

Evenemangsstrategi

Hörby – den levande evenemangsbyn

*En strategi som ska stärka och utveckla ett brett
och dynamiskt evenemangsutbud i Hörby*

Hörby kommun

2017-2020



*Sammanställd av
kultur-, fritids- & utbildningsförvaltningen
4 oktober, 2016*



Foto: Jonas Larsson, Margarita Kradjian, Ann-Charlott Engström, Martin Olson & Marie Grönvold

Inledning - Evenemang som motor för en levande landsbygd

Ett brett och dynamiskt evenemangsutbud är en förutsättning för en levande landsbygd. Framgångsrika evenemang genererar inte bara ekonomisk tillväxt och fler arbetstillfällen, utan skapar även stolthet och social sammanhållning. Evenemang med lyskraft får fler att vilja stanna, verka och bo i vår bygd.

Hörby kan stoltsera med en rad evenemang av lokal, nationell och internationell betydelse. Tractorpulling i Ekeröd med sina årliga tävlingar lockar tusentals motorälskare från hela världen. Hörby Marknad, som varje sommar drar uppåt 100 000 besökare, är en klenod bland skåningarna och fyller Hörbys gator och torg till bredden. Under senare år har Hörby KulturKalas seglat upp till att bli en av Skånes mest besökta byfestivaler med 8 000 besökare under 2016. I byarna produceras kultur- och idrotsevenemang, byfester och grillkvällar som levandegör bygden, främjar den sociala gemenskapen och lockar långväga besökare.

De ekonomiska vinsterna med framgångsrika evenemang är flera. Omsättningen i handel och besöksnäring ökar markant vid publika evenemang. Under den mätning som gjordes efter Hörby KulturKalas den 26 maj 2016 då kring 8 000 besökte byns centrum, visade det sig att handlarna kring Nya Torg ökade sin omsättning med 30-40% jämfört med en vanlig tis-

dag. Turismomsättningen, dvs de intäkter hos näringen som evenemangsbesökare genererar i form av shopping, restaurangbesök och gästnätter, är en viktig inkomstkälla för våra företag och vår besöksnäring – både i tätorten men kanske framför allt i byarna med omnejd. Det innebär även ökade skatteintäkter för kommunen.

I takt med att evenemangen blir fler, lockar fler besökare och genererar ökade intäkter för våra företag och invånare, behöver vi som kommun på ett klokt och avvägt sätt stötta våra ideella och privata krafter som varje år producerar evenemang. Vi behöver en tydlig strategi som visar vägen, prioriterar och framhåller de fält som lyfter evenemangen. Hur kan vi på bästa sätt stötta alla de ideella och privata aktörer som varje år producerar evenemang i kommunen? Hur kan vi, i samarbete med näringen och regionen, bli bättre på att dra nytta av alla de besökare som letar sig till Hörbys evenemang? Hur kan vi koppla på paketerbjudanden med boende, mat, kultur och andra upplevelser riktat till våra besökare?

Följande evenemangsstrategi samlar riktlinjer och strategier för hur Hörby ska lyfta evenemangen in i framtiden utifrån ledorden kvalitet, hållbarhet och tillgänglighet – allt utifrån att varje Hörbybo ska känna stolthet över sin bygd.



Uppdraget

I november 2015 gav Kommunfullmäktige i uppdrag till kultur-, fritids- och utbildningsförvaltningen att under 2016 sammanställa en evenemangsstrategi för Hörby kommun med målet att utifrån en nulägesanalys och genomlysning av befintliga evenemang, aktörer och unika styrkor och dragare, identifiera en vision samt ställa upp konkreta mål för kommunens evenemangsutveckling.

Följande evenemangsstrategi är framtagen genom en bred samverkansprocess med kommunens ideella och privata aktörer och representanter för kommunens samtliga förvaltningar - allt under ledning av kultur-, fritids- och utbildningsförvaltningen. Utifrån de senaste forskningsrönen inom evenemangsproduktion och stadsplanering kopplat till kultur och evenemang, utgör denna strategi ett underlag för kommande satsningar och strategiska beslut.

