



ESLÖVS
KOMMUN

EVENTMANGSSTRATEGI

Evenemangsstrategi för Eslövs kommun

Antagen av kommunfullmäktige 2021-10-25



Evenemangsstrategi för Eslövs kommun
KS.2021.0221
Antagen av kommunfullmäktige 2021-10-25
Gäller efter antagande och revideras en gång per mandatperiod
Kontakt: Tillväxtavdelning, Kommunledningskontoret

INNEHÅLL

Inledning	4
Om evenemangsstrategin	4
Kriterier för evenemang	5
Hur strategin har tagits fram	5
Vision och mål	6
Vision	6
Mål	6
Delmål	6
Strategier för fortsatt arbete	7
Handlingsplan	7
Bilaga 1	8
Urvalsverktyg	8
Definitioner	9
Bilaga 2	10
Dialogmöten	10

INLEDNING

Eslövs kommun har en unik kombination av närhet till både stora städer och en levande landsbygd. Här finns goda kommunikationer, en tydlig stadskärna samt pittoreska byar med gott om natur för rekreation och upplevelser.

Idag genomförs många lokala evenemang som bidrar till att Eslöv har en stark position som idrotts- och kulturkommun. I kommunen finns cirka 200 föreningar och när det gäller sport kan staden stoltsera med lag som spelar på allsvensk nivå.

Kulturutbudet i Eslöv är stort och livligt. Här spelas teater och revy, här arrangeras dansuppvisningar, konserter och mycket mer.

Eslöv vill mer!

Evenemangsutbudet är stort och varierat redan idag. Å andra sidan finns det potential för mer. Skåne som eventdestination växer och förfrågningar om större evenemang ökar i hela regionen. Många arrangörer vittnar om tillväxt.

I Eslövs kommun finns en levande evenemangskultur och dessutom en stor vilja att växa. Ett antal större evenemang (såväl nationella som internationella) har de senaste åren förlagts till Eslöv. Såväl VM i Tambourelli som Swedish Dog Show (som lockade 3 000 besökare till Eslövs flygfält) är evenemang som gett stort genomslag i media.

Evenemangsstrategin syftar till att bygga vidare på den erfarenhet av evenemang som kommunen har. Det finns potential för att attrahera och verka för att genomföra både regionala, nationella och internationella evenemang i Eslöv.

OM EVENEMANGSTRATEGIN

Evenemangsstrategin anger den långsiktiga strategiska inriktningen för arbetet med externa evenemang. Evenemangsstrategin skall bidra till att skapa förutsättningar för upplevelser för både besökare och medborgare. Därigenom stärks kommunens attraktionskraft samtidigt som den bidrar till en ökad turistekonomi.

Strategin ska ses som ett stöd för prioritering av evenemang. Urvalsverktyget "Evenemangspyramiden" (bilaga 1) ska utgöra grunden för urval och fokus för nya evenemang ska ligga på nivå 2, nivå 3 och nivå 4 dvs på regional/nationell/internationell nivå.

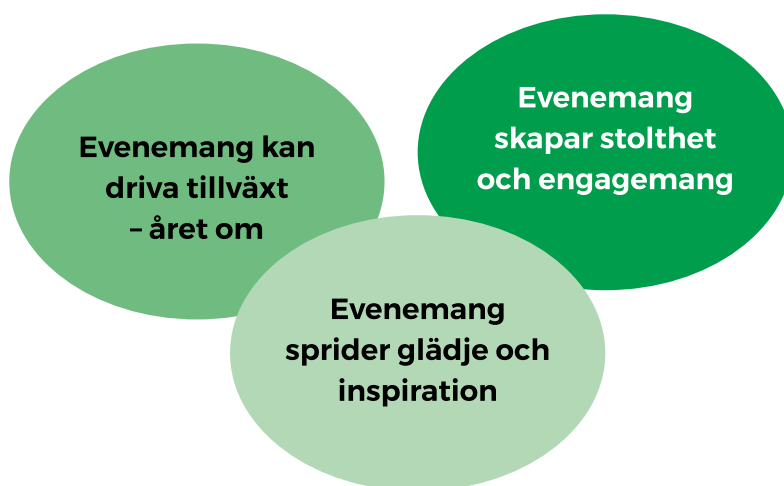
Det ska vara enkelt att verka för fler evenemang i kommunen. Hela arbetsprocessen i att utveckla, stimulera, värva och lotsa evenemang ska var enkel och tydlig – oavsett om man arbetar inom kommunen eller är extern eventarrangör.

