om EXPO-projektet.

## 1.6 Målpapir

Med baggrund i Kommissoriet og de forskellige delleverancer i forhold hertil (interessentanalyse, risikoanalyse, kommunikationsplan, organisationsplan, tidsplan, driftsplaner, program for kulturelle og faglige events, budget og finansieringsplan), blev et eksternt firma kontaktet for udarbejdelse af et målpapir.

Målpapiret er udarbejdet i samarbejde med firmaet Saabye, Stenderup & partners. Det bygger på en ROI-tankegang i en optik, der gør det brugbart for sponsorer. Fra Målpapiret:

*De opstillede mål er typisk kommercielle mål. Tanken er, at kommercielle mål er nemmere at forholde sig til for samarbejdspartnerne, da de angiver et afkast, som kan stilles i forhold til en investering (Return on Investment). Dermed har Sekretariatet gjort det nemmere for potentielle samarbejdspartnere at vurdere om de kan få deres penge igen ved at deltage på EXPO, og samtidig kan det efterfølgende vurderes om Odense Kommune tilførte samarbejdspartnerne en god nytteværdi. Det gør også opgaven nemmere for Sekretariatet og Odense Kommune når der skal evalueres: var vi*

*succesfulde eller var vi ikke, og var Kommunens investering meningsfuld eller var den ikke.*

Målsætningspapiret udviklet for ExpoOdense 2010 er formuleret efter et No Nonsense-princip og der er lagt stor vægt på kvantificerbarheden og udvælgelsen af de opstillede mål. Formålet er at gøre disse genkendelige for erhvervslivet og sætte nye standarder for kommende projekter med samme grundkonstitution.

Det er opdelt i flg. emner, som også understøttes i evalueringen, afsnit 3-6:

- Disponering og overordnede mål
- Gevinster for Odense som uddannelses- og forskningsby og for erhvervslivet
- Gevinster for Odense som oplevelsesby
- Gevinster for Odenses som cykelby

Der er suppleret med yderligere undersøgelser, som også inddrages i evalueringen, primært i afsnit 3:

- Kendskabsanalyser, eksternt og via Odense Kommunes borgerpanel
- Brugerundersøgelser
- Interne undersøgelser af medarbejdertilfredshed
- Besøgsopgørelser for pavillon og hjemmeside
- samt en række kvalitative udtalelser

Se bilag: Målpapir

Det videre forløb:

### Resultatmålinger

Målpapiret er opdelt i analyser, der kan foretages før og under EXPOen. Disse analyser og optællinger behandles i denne evaluering. Desuden er der under de enkelte punkter i målpapiret formuleret forslag til hvilke målinger man med fordel kan gennemføre efter projektet, og som kan give et bedre indblik i projektets langsigtede effekter. Det anbefales, at disse analyser gennemføres i 2012.

## **2.0 Udstilling og aktiviteter**

### **2.1 Baggrund for valg af kommunikationsform**

### **2.2 Udstillingskoncept**

### **2.3 Pavillon og udstilling**

### **2.4 Pavillonen i praksis**

### **2.5 Sølvmedalje**

### **2.6 Aktiviteter i Odense**

---

## **2.1 Baggrund for valg af kommunikationsform**

Den generelle målsætning omkring Odenses deltagelse i EXPO 2010 lægger hovedvægten på to områder: Global markedsføring og lokal forankring. Derfor udarbejdedes fra start en kommunikationsplan og et projektkatalog, som omdrejningspunkt for, hvordan denne tosidige opgave bedst kunne løses.

### **Titel og logo**

Arbejdstitlen *The Revival of the Bicycle* overføres som undertitel og erstattes af hovedtitlen *Spinning Wheels*, som symbol på cykelhjulet og på den fremadrettede bevægelse, der beskrives i udstillingen, både indenfor miljø, klima, sundhed og innovation. Denne titel er mere beskrivende overfor indholdet og mere mundret end den oprindelige, der med sin lidt modernistiske klang trækker bagud og ikke fremad i tid.

Visuelt sættes titlen sammen med et logo til et bomærke til brug som overskrift i udstilling, på hjemmeside, ved omtaler, på handouts, ved aftaler og ved annoncering af aktiviteter.

Logoet består af to cirkler, cykelhjul eller spinning wheels. Der markeres en bevægelse ved to for hinanden forskudte 'eger'. Cirklerne kan ligne solure og giver dermed reference til papirklippet *Solansigtet* af H.C. Andersen, som er et vigtigt element i arkitekturen. Forskellen på det to eger eller visere på uret er seks timer – tidsforskellen mellem Kina og Danmark.

Med cirklerne placeret tæt på hinanden sendes også en reference til et liggende ottetal, symbolet for uendelighed. Tallet 8 er et lykketal i Kina, bl.a. forbi den kinesiske udtale af tallet lyder som velstand. Symbolet giver også mindelser om yin-yang – det kinesiske tegn for de to dominerende kræfter i tilværelsen, der som modpoler supplerer hinanden. Tao er balancen mellem disse – naturens rette vej som mennesket må følge.

Se bilag: Logomanual

## **2.2 Odense i Kina: Udstillingskoncept**

Asiens formidlingstradition og æstetik er meget forskellig fra den, vi kender i Vesten. Det var derfor nødvendigt at starte med at udarbejde en kommunikationsplatform for udstillingen. Det vigtigste forhold for dette arbejde var verdensudstillingen som en ramme generelt, og den særlige besøgssammensætning som forventes for EXPOen, hvor størstedelen af de besøgende vil være kinesere. Derfor blev også en række specielle

sociologiske træk, hvorpå kineserne adskiller sig fra danskerne, såsom måden at tillægge farver og tal en særlig betydning, en samlermani og en mere kollektivistisk samfundsform, vigtig for valg af kommunikationsform.

Som H. C. Andersens fødeby har Odense en kendskabsgrad, der langt overstiger hvad man kunne forvente i Kina. Intet andet sted i verden er kendskabet og kærligheden til de mange fantastiske fortællinger så stor som i Kina.

Det gælder for pavillonen generelt, at den er placeret i UBPA-området, der betragtes som den mere fagtunge del af EXPO 2010. Her tiltrækkes i højere grad virksomheder, byplanlæggere, meningsdannere og andre med faglig interesse i praktiske løsningsforslag i forbindelse med bæredygtig byplanlægning.

Sådanne faktorer er taget i betragtning i udarbejdelsen af fortælling, formidlingsplatform og valg af de medier, som fortællingen foregår i. Sammenholdt med, at verdensudstillinger er globale udstillinger, der besøges af folk fra hele verden, vælges udstillingssprogene til kinesisk og engelsk.

## Budskab

Udstillingens mål er at vise cyklen som et ikon på bæredygtighed både for det enkelte individ (sundhedsmæssigt) og for samfundet (miljømæssigt). Dette er udstillingens store udfordring: I Skandinavien er cykling et tilvalg, en livsstil med klare signaler om moralske valg om bæredygtighed og ansvarlighed overfor miljø og sundhed. Både for sig selv og som et fælles, socialt ansvar. I Kina er cyklen et fravalg, foretaget af økonomiske grunde. Her overfor fortælles Odenses historie: Danskerne er kendt som et velhavende land og ved at bruge de cykelglade danskere som eksempel promoveres tanken om, at cykling er et statussymbol på personlig frihed og overskud til stillingtagen og ansvarsfuldhed overfor alvorlige emner. Dette er fortolket i en retning, hvor cyklen også bruges som ikon på en række lokale historier om bæredygtig byudvikling generelt og de sammenhængende historier i en ansvarlig bypolitik, hvor trafik, energi og klima er tæt forbundet.

## Grundtematikker:

- Fra lavstatus til livsstil
- En fælles bevægelse fremad
- Sundhed, sikkerhed og smartness

## Fortællestil og medievalg

Udstillingen er ikke en informationstung plancheudstilling. I stedet er der taget hensyn til rammerne den indgår i. På en verdensudstilling henvender man sig til et publikum, som bliver bombarderet med indtryk og er i stærk konkurrence med omgivelserne.

Udstillingen er udviklet omkring fire stikord eller udtryk:

- Business card

Udstillingen laves derfor som et 500 m<sup>2</sup> visitkort fra Odense Kommune; at besøge udstillingen skal være som at besøge et lille stykke Odense.



- Feet on

Odenses vision er at være en legende by. Med cyklen i fokus er det vigtigt at der er leg og aktivitet i udstillingen. Desuden er børn et særligt fokusområde for det kinesiske publikum, og de inddrages hermed. Som led i aktiviteterne er spil og leg og photo opp's. Det er vigtigt i denne sammenhæng at genere besøg på hjemmesiden

- Fairytale

Odense er eventyrets by og i pavillonen fortælles en række kapitler i dén historie. Papirklippet er valgt fordi det signalerer HCA, men har også fysisk udstrækning som en lille have – et billede mange kinesere og udlændinge forbinder med Danmark. Samtidig er der i Kina en stærk tradition for papirklip

- Real life

Der skal være cykler, hardware og cykeltilbehør på standen. Hovedreglen er, at der skal være flere cykler end der er billeder af cykler. Der skal i udstillingen indgå så lidt tekst som muligt. Informationer kan søges på hjemmesiden. Historien i udstillingen fortælles i det farvestrålende, urbane bymiljø, som det faktisk opleves i byen

## **2.3 Kina i Odense: Pavillon og udstilling**

Der indgås tidligt i projektet et samarbejde med firmaet Kvorning Design & Kommunikation om tegning af pavillon og udstillingsindhold. Pavillonen er designet som en flydende, udendørs bygning, med let karakter. Den er bygget i materialer, der kendes fra bydesign og lysgennemtrængelige vægge. Et åbent indgangsparti sikrer en stor flowvolumen gennem pavillonen.

Med denne åbne konstruktion forhandles en særlig attraktiv placering af pavillonen på UBPA-området. Som den mindste pavillon lykkes det at indgå aftale om en placering midt i et åbent areal, der fungerer som sivevej gennem hele den nordlige del af UBPA-området, hvor alle de selvstændige bypavilloner findes. Placeringen som nabo til Shanghais pavillon er særlig attraktiv og begrundes med, at Odenses pavillon er særlig smuk, når den ses oppefra den høje bygning.

For i midten af pavillonen er belægningen præget af HCA's papirklip, Solansigtet, der fungerer som et vartegn for udstillingen. De forskellige udstillingsemner præsenteres i rum der 'stråler' ud fra solansigtet. Pavillonen er hold i tonerne sort, antracit grå og stærk gul. Gul er den internationale farve for opråbet (!). I kinesisk optik er farven gul forbundet med 'det nærende' og den symbolske farve for de fire legendariske kejsere i det gamle Kina. Solen er et meget magtfuldt kinesisk symbol og kilden til yang-energien. Yangkræften forklares ofte med sol og lys som en betegnelse for det stærke og aktive element.

Ved siden af pavillonen etableres en 150 m. cykelsti, hvor de besøgende kan tage en cykeltur. Langs ruten er opsat en række store billboards med billeder fra Odense og muligheden for at få taget sit billede ved siden af en real-size H. C. Andersen.

Se bilag: Farvepalette

### **Udstillingsindhold og tematikker**

Udstillingen er opdelt i tre grundtemaer – Think – Choose – Live. Disse tre tematikker er

holdt i udråbsform, som opfordringer til publikum, markeret i tre distinkte, klare farver. Hvert emne i udstillingen forholder sig til et af disse temaer. Udstillingsgrafikken består af store billedflader, hvor statements på engelsk og kinesisk placeres henover. Der indrettes desuden en række tekstbånd, hvor mere tekst er nødvendig. De overordnede statements følges af to dots, der referer til udstillingens logo. Under hvert emne præsenteres et originalt HCA-citat, der forholder sig til emnet.

I de forskellige udstillingsrum er placeret forskellige former for aktiviteter i form af film, touchscreens, cykeltyper som aktiverer f.eks. vindmodstand og fuglefløjt, hjelme til afprøvning mv.

Desuden har pavillonen sin egen cykelbar med salg af økologiske læskedrikke og energibarer. Valget af disse varer er sket, fordi den afspejler den historie om miljøhensyn og sund levevis, som er grundtanken i hele pavillonen.

Ved udgangen indrettes et rum med præsentation af de sammenhængende politikker på vand-, varme- og renovationsområdet samt en generel præsentation af projektets samarbejdspartnere. Desuden indeholder pavillonen to personalerum med køkken, kontor, mødebord og aircondition.

Se bilag: Ruminddeling og udstillingsemner

Se bilag: Eksempel på væggrafik

## Byggesag

Byggeriet er opført af en kinesisk entreprenør, Shanghai Construction & Decoration Company, ledt af det danske firma Alectia, der også står bag byggeriet af den danske pavillon. Valget af et dansk mellemed har vist sig ganske fornuftigt, da arbejdet med at forhandle priser, fastholde opgaver og iværksætte udbudringer ikke har været ubetydeligt. Kvaliteten af kinesiske byggeri er ikke at sammenligne med dansk standard, og nogle materialer har været umulige at skaffe. Desuden har forholdsregler overfor vejrlig og publikum haft betydning for en række ændringer i forhold til det oprindelige design.

Det samme firma er valgt til at overtage og nedtage pavillonen, som en del af afslutningen på byggesagen. UBPA-området har bidraget til byggeriet med projektering og støbning af betonfundament. Til udstillingsopbygningen har vi lånt fire professionelle udstillingsopbyggere fra Odenses internationale kunsthall, Kunsthallen Brandts. Disse fire var venligt udlånt til at tage en uge til Kina og sørge for at gøre udstillingen køreklar.

## 2.4 Odense i Kina: Pavillonen i praksis

### Pavillonens ansatte

Der blev ansat otte danske guider, som stod for den daglige bemanning af pavillonen. Foruden de otte guider, har der på pavillon været ansat en pavillonleder og en eventmanager. Begge har startet deres ansættelsesforhold med et halv år i arbejdsprøvning i Odense. Desuden har vores samarbejdspartnere, Søbogaard og Mølle Skovly, har haft tre ansatte til at bemande cykelbaren på pavillonen i skift.

Det vigtigste udvælgelseskriterium i ansættelsen af de otte guider var, at de kunne tale kinesisk og havde boet i Kina i en længere periode for det vurderedes, at sprogkunderskab

var vigtigst, ligesom kendskab til kinesisk kultur og skikke var essentielt for at kunne formidle pavillonens budskab på bedste vis. Opslaget til jobbet som guide i Odenses pavillon blev udformet i samarbejde med Erhvervs- og Byggestyrelsen, og vi modtog ca. 50 ansøgninger fra interesserede personer. Ud af de ca. 20 samtaler blev otte guider udvalgt.