Evenemangsstrategin skall ses som ett kompletterande dokument till *Marknadsstrategi för Hörby kommun*, framtagen av kommunledningskontoret på uppdrag av kommunstyrelsen under hösten 2016.¹

Metod & utgångspunkter - med fokus på bygdens röster

I framtagandet av en evenemangsstrategi för Hörby kommun har fokus legat på att analysera och kartlägga Hörbys rika evenemangslandskap, samt lyssna in de ideella och privata evenemangsaktörernas önskemål och behov. I processen har följande huvudsakliga metoder använts:

- ▶ **Inventering och kartläggning** av kommunens evenemang och arrangörer
- ▶ **Intervjuer och enkätundersökningar** med arrangörer, privata näringar samt de kommunala stödfunktioner som ger service till arrangörer
- ▶ **Dialogmöten** med evenemangsaktörer och producenter
- ▶ **Deltagarobservation** vid evenemang
- ▶ **Omvärldsanalys, forskningsgenomgång** och dokumentstudier

Följande nyckeldokument har legat till grund för strategin:

- ▶ **Marknadsstrategi Hörby kommun** (under behandling av kommunstyrelsen i oktober 2016)
- ▶ **Kultur- och fritidspolitiskt program** för Hörby kommun (Antagen i kultur- och fritidsnämnden 2016-04-12)
- ▶ **Hörby kommun översiktsplan** (Mars 2016)
- ▶ **Strategisk Plattform för MittSkåne Turism** (Juli 2016)
- ▶ **Hörby kommuns kommunikationspolicy** (Februari 2016)

Centrumutvecklingsprocessen och näringslivsstrategiska avväganden har också införlivats i processen. Strategin ska ses som ett första steg i en långsiktig process där vi varsamt, men stadigt, bygger rätt förutsättningar för ett blomstrande evenemangsliv i Hörby.

Evenemangsstrategin ska ses som ett levande dokument som, i dialog med evenemangsaktörer och medborgare, har möjlighet att revideras och uppdateras utmed vägen. Det ska också tilläggas att Hörbys evenemangsutbud är stort och imponerande brett. Därför kan en strategi ingalunda omfatta och benämna samtliga de aktörer som finns eller evenemang som arrangeras. Däremot används de exempel från Hörbys evenemangsutbud som tjänar strategins huvuddrag.



Vad är ett evenemang? En begreppsdefinition

Vad är då ett evenemang och vad kan räknas in i begreppet? Ett evenemang brukar tillskrivas betydelsen av en större tillställning eller ett event som arrangeras under en begränsad tidsperiod. Konserter, idrottstävlingar, föreställningar, festivaler, och marknader är exempel på evenemang, men till kategorin räknas även mindre, mer nischade events, så som grillkvällar som är öppna för besökare, konsthappenings och författaraftnar. Arrangören av ett evenemang kan vara en ideell aktör, såsom en förening eller sammanslutning, en privat aktör från näringslivet eller en offentlig aktör som representerar kommun, region eller stat. I följande strategi kommer vi fortsättningsvis att använda dessa definitioner när vi talar om våra evenemang och evenemangsaktörer.

Målgrupp

Att skapa ett framgångsrikt evenemang bygger på att kunna förstå sina besökare, att skapa sig en insikt om vem besökaren är och vad besökaren värdesätter. Vilka besökare vill vi locka? Utifrån marknadsstrategins målgrupper, men utifrån evenemangssynpunkt, har två primära målgrupper definierats:

► **Befintliga medborgare – i egenskap av publik & arrangörer.** Vad är viktigt för våra Hörbybor som besöker evenemangen? Vad värdesätter man och vad vill man se mer av? Vad fattas i vårt evenemangsutbud? Dessa är frågor som utgör kärnan i när vi möter våra invånares behov och önskemål.

► **Potentiella besökare – regionala, nationella och internationella.** Den strategiska plattformen för MittSkåne Turism definierar tre typer av resenärer: *Den nyfikna upptäckaren*, som drivs av att lära känna den sanna bilden av Sverige och lära känna svensk kultur, livsstil och traditioner. *Den aktiva naturälskaren*, som vill njuta av lugn och stillhet men även utforska naturen genom vandring och sport. *Den vardags-smitande livsnjutaren*, som besöker MittSkåne för att koppla av och njuta god mat, njuta av shopping och upptäcka nya miljöer. Dessa tre grupper bör vi sträva efter och tänka in både i planering och kommunikation av våra evenemang.²

De sekundära målgrupperna utgörs av följande, identifierade i marknadsstrategin: *Potentiella inflyttare* (unga par, barnfamiljer, de som ska köpa sitt första hus, livstilsinvandrare), *anställda/forskare på ESS, Max IV-laboratoriet, Brunnshög och Ideon, medarbetare vid Hörby kommun, företagare* (i egenskap av partners, arrangörer, publik) samt *journalister och lokal media*.³



