

Lunds kommun

Lund skapar framtidens evenemang och möten

Evenemangs- och mötesstrategi för Lunds kommun

Remissversion
2018-09-25

1. Inledning

Om evenemangs- och mötesstrategin

Kommunstyrelsen beslutade i mars 2018 att ge kommunkontoret i uppdrag att tillsammans med berörda förvaltningar bereda ett förslag till en kommunövergripande strategi för evenemang och möten. Evenemangs- och mötesstrategin anger den långsiktiga strategiska inriktningen för arbetet med evenemang och möten i Lunds kommun. Utifrån strategin tas sedan konkreta insatser och målsättningar fram i en handlingsplan. Centralt för genomförandet är fortsatt dialog både inom den kommunala organisationen och med externa samverkansparter.

Syftet med strategin

En idrottstävling, ett kulturarrangemang, en konferens eller en kongress har egenvärden i form av till exempel deltagarnas eller publikens upplevelser eller det kunskapsutbyte som sker på konferensen eller kongressen. Men stora evenemang och möten skapar också olika mervärden för den plats där de äger rum. De tillresta besökarna som attraheras till evenemanget eller mötet som publik eller deltagare genererar direkta intäkter till platsen i form av kostnader för boende, resor, mat och nöjen, så kallad turistekonomisk omsättning, och ger förutsättningar för besöksnäringen att växa och anställa. Men evenemang och möten kan dessutom stärka platsens varumärke. Större evenemang och möten kan bidra till att platsen där de äger rum förknippas med någonting positivt, vilket i sin tur ökar dess attraktionskraft för nya besökare, framtida boende eller företag. Evenemang och möten kan dessutom skapa sociala mervärden och göra platsen där de äger rum attraktiv för dem som redan bor där i form av till exempel stärkt gemenskap, ökat engagemang och ökad stolthet.

Syftet med strategin är att underlätta för och prioritera bland evenemang och möten som ska äga rum i Lunds kommun för att därigenom öka Lunds kommuns attraktionskraft – helt enkelt att göra det mer attraktivt att besöka, bo och verka i Lunds kommun.

Hur strategin har tagits fram

Framtagandet av evenemangs- och mötesstrategin har skett under perioden april-september 2018. En beställargrupp bestående av den tillförordnade kommundirektören, kultur- och fritidsdirektören, den tekniske direktören och servicedirektören gav en processledningsgrupp i uppdrag att driva och samordna arbetet. Processledningsgruppen som bestått av biträdande näringslivs- och turismchefen, samt en utvecklingsstrateg och enhetschefen för arrangemang på kultur- och fritidsförvaltningen har bedrivit arbetet med att ta fram strategin tillsammans med en arbetsgrupp med tjänstepersoner från kommunkontoret, kultur- och fritidsförvaltningen och tekniska förvaltningen och sedan rapporterat till en projektledningsgrupp i vilken näringslivschefen, kulturchefen, fritids- och idrottschefen samt stadsträdgårdsmästaren ingått. Processen har också innefattat dialog med externa aktörer inom evenemangs- och mötesområdet.

Utgångspunkter

Evenemangs- och mötesstrategin tar sin utgångspunkt i Lunds kommuns vision. Visionen beskriver ett önskvärt framtida tillstånd, både för platsen och för organisationen Lunds kommun och

sammanfattas i rubriken *”Lund skapar framtiden – med kunskap, innovation och öppenhet”*. De förhållningssätt som ska präglar arbetet enligt visionen är *lyssna, lära och leda*.

Strategin tar även sin utgångspunkt i ytterligare ett antal kommunala styrdokument och rapporter. Det kulturpolitiska programmet för Lunds kommun har som en prioritering att kommunen ska *”utveckla en infrastruktur för att attrahera, planera och genomföra nationella och internationella kulturevenemang på ett genomtänkt och professionellt sätt.”* Det idrottspolitiska programmet har som en av målsättningarna att det i Lund ska *”finnas en tydlig strategi för arrangemang och evenemang för att stärka kommunens varumärke och attraktionskraft.”* Torgstrategin för Lunds kommun beskriver torgens roll som arena och vikten av att det offentliga rummet är flexibelt och genom stödjande infrastruktur skapar förutsättningar för evenemang, samt att evenemang som hålls i staden gärna får göra avtryck i det offentliga rummet och därigenom bidra till en levande stadskärna. Evenemangs- och mötesstrategin har också tagit avstamp i Lunds kommuns översiktsplan, samt i rapporten *”Co-creating Lund. Attraktivitet i det 21:a århundradets globala ekonomi.”*.