Evnen til at indgå i et lille team, som skulle arbejde og bo sammen i seks måneder samt initiativ til at skabe en levende pavillon og skabe netværk blev også vægtet højt i den endelige udvælgelse. Og de otte personer, der fik jobbet som guide på Odenses pavillon havde da også alle meget forskellige forudsætninger og forventninger til jobbet som guide, og i løbet af de seks måneder i Shanghai har alle afprøvet forskellige ideer og fået meget forskellige erfaringer, som blev taget med hjem. Enten til videre studier eller til fremtidigt job.

Alle guiderne startede deres ansættelsesforhold med en uges ophold i Odense for at få et nærmere kendskab til Cykelbyen Odense, vores samarbejdspartnere, hinanden og projektet. Det var vigtigt, for arbejdet på Odense Pavillonen har til tider været ensformigt og udfordrende. Der har været lange dage, dage med heldagsregn, høje temperaturer og mange gæster. Men pavillonens otte guider har til fulde levet op til deres titler som "Goodwill Ambassadors" og givet alle gæster en god oplevelse uanset vilkårene. En af de væsentligste grunde til Odense Pavillonens succes blandt gæsterne har netop været de otte danske guider som har formået at formidle et vigtigt budskab til alle på nærværende og indsigtfuld vis. Foruden kinesisk, engelsk og dansk behersker gruppen mellem sig i alt 19 sprog – inkl. fynsk.

### Dagligdagen på pavillonen

Odense Pavillonen har været åben fra 9.30-22.30 alle ugens syv dage fra maj til november. Guiderne har arbejdet på skift og pavillonen har været bemanded af 2 guider, mens cykelstien samtidigt har været bemanded af en guide (Cykelstien har normalt været åben fra 10-12 og fra 14-18). Desuden har der været en repræsentant fra cykelbaren på arbejde fra ca. 10-20.

Guiderne har haft en ugentlig fridag og en ugentlig standby-vagt. Her har de udført ekstraopgaver, som f.eks. pressecarbejde, modtagelse og planlægning af VIP-besøg, opdatering af hjemmeside, indkøb til pavillonen, planlægning og afholdelse af events, ekstra timer i forbindelse med sygdom mm. Systemet har fungeret godt, og har givet guiderne mulighed for at lave flere forskellige opgaver i løbet af en arbejdsuge.

Dertil skal nævnes at Odenses pavillon er en udendørspavillon, og at Shanghais sommer har mange dage med over 40 graders varme, luftfugtighed i de høje 90'ere og ugentlige tyfon-varslere fra Shanghais metrologiske institut. Trods vejrlig har personalet gjort pavillonen levende med ugentlige arrangementer og events.

### Events og besøg

Ud over en række optrædere har der på pavillonen været ugentlige aktiviteter, som f.eks. car-free day event, papirklipskonkurrencer og en lang række andre børneaktiviteter. Der har også været arrangeret events og aktiviteter uden for EXPO-parken som et led i markedsføringen af Odense og pavillonen. Eksempelvis kan nævnes koncerter, cykelparader samt mobile cykelværksteder, hvor guiderne reparerede og fiksedede lokale

Shanghai-beboers cykler. Med over 30 events har udstillingen på intet tidspunkt ligget stille.

Af større events på pavillonen er afholdt to konferencer, en turistevent med 40 kinesiske turoperatører, Danmarksdag med dansk optræden, temauger, kundemøder og erhvervsdelegationsbesøg. Disse vil være beskrevet yderligere i de næste afsnit.

Desuden har der været en lang række besøg fra det officielle Danmark, fra beslutningstagere i Shanghai og Kina samt fra mange andre dele af verden. Pavillonen har bl.a. haft besøg af:

- HKH Kronprins Frederik
- Prins Henrik
- Grevinde Alexandra
- Erhvervs- og økonomiminister Brian Mikkelsen
- Miljøminister Karen Ellemann
- Minister for fødevarer, landbrug og fiskeri, Henrik Høegh
- Klimaminister Lykke Friis
- Kulturminister Per Stig Møller
- Folketingets miljøudvalg

Desuden har der været besøg af erhvervsdelegationer, interesseorganisationer samt fra en række danske kommuner, institutioner og fonde. Derudover kan tælles en imponerende mængde besøg fra danske erhvervsledere, institutionsledere og studerende fra såvel danske uddannelsesinstitutioner, som kinesiske universiteter og akademier.

Fra udlandet har pavillonen især nydt godt af en massiv interesse fra Kinas egen regering og centrale afdelinger i Shanghais lokaladministration, mobilitet, trafik, og miljø. Men også fra resten af verden har interessen været stor. Alt i alt har Odense haft over 50 besøgsgrupper til rundvisning.

Se bilag: Aktiviteter og besøg i Kina

### Vigtige samarbejder

Den mest oplagte samarbejdspartner i Odenses EXPO-deltagelse var Erhvervs- og Byggestyrelsen, som forestår den nationale deltagelse på verdensudstillinger. Samarbejdet med EBST tog afsæt i offentliggørelsen af deres udstillingskoncept, der på flere punkter ligger tæt op af det odenseanske. Problemstillingen blev diskuteret og man enedes om at fokusere på de nye synergier, der opstår i den fælles fokusering.

I praksis har samarbejdet omkring rekruttering af guider og afholdelsen af besøg og aktiviteter fungeret godt. Man kunne dog godt fra Odenses side have ønsket en lang større involveringsgrad i de nationale programmer. Dette er der gjort løbende opmærksom på, men det er tydeligt, at EBST ikke er vant til at have en national samarbejdspartner ved en

verdensudstilling. Det har til tider været vores vurdering, at EBST har opfattet Odense som en konkurrent mere end en mulighed for øget dansk fokus.

I forbindelse med realiseringen af projektet har Odense haft mange andre givtige samarbejder med andre danske repræsentationer i Kina, herunder Generalkonsulatet i Shanghai, Regionens Kinakontor, Innovationscenteret i Shanghai mfl. Samarbejdet har især angået bistand til virksomhedsdannelse og bankassoziationer samt samarbejde omkring besøgsdelegationer og andre repræsentationer.

Ligeså har vi gennem hele forløbet været i en tæt dialog med Odenses venskabsby gennem snart 20 år, Shaoxing. Shaoxing ligger små 300 km fra Shanghai og har under EXPOen også været involveret i danske besøg i Kina og flere gange brugt Odenses pavillon.

## **2.5 Sølvmedalje**

Traditionelt afsluttes enhver EXPO med præmieringer af de forskellige deltagere. Det er BIE, den franske organisation bag afholdelsen af verdensudstillingerne, der står bag uddelingen. Odenses pavillon blev her tildelt en sølvmedalje for sin deltagelse i Urban Best Practice-området, et nyt initiativ på verdensudstillinger hvor byer, som har udmærket sig på verdensplan for deres bæredygtighedspolitik, er blevet inviteret til at udstille. Medaljen blev givet for initiativ og engagement blandt byerne og for deres vigtige bidrag i forhold til EXPOens tema: Better City, Better Life.

Byerne har alle præsenteret fagligt stærke bidrag og leveret mange forslag til løsninger på ét af verdens største problemfelter: bæredygtig udvikling af byområder. I denne sammenhæng var Odenses cykelpavillon den eneste med et rent mobilitetstema.

## **2.6 Kina i Odense: Aktiviteter i Odense**

Synliggørelse af projektet i Odense har vejet tungt i projektet. Det er sjældent, at en kommune bruger så store summer på markedsføring i udlandet, og det har derfor været vigtigt at sikre et stort lokalt kendskab og ejerskab af projektet.

Blandt de største events og synliggørelsesprojekter i Odense kan nævnes:

- Læserkonkurrencer og rejser udbudt gennem Odense to lokale aviser
- Fyraftensmøde - erhvervsdrivende interesseret i Kina som nyt marked
- Rådhusudstilling. En 1:1 kopi af pavillonen opstilles i Odenses
- Stor efterårskampagne i Odense

Projektet har også søgt synliggørelse overfor udlandet. Læs mere om dette i afsnit 6.4 De enkelte projekter er yderligere beskrevet senere i denne evaluering.

Se bilag: Aktiviteter og besøg i Odense og i Danmark

Det videre forløb:

### Udstillingens fremtid

En planlagt overdragelse af Odenses pavillon til Shaoxing efter endt udstillingsperiode er ændret. Den store succes omkring pavillonens besøgstal har betydet en nedslidning som gør den uegnet til genopførelse. Til gengæld overføres alt udstillingsinventar til en udstilling i Shaoxing af odenseanske og danske designløsninger. Herefter doneres cykler, byrumsinventar, designermøbler og cykeludstyr til et af byens gymnasier. Andet løse i pavillonen er pakket ned og doneret til velgørenhedsorganisationen River of Hearts. River of Hearts (ROH) afholder tre årlige store såkaldte "sorting parties" på internationale skoler, hvor alt det afleverede bliver sorteret i kategorier og derefter sendt ud af byen til landområder i Kina.

På EXPO-området etableres efter verdensudstillingens afslutning et museum. Odense er i denne forbindelse blevet bedt om at donere nogle udstillingsgenstande. Til udstillingen er doneret et fad af fynske kunstnere, to cykelhjelme i unikt dansk design og én af udstillingens markante Kildemoes-cykler.

## **3.0 Disponering og overordnede mål**

### **3.1 Besøgstal**

### **3.2 Hjemmeside og facebook**

### **3.3 Mediedækning**

### **3.4 Kendskabsundersøgelser**

### **3.5 Brugerundersøgelser**

### **3.6 Informationsbreve**

### **3.7 Billedbog**

---

## **3.1 Besøgstal**

Det forventede besøgstal på 250.000 blev sat ud fra den danske pavillon, der såvel i budget som i udstillings-m<sup>2</sup> er 15 gange større end Odenses pavillon. Odense Pavillonen har været en publikumssucces, og allerede efter tre måneder nåede vi 250.000 besøgende, det oprindelige slut-mål. Gæst nr. 250.000 blev fejret den 29. juli 2010, kun halvvejs gennem udstillingsperioden. Pavillonen har gennem hele perioden kunnet konkurrere om gæsternes gunst, trods vores lidenhed i størrelse. Og pavillonen var ofte fyldt til sin maksimum kapacitet.

Ved udstillingens slut har over en halv million gæster været igennem pavillonen – eller præcist 532.348 gæster. Det er 2 ½ gang flere end der er indbyggere i Odense Kommune, og et svimlende tal for en lille by. Det store besøgstal gør da også Odenses pavillon på EXPO 2010 til Fyns største turistattraktion – i Kina. Og det med en pæn afstand ned til de to nærmeste konkurrenter, Odense Zoo og Egeskov Slot. På den nationale scene har Odenses pavillon haft flere besøgende på det halve år udstillingen har været åben end Statens Museum for Kunst har på et helt år.

Samlet set har 73 mio. gæster besøgt verdensudstillingen. Det forventede tal var på 70 mio.

Kineserne er et samlerfolk og Odense har derfor produceret to samlerobjekter. Det ene er Odenses stempel som passer i det EXPO-pas, mange gæster har. Desuden er der blevet produceret en pin med model af H. C. Andersens Solansigt. Især pin'en blev hurtigt populær. På et tidspunkt blev pin'en solgt på det sorte marked for over 600 DKK. Pin'en er lavet og uddelt gratis til besøgsgrupper og ved events. I alt er 100.000 pins uddelt.

Odenses stempel er blevet flittigt indsamlet og det i et sådant omfang, at Odense i en lang periode har haft både securityfolk og unge studerende udlånt til pavillonen for at styre menneskemængder og kødannelser. Derudover har der været indgået et samarbejde med den danske pavillon, således at gæster med Odenses stempel fik easy access i den danske pavillon.

## **Besøgsstatistik**

Som forventet var besøgstallet på EXPO'en større hen mod slutningen af udstillingen, fredag-søndag, feriedage samt dage hvor pavillonens guider havde arrangeret events og andre aktiviteter.

Det daglige besøgstal lå mellem 2.000 og 5.000 besøgende, en del af disse var også besøgende på pavillonens cykelsti. Der har været størst visitorflow i de første to timer, hvor gæsterne samler stempler. Herefter er visitorflowet relativt stabilt med omkring 1-200 besøgende per halve time. Og som det er gældende for hele EXPO-området, så falder besøgstallet markant fra kl. 18 (aftensmadstid) og fremover.

99 % af gæsterne, som besøgte Odense pavillonen, har været kinesere og ca. 5 % af gæsterne har været fagpersoner eller registrerede VIP-gæster, hvilket er i overensstemmelse med resten af UBPA-området. Andelen af kinesere er lidt større end forventet, og er udtryk for den enorme lokale opbakning i Kina som verdensudstillingen har.

Se bilag: Besøgstatistikker

### **3.2 Hjemmeside og facebook**

Op til åbningen lanceredes en hjemmeside for Odenses deltagelse på EXPO 2010. Hjemmesiden har fungeret som en udvidet platform for udstillingen og integrere nogle af de features på udstillingen, som bedst formidles elektronisk. Hjemmesiden indeholder div. oplysninger om aktiviteter i Odenses pavillon, praktisk hjælp til besøgende, blogs, billeder osv. En del af hjemmesiden præsenterer Odense som turistmål for såvel privat som for erhvervsturisten. Her præsenteres også pavillonpartnere og materialesponsorer i forskellige kategorier, såsom sundhed, sikkerhed, design, infrastruktur, kulturelle oplevelser mv. Sprogversioner: Engelsk og kinesisk. Designlinien følger udstillingen. Hjemmesiden er blevet markedsført i Kina gennem udstillingsindholdet og gennem uddeling af flyers og pins til besøgende på standen.

Hjemmesiden er udarbejdet i weblight, som en underside til kommunens hjemmesidesystem, dels for at holde de økonomiske omkostninger nede, dels for at sikre et system, der kan opdateres af egne medarbejdere. For at sitet kan have sin egen indgang er indkøbt domænenavnet [www.expo.odense.dk](http://www.expo.odense.dk). Hjemmesiden blev inden udstillingsstart suppleret af en profil på Facebook, hvor interesserede borgere kan følge arbejdet og aktiviteter op til udstillingsåbningen.