¹ Marknadsstrategi för Hörby kommun, höst 2016

² Strategisk Plattform för MittSkåne, 2016

³ Marknadsstrategi för Hörby kommun, höst 2016

Hörby - den levande evenemangsbyn

Hörby erbjuder en bred evenemangsflora som spänner över en rad fält – från motorsport och idrott till kultur, smakupplevelser och ungdomsledda evenemang. Bland Hörbyborna är viljan att utveckla evenemangen stark – speciellt bland bygdens unga. I den kultur- och fritidsvaneundersökning som gjordes under 2015 på initiativ av kultur-, fritids- och utbildningsförvaltningen svarar hela 98% av de tillfrågade att det är viktigt med evenemang. 96% av alla ungdomar i åldrarna 13-16 år besöker eller kan tänka sig att besöka Hörby Marknad. Samma siffor för Hörby KulturKalas är 80%. Det finns således ett starkt behov bland våra medborgare att utveckla och stärka bygdens evenemang – i tätorten och i byarna.⁴

I *Marknadsstrategi för Hörby kommun* har man identifierat styrkor och möjligheter, av vilka ett par har direkt bärighet på evenemangen i byn.⁵ Det förmånliga geografiska läget mitt i Skåne, den vackra naturen, aktiva byföreningar, goda kommunikationer till storstäderna kring Hörby, samt god samverkan mellan företagare utgör alla förutsättningar för att Hörby ska kunna utveckla och föda framgångsrika evenemang. Samtidigt finns det flera utmaningar som begränsar evenemangens växtkraft. Brist på bussförbindelser mellan tätort och byar, och mellan byarna, är något som många evenemangsaktörer lyfter som ett hinder när publik ska förflyttas inom kommunen. Även bristen på en samlad kommunikation och marknadsföring om vad som händer i bygden har lyfts som ett hinder. Många evenemang sker och arrangeras utan att Hörbyborna känner att de får tillräcklig kännedom.

Den strategiska plattformen för MittSkåne Turism har definierat Outdoor, Djur & Natur samt Mat & Dryck som tre huvudteman för det fortsatta utvecklingsarbetet utifrån besöksnäring och turism.⁶

Utifrån dessa kategorier, samt den inventering av Hörbys unika dragare och rika flora av evenemang som har gjorts, har följande strategiska utvecklingsområden för Hörbys evenemang tagits fram:

Motorsportens By – I tätorten och ute i ortens skogsområden arrangeras varje år flera större motorevenemang: Tractorpulling, TV-svängen och Stubbaracet drar tusentals besökare varje år från hela landet.

Marknads- och festivalbyn – Hörby Marknad, Victoriamarknaden, Julskyltningen, jul- och hantverksmarknader i Östra Sallerup, Östraby, Öneköp, Killhult, Lyby och andra byar, Hörby KulturKalas och Bondens Marknad utgör några av de större marknader och festivaler som arrangeras. Ringsjöstrands Matmarknad, Höstdagen i Fulltofta Naturcentrum och byfester i byarna utgör fler exempel på evenemang som lockar besökare från hela Skåne.



⁴ Kultur- och fritidsvaneundersökning, Hörby kommun 2015

⁵ Marknadsstrategi för Hörby kommun, s. 7

⁶ Strategisk plattform för MittSkåne, s. 7

Natur- och djurälskarens By – här finner vi häst-, hund- och trädgårdsevenemang. Här ingår också det växande smaksegmentet där man erbjuder ekologiska och närproducerade matevents – Ekorundan med aktörer som @lantis, Bokeslundsgården och Vidablick är exempel på en växande trend. Även stjärnskottet Lina & Evas Lanthandel, som arrangerar grillkvällar med upp till 2 000 besökare i Killhult, utgör ett exempel på att detta segment har stor potential att växa framöver. Högalunds kulturvandringar är även ett exempel på hur naturupplevelser skapar grunden till framgångsrika evenemang.

Inom segmenten Djur & Natur och Outdoor skulle man kunna utveckla evenemang inom cykling, vandring och fiske – alla tre outdooraktiviteter som trendmässigt ligger högt i topp. Ringsjön är en ypperlig plattform där man med fördel bör utveckla och uppmuntra evenemang. Även Fulltofta Naturcentrum och Skåneleden erbjuder möjligheter till utvecklade evenemang inom vandring och friluftsliv. För att kunna skapa

evenemang krävs kvalitetssäkring av leder och naturmiljöer, något som finns i regionala och kommunala utvecklingsplaner.

Idrottens By – Hörby är en stark idrottsby med flera aktiva idrottsföreningar som arrangerar tävlingar, cuper och seriespel. Idrottsevenemangen i bygden är väldigt betydelsefulla, både för tätorten men kanske framför allt i byarna där idrottsföreningarna utgör en viktig publikdragare.

De Små Scenernas By – Hörby är berättelsernas by där flera författare, konstnärer och musiker verkar. Historiskt har vi en stark författartradition med Victoria Benedictsson som den främsta fanbäraren. Även kulturhistoriskt erbjuder Hörby en mängd pärlor; Sankta Magnhilds källa, 1600-talsparken i Östra Sallerup där man arrangerar 1600-tals dagar i september varje år, Fulltofta kyrka och otaliga ruiner, fornlämningar och parker. Här finns det utrymme för fler evenemang med rätt stöttning – Hörby har alla möjligheter att positionera sig som Berättelsernas By med författartraditionen i centrum.