KRITERIER FÖR EVENEMANG

Nedanstående kriterier ska beaktas och uppfyllas för att ett arbete med att utveckla, stimulera, värva eller lotsa ett evenemang ska kunna inledas.

Evenemanget ska:

- Bygga stolthet och stärka kommunens långsiktiga varumärke.
- Bidra till positiva turistekonomiska effekter.
- Vara socialt, ekonomiskt och miljömässigt hållbara.
- Skapa nya upplevelser för både medborgare och besökare.
- Skapa bred samverkan med olika aktörer.



HUR STRATEGIN HAR TAGITS FRAM

Strategin är framtagen genom en bred samverkansprocess med kommunens ideella och privata aktörer och representanter för kommunens samtliga förvaltningar.

I framtagandet av strategin har önskemål och utvecklingsmöjligheter från det lokala föreningslivet och näringslivet samt olika ideella, privata och regionala evenemangsaktörer beaktats.

Vidare har kommunens olika evenemangsplatser och eventaktörer kartlagts och analyserats.

Kommunens olika styrdokument har beaktats och evenemangsstrategin har utvecklats parallellt med framtagandet av ett näringslivsprogram. Strategin är ett levande dokument som ska ha möjlighet att revideras och uppdateras vid behov.

Strategin har i huvudsak tagits fram inom den egna organisationen av en arbetsgrupp bestående av tjänstepersoner från Kommunledningskontoret tillsammans med Kultur- och fritid. Event in Skåne har löpande bistått med råd i arbetet.

VISION OCH MÅL

ESLÖVS KOMMUNS VISION

Eslövs kommuns övergripande vision ska styra evenemangsarbetet. Upplevelser för både medborgaren och besökaren är en viktig beståndsdel för att nå visionen.

"Skånes bästa kommun att bo och verka i"

ÖVERGRIPANDE MÅL FÖR EVENEMANGSTRATEGIARBETET

Målet med evenemangsstrategin är att den ska utveckla kommunens styrkor och stärka kommunens position som evenemangsplats i samarbete med kultur, föreningsliv, näringsliv och regionala, nationella samt internationella eventaktörer.

DELMÅL

Evenemangsstrategin ska bygga ökad stolthet och stärka Eslövs långsiktiga varumärket:

- Strategin ska stärka Eslövs platsvarumärke – hur Eslöv uppfattas och upplevs.
- Genom att öka kännedomen om Eslöv som destinations- och evenemangsplats bidrar vi till Eslövs tillväxt, vilket på sikt innebär ökad turistekonomisk omsättning.

Evenemangsstrategin ska utveckla och aktivt värva evenemang.

- Eslövs kommun vill medverka till att värva minst ett regionalt/nationellt/internationellt evenemang per år.
- Genomföra nätverksträffar med olika evenemangsaktörer och evenemangskapare för en bred samverkan.

Eslövs kommun ska bidra till en hållbar långsiktig utveckling.

- Evenemang som arrangeras i kommunen ska aktivt arbeta med och synliggöra olika dimensioner av hållbarhet; miljömässig, social och ekonomisk.

Eslövs kommun ska vara en professionell och tillgänglig samarbetspartner för evenemangsarrangörer.

- Upparbeta "en väg in" struktur som ska vara en portal vid evenemangsförfrågningar.
- En intern evenemangsgrupp skapas genom samarbete mellan olika förvaltningar inom kommunen, för att lotsa och stötta aktörersom vill arrangera evenemang i kommunen.