I udviklingen af den kinesiske hjemmeside er taget en række hensyn til at hoveddelen af de besøgende forventes at komme fra Kina. I Kina er båndbredden ikke særlig stor og derfor er en række tungere læsninger fravalgt. Hvad angår brugervenlighed fungerer det i Kina som i den kinesiske trafik – alt er tilladt. På vore breddegrader er der en ret stringent opfattelse af navigationsapparatet, hvor orden og overskuelighed er i hovedsædet. I Asien er hjemmesidernes hovedsider generelt meget spraglede og rodede, og der er mange indgange til tingene. På [www.expo.odense.dk](http://www.expo.odense.dk) prioriteres den vestlige hjemmesidetradition. Eventuelle tungere løsninger (video, spil og flash) kan fravælges.

#### **Danske hjemmesider**

EXPO-projektet er blevet formidlet på Odense Kommunes generelle site [www.odense.dk/expo](http://www.odense.dk/expo). Her er der især gjort meget ud af at fortælle om baggrunden for projektet, holdt løbende status for udstillingsforløbet, gjort opmærksom på events i Shanghai og i Odense samt servicering af den danske presse.



Desuden har projektet haft en fane med løbende statusbeskrivelser, aktuelle informationer mv. på cykelbyens hjemmeside [www.cykelby.dk](http://www.cykelby.dk).

## Kliktal

Som angivet i projektets målpapir er der udført klicktalsmålinger for begge hjemmesider:

[www.expo.odense.dk](http://www.expo.odense.dk)

Der har været 1610 entydige besøgende på siden i perioden 1.5.2010 – 26.9.2010 – et ikke imponerende antal. Afvisningsprocenten er høj, hvilket kan betyde, at det ikke var denne side, de besøgende ville ind på. De besøgende kigger mest på siderne med Nyheder, Stories, Events og Video. De besøgende kommer hovedsageligt fra Kina og Danmark.

[www.odense.dk/expo](http://www.odense.dk/expo)

Der har været 6198 entydige henvisninger og en afvisningsprocent på 37,82 %, hvilket er relativt lavt. Det er forsiden, der er bedst besøgt, mens undersiderne presse og pavillon har nydt næstmest interesse.

Hjemmesiderne vil fortsat fungere efter projektets udløb således, at interesserede kan bruge dem som indgang til Odense.

Se bilag: Kliktal

## 3.3 Mediedækning

Projektet har nydt stor interesse fra medierne. Som forventet har de lokale medier fulgt projektet gennem hele projektperioden, men derudover har vi oplevet en helt uventet stor interesse fra de kinesiske medier.

### Lokal og national mediedækning

Omkring 300 gange har Odenses deltagelse i EXPO været omtalt i dansk presse. Det er hovedsageligt i form af artikler i aviser, men også radio, tv og web. Kina i Odense-kampagnen er nævnt omkring 60 gange.

Også fynske medier har vist overvældende interesse for Odenses pavillon. Fyens Stiftstidende har haft en journalist på besøg og TV2Fyn har flere gange haft gæster i studiet og også haft en freelancejournalist til at lave reportager. Den landsdækkende presse har især hæftet sig ved historien om de mange pins, som blev uddelt til begejstrede kinesere. Det er også værd at nævne, at Børsen har bragt større artikler med fokus på sundhed, cyklisme og fynske virksomheders gavn af at være synlige på Odenses pavillon.

I forhold til projektets målpapir har man opnået langt mere end de forventede tal. Målet blev sat til min. et nationalt og regionalt tv-spot før eller under EXPO samt min. et regionalt tv-featureindslag i samme periode. Der har været indslag i Nyhederne på DR om Danmarksdagen med billeder fra Odenses pavillon, og den optrædende Fritz Knipschildt var i Go´morgen Danmark før Danmarksdagen. TVFyn har været aktive partnere i projektet og har dækket både før, under og efter EXPO 2010. Af featureindslag kan nævnes et indslag med vores partner, Odensevirksomheden Kansas, som har designet tøj til pavillonens guider samt flere indslag, der følger en lokal guide ansat i pavillon, både før

afrejsen og under hendes ophold i Kina. Hertil hører, at der kun har været positiv omtale fra projektstart til slut, og at der har været et frugtbart samarbejde med de lokale medier.

Se bilag: Presselister Danmark

### Særlige tiltag og samarbejder med de trykte medier

Det skal nævnes, at i projektets tidligste dage, blev der lavet en aftale med Fyens Stiftstidende om aflevering af ugentlige klummer, der skulle sætte fokus på cyklismen, EXPO og Odense.

Dette samarbejde er siden hen fulgt op af flere. Fyens Stiftstidende udarbejdede til et planlagt fyraftensmøde et Business-tillæg om Kina, der er i fællesskab udbudt læserrejser og afholdt informationsmøder.

Med den anden store lokale avis, Ugeavisen, er udbudt en læserkonkurrence om en rejse for to til Verdensudstillingen. Rejsen blev vundet af to unge studerende, som efterfølgende fungerede som civile journalister i en stor reportage fra Kina.

Der er i alt udsendt ca. 15 deciderede pressemeddelelser i projektperioden, og en lang række personlige historier er rettet til enkeltjournalister.

Se bilag: Pressemeddelelser

### Medieværdi

En opgørelse af projektets mediedisponering, foretaget af firmaet Infomedia, anslår den samlede værdi af al dansk medieomtale i hele projektperioden til 3.552.027 DKK. Til dette tal, som er udregnet efter læsertal og placering i mediet/sendetiden, skal noteres det nok så væsentlige: Mediedækningen har hele vejen igennem været positiv.

Værdien af medieomtalen sammenlignes ofte med sekretariatsudgifter (lønninger, kontorhold i Odense og Kina, alle konsulentudgifter samt alle rejser og møder foretaget i forbindelse med projektet). Hermed sikrer man sig, at der opnås break even for de udgifter, der knytter sig til projektet på det administrative plan. Dette er så rigeligt opnået med den megen medieomtale således, at værdien også dækker alle udgifter forbundet med de ni fuldtidsansatte i Kina.

Pressedækningen var mest massiv i slutningen af udstillingsperioden. Målingen er afsluttet 10. november 2010. Pressearbejdet fortsættes dog efter denne dato, og der er flere omtaler i vente.

Medieværdien af den udenlandste medieomtale er ikke opgjort, men beløber sig til et langt større tal. Dette beskrives herunder:

Se bilag: Medieanalyse

### Global mediedækning

Den odenseanske pavillon blev hurtigt den kinesiske presses mediedarlings. Hvad vi ikke havde turdet håbe på inden verdensudstillingens start, blev efter en lidt stille opstart en realitet. Mere end 45 min. tv-indslag, 274 artikler, som både har været i trykte og elektroniske medier samt deltagelse i et 48 min. langt tv-show med fokus på bæredygtig

byudvikling, er resultatet af den store interesse. Det er vigtigt at notere, at også i de udenlandske medier har der kun været positiv omtale af pavillonen, guiderne eller Odense.

På Danmarksdagen generede Odenses pavillon mere kinesisk medieomtale end den danske pavillon, primært pga. de mange aktiviteter der foregik på pavillonen.

Og vi har fået budskabet ud: Det altoverskyggende pressefokus har været budskabet om cyklen som et smart og miljøvenligt transportmiddel. Halvdelen af den presseomtale, som Odense pavillonen har fået, har handlet om pavillonens fokus på cykler, bæredygtig byudvikling og på Odenses særlige forhold til cyklen.

Pavillonens engagerede danske guider med kinesisk sprogække er et hit hos både journalister og besøgende. Kombinationen af skæve happenings som cykelvaskeri, guitarspil og hjemmekomponerede sange om cyklismens fordele, har været med til at bane vejen for budskabet om cyklen som moderne transportmiddel, Odense som turistdestination og bæredygtig byplanlægning. Guidernes personlige historie og baggrund har været et omdrejningspunkt i mange interviews. Guidernes engagement og flair for det kinesiske sprog har også været en interessant historie. I alt har 13 artikler haft fokus på guiderne. De fleste af guiderne er desuden blevet genkendt på gaden - både fra CCTV og fra Shanghai TV.

Pavillonen har også fået særlig opmærksomhed på grund af de mange events, som guiderne har afholdt. I alt har der været 46 artikler og indslag om den særlige pin situation, om guidernes cykelværksted og andre optrædere på pavillonen. Særlige højdepunkter i mediedækningen har været, da der uddeltes 10.000 gratis pins - en lille nål, som fra starten har været tænkt som en sød lille gave til særligt interesserede. Nålen blev efterhånden så eftertragtet, at den blev solgt på nettet til 600 kr. For at dumpe prisen arrangerede guiderne en happening, som blev et tilløbsstykke af dimensioner. Både tv og trykte medier fulgte interesseret med.

Danmarksdagen satte særligt fokus på de to danske repræsentationer på verdensudstillingen, og en lang række prominente gæster lagde deres vej forbi Odenses pavillon. Kronprins Frederik roste Odenses indsats for cyklisme og den kinesiske presse viste stor interesse for besøget. Også H.C. Andersen paradens besøg med en bl.a. en ægte havfrue var et hit i de kinesiske medier. Danmarksdagen fik fin dækning med 13 artikler og indslag om prinser, prinsesser og havfruer.

Desuden har mange artikler indeholdt interviews med besøgende, som har anbefalet pavillonen til andre gæster. 16 artikler har anbefalet at besøge Odenses pavillon.

Odense pavillonen -

- Har 4 gange været på forsiden af den officielle EXPO avis, der bliver uddelt gratis på EXPO til de mange gæster
- Optrådte meget ofte i Liberation Daily – et medie, der er partiets vigtigste talerør i Shanghai med oplag på 700.000 om dagen
- Har flere gange været i CCTV, der er den landsdækkende tv-station i Kina.
- Og emnet interesserer andre steder i verden. Odenses pavillon er blevet omtalt i 33 amerikanske medier med historien om smarte cykelhjelme som omdrejningspunkt

- Vi har været i store og landsdækkende aviser som China Daily og People's Daily – og i spansk Vogue
- Som kronen på værket har Kinas nationale tv-station CCTV udvalgt Odense som en case, der skal dækkes grundigt til et dybdegående program fra EXPO

Se bilag: Presselister Udland

### **3.4 Kendskabsundersøgelser**

Der er gennemført forskellige undersøgelser både internt og eksternt i Odense for at måle kendskabet til Odenses deltagelse på EXPO 2010. Internt har det været vigtigt at måle både kendskab og medarbejderstolthed over projektet. Herudover er der blevet lavet eksterne målinger både i Odense og i Kina.

Se bilag: Målrapporter, evalueringer før og under EXPO

#### **Borgerpanel – før og under EXPO**

Statistisk udvalgte borgere i Odense har svaret på spørgsmål vedr. Odenses deltagelse på EXPO 2010. Undersøgelsen er gennemført af samme analysefirma, som har udarbejdet projektets målpapir.

Rapporten konkluderer, at 80 % af de adspurgte borgere havde kendskab til EXPO-projektet ved dets ophør. Det er en meget positiv fremgang fra 25 % ved projektstart. I rapporten står der, at ”Dette viser, at kommunikationsindsatsen er lykkedes, og et kendskab på 80 % må betragtes som et fint resultat”. De adspurgte svarer, at deres kendskab er primært opstået via medierne. Det passer fint med projektets eksponeringsplan. Der er i hele EXPO-projektet stort set ikke brugt penge på annoncering. Al synliggørelse er opnået gennem mediarbejde, aktiviteter og samarbejdspartnere.

Kendskabsgraden på de 80 % ligger flot foran tidligere kendskabsundersøgelser af kampagner med langt større eksponeringsbudget, såsom Go Pink-kampagnen 2009 og julekampagnen 2009 i Odense. Resultatet falder også fint sammen med en undersøgelse foretaget af Fynske Medier, der sætter kendskabsgraden blandt de adspurgte odenseanere til 66 %.

Størstedelen af de adspurgte ser flere positive aspekter omkring Odenses deltagelse, især overfor turistsektoren, synliggørelsen af fynsk erhverv i Kina og tiltrækningen af flere studerende til Odense. Dette er også helt i tråd med projektets kommissorium.

Der bliver ikke lavet gentagne, nationale kendskabsanalyser i Odense Kommune, så derfor kan dette ikke måles, som det står i målpapiret.

Se bilag: Borgerpanel 2009 + 2010

Se bilag: Fyens Stiftstidendes kendskabsundersøgelse

#### **Intern måling – før og under EXPO**

Den interne måling er foretaget i BKF: Trafik og Anlæg, Myndighed og Vejdrift og Park og Natur. Herudover er spørgsmålene sendt til ETE/Udvikling Odense. Første måling skete den 22. oktober 2009. Den anden måling fandt sted den 29. september 2010.

Rapporten viser, at stort set alle medarbejder ved projektets slut er vidende om deltagelse i EXPO og tilskriver, at det er lykkedes internt i kommunen at kommunikere budskabet ud. Det kan noteres at kendskabet primært er opstået via intern kommunikation.

Trods et øget kendskab, projektperioden igennem, er medarbejderstoltheden ikke stigende, og de fleste besvarelser placerer sig lige midt imellem ingen og stor indflydelse. Dette tal er ikke duperende og viser, at projekter som dette kun i ringe grad påvirker medarbejdernes opfattelse af deres arbejdsplads. Derfor angiver størstedelen også, at deres jobglæde ikke ændres af projektet.

Der er desuden gennemført en spørgeskemaundersøgelse blandt turisme og detailhandel, interessenter og sponsorer og uddannelse og forskning. Disse undersøgelser beskrives i de næste afsnit (afsnit 4-6)

Se bilag: Medarbejdertilfredshed

### **3.5 Brugerundersøgelser (kvantitativ undersøgelse)**

En brugerundersøgelse er blevet gennemført på pavillonen i Shanghai. Her blev de besøgende spurgt om deres syn på udstillingen og forhold til Odense. Undersøgelsen er udført som interviewbaserede spørgeskemaer. Efter fire måneder sluttede brugerundersøgelsen, da man havde nået kritisk masse på 333 besvarelser og svarene var meget ensartede.

Formålet med undersøgelsen har været at få gæsternes bud på, hvad udstillingen handler om, om de kunne tænke sig at komme til Odense, og om de har besøgt [www.expo.odense.dk](http://www.expo.odense.dk). Deres svar kan inddeles således:

Hovedvægt på cykler og miljø	42 %
Hovedvægt på Danmark, Odense eller andre kulturer	16 %
Kom tilfældig forbi	14 %
Hovedvægt på pavillonens design	14 %
Henvist af venner eller omtale i medierne	6 %
For at få adgang til DK pavillon	5 %
For at få en pin	2 %
Ved en fejl	1 %

Over 92 % er fra Kina og 81 % af de besøgende er turister. Det var kun 25 %, der kendte i Odense i forvejen, men hele 85 % fik lyst til at besøge Odense efterfølgende – hovedsagligt som turist, men 16 % ville gøre det i forb. med forretning eller studie.

