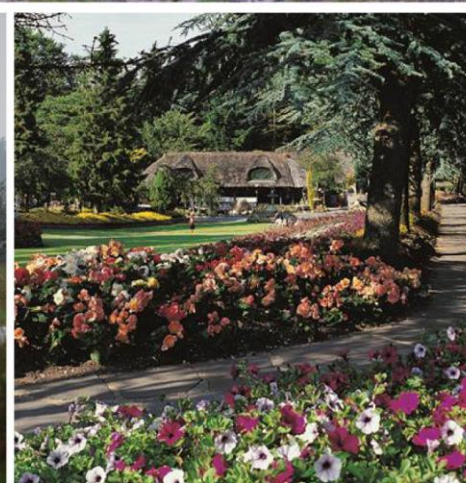


# Mors 100 Miles

fra ekstremløb til branding af Mors





## Indhold

1. Baggrund - ekstrem event med stort potentiale .....	3
2. Formål .....	4
3. Projektorganisering .....	4
4. Målgruppe .....	6
5. Aktiviteter.....	6
6. Tidsplan .....	8
7. Formidling og PR.....	9
8. Forventede resultater og effekter .....	10
9. Økonomi og finansiering.....	11
10. Bilagsoversigt.....	12



## 1. Baggrund - ekstrem event med stort potentiale

Den lokale løbeklub på Mors *Pinen og Plagen* har i 7 år afholdt det årlige 100 miles løb på Mors. Løbet er med en samlet distance på ca. 160 km noget af en udfordring - selv for de bedste ultraløbere, da løbet foregår både nat og dag og i ét langt stræk.

Ruten går hele vejen rundt om Mors. Fra smukke kyststrækninger henover Hanklits molerlandskab gennem idylliske landsbyer, fuglereservatet Thissing Vig, Højriis Slot og Blomsterparken Jesperhus for til sidst at ende i hovedbyen Nykøbing Mors. Det unikke løb rundt om Limfjordsøen har over de sidste par år tiltrukket en del ultraløbere. Der findes nemlig ikke et tilsvarende løb i hele Nordeuropa, hvor man løber distancen 100 miles (160 km) på én lang sammenhængende rute.

Men det ekstreme 100 miles løb på Mors rummer fortsat en lang række uudnyttede potentialer, som både arrangørerne, den lokale turistforening, handelsstandsforening og Morsø Kommune gerne ser udvikle sig.

Indenfor det seneste årti er ekstremsport blevet mere og mere populært. Der er flere mennesker i dag end nogensinde før, som efterspørger mere ekstreme sportsevents. Events som 100 miles løbet er derfor en del af et voksende marked, hvor der er penge at tjene for arrangørerne såvel som for turist- og handelslivet på Mors.

Men potentialet rækker endnu længere. Ved at have en så unik sportsbegivenhed er der mulighed for at profilere Mors og øens attraktioner via den kommunikation, som skal brede budskabet om 100 miles på Mors, men også via løberne og deres familier og det øvrige publikum.

Visionen er, at 100 miles løbet skal være med til at fortælle historien om Limfjordsøen Mors, der har så meget at byde på: molerskrænter, smukke kyststrækninger, hyggelige havne, idylliske landsbyer, slotte og blomsterparker – og et ekstremløb, der ikke er for sarte sjæle.

Oveni alt dette skal 100 miles løbet være med til at samle øen omkring denne årlige begivenhed, hvor øens befolkning samles og glæder sig til, at løberne kommer til netop deres landsby, hvor de skaber en fest og opbakning til løbet. Løbet har allerede opnået en stor lokal opbakning, men målet er at få endnu flere med.