STRATEGIER FÖR FORTSATT ARBETE

FÖRSLAG PÅ FORTSATT ARBETE

Utveckla

- Utveckla befintliga evenemang som vill växla upp för att nå besökare regionalt/nationellt/internationellt. Lokala arrangörer behöver ha möjlighet att nätverka och utveckla samarbeten.

Stimulera

- Stimulera befintliga evenemang så att dessa kan växla upp och ge mervärde.
- Kringarrangemang som stimulerar näringslivet.
- Skapa bred samverkan med olika aktörer.

Värva

- Värva nya och större nationella/regionala/internationella evenemang. Att värva större profilbärande evenemang kräver tydligt avsatta ekonomiska och personella resurser.
- Arbeta nära med olika regionala/nationella aktörer t.ex. Event in Skåne för att locka hit evenemang som stärker vår profil.
- Fånga in evenemang som synliggör och stärker kommunens kvaliteter och styrkor.

Lotsa

- Upparbeta "en väg in" struktur.
- Skapa en evenemangsgrupp med olika kompetenser från berörda förvaltningar och med samordningsansvar från kommunledningskontoret.
- Förslag på kompetenser som behövs i en kommungripande grupp: Samordningsansvar, kommunikation/marknadsföring, kultur- och fritid, näringsliv- och tillståndskompetens.

HANDLINGSPLAN

- Evenemangsstrategin anger den långsiktiga strategiska riktningen för arbete. Utifrån denna strategi ska en handlingsplan tas fram under 2021 och gälla till år 2024. Handlingsplanen ska vara konkret och innehålla beskrivningar av de insatser som behövs göras för att uppnå evenemangsstrategins mål.
- Handlingsplanen ska innehålla: *Vad ska göras? Vem ansvarar för genomförande? När ska det genomföras (tidplan)? Uppföljning och revidering?*

BILAGA 1

URVALSVERKTYG

Strategin ska ses som ett stöd för prioritering av evenemang. Evenemangspyramiden nedan utgör grunden för ett första urval. Därefter ska kriterierna för evenemang (se under "Inledning" sid 5) beaktas och uppfyllas.

Evenemangsstrategins fokus för nya evenemang ska ligga på nivå 2, nivå 3 och nivå 4.

Strategin avser de evenemang som i första hand är på regional/nationell/internationell nivå och som kompletterar de evenemang som den idéburna sektorn och Kultur- och fritid genomför framgångsrikt.

EVENEMANGSPYRAMIDEN

Evenemangspyramiden (Shank 1999) används som ett urvalsverktyg för att dela in evenemang efter geografiskt intresse och spridning.

Evenemangspyramiden är ett sätt att identifiera och kategorisera kommunens olika typer av evenemang. Ingen nivå ska ses som viktigare än någon annan. Modellen är ett sätt beskriva evenemangens olika förutsättningar, vilka aktörer som arbetar med vad och vilka insatser som behövs.

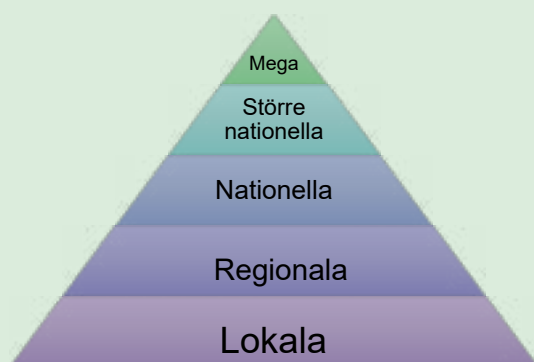


Illustration av Evenemangspyramiden (Shank 1999).

Nivå 1 - Mega

I toppen återfinns de allra största internationella idrottsevenemangen. Dessa evenemang är viktiga för att visa upp hela landets och regionens unika möjligheter.