Til en sådan undersøgelse skal det noteres, at der er store kulturforskelle mellem Kina og Danmark. Kineserne er et høfligt folk, som i for høj grad vil prøve at svare korrekt og give det svar, som de forventer, man ønsker at høre. For at supplere denne type undersøgelse blev der derfor gennemført en mere dybdegående kvalitativ undersøgelse:

#### **Kvalitative undersøgelser**

I en periode på en uge i juli 2010 foretog Carina Ren, SDU, en kvalitativ undersøgelse på pavillonen. Christiana Ren er ph.d.-studerende og har gennemført lignende analyser for den

danske pavillon. Hendes rapport fortæller om hvilke tiltag i formidlingsarbejdet, som hun vurderer som mest velfungerende overfor den aktuelle besøgsgruppe ifølge hendes observationer af livet på pavillonen og samtaler med guiderne.

Bilag: Brugerundersøgelse  
Bilag: Christina Rens rapport

### **3.6 Informationsbreve**

Gennem hele projektperioden har projektlederen udsendt informationsbreve til samarbejdspartnere og andre interesserede. Brevene er udsendt med 14 dages intervaller og har også været tilgængelige fra projektets danske hjemmeside.

Emnerne i informationsbrevene har præsenteret projektet som helhed, events og besøg, vores samarbejdspartnere og pudsige historier fra livet på pavillonen.

Se bilag: Informationsbreve

### **3.7 Billedbog og film**

Som afslutning på projektet er udgivet en fotodokumentarisk bog. Bogen er på engelsk og vedlagt en DVD med udstillingsfilmen og en elektronisk udgave af bogen. Oplag: 300 stk., ekstra DVD: 100 stk. Bogen har ISBN: 978-87-994186-0-2

Bogen beskriver – i ord og billeder – projektet i sin helhed. Den er produceret til repræsentativt brug i kommunens videre markedsføring samt for ansatte og samarbejdspartnere, som har brug for at formidle deres engagement i EXPO 2010.

Se bilag: DVD med film og bog

Det videre forløb:

### Hjemmeside og film

Den engelsksprogede hjemmeside fortsætter efter projektets ophør som en indgang for interesserede, der ønsker at besøge Odense, hvad enten det er som studerende, privatturist eller erhvervsturist.

Udstillingens film er produceret således, at den kan indgå i den generelle markedsføring af Odense by, som et mere tidssvarende billede på Odense og byens mange kompetencer. I filmen præsenteres Odense som et moderne eventyr med udsyn, ambitioner og nærvær. Det er håbet, at netop dette billede af Odense vil blive videreført i branding af Odense overfor nye turistgrupper.

Der ligger i såvel forarbejdet til udstilling og hjemmeside samt i diverse undersøgelser og analyser udført omkring projektet en række redskaber, som kan indgå i en mere målrettet indsats mod det asiatiske marked samt omkring synliggørelse på hjemmebanen. Disse redskaber står til frit brug ved nye projekter.

### Medarbejderstolthed

En øget medarbejderstolthed var ét af delmålene for EXPO-deltagelsen. Man håbede at fremstå som en moderne og modig kommune for såvel nuværende som kommende ansatte. Rapporterne viser, at medarbejderstoltheden ikke stiger i takt med medarbejdernes kendskab til et projekt som dette. I rapporten anbefales det at undersøge dette forhold nærmere for at opnå bedre redskaber til at sikre ejerskab og bedre forståelse for det arbejde, der udføres i kommunen.

I forbindelse med evalueringen af kampagnen Kina i Odense, blev et manglende samarbejde med kommunens HR-afdeling fremhævet. Dette blev tilskrevet opstarten af denne nye kampagnetype samt den pågående omorganisering af de implicerede afdelinger.

### Særligt omkring den kinesiske presse

I forbindelsen med udstillingen har Odense opnået et godt og nært forhold til den kinesiske presse. Som eksempel kan nævnes, at da J. K. Rowling i efterårsferien modtog H. C. Andersen prisen i Odense, var det ingen sag at få det i de kinesiske medier. Således blev historien omtalt både på CCTV, Kinas største nyhedskanal, og i Shanghai Daily, byens største engelsksprogede avis.

Hvis man vælger at arbejde videre med at promovere Odense i Kina, er dette et uvurderligt redskab, som kan bruges målrettet til at sætte Odense på verdenskortet i mange andre sammenhænge, hvis det prioriteres.

## **4.0 Gevinster for Odense som uddannelses/forskningsby og for erhvervslivet**

### **4.1 Fundraising - erhvervsliv**

### **4.2 Erhvervslivets brug af pavillonen**

### **4.3 Understøttende aktiviteter i Odense**

### **4.4 Oversigt over ressourcer generet på erhvervsområdet**

### **4.5 Tilfredshedsundersøgelse**

### **4.6 Samarbejde med uddannelses- og forskningsmiljøer**

### **4.7 Oversigt over ressourcer generet på uddannelse/forskningsområdet**

---

## **4.1 Fundraising - erhvervsliv**

Arbejdet med at supplere Odense Byråds bevilling på 10 mio. kr. var frem til august 2009 præget af effekten af den globale finanskrisen og hjemlige sponseres tilbageholdenhed. Projektet var ikke søsat med en økonomisk partner, og en forventet opbakning fra danske firmaer med virkeområde omkring byplanlægning og -rådgivning samt og byinventar udeblev fuldstændig.

En fundraiser blev derfor ansat med det formål at skaffe projektet nye partnere. Fundraiseren er udgiftsneutral for projektet, idet han også har tjent sin egen konsulentydelse hjem.

Der blev udarbejdet et salgsbrev på dansk og engelsk og med det rettedes henvendelsen sig til to grupper af virksomheder:

- Virksomheder, som allerede var stærke på det kinesiske marked eller som ønskede at bruge deltagelsen på EXPO i forbindelse med markedsføring i Kina
- Virksomheder, som har interesser i de faglige tematikker på Odenses pavillon

Man kunne bidrage på flere måder, og invitationen gjaldt således både:

- Virksomheder, som ønskede at tilkendegive støtte til projektet i form af et økonomisk bidrag
- Virksomheder, som havde interesse i at levere udstyr, materiale og ydelser i forbindelse med udarbejdelse, udstilling, etablering, events og drift i Odense og i Kina.

Der blev ikke sat en mindsteværdi for sponseratets størrelse.

Der blev rettet en række henvendelser, og i forløbet er der forhandlet med mange interessenter. Mange modeller blev præsenteret og mange forkastet. Der er i den forbindelse holdt oplæg om Odenses EXPO-projekt ved Asia Business Forums Information Meeting i juli 2009 og ved Danish-Chinese Business Forums Member Meeting i oktober 2009. Projektet er også blevet præsenteret for Erhvervsservice Odense ved et møde i foråret 2009 samt for de øvrige ledere af de fynske erhvervsråd i sommeren 2009.

## **Indgåede aftaler**

De positive tilbagemeldinger kan opdeles i to grupper: virksomheder, som har Kina som nyt marked, men som endnu ikke/først lige har etableret sig i Kina og virksomheder, som endnu ingen interesse har i det asiatiske marked, men som pga. lokal forankring eller



disponering i lokal Odense forstand, har ønsket at bakke op om projektet. Mod forventning tiltrækkes ingen af de større danske, Asienbaserede virksomheder. Grunden skønnes at være, at de søger mod den danske pavillon som sponsorer.

Fra nogle forlyder det, at projektet er for smalt til, at de kan tænke sig ind i det: Cykelrammen er for markant og begrænser eksterne parters evne til at se muligheder i projektet, der retfærdiggør et bidrag eller et samarbejde. For at imødekomme dette, blev titel og budskab i udstilling tilrettet en bredere optik. Dette har vist sig at være en god beslutning, og givet et for situationen meget tilfredsstillende resultat.

Der er indgået mange store og små aftaler om samarbejde og sponsorater således, at der er blevet skabt et godt økonomisk fundament for projektet. Desuden er indgået en del aftaler, som har lettet budgettet for udgiftsposter vedrørende aktiviteter i Odense.

Samarbejdet med erhvervslivet kan opdeles i flg. grupper:

1. Økonomisk bidrag er fortrinsvis opnået fra tre af Odense Kommunes forsyningsvirksomheder, nemlig Vandcenter Syd (tidl. Odense Vandselskab), Fjernvarme Fyn og Odense Renovation. Sammen med to Odense baserede virksomheder indenfor vandområdet, Vattenfall og Damixa blev der til denne gruppe formuleret en særlig partnerskabsaftale med en række specifikke modydelser. Fællestrækkene for disse virksomheder er, at de alle arbejder med grøn energi – en vare som spås en gylden fremtid i Kina. Især Vandcenter Syd har mange udenlandske interesser og har fra et kontor i Malaysia allerede indgået udviklingsaftaler med Kina. Derudover var partnerne mest interesseret i disponering på den hjemlige base.

2. Derudover har en række designvirksomheder med mod på Kina støttet op om projektet. Nogle allerede med salg i Kina, andre med ambitioner på dette nye marked. Det drejer sig i flere tilfælde om virksomheder med produkter indenfor byinventar, som f.eks. det hollandskbaserede firma Falco A/S, men også den eneste danske producent af cykelhjelme, Yakkay. En særlig god historie knytter sig til firmaet Carl Hansen & Søn, som er byens lokale producent af Wegner møbler. Denne virksomhed har allerede et godt salg i Kina og har i udstillingsperioden åbnet nyt show room i Shanghai.

3. En tredje kategori angår en gruppe lokale virksomheder, som af forskellige grunde ingen interesse har i det kinesiske marked, men som alligevel har valgt at støtte om byens EXPO-satsning. Det drejer sig bl.a. om cykelfabrikant Kildemoes, gartneriet PKM samt arbejdstøjsproducenten Kansas/Kwintet, som har udstyret alle ansatte på Odenses pavillon med en tøjlinie produceret netop til projektet.

4. Sidst, men ikke mindst, blev indgået en aftale med to producenter af økologiske fødevarer om salg fra pavillonen. I Kina er øko-bølgen først ved at ramme nu, og den kinesiske middelklasse udviser stor købekraft overfor danske økologiske varer. Danske økologer er opmærksomme på dette, og nogle har allerede fået samarbejdsaftaler i stand med kinesiske supermarkeds kæder.

Der er ved denne evaluerings afslutning ikke overblik over det økonomiske resultat ved salget. Varelageret er solgt, men til reducerede priser i de sidste uger. Imidlertid anfører økologerne bag cykelbaren at deres tilstedeværelse i pavillonen ikke i første omgang var

knyttet til en betragtning om stort overskud, men om at være til stede på et nyt marked og få at få læring.

Som modbydelser har projektets samarbejdspartnere fået inddragelse i forbindelse med udstillingstemaer, rådighed over lokaler til mødeafholdelse, præsentation på hjemmesiden, omtale i informations- og pressemateriale, synlighed ved udstillinger samt adgangsbilletter til EXPO og modtagelse i pavillonen ved repræsentative besøg.

## 4.2 Erhvervslivets brug af pavillonen

I projektets målpapir angives det som en målsætning, at erhvervslivet bruger Odenses pavillon til at synliggøre samarbejdsprojekter med Odense Kommune, som kan have værdi for andre at se og evt. købe. Denne målsætning er så rigelig opfyldt gennem erhvervslivets brug af pavillonen:

- Sammen med projektets primære partnere, de tre forsyningsvirksomheder, blev der produceret en film til pavillonen. Filmen er lavet af det lokale firma Fjernsynsforeningen, og er en 4-minutters virtuel cykeltur gennem Odense med fokus på Odenses mange kompetencer indenfor miljø, mobilitet, bæredygtighed energitænkning og genindvinding. Desuden blev de tre partnere indarbejdet i udstillingskonceptet, og blev på hver deres skærm præsenteret med en historie om sammenhængen mellem mobilitet og de øvrige miljøpolitikkerne i Odense by
- En række af projektets samarbejdspartnere har brugt Odenses pavillon til repræsentative formål; bestyrelsesbesøg, temaudstillinger og kundemøder. Det største arrangement af denne type blev gennemført af virksomheden Damixa, som producerer vandhaner. De lavede en udstilling af deres nyeste design sammen med en 3 meter høj vandhane, afholdte rundvisninger og besøg med omkring 30 nuværende og potentielle kunder
- Den 7. maj, i åbningsugen, afholdt de fire store regioner, Region Syd, Region Midt, Region Nord og Region Sjælland en konference i samarbejde med Odenses pavillon på UBPA-området. Emnet var ”Den Danske Model” for offentligt-privat samarbejde med fokus på grøn teknologi og energi-løsninger. Til stede var over hundrede kinesiske deltagere fra bl.a. universiteter, byregninger og energivirksomheder. De kom fra flere af de byer og regioner, som de fire danske regioner arbejder sammen med, herunder Shanghai, Suzhou, Nanjing, Zhejiang
- Gruppen bag konferencen, DENSOL (Danish Energy and Environmental Solutions in China), vurderer selv konferencen således: Odense havde beredvilligt tilbudt at være vært for konferencen, og konferencensalen på UBPA-området viste sig meget værdifuld. Samarbejdet med Odense pavillonens administrative personale, det tekniske personale og de frivillige gik over forventning, og udgjorde grundlaget for en meget succesfuldt seminar. I det lange perspektiv forventer arrangørerne – de fire danske regioner – at konferencen er med til at udvikle samarbejde mellem private partnere i Danmark og Kina med hensigten at implementere energiløsninger og energibesparelser med udveksling og ny læring i begge lande som konsekvens

Se bilag: Udstillingsfilm

Se bilag: Densol konferencebeskrivelse og evaluering

### 4.3 Understøttende aktiviteter i Odense

- I samarbejde med de tre partnere blev udviklet en vandrestilling, som fra den 1. marts til slutningen af november, har været udstillet over 30 steder på Fyn, på biblioteker, indkøbscentre samt et større antal gymnasier og folkeskoler. Vandrestillingen består af to store informationstårne og udstillingen har været ledsaget af 30.000 informationsaviser med konkurrencer, informationer og spareråd til folkeskolernes 5.-9. klassetrin. Efter 2010 tilbydes vandrestillingen til en udlånsordning for folkeskoler, og kan bestilles herfra.
- Den 14. april 2010 afholdte Odense Kommune i samarbejde med Fyens Stiftstidende et fyraftensmøde med over 130 deltagere. Fyraftensmødet havde temaet "Kina som nyt marked" og henvendte sig til små og mellemstore virksomheder i regionen, som enten allerede har eller vil rette blikket mod Kina. På mødet indgik indlæg omkring Odenses EXPO-deltagelse, kinesisk virksomhedskultur og en analyse af potentialet på det kinesiske marked, som det spås af landets største erhvervsorganisation DI. Mødet havde også til hensigt at skabe nye kontakter og netværk
- Op til mødet havde Fyens Stiftstidende Business tillæg den 6. april haft Kina som tema
- I slutningen af juni forestod Odense Kommune en 4-dages erhvervsdelegationsrejse til Shanghai med besøg på EXPOen op til Danmarksdagen med virksomhedsbesøg, oplæg og forelæsning på Fudan Universitetet, der snart åbner et nyt nordisk center. Rejsen blev ledet af Borgmester Anker Boye og Stadsdirektør og projektejer Jørgen Clausen. På rejsen deltog omkring 30 erhvervsfolk fra regionen, nogle af disse var samarbejdspartnere, andre var eksterne interesserede

Se bilag: Notat om erhvervsdelegationsrejsen

#### Kina i Odense

Kampagnen blev lavet i samarbejde med PR & Tiltrækning og Oplevelser, en afdeling under Udvikling Odense, som er Odense Kommunes afdeling for erhvervsfremme. Kampagnen blev lavet som en kampagne i Advisory Board-regi. Odense Advisory Board består af ledende kræfter fra erhvervslivet, uddannelsesmiljøerne og kulturlivet i Odense. Advisory Boardet sørger sammen med Odense Kommune for at koordinere branding og markedsføringen af Odense.