Ett belysande exempel på ett framgångsrikt evenemangs-koncept där den lokala kulturhistorian utgör kulissen, är Fulltofta Slots Söndagsmiddagar med föreläsningar av historieprofessorn Dick Harrison, ackompanjerad av en smakupplevelse.

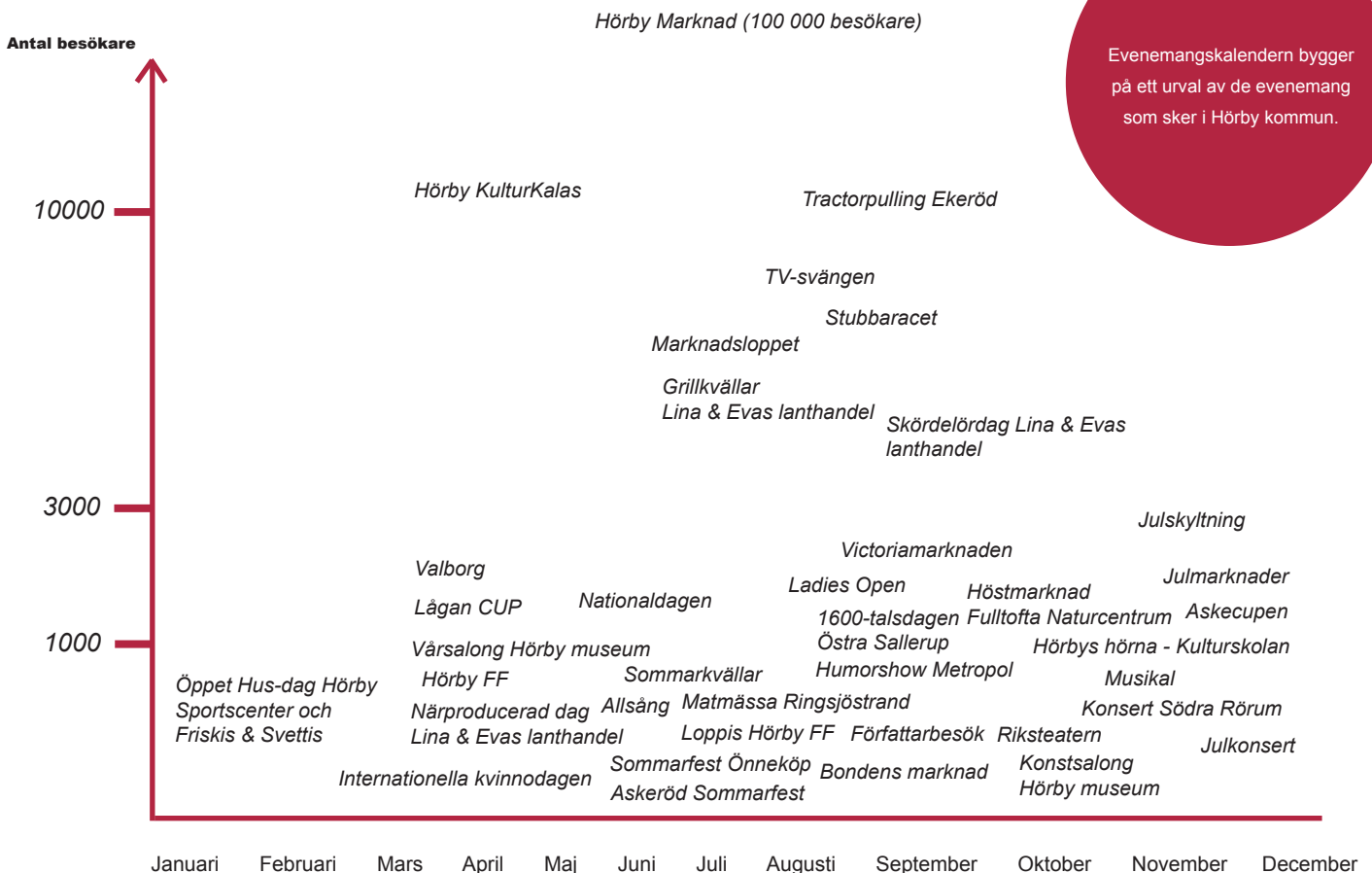
Byn erbjuder också ett par mindre, mer intima scener som är utmärkta för scenkonst och kulturevenemang. Författar-aftnar, teaterföreställningar och andra kulturarrangemang på Hörby bibliotek och Hörby museum har en stadig kärna av kulturintresserade besökare – dock finns det mer arbete att göra med marknadsföring för att locka ännu fler Hörbybor till den här typen av evenemang.