## 2. Formål

- a) større profilering af 100 miles løbet og Mors som turistdestination, herunder de største attraktioner på Mors
- b) flere deltagere i 100 miles løbet på Mors, både verdens bedste professionelle ultraløbere og amatørølbere
- c) flere tilskuere langs ruten
- d) 100 miles løbet på Mors skal kunne generere en mærkbar omsætning for hele øen i form af flere overnatninger, flere restaurantbesøg, flere indkøb i øens butikker og et øget antal besøgende i øens turistattraktioner

## 3. Projektorganisering

### Projektejer:

- Løbeklubben Pinen og Plagen (har pt. 450 medlemmer)

### Kontaktoplysninger:

Formand Jann Søndergaard

Rolstrupvej 9

7900 Nykøbing Mors

Mobil: 20 24 32 44

Mail: jann@pinenogplagen.dk

### Arbejds- og koordinationsgruppe:

- Løbeklubben Pinen og Plagen
- Morsø Kommune
- Morsø Turistforening

### Øvrige samarbejdspartnere:

- Morsø Handelsstandsforening
- Landdistriktsrådet i Morsø Kommune
- Beboerforeninger i de landsbyer på Mors, hvor 100 miles ruten går igennem. (Målet er, at 10 beboerforeninger involverer sig i 100 miles løbet i 2014. 15 beboerforeninger i 2015):

- Erslev Beboerforening
- Nordmors Beboerforening
- Assels-Sillerslev Beboerforening
- Sundby & Omegns Beboerforening
- Bjergby Beboerforening
- Dragstrup Byforening
- Flade Beboerforening
- Hvidbjerg & Omegns Beboerforening
- Karby Beboerforening
- Fredsø-Lødderup Borger- og Kulturhus
- Ljørslev-Ørding Beboerforening



- Øster Jølby Beboerforening
- Sdr. Dråby Beboer & Idrætsforening
- Solbjerg Beboerforening
- Tødsø & Omegns Beboerforening
- TORF Beboerforening
- Vejerslev Beboerforening
- Rovvigegnens Beboerforening

### Arbejdsdeling

Løbeklubben Pinen og Plagen	<i>vil som projektejer varetage den praktiske afvikling af 100 miles løbet og den overordnede projektledelse af de nye tiltag og aktiviteter i 100 miles løbet.</i>
Morsø Kommunes eventkoordinator	<i>vil i samarbejde med løbeklubben stå for involveringen af beboerforeningerne</i>
Morsø Kommunes kommunikationskonsulent	<i>vil bistå løbeklubben med de kommunikationsmæssige opgaver i projektet</i>
Morsø Handelsstandsforening	<i>vil bidrage med aktiviteter og events i gågaden i Nykøbing Mors under 100 miles løbet.</i>
Morsø Turistforening	<i>vil bidrage med profilering og omtale af 100 miles løbet via deres brede kontaktflade med potentielle turister til messer, via hjemmeside, brochurer m.m. Morsø Turistforening vil desuden stå for at sammensætte særlige pakkeløsninger med tilbud til løbsdeltagerne og deres familier samt andre turister, der kommer til Mors for at opleve 100 miles løbet.</i>
Landdistriktsrådet i Morsø Kommune	<i>Hjælper med kontakten og involveringen af beboerforeningerne i 100 miles løbet</i>
Beboerforeningerne	<i>Afvikler forskellige aktiviteter i deres byer rundt på Mors, som fejrer løberne, når de kommer igennem deres by.</i>





## 4. Målgruppe

Målgruppen er todelt, idet projektet henvender sig både til ultraløbere og deres hjælpere og pårørende samt nye grupper af publikum til at overvære begivenheden. Publikum forventes at komme fra såvel Mors som fra regionen omkring Mors samt fra andre egne af Danmark og udlandet. De udenlandske tilskuere forventes dog primært at være hjælpere og familie til de udenlandske løbere, som stiller op.

Målgruppe	Nuværende antal (2013)	Ved 100 miles løbet i 2014 (årlige tal)	3-5 år efter projektets afslutning 2017-2019 (årlige tal)
Løbsdeltagere	47	75	500
Hjælpere og familie til løbsdeltagere	ca. 50	ca. 150	ca. 1.000
Lokale tilskuere i landsbyerne, Nykøbing Mors og langs ruten	Estimeret til 1.500	ca. 2.000	ca. 4.000
Tilskuere/turister, som ikke kommer fra Mors	ca. 50	ca. 100	ca. 500

## 5. Aktiviteter

Det er afgørende for Løbeklubben Pinen og Plagen og den øvrige projektgruppe, at de aktiviteter, som sættes i gang i 2014, er medvirkende til at få løbet 100 miles på Mors til at vokse, men samtidigt i en sådan form, at det kan videreføres de efterfølgende år for indenfor løbeklubbens eget budget. Det skal med andre ord være bæredygtige tiltag, som kan drives videre på frivillig basis af løbeklubben og dennes mange hjælpere, herunder beboerforeningerne på Mors.