Af Advisory Boardet blev Kina i Odense valgt som midtbyens måde at synliggøre byens EXPO-satsning ved at skabe trafik og liv i handelsbyen Odense. Kampagnen placerer sig således med formålserklæringer indenfor både turisterhvervene, detailhandlen og byens kulturprogrammer.

Indholdet i kampagnen var en kombination af eksisterende og kendte arrangementer, som tog Kina-temaet til sig, og nye aktiviteter lavet i anledning af kampagnen. Aktiviteterne skulle imødekomme en meget bred målgruppe, men arbejdsgruppen har haft fokus på, at

billedet af Kina skulle være nuanceret, og at der også skulle være mulighed for at tilegne sig viden om Kina.

Den gennemgående figur for Kina i Odense var en 18 meter lang kinesisk drage, som optrådte i flere sammenhænge. Byens gågade blev udsmykket med røde kinesiske lamper. Desuden tog en række eksisterende arrangementstyper Kina-tema'et til sig:

- H.C. Andersen Festspillende med forestillingen "Nattergalen"
- Opera på Engen med østerlandsk tema
- Filmfestival med kinesiske spille- og dokumentarfilm
- Odense Blomsterfestival – "Kinas Kulturskatte"
- Studiestartsfest med Kung Fu-munke
- Kulturnat: flere tog temaet til sig, især Overgadekvarteret.
- Sund på Fyn og Ecco Walkathon
- Odense Dragefestival

Og en række nye aktiviteter kom til:

- Stor butikskonkurrence, hvor over 80 butikker deltog i en udsmykningskonkurrence
- Ægte terracottakrigere udstillet i byen
- Fri Tai Chi
- Danseteater Ingrid Kristensens forestilling Magic Move
- Grass Keeps Growing, musik og kunstinstitution
- Shaolin Kung Fu Show
- 'Stormen' på Odense Teater. Dansk-kinesiske fortolkning af Shakespeare (jan. 2011)
- Kulturnatten: Musik og show på Flakhaven
- Foredrag om Kina: i alt fem foredrag arrangeret i samarbejde med SDU og AOF. I gennemsnit 60 tilmeldte pr. foredrag.
- 'Kina i Kulturmaskinen' - en legefestival for børn med Kina-tema.
- Drageløjer i efterårsferien i Odense Zoo
- Kina i Kantinen. Flere kommunale kantiner serverede kinesisk mad i uge 35
- Og som en udløber af kampagnen arrangeres i foråret 2011 en stor udstilling med kinesisk samtidskunst på Fyns Kunstmuseum.

Modtagelsen var overvældende positiv og afspejler givetvis den generelle interesse for Kina. Samtidig har det været et nemt tema at se sig selv i. I rapporterne til projektets målpapir, svarer størstedelen af de adspurgte i en Borgerpanelsundersøgelse da også, at kampagnen har været et godt initiativ. Der er udarbejdet en selvstændig evaluering for Kina i Odense-kampagnen.

Se bilag: Kina i Odense evalueringsrapport

#### **4.4 Oversigt over ressourcer generet på erhvervsområdet**

Iflg. måltal forventes der et samlet bidrag fra erhvervslivet til projektet på 3,5 mio. DKK. Dette tal har været blandt det sværeste tal at nå, men det er lykkedes med en lille margen:

Bidrag og penge på erhvervsområdet, genereret af projektet

Område	Bidragyder og formål	Beløbsstørrelse	Materialespons orat, og tjenesteydelser anslået værdi *	Andre ressourcer, genereret af EXPO
Erhverv	Odense Renovation, partnerbidrag	225.000		
Erhverv	Vandcenter Syd/ Odense Vandselskab, partnerbidrag	300.000		
Erhverv	Fjernvarme Fyn, partnerbidrag	300.000		
Erhverv	Vattenfall, partnerbidrag	100.000		
Erhverv	Damixa, partnerbidrag	125.000		
Erhverv	Scan Global, bidrag til drage	10.000		
Erhverv	Gartneri PKM, bidrag til udsmykning af pavillon	20.000		
Erhverv	Søbogaard, Mølleskovly, bidrag til udsalg	50.000		
Erhverv	Carl Hansen & Søn, møbler til pavillon		210.000	
Erhverv	Kildemoes, div. cykler til pavillon, konkurrencegaver		170.000	
Erhverv	Falco, byrumsinventar til pavillon		372.000	
Erhverv	Kansas/Kwintet, beklædning til pavillon		102.000	
Erhverv	Yakkay A/S, cykelhjelme til pavillon		30.000	
Erhverv	Reelight, cykellygter til pavillon		16.000	
Erhverv	Goodmorning Technology, 2 cykler til pavillon		25.000	
Erhverv	China Experience, kontorplads		40.000	
Erhverv	Rynkeby, til Rådhusudstilling		5.000	
Erhverv	Daloon, til Rådhusudstilling		10.000	
Erhverv	H. I. Hansen, til fyraftensmøde og Rådhusudstilling		15.000	
Erhverv	Regionerne Densol, afholdelse af konference på EXPO			75.500
Erhverv	Kina i Odense – kampagne			1.404.000**
I alt				3.604.500 DKK

## 4.5 Tilfredshedsmåling

I målpapirets før- og under-rapporter er der gennemført en tilfredshedsundersøgelse blandt vores samarbejdspartnere i erhvervslivet. I rapporten fastslås det, at alle de adspurgte mener, at Odense har gavn af deltagelsen på 2010, og der er fuld enighed om, at deltagelsen er nyttig for Odense som helhed. I rapporten står der: ”Deltagelsen betegnes som en stor investering, men en investering der er god for byen og giver en positiv omtale af Odense.”

Det glæder os også, at de partnere, som har været tæt på hele projektet, næsten alle mener, at Odense Kommune har grebet opgaven godt eller meget godt an.

Der blev også spurgt til virksomhedernes forventninger til en øget forretning. I takt med finanskrisens styrke, faldt virksomhedernes optimisme en del, når de tog udgangspunkt i deres virksomheds nuværende situation. Forhåbentlig ændres dette i fremtiden.

#### **4.6 Samarbejde med uddannelses- og forskningsmiljø**

Fra projektets start har det været vigtigt at få inddraget uddannelses- og forskningsmiljøer i projektet. Der har derfor været gennemført en lang række samarbejder fra børnehaveniveau, folkeskolen, produktions- og erhvervsskoler til universitet og designskoler. Samarbejderne er mange og meget forskellige, og de overskrider i stor stil de forventede mål opsat i projektets målpapir.

Samlet set er det lykkedes at få alle uddannelsesniveauer fra børnehave og folkeskole til universitet involveret i udnyttelsen af Odenses EXPO-pavillon i Shanghai. Her er en liste over de mest centrale samarbejder:

- På et tidligt tidspunkt gav en gruppe elever og lærere fra Sct. Hans Skole i Odense udtryk for, at man gerne ville etablere et samarbejde med en folkeskole i Odenses venskabsby Shaoxing, der ligger 3-4 timers kørsel fra Shanghai. Dette var startskuddet til en langvarig og ikke ubesværet dialog med Shaoxing med henblik på at planlægge en rejse for interesserede elever til EXPO i Shanghai og Shaoxing. Godt 15 elever og et par lærere deltog i turen, der endte med to dages optræden på Odenses pavillon og en masse nye indtryk og oplevelser for de unge elever
- Men også på hjemmebanen er de unge blevet involveret. Eksempelvis deltog børnehaven Myren fra Billund, da dragen Long ankom til Billund Lufthavn til Odense for at deltage i efterårets mange Kina-arrangementer
- Mange fynske folkeskoler har haft besøg af projektets vandrende udstilling, og brugt udstillingens informationsavis som undervisningsmateriale i et forløb omkring Odenses miljø- og mobilitetspolitik
- Over 20 skoleklasser besøgte en udstilling i Rådhushallen i juni. Her var Syddansk Erhvervsskole en uundværlig samarbejdspartner. Hovedformålet med udstillingen var præsentation af EXPO-indsatsen for Odenses borgere. Det førte til et interessant samarbejde om i træ at skabe en 1:1 udstilling af pavillonen, der i tekst og billeder både fortalte om Kina, pavillonen og ikke mindst pavillonens tema; nemlig cyklens betydning for fremtidens miljø og byrum. I arbejdet deltog studerende fra malerfaget, snedkere og metalarbejdere
- Der var stor interesse for udstillingen i Rådhushallen, der blev åbnet den 4. juni med deltagelse af bl.a. den kinesiske ambassadør i Danmark. Udstillingen var åben en periode efterfølgende og tiltrak sig over og 6000 besøgende. På åbningsdagen bidrog også Dalum Produktionshøjskole ved uddelingen af forårsruller og brikjuicer, da cykelholdet fra Team Rynkeby kom forbi

- Dialogen med Tietgenskolen var ligeledes flersidig. Indledningsvis blev EXPO projektet brugt som case på en innovationscamp for studerende v. markedsøkonom og innovationsholdet samt indgik i et længerevarende undervisningsforløb på multimedie- og datamatikeruddannelsen. Senere fik projektet mulighed for at knytte en praktikant til sig fra skolen, der indgik i en række konkrete projektsammenhænge
- Som en direkte udløber af Odenses deltagelse ved verdensudstillingen indgik Tietgenskolen en kontrakt med Shanghai School of Finance om gæstelærere og udveksling af studerende gennem flere semestre
- På området for mellemlange uddannelser har University College Lillebælt, en fusion af CVU Lillebælt og Den Sociale Højskole i Odense, afholdt en event på pavillonen i juni
- På universitetsniveau gjorde SDU brug af Odenses tilstedeværelse i Shanghai gennem to meget velbesøgte konferencer den 8. og 9. maj umiddelbart efter den officielle åbning af EXPO den 1. maj. Den første havde fokus generelt på SDU's forskning indenfor velfærdsteknologi, logistik, litteratur og robotteknologi. Dagen efter var fokus på Danmarks historisk set stærkeste "brand" nogen sinde; nemlig H.C. Andersen, hvor SDU naturligvis forskningsmæssigt har en særlig position

SDU fik på den baggrund en unik lejlighed til at præsentere eksempler på sin forskning overfor de fire store internationalt anerkendte universiteter i Shanghai samt repræsentanter fra en række andre uddannelsesinstitutioner i Shanghai. Mere end 1000 havde søgt om at få plads på de to seminarer, og desværre blev der ikke plads til alle.

I sin evaluering skriver Bo Kristiansen; ” Som direkte afledt effekt af arrangementet blev SDU's professor i robotteknologi Norbert Krüger bedt om at holde foredrag for studerende på Shanghai Jiao Tong University om mandagen. Her blev der også drøftet indledende ph.d. samarbejde. Desuden havde undertegnede i ugen efter indledende drøftelser med Tongji og Fudan University om partnersamarbejde. Onsdag den 26. maj kunne SDU's prorektor Bjarne G. Sørensen underskrive en partneraftale med Fudan University, som blandt andet betyder mulighed for udveksling af studerende mellem de to universiteter. Sammenfattende kan det konkluderes, at såvel Syddansk Universitet som Odense Kommune kan være godt tilfredse med arrangementet, der positivt har bidraget til at gøre Syddansk Universitet og Odense by mere kendte i Kina.”

- I forlængelse af de to seminarer blev SDUs professor i robotteknologi Norbert Krüger bedt om at holde foredrag på Shanghai Jiao Tong University dagen efter det andet seminar. I den forbindelse blev der også drøftet et indledende ph.d.-samarbejde. Senere i maj kunne prorektor Bjarne G. Sørensen underskrive en partneraftale med Fudan University, der åbner for udveksling af studerende
- På det forskningsmæssige plan har projektets medarbejdere fra start været i kontakt med professor og forskningsleder Lars Bo Andersen og lektor Jens Troelsen fra

Center for Idræt og Biomekanik, som begge har arbejdet med undersøgelser af cyklismens fordele, og som har leveret vigtige nøgletal til projektet

- I efteråret 2009 udskrev EXPO-kontoret i samarbejde med Center Turisme, Innovation og Kultur i Esbjerg en prisopgave med fokus i Odenses turistpotentiale. Juryen bestod af centerleder Janne Liburd, Eventchef i Odense Kommune, Claus Koch og den daværende direktør for Syddansk Turisme, Anette Haugaard, ligesom ph.d. Christina Ren har bidraget med kvalitative undersøgelser
- Kolding Designskole har tidligere gennemført et projekt med Tongji universitetet i Shanghai omkring udviklingen af fremtidens cykel. En af disse cykler indgik i pavillonen, hvor projektet også blev præsenteret på en skærm
- Det hører til projektets erfaring, at samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne har været meget dynamisk og perspektivrigt, fordi uddannelsessektoren arbejder og tænker meget globalt, både i relation til tiltrækning af studerende, studieophold for egne studerende og i relation til deres forskningsarbejde

Se bilag: Evaluering fra Tietgenskolen

Se bilag: Udtalelse fra Henrik Hjort

Se bilag: Udtalelser og evaluering SDU

#### 4.7 Oversigt over ressourcer genereret til fremme af uddannelse/forskning

I måltal forventes der et samlet bidrag fra uddannelse og forskning til projektet på 0,5 mio. DKK. Det endelige tal endte lidt højere:

Bidrag og penge på uddannelses- og forskningsområdet, genereret af projektet

Område	Bidragyder og formål	Beløbsstørrelse	Materialesponsorat, og tjenesteydelser anslået værdi *	Andre ressourcer, genereret af EXPO
Uddannelse	Designskolen Kolding, fremtidens cykel til pavillon		50.000	
Uddannelse	SDU, afholdelse af konference på EXPO			236.040
Uddannelse	Syddansk Erhvervsskole, opbygning af Rådhusudstilling			250.000
I alt				536.040 DKK

I projektets målrapporter anføres det, at antallet af kinesiske studerende er stærkt stigende på SDU, og let faldende hos de øvrige adspurgte. SDU er også den samarbejdspartner, der har gjort mest målrettet brug af Odenses engagement i Kina. I rapporten knyttes den kommentar, at nogle af institutionerne ikke opsøger dette, da deres erfaringer viser, at kinesere har svært ved at integrere sig i studiemiljøet og at der oftere er udfordringer forbundet med kinesiske studerende end med andre studerende.