2. Omvärlds- och närvärldsfaktorer

Omvärldsfaktorer

Evenemangs- och mötesstrategin tar även sin utgångspunkt i vad som händer i omvärlden. Följande omvärldsfaktorer bedöms vara särskilt viktiga att förhålla sig till:

- *Evenemang och möten är ett dynamiskt och snabbt växande område såväl nationellt som globalt i syfte att öka attraktionskraften för en plats. När konkurrensen om de stora evenemangen och mötena ökar blir det strategiska arbetet med att skapa goda förutsättningar för dessa viktigare och viktigare lokalt, regionalt och nationellt.*
- *I den samlade politik för hållbar turism och växande besöksnäring som regeringen föreslagit lyfts hållbarhetsdimensionen fram som ett område för Sverige att positionera sig genom, inte minst inom evenemang och möten.*
- *En annan aspekt som regeringens samlade politik för hållbar turism och växande besöksnäring lyfter fram är innovation och utvecklingsarbete, som beskrivs som ”helt nödvändigt för att bemöta turismens och besöksnäringens potential, tillväxt och utmaningar”, inte minst i ett hållbarhetsperspektiv, och där innovation och kunskapsutveckling inom stora evenemang och möten är en viktig del.*
- *Event in Skåne, Region Skånes officiella bolag för eventmarknadsföring har som vision att Skåne ska bli en av Nordeuropas ledande eventregioner.*

Närvärldsfaktorer

Det finns också lokala faktorer som kännetecknar och påverkar evenemangs- och mötessektorn i Lund och som ligger till grund för den strategiska inriktningen:

- *Genom sitt läge i Öresundsregionen med sin närhet till Köpenhamn och Kastrup är förutsättningarna mycket goda för Lund att attrahera publik och deltagare till evenemang och möten.*
- *Lunds aktiva föreningsliv och studentliv bildar jordmån för en rik evenemangsflora som karaktäriseras av en mångfald av nischade evenemang med hög kvalitet som växt upp och utvecklats naturligt i Lund.*
- *Med sin kompakta medeltida stadskärna med många kulturmiljöer och en mångfald av små och medelstora evenemanglokaler är Lund mycket väl lämpat till exempel som festivalstad.*
- *Strukturen i stadskärnan erbjuder en variation av torg och andra offentliga miljöer som har potential att i större utsträckning användas som evenemangsplatser. Detta gäller även torg och parker i övriga stads- och kommundelar.*
- *Det byggs som aldrig förr i Lund och pågående stora stadsbyggnadsprojekt medför att nya offentliga miljöer tillkommer. Genom att tidigt planera för nödvändig infrastruktur kan platser förberedas för evenemang.*
- *Lund är en attraktiv mötesdestination och är årligen värd för en mängd internationella och nationella möten. Den största anledningen till framgången är att Lund har ett universitet i världsklass.*
- *I Lund finns det idag c:a 50 mötesanläggningar som har maxkapacitet för mellan 10 och 750 personer. Därtill finns Sparbanken Skåne Arena som kan arrangera både större möten och evenemang.*
- *Tre nya eller nygamla evenemangs- och möteslokaler med större kapacitet och ambitioner är planerade de närmaste åren: en renovering och utveckling av Stadshallen, det centralt belägna Mötesforum för större möten och evenemang, samt The Loop, placerad på Brunnsberg i nordöstra Lund, som också är ämnad för både evenemang och möten.*
- *I Lund finns det idag ett 20-tal hotell med c:a 1 500 gästrum. Genom nybyggnad och tillbyggnad beräknas antalet gästrum öka till c:a 2 000 under de närmaste tre åren.*
- *I Lund finns en unik tradition av vetenskap, forskning och innovation genom universitetet och starka innovationsmiljöer. Med de nya forskningsanläggningarna ESS och MAX IV kommer Lund som kunskaps- och innovationscentrum få ytterligare internationell tyngd.*
- *Lund är en ledande kommun såväl nationellt som internationellt vad gäller hållbarhetsarbete.*

3. Strategisk inriktning

Ett ekosystem för evenemang och möten

Det är vanligt att beskriva evenemangs- och mötesområdet med hjälp av en pyramid i vilken botten utgörs av mindre lokala evenemang och möten och toppen består av större nationella och internationella. Denna beskrivning kan lätt ge upphov till en både stelbent och hierarkisk bild av området. I stället för en pyramid beskrivs evenemangs- och mötesområdet i denna strategi som ett ekosystem. Tidigare har begreppet ekosystem i överförd betydelse bland annat använts för att beskriva kulturlivet i en kommun eller region. På senare tid har också begreppet ekosystem börjat användas för att beskriva våra innovationssystem. Rapporten "Co-creating Lund. Attraktivitet i det 21:a århundradets globala ekonomi.", talar till exempel om Lunds ekosystem för innovation.