Scenen Metropol har under 2016 framgångsrikt presenterat ett program med humorakter för utsålda salonger i Hörby kommuns regi. På Metropol ger Hörby KulturSkola många av sina konserter, och även HES (Hörby Evenemangssällskap) och Hörby Riksteaterförening arrangerar scenkonstarrang-

emang och konserter i lokalen. Svenska Kyrkan i Hörby är en betydelsefull arrangör av konserter och körmusik. I de tio vackert belägna kyrkorumen, belägna över hela kommunen, presenteras varje säsong ett brett konsertutbud präglat av hög kvalitet och bredd. Inom konstområdet har Hörby en unik konstskatt i form av Torsten Anderssons Stiftelse, där konstnärens ateljé öppnas upp för allmänheten varje år den 6 juni och lockar konstituerade besökare från hela Sverige.

Den Unga Byn – Lågan Cup, Askecupen och motocrosstävlingar för barn och unga är exempel på de evenemang som produceras av våra ideella krafter i byn och som lockar många barnfamiljer. Ungdomsinitierade evenemang har under senare år också ökat i antal – främst genom satsningen Ung Scen under Hörby KulturKalas där unga producerar och genomför ett eget scenområde. Aktivitetshuset i Hörby är en viktig scen och arena för ungdomsproducerade evenemang. Här återfinns också utvecklingsprojekt i form av LAN för unga, musikalproduktion med Hörbys unga, e-sport och andra eventyttringar som lockar den yngre målgruppen.

Evenemangskalender



”Hörby ska vara en levande evenemangsby som utvecklar, genomför och värvar evenemang präglade av kreativitet, gemenskap och framtidstro och som stärker ortens konkurrenskraft och attraktivitet.”

VISION FÖR HÖRBYS EVENEMANGSUTVECKLING



Målet – att förvalta, utveckla och stärka

Vision

Utifrån den nulägesanalys som har gjorts, och med utgångspunkt i Hörbys samhällsbyggnadsvision och Vision Hörby 2020 samt i dialog med byns evenemangsaktörer, har följande vision för Hörbys evenemangsutveckling tagits fram med sikte på år 2020:

”Hörby ska vara en levande evenemangsby som utvecklar, genomför och värvar evenemang präglade av kreativitet, gemenskap och framtidstro och som stärker ortens konkurrenskraft och attraktivitet”

Övergripande mål

Utifrån visionen har följande övergripande mål identifierats:

- ▶ Hörby kommun ska aktivt förvalta, utveckla och stärka Hörbys evenemang i syfte att stärka ortens attraktivitet vilket i sin tur leder till ökad tillväxt och ökat välbefinnande bland kommuninvånarna.

Det övergripande målet möjliggörs genom fem konkreta delmål – vart och ett med tillhörande mätbara delmål.



Delmål 1



Vi ska ta till vara, utveckla och stärka de befintliga evenemang som byn erbjuder samt aktivt stötta lokala, ideella och privata eventarrangörer – i tätorten och i byarna.

Hörby kommun ska utifrån det kultur- och fritidspolitiska programmet och i samarbete med ideella och näringsdrivna aktörer arrangera och genomföra minst två större evenemang, samt minst sex medelstora evenemang.

Mätbart mål

- ▶ Genomföra minst två större evenemang per år som lockar minst 5 000 besökare.
- ▶ Genomföra minst sex medelstora event per år som lockar mellan 130 och 3 000 besökare.

Hörby kommun ska etablera ett evenemangsnätverk av kommunens ideella och privata eventaktörer med målet att kompetensutveckla och stärka eventnäringen samt underlätta gemensam planering av evenemangsåret.

Mätbara mål

- ▶ Hörby kommun arrangerar minst två kompetensutvecklande tillfällen för eventarrangörer per år.
- ▶ Påvisad kompetensutveckling har skett av minst fem eventarrangörer per år.
- ▶ Upprätta en evenemangskalender och forum för delning av kommande evenemang i syfte att utöka eventsäsongen, stimulera till samarbete mellan eventaktörerna samt undvika krockar mellan evenemangen.

Hörby kommun ska aktivt, i samarbete med byns ideella och privata aktörer, arbeta för att sätta samman en volontärsbas som finns att tillgå vid större evenemang.

Mätbara mål

- ▶ Minst tio personer har engagerats i en volontärsbas vid slutet av 2017.
- ▶ Medarbetare som är anställda vid Hörby kommun ges mandat att under 16 arbetstimmar per år arbeta på ett valfritt evenemang i kommunen.

Hörby kommun ska utreda nya former för stöd till evenemangsarrangörer.