Det videre arbejde:

#### På uddannelses og forskningsområdet

At de store uddannelsesinstitutioner, uanset uddannelsesniveaue, i mange henseender befinder sig på et internationalt marked og er udsat for international konkurrence leder frem til, at Odense Kommune i forhold til fremtidige internationale satsninger i større kaliber altid bør indtænke uddannelses- og forskningsmiljøerne som aktører. Uddannelsesinstitutioner kan hurtigt og fleksibelt se sig selv i en utraditionelle rammer.

#### På erhvervsområdet

Igennem hele udstillingsforløbet har samarbejdspartnere og sponsor samt relevante afdelinger i Odense Kommune fået tilsendt lister over centrale besøg på pavillonen. På listerne er anført besøgsgrupper, kontaktpersoner og særlige interesseområder. Listerne er sendt ud for at give samarbejdspartnere mv. mulighed for at følge op på nogle af de kontakter som skabes i pavillonens daglige formidlingsarbejde. Listen tæller personer og afdelinger som måske kan have en erhvervsmæssig interesse i dansk viden eller produkter, eller som det på anden måde kunne være interessante at knytte netværk til. Om disse kontakter kaster nye samarbejder af sig, vil vise sig senere.

Andetsteds er opfølgningen allerede i gang: For at udnytte de kontakter og forbindelser som er opnået i løbet af EXPO-projektet, har Odense Kommunes Erhvervsservice valgt at følge op med en seminarrække. Hvert seminar vil byde på foredrag samt cases fra virksomheder, der er repræsenteret i Kina. Målgruppen er mellemstore virksomheder, som måske står på spring til at komme ud på det globale marked. Formålet er at forberede og oplyse dem, så de inden for en nær fremtid kan starte op i Kina. Seminarrækken skal bruges til opstart af et nyt netværk af odenseanske virksomheder med interesser i Kina.

Et andet forslag kunne være, indenfor rammerne af det nyformaliserede samarbejde mellem SDU og Odense Kommune, at sætte fokus på, hvordan man kan promovere lokale kompetencer i kinesisk regi. Eksempelvis kunne man søge at udrede og begrunde potentialet indenfor valgte vækstområder som velfærdsforskning med særligt henblik på at sælge kompetencer og vidensdeling med Kina. Arbejdet kunne falde som forskningsudredning/forsknings-ph.d. En målrettet afsøgning af dette felt ligger i tydelig forlængelse af EXPO-tanken, og det syntes oplagt, når man allerede har den oplagte platform en sådan afklaring kunne løftes op i.

## **5.0 Gevinster for Odense som oplevelsesby**

### **5.1 Generelle vilkår for turistområdet**

#### **5.2 Ny viden**

#### **5.3 Turismefremmende aktiviteter i udlandet**

#### **5.4 Modtagelse af gæster i Odense**

#### **5.5 Målpapir - turisme**

---

### **5.1 Generelle vilkår for turistområdet**

En stor del af motivationen for at deltage på EXPO 2010 ligger i en vurdering af det turistpotentiale, Odense besidder overfor netop Kina. Ingen andre steder end Kina er Odenses digtersøn H.C. Andersen så populær som i Kina. Kombinerer man dette med den rejselyst, der ligger i den stærkt stigende middelklasse i Kina, er potentialet enormt.

Mange kinesere står i disse år overfor deres første store udenlandsrejse, og målet er at sikre, at den ligger vejen forbi Odense. Her er stopovers fra enten København eller Hamborg den mest interessante gruppe.

Men ikke kun privatturismen udgør et interessant emne. Også kinesernes store lyst til at søge såvel uddannelse som viden i udlandet vækker opsigt. Erhvervsturismen er derfor også et emne, som er blevet adresseret i denne sammenhæng.

#### **Udvalgte områder**

Der er fra flere turistorganisationer et fokus på Odense som cykelø, og der forefindes allerede en række tilbud til cykelferie på Fyn. anbefalinger råder imidlertid til, at disse fortrinsvis markedsføres overfor det danske marked og velkendte internationale markeder (det nære marked). Selv om der kommer mange internationale gæster på verdensudstillingen, isoleres kræfterne om det kinesiske marked. Og det skønnes ikke, at der er volumen i det asiatiske cykelmarked til at motivere et fremstød med cyklen i centrum. I stedet er HCA en unik vare at flytte folk på. Derfor koncentrerer indsatsen herom.

#### **Udfordringer**

På området for privatturisme gælder det, at hele det kinesiske marked styres af kun fire statsejede turistoperatører. Det gælder derfor om at få netop disse i tale. Denne opgave vurderes hurtig for stor for en lille by som Odense, og det blev besluttet at indgå en række samarbejder på dette område.

En anden udfordring er indrejsereglerne til Danmark, som per tradition har været meget strenge. Der har været indført en 1-årig forsøgsordning for at stille sig bedre end ved det hidtidige Schengensamarbejde vedr. ADS-rejser. Approved Destination Status er den eneste måde man pt. kan foretage rene ferierejser fra Kina til Danmark. Vedrørende ferie- og møderejser er der mulighed for ved de såkaldte light technical visits at arrangere rejser med ned til 10 % fagligt indhold (mod tidl. 50 %). På ingen af områderne er der dog en mærkbar effekt.

## 5.2 Ny viden

Der findes ikke meget viden om Odenses turistpotentiale i Asien, og derfor blev der iværksat en prisopgave for at opnå en bredere viden omkring Odenses turismepotentiale på det kinesiske marked.

Prisopgaven blev udskrevet i samarbejde med SDU, og vinderen fik en tur til EXPO i Shanghai.

Vi modtog kun 3 opgaver, men fik trods alt yderligere inspiration til, hvad der vil være nødvendigt, hvis vi vil begå os på det kinesiske marked. Især hints om hvad kineserne efterspørger, når de er på ferie, har været vigtige at få.

Vinderen blev Cand.negot. Sanne Leuenhagen Petersen.

Christina Ren, den ph.d.-studerende, som har gennemført en analyse af udstillingen og formidlingsformerne, har også hjulpet på anden vis. Sammen med en af guiderne på pavillonen har hun udarbejdet og testet en ny interviewform, hvor man spørger mere direkte til gæsternes associationer med forskellige værdier, begreber og billeder. Rapporterne vil være nyttig i Odense Kommune videre arbejde med formidling til kinesere.

Se bilag: Prisopgave

Se bilag: Christina Ren - interviewmodel

## 5.3 Turismefremmende aktiviteter i udlandet

VisitDenmark (VDK) og Scandinavian Tourist Board (STB) blev valgt som vores to store samarbejdspartnere pga. deres forudgående arbejde med det asiatiske marked.

Med dem blev arrangeret en Turismedag den 14. maj 2010 på Odenses pavillon. Her deltog over 40 særlig udvalgte turoperatører – hovedsageligt fra Beijing og Shanghai. Vi brugte formiddagen på Odenses pavillon, hvor Odense blev præsenteret – især med fokus på H.C. Andersen – og hvor deltagerne konkurrerede på cykel. Eftermiddagen var på Danmarkspavillonen. I forbindelse med turismedagen producerede VisitOdense to forskellige A5-brochurer på kinesisk, som fortæller om Odense som turistmål og som mål for faglige studieture.

I forbindelse med turismemesser i henholdsvis Danmark (Herning og Bella) og i Tyskland (Hamburg) har vi gjort opmærksom på Odenses pavillon på EXPO ved bl.a. at have en gul cykel stående som blikfang.

## 5.4 Modtagelse af gæster i Odense

Som en konsekvens af deltagelsen på EXPO 2010 har Odense allerede haft en række journalistbesøg:

- 27.03.10. Besøg af otte kinesiske journalister. Besøget er lavet i samarbejde med VDK og har fokus på HCA + EXPO
- 23.09.10. Besøg af tre kinesiske journalister. Besøget er lavet i samarbejde med VDK
- 02.06.10. 12 kinesiske gæster fra førende kulturinstitutioner besøgte Odense. Vært var Kulturarvsstyrelsen, som sammen med gruppen blev præsenteret for Odenses HCA og om EXPO-deltagelsen

- 14.07.10. Kinesiske vindere af konkurrencen "Knowing Denmark is Rewarding" – arrangeret af Den Danske Ambassade i Beijing, kom på deres vinderrejse på besøg i Odense. Med i selskabet er også journalisten Zhao Ziyu fra en af Kinas mest populære internetportaler Sohu
- 09.10.10. Fire VIP-touroperatører. To fra Beijing og to fra Shanghai. Gæsterne blev hentet i Kastrup og kørt direkte Odense, hvor de var 1 1/2 dag. Formålet var at se, hvad Odense har at byde på i forbindelse med gruppeture, og herefter gik turen videre til Hamborg

### Andre hjemlige indsatser

Det er lykkedes at etablere kontakt til en herboende kinesisk kvinde, som fungerer som guide når, der ankommer kinesiske gruppebesøg til Odense.

Et cykelhold fra Team Rynkeby har i år reklameret for EXPO på deres tøj, da de kørte til Paris. Desuden har de deltaget ved åbningen af Rådhusudstillingen i juni i Odense.

## 5.5 Målpapir - turisme

I projektets målpapir fastsættes en række delmål for turistområdet:

- Etablering af to samarbejder med turismevirksomheder – dette mål er præcis opfyldt i samarbejdet med VDK og STB
- Møder gennemføres med 10 touroperatører, som sender kinesiske turister til Odense – der deltog over 40 touroperatører på Turismedagen på Odenses pavillon
- Møder gennemføres med 10 touroperatører, som sender turister til Odense. I det konkrete arbejde med EXPO viste det sig, at det ville være mere hensigtsmæssigt at bruge ressourcerne på at koncentrere os om det kinesiske marked og dermed de kinesiske touroperatører. Vi har derfor vurderet, at det vil være mere givtigt for VisitOdense at bearbejde udenlandske touroperatører (ikke kinesere) på anden vis - eksempelvis via andre workshops i samarbejde med VisitDenmark

Der er også gennemført interview med repræsentanter for hotel- og detailhandelsbranchen i Odense i forbindelse med projektet. Rapporten konkluderer, at der i begge brancher i løbet af projektperioden opnås et godt kendskab til projektet. Spørges der ind til temaet, vakler flere. Det afspejler fint, at cykeltemaet ikke er det primære fokus i det turistfremmende arbejde.

For begge grupper gælder det, at størstedelen mener, at markedsføringen af Odense gennem EXPO generelt har positiv værdi. Til gengæld er ingen af grupperne positive omkring hvorvidt, det vil give øget forretning til dem.

Der findes ingen præcise opgørelser for hvor mange kinesiske turister, der gæster Odense. H. C. Andersens museum skønner, at deres antal af årlige kinesiske gæster er på ca. 80.000. Kineserne er kendt som folk, der bruger mange penge på indkøb af gaver. På trods af dette angiver størstedelen af detailhandlen, at de mener at 'næsten ingen' andel af deres omsætning kan tilskrives kinesiske turister.

Fra hotelbranchen angiver hovedparten, at de ikke syntes, at Odense Kommune har grebet opgaven professionelt an, detailhandlen er neutral. Det kan synes underligt, at der er så stor pessimisme omkring projektet, når man kikker på den massive mediedækning som

Odense har fået i Kina, mens udstillingen har stået på. Dertil kommer at turismesektoren er den branche, der sidst vil kunne mærke effekten af indsatsen, når næste rejsesæson indtræder i det nye år.

## Måltal

I projektets måltal forventes der et samlet bidrag til turistfremme til projektet på 0,5 mio. DKK. Dette tal er ikke opnået. Tilbagemeldingerne er ofte, at turistfremstød af denne type regnes for kommunale projekter, der bør finansieres internt. En ansøgning til Markedsføringsfonden gav intet resultat med den tilbage melding, at de ikke finansierer projekter i udlandet. Trods gentagne forsøg har det ikke været muligt at engagere hverken Region Syd eller Syddansk Turisme i projektet.

Bidrag og penge turismeområdet, genereret af projektet

Område	Bidragyder og formål	Beløbsstørrelse	Materialesponsorat, og tjenesteydelser anslået værdi *	Andre ressourcer, genereret af EXPO
Turisme	VisitDenmark, 50 bycykler til pavillon		125.000	
Turisme	Det fynske turismesamarbejde, bidrag til turisttiltag			50.000
I alt				175.000 DKK

## 5.6 Kulturudveksling fra Odense til Kina

Der var fra begyndelsen meget stor interesse fra mange forskellige grupper, ensembler og enkeltpersoner til at bruge EXPO som afsæt for at vise sin kunst på den ene eller anden måde. Der har igennem hele forløbet været dialog med Det Danske Kulturinstitut i Beijing, men der har ikke været plads til fra EXPOs side at dække rejse og opholdsudgifter for store kulturgrupper, som danseteatre, store kor eller lignende. Alligevel har en række sådanne aktiviteter fundet vej ind i pavillonens kulturprogram. Enten fordi et besøg kunne arrangeres i forbindelse med et andet besøg i Kina eller i et samarbejde med optrædende i den danske pavillon.

Eksempler på kulturudveksling i Odenses pavillon:

- To af Odenses lokalt mest kendte kulturrepræsentanter nemlig MimeGert og H.C. Andersen Paraden - den sidste dog kun med et lille udsnit af den samlede parade - bidrog til at skabe interesse for Odenses pavillon på forskellige tidspunkter.

