

# Evenemangsstrategi





## Innehåll

Bakgrund	.....	4
Uppsalas evenemangsvision	.....	5
Mål	.....	5
Strategi	.....	6
Uppföljning och utvärdering	.....	7
Uppsala kommuns roll	.....	7

Uppsala kommuns evenemangsstrategi togs av Kommunstyrelsen  
2006-03-29.

Bilder förstasida från vänster: UppCon 2008 fotograf UppsalaKai, Friktioner  
2006 fotograf Gunnar Stening, Uppsala City Beach 2007 fotograf Fyris  
Beach, Fyrishov.

## Bakgrund

Evenemangsstrategin är kommunens verktyg för att koordinera och hantera evenemangsfrågorna enhetligt i syfte att tillföra kommunens invånare positiva kulturupplevelser och förstärka Uppsalas tillväxt.

Evenemang bidrar till en stads identitet och skapar en kulturell attraktion och samhörighet för såväl boende som besökare. Undersökningar visar att en stor andel av besökare till större evenemang kommer från andra platser än orten för evenemanget. Det innebär ett tillskott av turism i och med att besökare till evenemangen väljer att besöka även andra sevärdheter och anläggningar under tiden för evenemanget. En vistelse som varar längre ger direkt upphov till ökad omsättning inom handel, kommunikationer, hotell, besöksattraktioner och service.

Uppsala kommun har under de senaste åren tagit följande beslut som berör evenemangsverksamheten

### **a) Kriterier fastställda av kommunstyrelsen i Arbetsprogram 2002-10-09**

I arbetsprogram 2002-10-09 "Uppsala som evenemangsstad" anges att evenemangen ska utmärkas av att de bibehåller och stärker Uppsalas profil genom att

- levandegöra Uppsalas kulturarv
- stärka utvecklingen och identiteten av det nya och mångkulturella Uppsala
- ge nationell/internationell uppmärksamhet
- visa upp kreativitet, kunnande och kompetens
- stå för god kvalitet

Kommunstyrelsens riktlinjer anger ramar, inriktning och prioritering för arbetet med evenemangsutveckling. Riktlinjerna ska användas för att underlätta urvalet, och i marknadsföringen för att attrahera evenemang till Uppsala. I en verksamhetsplan ska ytterligare kriterier för bedömning av enskilda evenemang föras in.

### **b) Kommunstyrelsens beslut om Varumärkesarbete, 2003-05-09**

I beslutet anges att ett långsiktigt arbete för att marknadsföra Uppsala ska

- Stärka bilden av Uppsala i linje med den beslutade önskade positionen "Uppsala – en spännande arena för epokgörande kunskap, kultur och affärer"
- Stärka och tydliggöra Uppsalas kärnegenskaper Drivkraft – Kunskap – Lugn – Mångfald

**c) Av kommunfullmäktige fastställt IVE 2006-2009, beslutad 2005-05-24**

I beslutet om Inriktning, Verksamhet, Ekonomi (IVE) 2006-2009 ingår inriktningsmålet:

Uppsala skall aktivt utveckla sina kulturvärden och sitt varumärke.

I handlingen anges vidare:

”Under namnet Varumärke Uppsala fortsätter det långsiktiga arbetet med Uppsalas marknadsföring och profilering såväl internt som externt. Målet är att år 2008 kunna avläsa att Uppsalas hela mångfald av entreprenörskap, internationellt företagande, nutida kulturverksamhet och idrott blivit uppmärksammat och bekant.”

”Förutom den dragningskraft som finns i de historiska miljöerna ökar omsättningen inom upplevelseaktiviteter, affärsturism, konferenser och evenemang. En satsning på besöksnäringen med t.ex. tillkomst av flera arenor, evenemangsstrategi och paketering av erbjudanden bedöms attrahera fler besökande.

Som en nästa etapp i arbetet med varumärke och turismen skall Uppsala kommun ta krafttag för en marknadsföring av Uppsala.”

## **Uppsalas evenemangsvision**

*Uppsala är framtidens mötesplats - nyskapande, ungdomlig, lättillgänglig, trygg, mångkulturell och internationell med en mångfald av evenemang - en förebild för evenemangspplatser i Sverige och internationellt.*

Visionen är ledstjärna för upprättandet av strategiska och operativa mål. Strategin stöttar kommunen i arbetet med att välja evenemang som ska befästa och utveckla bilden av Uppsala på väg mot visionen.

## **Mål**

För att bidra till en utveckling mot den uppställda visionen kan ett antal strategiska mål ställas upp. Målen är avgörande steg på vägen mot visionen, och ska verka styrande för prioriteringar i verksamhetsplaner de kommande åren.

### **Strategiska mål att nå inom 5-6 år**

- Uppsala är en förebild för evenemangsarbetet i Sverige och har tex fått pris som Årets Ungdomsstad
- Uppsala är attraktivt för arrangörer och arrangemang i visionens anda.
- Uppsala uppfattas som en tryggare evenemangsstad än genomsnittet i Sverige.