Målet for Løbeklubben Pinen og Plagen er bl.a. at opnå nogle større sponsorater, som vil kunne indbringe en ikke uvæsentlig fast årlig indtægt til at dække afholdelse såvel som udviklingsaktiviteter omkring løbet fremadrettet. Desuden vil det øgede antal deltagere år efter år også indbringe en forøget indtægt til løbeklubben, som kan finansiere drift og videreførelse af de nye tiltag, som der søges midler til at opstarte via denne ansøgning.

### Rådgivning

- Inddragelse af konsulent til at rådgive omkring branding og markedsføring af 100 miles løbet på Mors. Herunder konkret rådgivning til, hvordan optimeres oplevelsen for publikum? Hvordan får løbet flere deltagere? Hvordan indhentes de store sponsorater? Der er allerede aftalt indledende møde med en konsulent fra Sport Event Danmark.

### Kommunikative tiltag

- Udvikling af ny mobilvenlig hjemmeside (*web responsive*) til 100 miles løbet.
- Udvikling af salgsmateriale; en video med billeder fra ruten, som viser den smukke natur og turistattraktionerne langs ruten. Alt sammen for at brande løbet og Mors som turistdestination.



- Udvikling af brochure og annonce henvendt til potentielle løbsdeltagere
- Udvikling af detaljeret rutekort henvendt til publikum, så de gode spots til at se løberne og turistattraktionerne samt parkeringsforhold er markeret

#### Turistmæssige tiltag

- Der skal laves særlige pakked løsninger til løbsdeltagerne og deres familie og hjælpere. Pakkerne kan inkludere tilbud på overnatning, men også til besøg på nogle af Mors' største attraktioner i dagene efter løbet. Målet er at løberne bliver lidt længere på Mors og ikke kun i de to dage, som løbet strækker sig over.

#### Inddragelse af lokale borgere og foreninger

- Der afvikles indledende informationsmøder med de landsbyer, hvor ruten går igennem, for at få dem involveret i eventen. Morsø Kommunes eventkoordinator vil i samspil med løbeklubben varetage involveringen af beboerforeningerne.
- Hver landsby på ruten modtager et startkit, hvori der indgår telt, projektor, beach flag med 100 miles logo og fyrværkeri. Dette startkit skal genbruges år efter år, og opbevares af løbeklubben efter afvikling af løbet.
- Der afvikles byfest i de byer på Mors, hvor løberne kommer igennem. Formålet er at skabe en *Tour de France* lignende stemning, hvor publikum venter på løberne og hepper og hujer dem igennem hver af landsbyerne. Der skal være et lærred med livestream fra ruten. Løberne har GPS på, så det er muligt følge dem rundt på ruten via løbets hjemmeside. Løbeklubben har allerede investeret 100.000 kr. i indkøb af GPS til løberne, så det er muligt via løbets hjemmeside at følge løbet. Landsbyerne kan derfor følge med i, hvornår løberne kommer igennem deres by. Landsbyerne kan desuden linke til deres landsby via [www.100miles.dk](http://www.100miles.dk), som viser alle attraktionerne og byerne på ruten. Derudover er det op til den enkelte landsby, hvad der skal ske i deres by, og hvordan de vil profilere den.
- Efterskoler og folkeskoler på Mors skal konkurrere om at komme op og løbe 100 miles ved at stille op med hold på en særskilt rute.
- Børneløb skal afvikles samtidigt med 100 miles løbet med inddragelse af lokale børnehaver og skolefritidsordninger.



#### 100 miles stemning i Nykøbing Mors

- Når 100 miles løbet starter i Nykøbing skal hele byen summe af 100 miles løb over alt. Handelsstandsforeningen skal inddrages, og butikkerne skal fx have 100 miles tilbud, 100 miles udsmykning, forskellige konkurrencer og lignende, hvor 100 miles løbet er tema. Alt sammen for at generere en øget omsætning i butikkerne og skabe større opmærksomhed omkring 100 miles løbet blandt lokale og turister.