I en fremmed kultur, hvor sprogbarrieren er til at få øje på, er mimekunsten en oplagt kunstnerisk udtryksform, fordi den i sin umiddelbarhed er lige tilgængelig for alle på tværs af kulturer, sprog og alder. MimeGert (Gert Petersen) underholdt på pavillonen i begyndelsen af perioden med en række små optrædener, der tilpasset pavillonens tema eksempelvis tog udgangspunkt i menneskets forhold til cyklen og det at cykle.

Torben Iversen og fem unge fra H.C. Andersen Paraden optrådte med små H.C. Andersen figurer og tableauer, først og fremmest på den store Danmarksdag den 29. juni, hvor Odenses pavillon bl.a. fik besøg af Kronprins Frederik.

- Til netop denne helt specielle dag var også truffet aftale med Fritz Knipschildt, et succesfuldt odenseansk bysbarn, som er ved at oprette sit eget chokoladeimperium i USA og Dubai. Fritz Knipschildts eventyr er ikke ulig historien om den grimme ælling, der efter en tid finder sin rette pragt. Fritz uddelte eventyrchokolader og lavede chokoladeskulpturer i to dage på pavillonen.
- En anden kunstner som blev hentet fra USA, var den kinesiske violinist og deltager i Odenses Carl Nielsen finale, Jing Qiao. Hun underholdt på Danmarksdagen med Carl Nielsen-musik som et forskræp til den store Carl Nielsen-fejring i 2015.

Af andre optrædere kan nævnes:

- Fixie-event. Cykelperformance med Kaospiloter og cykelentusiaster fra Norden på Odenses pavillon med DJ på cykelstien, 26. maj 2010.
- Vejle Spring Team optræder på Odenses pavillon, 1. juli 2010
- 62 piger fra Sønderjysk pigekor giver koncert på Odenses pavillon. De er i Kina for at deltage i den internationale korkonkurrence i Odenses venskabsby Shaoxing, 28. juli 2010
- One man drum show på Odenses pavillon, ved trommeslager Karsten Mathiesen, 4. august. 2010
- Danske bordtennistalenter gæster Odenses pavillon med performance fra Odense Bordtennisklub, 14. august 2010
- Opførsel af eventyret Tepotten på Odenses pavillon ved Anusheng Teater, 20 og 24. september 2010
- Gerlev Idrætshøjskole optræder med parkour, breakdance og gymnastik på Odenses pavillon, 5. oktober 2010

## 5.7 Two to Go

Odenses EXPO-projekt har stået fadder til et selvstændigt kulturprojekt til markering af EXPO 2010. Med arbejdstitlen Two To Go, har man villet præsentere to fynske kunstnere i Kina. EXPO tog kontakt til en yngre designer og en veletableret kunstner; keramikeren og designeren Jakob Skov kendt for bl.a. sine funktionelle stabelkopper, der i øvrigt blev vist på pavillonen, og den kendte papirklipper Sonia Brandes. Sonia Brandes er gennem en menneskealder kendt fra en række udstillinger, udsmykningsopgaver og ikke mindst et hav af meget smukke bogillustrationer, der bærer hendes helt særlige fabulerende papirklip, der som kunstart har rod i oldtidens Kina.

Hvordan man kombinerer to så forskellige personlighedens udtryk, kan der ikke gives et entydigt svar på, men en af måderne er at finde et fælles fysisk produkt, i dette tilfælde en moderne udgave af den i Kina berømte drejetallerken, der går under betegnelser som turning table eller Lazy Susan.

Opgaven blev at kreere en moderne drejeskive, hvorpå var trykt et papirklip med motiver fra H.C. Andersens univers. Det blev til et spændende og krævende samarbejde, fordi resultatet også skulle udformes inden for en realistisk økonomisk ramme som enten gaveartikel eller et produkt, der måske endog kunne forhandles.

Adskillige prototyper blev udformet. Materialer, motiver, farver blev diskuteret kunsterne imellem og med deltagelse af EXPO-sekretariatets folk. Og resultatet blev opsigtvækkende: En helt moderne skive udført i plexiglas og med et af Sonia Brandes karakteristiske papirklip, en mosaik af nogle af H.C. Andersens kendteste figurer samlet i en poetisk symbiose.

Kronprinsen modtog det første nummererede eksemplar af skiven under sit besøg på Odenses pavillon. Shaoxing, Odenses venskabsby modtog nr. 8, som er et lykketal i Kina. Der er i alt produceret 150 eksemplarer af fadet, præsenteret i flot indpakning og med en lille tryksag, der fortæller om projektet. Fadenes præsentation på dansk grund er sket ved et arrangement for sponsorer og samarbejdspartnere i Odense ved projektets afslutning. Resterende bruges til gaver i forbindelse med projektet og en lille portion sættes til salg i Odense Bys Museums museumsbutik.

### Lancering i Kina

Projektet blev præsenteret i Kina i form af seks udstillingsmontrer, der udstilles rundt omkring i Shanghai. Udstillingsstederne har bl.a. været: Hotel Howard Johnsen, The Bandu Art Gallery and Music Cafe i Moganshan Art District, The Shanghai Art and Handcraft Museum og Shanghai Litterature Association Venue.

Der har i forbindelse med udstillingerne været afholdt en række små events som f.eks. musikalske indslag og eventyroplæsning. Efter projektet er ophørt er udstillingerne doneret til danske kontorer i Shanghai, og udstilles herefter på Nordic Lighthouse, Generalkonsulatet, Innovationscenteret og i Odenses venskabsby Shaoxing.

## 5.8 Balancebuen

EXPO-kontoret fremsatte i slutningen af 2009 en ide om opstilling af en ny skulptur i Odense til markering af Odenses deltagelse i EXPO 2010. Møllerens Fond besluttede at finansiere skabelsen og opstillingen af et kunstværk i Odense med en central og bynær placering. Motivet for kunstværket beskrives som følger:

H.C. Andersen skriver i sit digt fra 1854:

Til en ung Billedhugger, da han reiste til Italien

Naar snart Du staaer i Rom i Mindets Sale,  
Hug stolt dit Navn i Bjergets Marmorsteen;  
Saa Eccho runger i Europas Dale:  
"Som Thorvaldsen har Danmark endnu Een!"

*Fra H.C. Andersen digt 1854: Fem og tredsindstyve Smaavers  
Kilde: H.C. Andersen "Samlede Skrifter" Tolvte Bind.1879*

Skulpturen skulle opføres i den Andersenske ånd, skabt af en ung billedkunstner, der som Andersen selv har et fynsk ophav, men et internationalt udsyn. Skulpturen omhandler netop den tematik, som anslås i digtet, nemlig at Odense fra sit trygge placering i Danmarks have, både har en bred orientering mod resten af verden samt kvalifikationer, der kan måle sig på den globale scene.

Skulpturen blev opsat i anledning af Odense deltagelse på verdensudstillingen først i juni 2010 i anledning af verdensudstillingens åbning.

### Proces og organisering

Odense Kommune identificerede mulige emner og et endeligt valg foretages i samarbejde med Møllerens Fond. To projektforslag blev honoreret og valget faldt på billedkunstner Mette Agerbæk.

Selve skulpturen er en port, en port til en ny verden. Den består af to store kinesiske granitsøjler, hvor der øverst er placeret to kvinder. Kvinderne står fastfrosset i en balancerende stilling og holder to hjul – to spinning wheels. Kvinderne står i en tai chi-stilling. Det er en kinesisk træningsform, der hænger nøje sammen med yin-yang-figuren og filosofien om det evige samspil, der foregår mellem modsætninger. Skulpturens navn er netop: Balancebuen

Kunstneren har udformet værket efter grundtankerne om bæredygtighed, om at være i balance med naturen og miljøet, om bevægelsen og kontakten om omverdenen – specielt Kina. Det kan man også se, hvis man kigger grundigt på kvindernes ansigter; den ene har nemlig asiatiske træk, den anden skandinaviske. Således fortæller skulpturen også en meget konkret historie om et møde mellem to verdener, østen og vesten, men også det store Kina og det lille Odense, som to forskellige 'riger i midten'.

I samarbejde mellem Møllerens Fond, Odense Bys Kunstfond, EXPO-sekretariatet samt By- og Kulturforvaltningen blev projektet realiseret. Den endelige placering blev valgt i forståelse med Møllerens Fond. Skulpturen er placeret ved Klaregadebroen, overfor indgangen til Munke Mose, som fonden har nære relationer til. Området er et levende miljø mellem mange uddannelsesinstitutioner, og hvor bevægelserne mødes mellem cyklister, gående og den kørende trafik. Her skal den stå i mange år, som en portal til fremtiden. Skulpturen blev indviet den 4. juni af Formand for Møllerens Fond, Hans Andersen, og Borgmester Anker Boye samt en større cykeldelegation ledet af Team Rynkeby.

## 5.9 Oversigt over ressourcer generet på kulturområdet

Målpapirets angivelse af at der skal indgås 2-3 samarbejder med dansk og odenseansk kulturliv samt afholdelse af 2-3 kulturelle events i Shanghai er opfyldt til fulde. Det samme gælder kravet om at opnå støtte på 0,5 mio. kr. Her er beløbet næsten 3-doblet i forhold til det forventede:

Bidrag og penge kulturområdet, genereret af projektet

Område	Bidragsgyder og formål	Beløbsstørrelse	Materialesponsorat , og tjenesteydelser anslået værdi *	Andre ressourcer, genereret af EXPO
Kultur	OK's kulturmidler, bidrag til kulturaktivitet	30.000		
Kultur	SC Van Fonden, bidrag til kulturudveksling	75.000		
Kultur	Nordea, bidrag til kulturudveksling	8.000		



Kultur	Odense Bys Kunstfond, bidrag til Two to go	200.000		
Kultur	Møllerens fond, bidrag til Two to go	150.000		
Kultur	Albanifondet, bidrag til Two to go	100.000		
Kultur	Kunsthallen Brandts, udstillingshjælp		30.000	
Kultur	Møllerens Fond, bidrag til H.C. Andersen paraden			25.000
Kultur	Kultur – Odense Kommune, tilskud til Mime Teateret)			300.000
Kultur	Møllerens Fond, opsætning af skulptur i anledning af EXPO 2010			550.000
I alt				1.468.000 DKK

Det videre arbejde:

### På turistområdet

Alle der har fulgt Odenses og Danmarks repræsentation på EXPO 2010, ved hvor meget synlighed Danmark har høstet gennem promovningen af HCA-land og det frihedselkende folk, der bor her. Alle undersøgelser viser, at turistområdet må tilskrives et stort potentiale. Men deltagelsen ved EXPO er kun et afsæt.

Endnu er det ikke tydeligt om arbejdet følges op. VisitOdense har indgået forhandlinger om at indkøbe sig på VisitDenmarks Asienpakke fra 2011. Det anbefales derudover at indgå forpligtende aftaler med attraktioner og hoteller om at udvikle et særligt modtageapparat overfor kinesiske besøgende, så man er klar hvis anstrengelser om at tiltrække denne nye turistgruppe lykkes. Under alle omstændigheder bør der laves en eftermåling, som foreslået i projektets målpapir både i 2011 og 2012.

Spinning Wheels-filmen, som blev vist på udstillingen i Kina, er produceret således at den kan indgå i det videre promovningsarbejde af Odense som turistby, både overfor erhvervs- og privatturismen. Dette er også omtalt i afsnit 3.6

Desuden opfordres der på det kraftigste til bruge og dyrke det gode presseforhold, som er udviklet gennem Odenses deltagelse i EXPO 2010.

### Kunstprojektet Two to go

Det udestår endnu, om det skal have en chance som eksklusiv gaveartikel på det kinesiske marked, men det falder uden for EXPO-projektets rammer at arbejde videre med projektet ud fra en kommerciel vinkel. Hvad der står tilbage er imidlertid, at det lykkedes at skabe et til lejligheden unikt værk baseret på to kunstnere med rødder i det fynske, som således blev præsenteret i en helt særegen kontekst og med stadige relationer til Kina.

Det anbefales, at Odense Kommune frafalder sine rettigheder overfor produktet, hvis f.eks. én af kunstnerne ønsker at forestå en lancering af fadet. Projektet er støttet af tre større fynske fonde, og er et mønstereksempel på, hvordan fonde i samarbejde kan danne grundlag for langt større projekter end de normalt kan lægge navn til.

### Positiv udvikling

Inden projektåret er omme, er en række nye kulturaktiviteter i ind- og udland med Kina i fokus på tegnebrættet: Allerede nu har Odenses Internationale Musikteater opført en forestillingsrække i Kina, og Odense Bys Museer turnerer i Beijing og andre byer med udstillingen om De Vilde Svaner. I 2011 planlægger Odense Symfoniorkester turné i Kina, Odense Teater opfører forestillingen Stormen med danske og kinesiske scenekunstnere og Fyns Kunstmuseum viser en fynsk samling af kinesisk samtidskunst. Alle eksempler på at Kina er kommet tæt på odenseansk kulturliv.

## **6.0 Gevinster for Cykelbyen Odense**

### **6.1 Forhistorien om Cykelbyen Odense**

### **6.2 Cyklisme i Kina**

### **6.3 Nye aktiviteter og projekter**

### **6.4 Udvidelse af kontaktnet og formidlingsplatform**

### **6.5 The Shanghai Declaration**

---

## **6.1 Forhistorien om Cykelbyen Odense**

Som cykelby betragtet er Odense helt unik. Vi har over 500 km. cykelsti, det er mange gange flere meter pr. indbygger end i nogen anden by i verden. Byen har nogen af verdens mest cyklende bysbørn, og cyklen tænkes først i mange af byens trafikløsninger. Odense er med andre ord et cykellaboratorium.

I 2004 afsluttedes byens første store cykelkampagne efter en 4-årig projektperiode. Og Odense blev på baggrund af det udråbt til Danmarks nationale cykelby. Projektet havde et budget på 2,5 mio. Euro hvoraf halvdelen var statslige penge fra Vejdirektoratet og den anden halvdel fra Odense Kommune. Målene var at få 20 % flere cykelture og 20 % færre cykeluheld i perioden. Og det lykkedes, for beregninger omkring den generelle forbedring af folkesundheden og de færre uheld viser en besparelse på 4 mio. Euro. Dertil kommer, at de mange nye cykelture, der blev foretaget for 50 % vedkommende var ture der tidl. var foretaget i bil. Det giver i tilgift forbedringer i forhold til forurening og fremkommelighed i centrum af byen.