## Strategi

Uppsala kommun ska sträva efter nya, och främja existerande, evenemang som uppfyller ett eller fler av följande kriterier:

### Evenemanget

- kombinerar på ett nyskapande sätt, t ex idrott - kultur, ledarskap – musik.
- innebär kulturella, idrottsliga och/eller näringslivshöjdpunkter.
- attraherar ungdomar i och utanför Uppsala
- lockar stor publik i olika åldrar
- är mycket intressant för media i relation till visionen.
- stärker och driver byggandet av infrastruktur t.ex. nya evenemangsplatser med god tillgänglighet som möjliggör attraktion av fler evenemang inom önskade områden.
- attraherar internationella besökare eller deltagare.
- skapar fler övernattningar på hotell och motsvarande

### Förhållningssätt

- I Uppsala ska det vara lätt att genomföra arrangemang, genom god tillgänglighet, funktionella lösningar och god samverkan
- Handläggning sker utan onödiga fördröjningar, tydligt och med korrekt information.
- Uppsala kommun använder aktivt sin mark, offentliga platser och sina anläggningar, för att attrahera nya evenemang och utveckla redan etablerade.

### Arbetsätt

- Utveckla och synliggöra det som befäster Uppsala som evenemangsstad redan idag
- Sätta tydliga och operativa mål i tid och rum
- Bredda bilden av utbudet av evenemang i besöks- och boendemålgruppen
- Få arrangörer att uppfatta att det finns goda möjligheter att i Uppsala genomföra och attrahera evenemang som ligger i linje med visionen.
- Nämnderna ska utifrån sina respektive myndighetsuppdrag aktivt verka för att kontoren agerar koordinerat.
- Samverka med andra partners och aktörer inom regionen, nationellt och internationellt i syfte att utvecklas och lära av omvärlden.

## Uppföljning och utvärdering

Den organisation som ansvarar för evenemangsutveckling och koordination ska ansvara för att uppföljning sker varje år, efter de bedömningsmallar som fastställts i strategidokumentet samt i den årliga verksamhetsplanen. Årlig budget samt handlings- och verksamhetsplan som omfattar tvåårsperioder skall upprättas och revideras varje år. Uppföljning ska ske två gånger per år. Detta evenemangsarbete, enskilda evenemang och projekt ska ha mål som är mätbara och kan utvärderas. Målen ska ha både kvantitativa och kvalitativa dimensioner.

Uppföljningen och utvärdering av specifika evenemang som kommunen engagerar sig i ska göras i enlighet med de regler för styrning och uppföljning av projekt som finns inom kommunen.

Måluppfyllelsen bör stämmas av genom att

- mäta antal och andel internationella evenemang – internationellt/mångkulturellt mål
- mäta mängd nationella evenemang i relevanta områden - mångfaldsmål
- mäta antal träffar på internationella sökningar i press – internationellt mål, intressesmål
- mäta antal ungdomsevenemang – ungt mål
- mäta antal utbildnings- och studiebesök - förebildsmål
- genomföra attitydundersökning/varumärkesuppföljning – attitydmätningar
- räkna antal utmärkelser som kan erhållas – förebildsmål, ungdomligt mål
- mäta och jämföra variabler i polisens ordningsstatistik och socialtjänstens statistik över omhändertagna berusade eller drogpåverkade minderåriga där likartad social och polisiär resursinsats skett - trygghetsmål

## Uppsala kommuns roll

I enlighet med inriktningsmålen ska Uppsala kommuns arbete med evenemang och evenemangsutveckling göra Uppsala attraktiv som evenemangstad och motivera enskilda arrangörer att förlägga eller utveckla evenemang i kommunen.

Kommunen ska göra klart att arrangören står för den ekonomiska risken. Kommunens roll kan i särskilda fall vara sponsor eller bidragsgivare – med tydliga resultatkrav (såsom synlighet, antal besök etc.) i enlighet med evenemangsstrategin (se kriterier). Kommunen ska inte verka genom förlusttäckningsgarantier.

Kommunen ska, utifrån ovanstående, med beaktande av kommunens mål, policies, program och regelverk:

- agera koordinerat och serviceinriktat genom en tydlig intern organisation, hålla en välfungerande infrastruktur samt initiera samverkan kring evenemang. I den interna organisationen ska en bredd av kompetens som tar tillvara de olika kommunala målen finnas representerade.
- genom kommunstyrelsen tillse att det i kommunens egen regi, eller på uppdrag, särskilt arbetas med utveckling av existerande och nya evenemang, liksom med att aktivt attrahera evenemang till Uppsala. Detta arbete skall ske i en enkel, slagkraftig och lokalt förankrad organisation, synlig och lätt att nå
- inbjuda till samarbete kring evenemangsutveckling utifrån strategin. Detta skall ske då Uppsala som evenemangsstad är beroende av lokala arrangörer, anläggningar, näringsliv, föreningsliv, m.fl. Dessa är en förutsättning för en framgångsrik utveckling.
- verka för att kommunala bolag och anläggningars evenemangsarbete sker i enlighet med strategin.
- initiera och genomföra (själv eller i partnerskap), ett antal avgränsade evenemang som visar på bredden och möjligheterna i Uppsala inom fritid, kultur och ungdomsaktiviteter.
- agera konkurrensneutralt.
- tillhandahålla tydliga regler och riktlinjer för evenemangens placering och genomförande, som tar hänsyn till t.ex. miljöpåverkan, sociala aspekter, ljudnivåer, tillgänglighet, trygghet och ordning.
- genom tydliga avtal och överenskommelser vid egen markupplåtelse reglera parternas ömsesidiga ansvar och skyldigheter, och i samband därmed regler eventuella särskilda krav från Uppsala kommuns sida.