Mätbara mål

- ▶ En plan för implementering av stödstruktur och sponsorstrategi för evenemang tas fram senast i hösten 2017.

Hörby kommun ska arrangera en Kultur- och Idrottsgala med start hösten 2018 i syfte att lyfta lokala eventarrangörer samt kultur- och idrottsprofiler.

Mätbara mål

- ▶ En Kultur- och Idrottsgala arrangeras årligen från 2018 där 200 personer från det lokala föreningslivet och evenemangsaktörslivet bjuds in
- ▶ Nomineringarna till Hörby kommuns stipendier Årets Ledare, Årets Idrottare, Årets Kulturtalang och Kulturstipendiet ska dubblas till 2020

Hörby kommun ska aktivt stötta och motivera unga att producera evenemang i kommunen.

Mätbart mål

- ▶ Minst två evenemang per år ska arrangeras av ungdomar för ungdomar, varav ett av evenemangen lockar mer än 100 besökare.
- ▶ Ansökningarna till stödet Kreativ Ungdom dubblas inför 2018.

Hörby kommun ska ta fram en utvecklingsplan för Hörby Marknad 2018-2025.

Mätbart mål

- ▶ En utvecklingsplan för Hörby Marknad presenteras under hösten 2017.

Delmål 2



Vi ska på ett lättfattligt, öppet och tydligt sätt kommunicera våra evenemang till våra målgrupper i enlighet med Hörby kommuns kommunikationspolicy.

Hörby kommun ska producera en evenemangskalender som kommunicerar de evenemang som sker under året till samtliga medborgare i Hörby kommun.

Mätbara mål

- ▶ En tryckt evenemangskalender distribueras tre gånger per år till samtliga hushåll i Hörby.
- ▶ En ny plattform i Sociala Medier "På gång i Hörby" skapas som kommunicerar evenemangen löpande samt utgör utrymme för medborgares feedback och kommentarer.

Hörby kommun ska löpande informera media om de evenemang som sker i kommunen.

Mätbara mål

- ▶ Dialogmöten med medieföreträdare sker tre gånger per år kring de evenemang som pågår

Hörby kommun ska aktivt verka för att cross-marknadsföring sker mellan evenemangen i byn.

Mätbara mål

- ▶ Goodie Bags delas ut vid evenemang vilka innehåller information om möjligheter till boende, restaurangutbud, shopping och övriga evenemang som händer i byn.
- ▶ Cross-marknadsföring har skett på minst tio evenemang under året.

Hörby kommun ska verka för att evenemangen exponeras i regionala och nationella kanaler.

Mätbara mål

- ▶ Minst fem evenemang har lyfts i regionala och nationella medier.

Delmål 3

Vi ska vara lyhörda för medborgares, besökares, närings och eventaktörernas initiativ, idéer och behov.

Hörby kommun ska genom dialogträffar med eventaktörer och näringslivet lyssna in önskemål och behov hos näringen.

Mätbara mål

► Genomföra minst två dialogträffar per år med eventaktörer och näringslivet med fokus att utvärdera de insatser som har gjorts.

Hörby kommun ska genomföra kontinuerliga mätningar av besökares, medborgares och närings behov och önskemål.

Mätbara mål

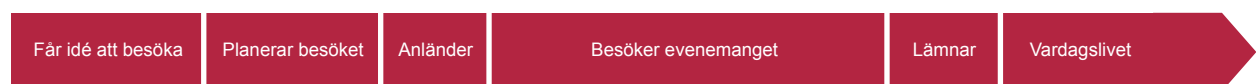
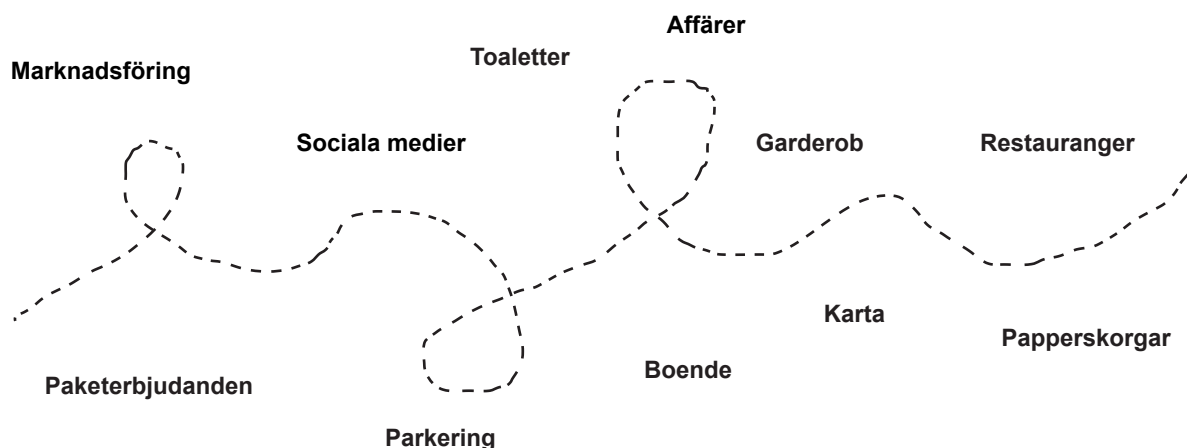
► Hörby kommun genomför minst två besökarundersökningar per år på profilevenemang, samt en undersökning på ett medelstort evenemang.