Det er måske små tal set i global sammenhæng, men de har alligevel duperet, og det er tal som disse, der har ført til Odenses invitation til at deltage på EXPO 2010.

I europæisk sammenhænge er Odense i førerposition på cykelområdet. På internationale konferencer taler specialisterne i mobilitetsforskning om "The Odense Way", og byen grundlægger sammen med København en stor del af identiteten omkring cykellandet Danmark. Dette understøttes også på EXPO 2010, hvor også den danske pavillon har taget dansk cykelkultur som emne.

## **6.2 Cyklisme i Kina**

Man kan godt spørge sig selv, hvordan lille Odense kan fortælle verdens folkerigeste land om cyklisme. Kina var engang verdens største cykelnation, men antallet af cyklister i Kina falder med drastiske tal. I takt med, at velfærden stiger i Kina, stiger også antallet af biler. På nuværende tidspunkt stiger antallet af biler i de største byer med over 1100 hver eneste dag, og i en by som Shanghai er der over 8 mio. biler. Samtidig er antallet af cyklister faldet med 25 % over de sidste 25 år. Cyklisme forbindes med lav status; man cykler, fordi man ikke har råd til andet.

Dette giver en række voldsomme problemer i Kinas storbyer – både hvad angår forurening og fremkommeligheden. Et andet emne er folkesundheden, for med velstand følger også en række livsstilssygdomme.

Som nævnt i afsnit 2 søges der gennem formidlingen i Odenses pavillon at henvende sig både til den enkelte kineser i deres valg af livsstil, men også at synliggøre hvilken forpligtelse man som beslutningsdygtig har omkring byplanlægning, hvis cyklen skal være et reelt valg.

### The Revival of the Bicycle

At der på højeste plan er stor opmærksomhed på cyklens potentiale overfor de store byers stigende trafikproblemer, blev synligt da Beijings bystyre netop har vedtaget en ny plan på cyklistområdet. Denne storstilede plan iværksættes for at hæve tallet af cyklister med 3 % . Det indebærer blandt andet genskabelse af cykelstier, opførelse af sikre parkeringsforhold og ikke mindst en plan om at oprette 1000 butikker, der skal udleje 50.000 cykler.

En del af æren må kunne tilskrives Odenses arbejde for at synliggøre cyklen. For titlen på denne plan er The Revival of the Bicycle – undertitlen på Odenses pavillon!

Se bilag: The Revival of the Bicycle

## 6.3 Nye aktiviteter og projekter

I projektets målpapir er opstillet en række mål for såvel indsats som resultater/spin off af EXPO-satsningen, som gælder for Odense som cykelby. De to første angik etablering af minimum to aktiviteter/arrangementer til synliggørelse af den nye cykelby-EXPO samt indgåelse af nye cykelbyprojekter i forbindelse med EXPO.

I løbet af projektet har man flere gange diskuteret muligheden for at afholde en cykelfaglig konference i Kina i relation til EXPO-deltagelsen. Dette er dog blevet opgivet pga. manglende økonomi, samarbejdspartnere og kontaktnet i Shanghai. Alligevel er målsætningen opfyldt gennem aktiviteter som:

- Årets store cykelkampagne: ”Vi cykler til arbejde” blev i år i Odense lanceret i Kinas tegn. Der var i denne forbindelse en række lokale konkurrencer, hvor hovedparten af præmierne var inspireret af Kina – eks. kogebøger og kinesisk madingredienser. Desuden blev der etableret en udstilling på Flakhaven, som bl.a. viste løvedansere
- I forbindelse med Rådhusudstillingen blev en del af udstillingen helliget historien om Odense Cykelby som baggrund for invitationen til verdensudstillingen

Hjemme i Odense er det oprindelige cykelbyprojekt reformuleret i en ny, langsigtet strategi for cykelområdet med titlen Cyklisternes By. I forbindelse hermed er der blevet gennemført en række nye cykelbyprojekter:

- Der er blevet gennemført flere el-cykelkampagner, hvor ca. 100 el-cykler blev udlånt i en 6 mdr. periode til kommunens borgere. El-cykelkampagne 3 påtænkes gennemført i 2011 - nu med udlån af el-cykler til virksomheder
- Under EXPO er de cykelmæssige initiativer udvidet med en øget fokus på, hvorledes cyklen kan integreres og anvendes som redskab i samfundsstrukturen, eksempelvis integration. Team Odense Integration er et eksempel herpå
- By- og pendlercykler er introduceret i Odense under EXPO, så det nu er muligt for turister at leje bycykler rundt om i byen og for pendlerne at lease en cykel

- Cykelsommerskole er et andet projekt skabt under EXPO, hvor tanken er at udvikle og etablere en et-uges cykelsommerskole i skolernes sommerferie, som et alternativ til f.eks. fodboldsommerskolerne
- Der er igangsat et udviklingsprojekt i samarbejde med Gehl Architects med titlen Cykling og Byliv
- Der er opsat otte nye cykeltællere rundt om i Odense By, der meget synligt viser antallet af passerende cykler den pågældende dag
- Der er gennemført cykelaktiviteter på forskellige festivaler i Odense, herunder på Legens Dag-festivalen
- Der er udarbejdet en mobil guide til cykelruteplanlægning
- Der er opsat turistcykler i Odense centrum

## 6.4 Udvidelse af kontaktnet og formidlingsplatform

Målpapiret omtaler også en udvidelse af kontaktnettet indenfor det faglige område og synliggørelse af projektet. Odense Kommunes internationale kontaktnet var i forvejen stort bl.a. som følge af kommunens mangeårige store cykelsatsning samt deltagelse i forskellige europæisk finansierede projekter. Under EXPO er kontaktnettet yderligere forøget via deltagelse i den danske cykelambassade, deltagelse i VeloCity Global og gennem udenlandske besøg i Odense. Som direkte effekt af EXPO har der været besøg fra Kina og Sverige, ligesom der bl.a. har været henvendelser fra USA angående cykling, hvor relationen er skabt via EXPO.

- Nordic Business Week er etableret under EXPO. NBW omfatter et samarbejde med SDU samt Tromsø, Kanas, og Tampere kommuner, der indeholdt en fælles temauger for ca. 30 studerende, der alle skulle arbejde med cykelbyudstyr
- Odense Kommune har været en aktiv medspiller af dannelsen af den danske cykelambassade, et samarbejde mellem en række store cykelinteressenter i Danmark. Ambassaden har deltaget på de seneste års store internationale cykelkonferencer Velocity i Bruxelles i 2009 og Velocity Global 2010 i København. Begge steder blev cykelbyens tilstedeværelse på EXPO 2010 synliggjort på stande og gennem oplæg
- EXPO projektets egen hjemmeside bruges til formidling af faglig viden omkring Cykelbyen Odense, og det samme gør den Danske Cykelambassades hjemmeside, ligesom Odense aktivt deltager i udarbejdelse af nyhedsbreve til alle deltagere af Velo City Global. Begge bruges også som indgangsportaler for faggrupper interesseret i at besøge og lære af Cykelbyen Odenses erfaringer
- Desuden har pavillonleder Signe Madsen og pavillonens guider holdt oplæg ved workshops og på universiteter om bæredygtig byudvikling og mobilitet i dansk perspektiv. De har også deltaget i tv- og radioudsendelser om pavillonen og Odense som cykelby
- By- & Kulturforvaltningen besøgte i slutningen af september Odenses pavillon på EXPOen. Det forventes, at denne tur følges op af endnu flere faglige studieture til Odense fra Kina som konsekvens af EXPO 2010. Der vil blive arbejdet på gennemførelse af disse studieture som et led i det samarbejde, som søges etableret med en eller flere kinesiske byer.

## **6.5 The Shanghai Declaration**

Mellem byerne, som deltog på verdensudstillingen, har der været stor enighed om at fortsætte samarbejdet om et styrket globalt fokus på problemstillingerne omkring byudvikling også i fremtiden. En intenderet underskrivelse af et såkaldt Memorandum of Understanding mellem de deltagende byer på UBPA-området blev dog opgivet, da en række sådanne aftaler allerede forefindes. I stedet tilsluttede alle sig The Shanghai Declaration. Denne deklARATION har til hensigt at fastholde fokus på bæredygtighedsområdet i byudviklingsprojekter i fremtiden og teksten blev fremlagt på et afsluttende summit den 31. oktober med deltagelse af FN's generalsekretær Ban Ki-moon, BIEs generalsekretær Vicente Gonzalez Loscertales, og Wen Jiabao, Kinas premierminister.

Se bilag: The Shanghai Declaration

Det videre arbejde:

### The Shanghai Declaration

En global styrkelse af samarbejdet omkring byudvikling mellem både byer og lande imellem er en vigtig sag. Kontaktperson i forbindelse med opfølgning af deklARATIONEN er Thomas Boe, Natur, Miljø & Trafikchef.

### Fortsat udvidelse af kontaktnet i Shanghai og Kina

Efter involveringen i EXPO 2010 har Generalkonsulatet i Shanghai sammen med Ambassaden valgt at fokusere på at bruge cyklen og bæredygtighed til at promovere Danmark næste år. Generalkonsulatet har gennem hele forløbet været en god samarbejdspartner og rost Odense-deltagelsen for initiativ og idé. Der opfordres til yderligere samarbejde med Generalkonsulatet i fremtiden.

I forbindelse med udstillingen har der desuden været stor interesse fra en række statslige kinesiske organer såsom New City Development and Mgmt. Committee, Traffic Commanding Department of Armed Police, Shanghai Municipal Peoples Government, Standing Committee of the National Peoples congress, Ministry of Land and Resources. Men også en række andre interessante besøg på pavillonen af besøgsgrupper fra: Heilongjiang Provincial Development & Reform, Dept. Of Metropolitan & Urban Transport Research, South Korea, Norrkøping Stadsbyggnadskontoret, Promotion Bureau and Sports Bureau of Chongming Island (værter ved International Bicycling Games.), ZT Consulting (arrangerer studieture med fokus på grøn teknologi og robotteknologi), Streets- and Parks department, Malmoe, 50 byplanlægnings eksperter fra Jiang Yin Urban Construction System, den tyske senator for miljø, transport + EU affaires, Bremen, mfl. Der har desuden været besøgsgrupper fra flere kinesiske kommuner og provinser, bla. Bureau of Environment, Bureau of Jiangyin City, Yangzhou, Jiangyin, Guang Dong og Gansu provinsen.

Større synlighed kunne man dårligt ønske sig. Ved hver rundvisning er indhentet kontaktoplysninger på arrangøren, og disse lister er samlet og sendt til Trafikafdelingen i Odense Kommune. Det er håbet at disse bruges aktivt til at udvide afdelingens kontaktnet i udlandet i tiden fremover.

### Fortsat global markedsføring

Ved afslutningen af denne evaluering har Odense Kommune allerede modtaget henvendelse fra en italiensk sundhedsfestival i Bologna i marts 2011 og fra Generalkonsulatet i Shanghai, som ønsker at vise og bruge film og udstilling fra Odenses pavillon. Sundhedsfestivalen kom med den begrundelse at Odense med EXPO-deltagelsen hører blandt de vigtigste byer i verden når det angår bæredygtig byudvikling. Generalkonsulatet og Den Danske Ambassade ønsker at arbejde videre med udstillingen, fordi den har vist sig at appellere godt til det kinesiske publikum. Begge er åbenlyse muligheder for at fortsætte den globale branding af Odense.

## 7.0 Projektlederens afrunding

*Dette er den bedste investering byrådet har foretaget i mange år!*

- Sådan har flere byrådspolitikere udtrykt sig overfor Odenses EXPO-projekt. Projektet har opfyldt stort set alle sine mål, mange langt over forventningerne.

Projektets største udfordring har helt åbenlyst været den økonomiske, men er dog – undtaget et enkelt område – kommet i mål. Projektet er født i tiden før finanskrisen, og arbejdet med fundraising har derfor fået en anden karakter end det planlagte. Krisens betydning for erhvervslivets ambitioner på udenlandsområdet, og de massive nedskæringer på midler kanaliseret til eksterne projekter, nødsagede os til at tænke anderledes. På tre punkter har dette tegnet projektet:

- For det første blev en gruppe af nære økonomiske partnere indarbejdet i udstillingens koncept således, at udstillingen fik et bredere fagligt sigte
- For det andet blev pavillonen tilbudt som platform for alle lokale og regionale samarbejdspartnere, som kunne drage nytte heraf
- For det tredje blev nye sponsorer trukket ind i arbejdet med lokal synliggørelse

Jeg vil især fremhæve den midterste, hvor udstillingen og projektet i sin helhed blev tilbudt frit til alle fagligt interesserede som et afsæt for egne projekter. Denne tilgang er meget velegnet, når det kommer til kommunale projekter af stor kaliber. Her stilles en platform til rådighed for alle, der kan finde idéer, kræfter og mod til at satse og tænke stort.

Det er mit håb, at projektet vil blive husket og målt netop på alle de gode samarbejder, det har genereret og den merværdi, som der er skabt heraf. Med projektet er skabt en ramme, som den nære omverden har kunnet se sig selv i forhold til, en ramme, som kan bruges. Dette er projektets succes.

Odenses deltagelse i EXPO 2010 handler om citybranding, både lokalt, nationalt og internationalt. Brandingstrategier er langsigtede målsætninger, der handler om at skabe en særlig identitet omkring noget. I dette tilfælde om at begrunde en lang række positive værdier omkring byen Odense, vores erhverv, vores turisme og vores uddannelses/forskningssystem. Med afsæt i EXPOen er dette arbejde kun påbegyndt.

Og vi er kommet godt fra start. Tilbage står blot, hvad man gør ved det momentum, som Odense har skabt i Kina:

Det gælder om at turde og ville. At have udsyn og ambitioner som rækker ud over det, som er synligt i dag og giver afkast i morgen. Det har Odense bevist at have ved at indgå i et projekt som dette. Men de langsigtede mål vil kun følge, hvis projektets grundtanker indtænkes i byens videre arbejde med at markedsføre Odense på den globale scene. Det ansvar er stort, og heri ligger projektets egentlige udfordring.



Som projektleder har jeg været ansat i 2 1/2 år alene til gennemførelsen af verdensudstillingen. Jeg har fra den første dag mødt en kommune, der har været gearet til et projekt som dette. Jeg håber at projektet, med både de interne samarbejdsformer og de eksterne partnere, kan fungere som foregangseksempel på lignende store kommunale projekter.

Helle Thylkjær Henriksen

Se bilag: Samlet liste over samarbejdspartnere

Se bilag: Statements



**SPINNING WHEELS**  
ODENSE PÅ  
EXPO 2010 SHANGHAI