- Der skal lægges en ”Hollywood flise” i bronze med de seneste 7 års vindere i gågaden i Nykøbing Mors. Fliserne skal lægges som optakt til løbet allerede i juni måned, således at det er et reklamefremstød for løbet.



## 6. Tidsplan

Tid	Aktivitet
<i>Fase 1 – forberedelse og idéfase</i>	
Efterår 2013	Udvikling af projektidé. Indledende dialog mellem projektets deltagere.
December 2013- februar 2014	Fundraising – ansøge om ekstern finansiering Opstart af møder med Løbeklubben, Morsø Kommune, Morsø Handelstandsforening, Morsø Turistforening og beboerforeningerne på Mors
Januar 2014	Indledende møde med Sport Event Danmark eller andet konsulentfirma indenfor sport events. Herefter udvikling af kommunikationsplan for 100 miles løbet.
<i>Fase 2 – igangsætning af aktiviteter</i>	
Februar-marts 2014	Udvikling af ny hjemmeside Udvikling af diverse kommunikative tiltag (video, annonce, brochure, rutekort og kommunikationsplan)
Marts 2014	Kontakt til landsbyerne via beboerforeningerne Afvikling af informationsmøde, hvor landsbyerne involveres.
Marts 2014	Møder med handelstandsforening omkring 100 miles gimmick i Nykøbing gågade under 100 miles løbet.
Juni 2014	I forbindelse med et <i>By Night</i> arrangement i Nykøbing Mors gågade lægges der 7 fliser med navnene på tidligere vindere af 100 miles løbet, som optakt og reklame for løbet i 2014.
<i>Fase 3 – løbsafvikling</i>	
Starten af september 2014	Landsbyerne får udleveret startkit til fejring af 100 miles løbet i deres landsby med telt, projektor, beach flag og fyrværkeri.
13.-14. september 2014	100 miles løbet på Mors afvikles
<i>Fase 4 – monitorering, opfølgning og planlægning af næste års 100 miles</i>	
Oktober-december 2014	Af rapportering til fonde, evaluering af projektets aktiviteter og resultater samt planlægning af næste års 100 miles løb.





## 7. Formidling og PR

### *Intern og ekstern kommunikation*

Der skal udarbejdes en kommunikationsplan for Mors 100 Miles, der tager højde for den interne kommunikation mellem projektgruppen og diverse samarbejdspartnere. Desuden skal kommunikationsplanen indeholde en nøje tilrettelagt strategi for, hvordan eventen kommunikeres ud til de forskellige eksterne målgrupper, herunder løbsdeltagere og potentielle publikummer.

Der kommunikeres via løbets hjemmeside (100miles.dk), løbets facebookside og andre sociale medier, via pressemeddelelser, og muligvis via artikler i relevante løbemagasiner såsom Aktiv Træning og Løbemagasinet, samt i lokale aviser og gerne i nationalt dækkende aviser, hvis muligt m.m.

Der er i december 2013 udsendt invitation til H.K.H. Kronprins Frederik, hvori han inviteres til at deltage i Mors 100 miles. En kongelig deltagelse vil gavne løbet i særdeleshed og vil afføde stor pressedækning.

### *Videreformidling af opnåede erfaringer*

Løbeklubben Pinen og Plagen påtænker desuden at dele ud af egne erfaringer til andre sportsklubber, kommuner o.lign. i regionen. Klubben holder allerede i dag en række foredrag til andre løbeklubber, og vil derfor gerne fortælle om erfaringerne med at samle en hel ø omkring en sportsbegivenhed, og hvordan en sådan begivenhed kan blive en indtægtskilde for lokalområdet.