I ett ekosystem samspelar organismer med varandra och med omgivningen utifrån platsens specifika livsvillkor. I Lunds ekosystem för evenemang och möten samspelar olika aktörer av olika storlek med varandra utifrån de specifika förutsättningar som Lund har. Ur den bördiga jordmån som finns i Lund som bland annat består av föreningsliv, studentliv, näringsliv, studieförbund, samfund, universitet och kommun har en rik flora av evenemang och möten växt fram och utvecklats, särskilt inom vissa områden som till exempel körsång, humor, ridsport, basket och handboll eller akademiska discipliner som teknik och medicin. Flera av dessa evenemang och möten har potential att växa och utvecklas ytterligare, dels genom stimulans från en evenemangs- och mötesstrategi och dels genom stimulans från större evenemang och möten som kan förläggas i Lund genom ett strategiskt arbete.

Stora evenemang och möten som förläggs i Lund bland annat genom ett aktivt värningsarbete har större förutsättningar att landa och förankras i Lund om det finns en god jordmån i form av en mångfald av aktörer, en intresserad och engagerad publik och lämpliga lokaler och arenor inom området. Genom att skapa inspiration och genom kunskapsöverföring kan dessutom de större evenemangen och mötena ge tillbaka värdefulla spinoffeffekter till Lunds ekosystem för evenemang och möten. Lunds ekosystem för evenemang och möten har också en stor potential att i högre grad än idag såväl komplettera, profilera sig i som samverka med det omgivande regionala ekosystemet.

Övergripande målsättning och förhållningssätt

Lund ska genom att främja hållbara och innovativa evenemang och möten bidra till att skapa upplevelser och kunskap för boende och tillresta, öka antalet besökare och stärka bilden av Lund som en attraktiv plats.

För att uppnå denna målsättning ska Lund inte vara störst, bäst och vackrast, utan genom att *lyssna, lära* och *leda* ska Lund vara *snabbast, smartast* och *smidigast* i sitt arbete med evenemang och möten.

Kriterier för evenemang och möten i Lund

Minst fem av nedanstående sju kriterier ska uppfyllas för att ett arbete med att värva eller utveckla evenemanget eller mötet ska kunna inledas. Graden av uppfyllelse utgör sedan insatsens storlek. Publika arrangemang som inte uppfyller kriterierna kan söka bidrag från kultur- och fritidsnämnden.

Skapa högklassiga upplevelser eller förmedla kunskap eller forskning av hög kvalitet. De upplevelser som skapas eller den kunskap som förmedlas vid evenemang och möten utgör deras primära värde eller egenvärde. Kvaliteten på evenemangen och mötena är därför ett viktigt urvalskriterium.

Skapa betydande turistekonomiska effekter för Lund, jämnt fördelat under årets och veckans dagar. De turistekonomiska effekterna av ett evenemang eller möte är ett viktigt mervärde som utgörs av de pengar som tillresta spenderar på till exempel logi, transport, mat och dryck, shopping och nöjen i samband med dem och som tillfaller platsen i form av intäkter och sysselsättning. De turistekonomiska effekterna går att mäta i enskilda undersökningar genom en turistekonomisk modell. Evenemang och möten som är jämnt fördelade under årets och veckans dagar skapar också större turistekonomiska effekter då hotellens och arenornas kapacitet kan utnyttjas till fullo.

Skapa positiv medieexponering med högt PR-värde för Lund. Genom en positiv medieexponering skapar evenemang och möten ytterligare mervärden, dels i form av att bilden av Lund förknippas med någonting positivt för omvärlden, men också i form av stolthet hos lundaborna själva. Det går även att mäta medieexponeringen för ett evenemang eller ett möte och dess PR-värde genom att göra en medieanalys.

Stärka Lunds platsvarumärke. Ett starkt platsvarumärke attraherar talang och kapital, vilket går hand i hand med evenemangs- och mötesstrategins syfte. Evenemang och möten kan också spela en viktig roll för att marknadsföra, forma och utveckla platsen Lund, dels genom positiv medieexponering men framförallt genom den upplevelse av Lund som mötenas och evenemangens deltagare och publik bär med sig efteråt och den puls som skapas i Lund av dem.