Nivå 2 - Större nationella och internationella

På denna nivå återfinns större evenemang som arrangeras av professionella organisationer med lång erfarenhet, t.ex. EM och VM samt stora kulturevenemang.

Dessa evenemang kräver ett aktivt värvningsarbete och samarbete med olika regionala aktörer som t.ex. Event in Skåne och nationella aktörer t.ex. olika idrottsförbund.

Större nationella och internationella evenemang är av stor vikt såväl turistekonomiskt som ur platsmarknadssynpunkt för Eslövs kommun, men också för hela regionen.

Nivå 3 - Nationella

På denna nivå finns landskamper, svenska mästerskapstävlingar (SM) och stora kulturarrangemang. Mästerskap är i regel engångshändelser med högt mervärde och positiv påverkan på platsvarumärke. Dessa evenemang kräver ofta ett aktivt värvningsarbete och samarbete med olika aktörer som till exempel Event in Skåne.

Nivå 4 - Regionala och större lokala

Här finns många större kultur- och idrottsevenemang liksom lokala festivaler och viktiga näringslivsevenemang men också hemmamatcher i de högre divisionerna. Arrangemangen kräver samverkan och där kommunen ofta är en av dessa.

Nivå 5 - Lokala

Det här är basen i Eslövs evenemangsutbud. Här finns alla de evenemang som arrangeras av det lokala idrotts- och kulturlivet. Det kan vara konserter, barnevenemang, hemmamatcher i lägre divisioner, teaterföreställningar, författarbesök, lokala marknader, musikkvällar med mera. Sammantaget har evenemangen stor betydelse för trivseln och pulsen i kommunen.

DEFINITIONER

Evenemang: Ett evenemang lockar till sig publik/deltagare och syftar till att skapa upplevelser. Är avgränsad i tid. Ger positiva effekter på besöksnäringen och stärker platsvarumärket.

Platsvarumärke: Alla platser har ett varumärke om man med begreppet "varumärke" menar att det är något som skapas i kontakt med omvärlden. Egentligen handlar det om allas attityder, känslor och uppfattning om en viss plats.

Turistekonomiskt effekt: Mäter effekten av turisternas konsumtion i samband med evenemang när tillresta besökare spenderar på till exempel logi, mat, shopping, nöjen etcetera och som tillfaller platsen i form av intäkter och sysselsättning.

BILAGA 2

DIALOGMÖTEN

GENOMFÖRDA DIGITALA WORKSHOP OCH INTERVJUER UNDER VINTERN 2020

Under vintern har följande workshop och intervjuer hållits med:

- Uppstartsmöte med Event in Skåne (oktober 2020).
- Workshop med föreningar. Arrangerades av Kultur- och fritidsförvaltningen (21 oktober 2020).
- Digitala djupintervjuer med olika eventaktörer/företag, besöksnäringsföretag (november–december 2020 och januari 2021).
- Intern workshop med arbetsgruppsgrupp med tjänstepersoner från Kommunledningskontoret och Kultur- och fritid (4 december 2020).
- Fem olika workshops med elever i årskurs åtta Norrevångskolan (14 och 16 december 2020).
- Redovisning evenemangsstrategi och workshop med kommunledningsgruppen (16 december 2020).
- Workshop med näringslivet om näringslivsprogram och evenemangsstrategin (8, 12 och 14 januari 2021).
- Workshop med Visit MittSkåne om evenemangsstrategi (12 januari 2021).
- Dialogmöte med föreningar som utgör referensgrupp till Kultur- och fritid (20 januari 2021).
- Löpande interna dialogmöten med kommunens berörda förvaltningar

Illustration av Eslövs kommun styrkor som evenemangskommun, vilka har tagits fram under dialogmöten med evenemangsaktörer, föreningar, näringsliv, besöksnäringsaktörer, ungdomar och tjänstemän.





**ESLÖVS
KOMMUN**

Adress: Eslövs kommun, 241 80 Eslöv | Telefon: 0413-620 00
E-post: kommunen@eslov.se | Webb: eslov.se