► Hörby kommun utvecklar mätmetoder för evenemang som kommuniceras ut till kommunens arrangörer.



Modellen nedan åskådliggör hur vi tar till vara på kraften i ett evenemang och använder hela servicekedjan för att låta besökaren ta del av hela Hörbys flora av service - från restauranger och shopping till evenemang och kulturupplevelser. Det handlar också om det goda värdskapet vid ett evenemang - att bemöta varje besökare med ett engagemang och kunskap om bygden. Detta är ett utvecklingsarbete som leds av MittSkåne Turism och som har stor bärighet på evenemangsutvecklingen i Hörby.

Exempel för servicepunkter för evenemang



Modellen är tagen ifrån Fridh T, Jansson M, Melander A. Att tända en supernova: så skapas framgångsrika evenemang. 1. uppl. Stockholm: Liber; 2014.

Mätningar & den turismekonomiska omsättningen

Evenemang och större events bidrar till bygdens ekonomiska, sociala och sysselsättningsmässiga utveckling och det finns en rad beräkningsmodeller som mäter besökarantalets effekter på handel, restaurang, boende och besöksnäring. Uppföljningen och resultatmätningen av evenemangen i byn bör förbättras och utvecklas. Offentliga arrangemang som är öppna för allmänheten, och där det inte tas ut en entréavgift, innebär ofta en utmaning för arrangören när det kommer till att beräkna besökarantal. Inte sällan används estimeringsmetoder såsom att rådgöra med polis, räddningstjänst, service- och säkerhetspersonal för att på så sätt göra sig en bild av antalet besökare. Denna metod är vanligt förekommande, och har även använts för att estimerar antalet besökare på öppna arrangemang i kommunen som exempelvis Hörby Marknad och Hörby KulturKalas. Dock finns det mer utvecklade metoder, framtagna inom den senaste evenemangsforskningen, som man bör utreda och tillämpa. Exempelvis kan höghöjdfoton, där man fotograferar festivalområdet från hög höjd och därpå gör en indelning i zoner varpå beräkning sker, tillämpas. I kombination med beräkning av parkerade

bilar, enkäter, besökarundersökningar och taggning av besökare med stämpel/klistermärken kan man få fram ett mer tillförlitligt resultat.

Vid entrébelagda evenemang, såsom de motorevenemang, konserter och tävlingar som produceras i kommunen, räknas antalet besökare via antal sålda biljetter, vilket är en säkrare teknik som snabbt kan ge en bild av besökarantalet.

För att på bästa sätt kunna skapa sig en uppfattning om besökarantal vid evenemangen vill vi under 2017 ta fram varare och mer rättvisande mätverktyg för våra evenemang – både för kommunen som arrangör men också, och kanske framför allt, för våra ideella, privata och civila aktörer som producerar evenemang i kommunen. På så sätt får vi fram ett beräkningsunderlag varpå vi kan räkna på de turistekonomiska vinster som evenemangen ger bygden.

⁸ "Utvärdera festivalbesökare och deras upplevelser", Anders Nordvall & Martin Wallstam (Etour – Part of Mid Sweden University 2016)



Delmål 4



Vi ska samarbeta nära med näringslivet, civila och ideella aktörer i att värva, utveckla och förvalta evenemang.

Hörby kommun ska aktivt verka för ett närmare samarbete med näringslivet i de egenproducerade evenemangen i syfte att stärka lokal förankring och bygdutveckling.

Mätbara mål

- ▶ Minst 20 företag ska ingå i KulturKalas-nätverket som samlar näringen kring Hörby KulturKalas.
- ▶ Minst två företag ska involveras i Hörby Marknad.

Hörby kommun ska fungera som en samverkansmotor för att koppla samman det lokala näringslivet med ideella och privata eventarrangörer.

Mätbara mål

- ▶ Hörby kommun genomför minst ett nätverkstillfälle/shark tank där företag och eventarrangörer möts i syfte att generera fler och bredare samarbeten mellan näringen och eventarrangörer.