Bidra till ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet för Lund. Hållbarhet är ett prioriterat område och ett profilområde både inom den föreslagna nationella turism- och besöksnäringsspolitiken och generellt i Lunds kommun. Därför är också hållbarhet ett viktigt mervärde och urvalskriterium för evenemang och möten i Lund. Ett ekologiskt hållbart evenemang eller möte strävar efter minsta möjliga klimatpåverkan. Socialt hållbara evenemang och möten kan till exempel vara hälsofrämjande, arbeta med delaktighet och inflytande eller sträva efter att alla har lika möjligheter att besöka eller delta. Ett ekonomiskt hållbart evenemang eller möte är realistiskt budgeterat med en bred finansiering, arbetar utifrån långsiktig lönsamhet och utveckling och ser till att infrastrukturella investeringar som krävs kommer Lund långsiktigt till godo.

Bidra till innovation och kunskapsutveckling. Innovation och kunskapsutveckling är också både ett prioriterat område för den föreslagna nationella turism- och besöksnäringen och ett område där Lund har en stark tradition. Att hitta nya innovativa lösningar, både inom evenemangs- och mötesområdet och i allmänhet, är därför också ett prioriterat urvalskriterium. Genom att till exempel skapa olika forum för lärprocesser kan dessutom innovativa lösningar delas och vidareutvecklas bland de olika aktörerna inom ekosystemet för evenemang och möten i Lund.

Samspela väl i ekosystemet för evenemang och möten i Lund. Lunds ekosystem för evenemang och möten består av en mångfald olika aktörer av olika storlek som samspekar med varandra och omgivningen. Evenemang och möten som kan samspela väl med de olika aktörerna och omgivningen har större förutsättningar att lyckas, utvecklas långsiktigt och ge tillbaka till sina samspelare och därigenom skapa de egenvärden och mervärden som de ger upphov till.

4. Genomförande

Ansvar för genomförandet

Lunds kommuns mötes- och evenemangsorganisation bedömer och beslutar om vilka evenemang och möten som ska prioriteras utifrån urvalskriterierna. Dels handlar det om att *värva* stora och angelägna nationella eller internationella evenemang och möten och dels handlar det om att *utveckla* befintliga eller nya evenemang och möten genom stöd och bidrag. Till sin hjälp har organisationen ett evenemangsråd med representanter från förvaltningar och andra aktörer där ärendena bereds inför beslut. Organisationen ansvarar också för att

- vara portal vid förfrågningar och upparbeta en struktur enligt principen ”en väg in”
- skapa attraktiva hjälpstrukturer för arrangörer som underlättar för genomförande
- ge konsultativt stöd till arrangörer
- delta i regional samverkan och samordna nätverk för innovation och kunskapsutveckling för evenemangs- och mötesaktörer i kommunen
- verka för samordning mellan arrangörer och händelser
- identifiera investeringsbehov av infrastruktur (t ex citydressing och infotavlor) och vara aktiv part i lokal- och spelplatsutveckling, inte minst kring nya anläggningar som The Loop, Stadshallen och Mötesforum
- ta fram principer för partnerskap och sponsring liksom principer för interna och externa insatser och beställningar
- söka extern finansiering
- följa upp och utvärdera de evenemang och möten som värvas, skapas eller utvecklas med hjälp av bland annat turistekonomiska undersökningar, medieanalyser, mätning av antalet gäsnätter, samt andra brukar- och medborgarundersökningar
- ta fram en handlingsplan med konkreta insatser och målsättningar.

Handlingsplan

Evenemangs- och mötesstrategin anger den långsiktiga strategiska inriktningen för arbetet med evenemang och möten i Lunds kommun. Utifrån strategin ska en handlingsplan tas fram som gäller för en begränsad period. Handlingsplanen är mer konkret till sin karaktär och ska innehålla beskrivningar av de insatser som förutses leda till att programmets utvecklingsambitioner uppnås. Den ska som minst svara på

- vad som ska göras
- vem som ansvarar för genomförandet
- hur det bidrar till att uppfylla evenemangs- och mötesstrategins intentioner
- när det ska vara gjort
- vem som ansvarar för uppföljning och eventuell revidering.

Uppföljning

Att arbetet som sker följer strategins intentioner säkerställs genom uppföljning av handlingsplanen när dess tidsperiod löpt ut.

Aktualitetsprövning och revidering

Evenemangs- och mötesstrategin beskriver den strategiska inriktningen för området från och med 2019. Samhällsutvecklingen, såsom förändringar i kommunens befolkningssammansättning och den tekniska utvecklingen, går snabbt. En aktualitetsprövning av strategin görs vid behov, antingen på initiativ från kommunstyrelsen eller från kommunens ledningsgrupp. En aktualitetsprövning betyder inte att dokumentet per automatik måste göras om. Om strategins intentioner fortfarande bedöms vara relevanta och den uppfyller sitt syfte som strategiskt styrdokument kan det fortsätta att gälla, men ändå ha varit föremål för en översyn.