## 8. Forventede resultater og effekter

<i>Målgruppe</i>	<i>Output</i>	<i>Konkrete resultater på kort sigt (ved projektets afslutning i 2014)</i>	<i>Konkrete resultater (3-5 år efter projektets afslutning 2017-2019)</i>	<i>Effekt på lang sigt (5 år+)</i>
<b>Løbsdeltagere</b>	Større profilering af Mors 100 Miles gennem diverse kommunikative tiltag henvendt til potentielle deltagere	75 ultraløbere fra hele verden deltager i Mors 100 Miles	500 ultraløbere fra hele verden deltager i Mors 100 Miles	Mors 100 Miles bliver et verdenskendt 100 miles løb, der tiltrækker 500+ ultraløbere hvert år fra både DK og udlandet, professionelle såvel som amatørere.
<b>Tilskuere og turister udefra, herunder hjælpere og familie til løbsdeltagere</b>	<p>Større profilering af Mors 100 Miles gennem diverse kommunikative tiltag</p> <p>Flere aktiviteter langs ruten, som gør løbet til en oplevelse – også for tilskuerne.</p> <p>Salg af ”pakkerejser” til løberne og deres hjælpere/familie</p> <p>Større profilering af Mors som turistdestination</p> <p>100 miles stemning i Nykøbing Mors</p>	<p>Flere af løberne og deres hjælpere/familie benytter turen til at opleve noget mere af Mors (1.000 forventes i 2017).</p> <p>Flere tilskuere, som ikke er fra Mors, langs ruten</p> <p>Flere turister som følge af Mors 100 Miles (500 forventes i 2017).</p> <p>Flere handlende i Nykøbing under 100 miles løbet.</p>		Op til, under og efter Mors 100 Miles oplever Mors en mærkbar større omsætning for hele øen i form af flere overnatninger, flere restaurantbesøg, flere indkøb i øens butikker og et øget antal besøgende i øens turistattraktioner.
<b>Lokale tilskuere, herunder beboerforeninger</b>	Flere aktiviteter langs ruten, som gør løbet til en oplevelsesrig event – for løbere såvel som for tilskuere	<p>2.000 lokale tilskuere langs ruten</p> <p>10 beboerforeninger fejrer løberne, når de løber igennem deres by</p>	<p>4.000 lokale tilskuere langs ruten</p> <p>15 beboerforeninger fejrer løberne, når de løber igennem deres by</p>	Mors 100 Miles bliver en lokal begivenhed, som samler hele øen til en årlig folkefest



## 9. Økonomi og finansiering

<b>Budget Mors 100 Miles</b>	
<b>Udgifter</b>	<b>Beløb ekskl. moms</b>
Konsulent til udvikling af event, hjælp til branding og sponsorater og rådgivning om hvordan lokale foreninger, virksomheder og borgere inddrages	50.000 kr.
Udvikling af ny hjemmeside (inkl. mobilsite)	40.000 kr.
Udvikling af salgsmateriale (brochure, annoncer, video)	30.000 kr.
Markedsføring (annoncering)	35.000 kr.
Fotograf til at tage billeder til hjemmeside og salgsmateriale	15.000 kr.
Aktiviteter i landsbyerne - startkit festpakke: telt, beachflag, projektor og fyrværkeri (5.000 kr. x 10 landsbyer)	45.000 kr.
Bronzefliser med vindernavnene indgraveret til Nykøbing Mors gågade	25.000 kr.
Revision	10.000 kr.
<b>Udgifter i alt</b>	<b>250.000 kr.</b>
<b>Indtægter*</b>	<b>Beløb</b>
Løbeklubben Pinen og Plagen	30.000 kr. (er bevilliget)
Morsø Kommune	90.000 kr. (er bevilliget)
Landdistriktpuljen (forsøgsprojekter)	100.000 kr. (ansøges december 2013)
Landdistriktsrådet Morsø Kommune	30.000 kr. (ansøges i januar 2014)
<b>Indtægter i alt</b>	<b>250.000 kr.</b>

\*Morsø Turistforening, Morsø Handelsstandsforening og Morsø Kommune bidrager alle med arbejdstimer i projektet. Disse arbejdstimer indgår dog ikke som medfinansiering i budgettet.



## **10. Bilagsoversigt**

1. Ruten for 100 miles løbet på Mors
2. Samarbejdsaftale med Morsø Kommune
3. Vedtægter for Løbeklubben Pinen og Plagen