Nya sätt att finansiera ett rikt evenemangsliv

Vid den genomlysning av de evenemang som sker i bygden utkristalliserar sig tre kategorier av finansieringsmodeller av evenemang:

- ▶ Den **ideella aktören** som ofta förlitar sig på biljettintäkter/entréavgifter i kombination med arrangörsbidrag från kommun, region och stat samt viss sponsring från lokala företag. Dessa arrangörer är ofta i stort behov av kompetensutveckling inom marknadsföring, ekonomihantering och finansieringsutveckling. Här har kommunen en viktig roll att spela i

att lyfta dessa arrangörer. Från den ideella sektorn har man även efterfrågat fler mötespunkter där ideell och privat sektor möts för att diskutera och inleda samarbeten med det sociala engagemanget i fokus.

- ▶ Den **privata arrangören** som är helt beroende av försäljning av biljetter/entré samt försäljning av mat/dryck etc samt eventuellt också sponsring och bidrag från lokala företag och näringsidkare. Byte av tjänster mellan föreningar och aktörer är också en vanlig finansieringsmodell. Att idrottsföreningar bistår med städning och parkeringsvakter, mot att parkeringsintäkterna går oavkortat till föreningen, är exempelvis en vanlig modell både för ideella och privata aktörer.

- ▶ Den sista kategorin evenemangsarrangörer i Hörby utgörs av **kommunen**, där man står som arrangör för de öppna och oftast avgiftsfria evenemangen i framför allt bykärnan. Hörby Marknad och Hörby KulturKalas är de två evenemang som drar enskilt mest publik – både från kommunen men även utifrån. De evenemang som produceras av kommunen finansieras både genom kommunalt stöd och samarbeten med näringarna. Hörby Marknad finansieras helt av de hyror som knallarna betalar, medan Hörby KulturKalas – där KulturSkolans barn och unga får möjlighet att uppträda för en stor publik – har utvecklat en affärsmodell där det lokala näringslivet står för hälften av intäkterna.



Delmål 5



Alla ska kunna ta del av Hörbys evenemang. Våra evenemang ska vara präglade av mångfald, tillgänglighet, trygghet och hållbarhet.

Hörby kommuns evenemang ska vara tillgänglighetsanpassade.

Mätbara mål

► En digital handbok med tips och råd för arrangörer tas fram under 2017 i syfte att skapa tillgänglighetsanpassning vid de evenemang som sker i Hörby

Hörby kommuns evenemang ska genomföras av hållbarhet och miljömedvetenhet.

Mätbara mål

► Minst ett av kommunens evenemang ska senast 2020 erhålla Håll Sverige Rents miljömärkning Miljömärkt Event.

Evenemangsorganisationen kopplas till kommunens säkerhetsråd där räddningstjänst, socialtjänst och polis ingår.

► Evenemangsorganisationen rapporterar till säkerhetsrådet minst två gånger per år, samt håller samråd vid större evenemang.

Hållbara evenemang

Ett evenemang som uppfyller kriterier inom avfallshantering, kommunikation, mat och dryck samt transporter har möjligheten att bli diplomerad med Håll Sverige Rents Miljömärkt Event. Miljömedvetenhet är av stor vikt vid framgångsrika evenemang. Dagens besökare kräver att det finns en genomtänkt hållbarhetsstrategi. Därför behövs det tydliga mål och riktlinjer för hållbarhetsarbetet inom kommunens evenemang.

Organisation – en hållbar struktur som stödjer visionen

De kommunala evenemangen, samt stödfunktionen till ideella och privata evenemangsaktörer, organiseras och genomförs av kultur-, fritids- och utbildningsförvaltningen. Till projektledningen som i dag arbetar med evenemang knyts följande refererensnätverk:

- Ett **eventråd** bestående av representanter från kommunledningskontorets avdelning Strategi & Utveckling, MittSkåne Turism och Samhällsbyggnadsförvaltningen.
- Ett externt **eventnätverk** bestående av evenemangsaktörer från ideell och privat sektor möts kontinuerligt för att synkronisera evenemangsplanering samt diskutera behov, förutsättningar och mål.
- Ett **säkerhetssamråd** med räddningstjänst, polis och socialtjänst.

Interna förutsättningar

En avgörande intern förutsättning för att eventstrategin kan genomföras är att en hållbar kommunikationslösning kommer till stånd. Det finns ett starkt behov bland arrangörer och medborgare av en mer sammanhållen och tydlig kommunikation av vad som händer i Hörby. MittSkåne Turism kommunicerar visserligen de större evenemangen i sina kanaler, men de mindre evenemangen som har stor betydelse för byutvecklingen lämnas därhän. För att kunna genomföra de insatser som vi föreslår behövs en hållbar kommunikationsorganisation.