



# Evenemang- och mötesstrategi för Halmstad

## Innehåll

Sammanfattning	2
Bakgrund och nuläge	3
Vision	3
Syfte	3
Vad är evenemang och möte	4
Evenemang- och mötespyramiden	4
Nivå 1	4
Nivå 2	6
Nivå 3	6
Nivå 4	6
Nivå 5	7
Övergripande mål	7
Konkreta mål	7
Strategier	7
Kriterier för evenemang och möten i Halmstad	8
Halmstad & Co:s roll	9
Övriga aktörer och intressenters roll	10
Uppföljning och utvärdering	10
Begreppsförklaring	11
Kontakt	12

## Sammanfattning

Halmstads evenemang- och mötesstrategi utgår från Halmstads kommuns vision och värdegrund för 2020 och omfattar destination Halmstads aktörer. Strategin visar på det ansvar samtliga aktörer inom besöksnäringen har för att delta i utvecklingen av Halmstad som evenemang- och mötesstad.

Strategin är ett verktyg i arbetet med att nå visionen och behandlar både större evenemang och möten där flera aktörer samverkar samt de mindre arrangemangen, som sker på "vardaglig" basis.

Strategin är ett gemensamt upprop där samverkan mellan olika aktörer, kommunikation, avstämning och entreprenörsanda är några av de framgångsfaktorer som är identifierade för att skapa tillväxt inom området och stärka Halmstads varumärke som en upplevelsestad.

## Bakgrund och nuläge

Halmstad har under många år varit värdstad för flera evenemang av större slag. Evenemang som på olika sätt gjort att omvärlden uppmärksammar Halmstad. En rad aktörer och flera olika arenor har verkat på egen hand där alla starkt bidragit till att en bred erfarenhet utvecklats. Halmstads politiker såg behovet av koordinering samt vidareutveckling. Detta ledde till att Halmstad & Co AB bildades 2008 där en av huvuduppgifterna för bolaget var att utveckla evenemang- och mötesområdet.

Stora evenemang och möten är viktiga för Halmstad och Sverige, inte bara när de väl går av stapeln, utan minst lika mycket före som efter de ägt rum. De bidrar positivt till utvecklingen av staden och leder till att vi kan värva flera stora evenemang och möten som vänder blickarna mot Halmstad och västkusten. Rätt satsningar på stora evenemang och möten skapar tillväxt för Halmstad men också för regionen.

Evenemang och större möten bidrar också till en stads identitet och image, skapar en attraktion och samhörighet för stadens näringsliv och invånare. Evenemang och möten leder vidare till ökad tillväxt genom ökat antal besök; ökade intäkter för näringslivet; medieexponering- lokalt, regionalt, nationellt och internationellt, det ger nya arbetstillfällen, ökade skatteintäkter samt främjar inflyttning.

Halmstad blir med evenemang och möten en trevligare och attraktivare plats att leva på, arbeta i och besöka. Slutligen skapar evenemang och möten naturliga mötesplatser och gemenskap över såväl ålders - som kulturella gränser.

Förutom de stora evenemangen och mötena så genomförs dagligen mindre evenemang och möten som är ännu viktigare för Halmstad. De utgör basen och grunden i förenings- och organisationsarbetet. Det är med erfarenhet av dessa som vi kan värva nya och utveckla redan befintliga evenemang och möten.

Med en evenemang- och mötesstrategi vill vi ta tillvara alla goda erfarenheter och den kompetens som redan finns och därigenom skapa en utvecklad samverkansplattform för att ta Halmstad till nästa nivå och än mer bidra till en ökad tillväxt.

## Vision

Halmstad – en av södra Sveriges ledande mötesplatser för evenemang och möten.

## Syfte

- Skapa en förlängd säsong och ökad attraktionskraft som bidrar till hållbar utveckling och tillväxt.
- Halmstad ska utvecklas som evenemang- och mötesstad genom att värva fler nationella och internationella evenemang och möten.
- Evenemang och möten ska stärka bilden av Halmstad som en ort med framtidstro samt vara vägledande för Halmstad som helhet i arbetet med att värva, lotsa, utveckla och genomföra evenemang och möten.
- Vara ett verktyg för att koordinera och hantera evenemangsfrågor. I enlighet med övergripande uppdrag samt för kommunens bästa.
- Förenkla arbetet med att välja rätt evenemang och möten och visa på samverkansmöjligheter.

## Vad är ett evenemang respektive möte?

- Ett evenemang är en större tillställning, eller en händelse, som arrangeras kortvarigt till skillnad från löpande verksamhet och delas främst upp i kultur- idrotts- samt andra evenemang. (källa: Wikipedia)
- Ett möte är där människor träffas av speciella anledningar (oftast kunskapsutbyte) och delas främst upp i konferenser, kongresser och mässor (källa: MPI Swedish Chapter)

## Evenemang- och mötespyramiden

Evenemang- och mötespyramiden illustrerar bilden av Halmstads olika evenemang- respektive mötesnivåer. Alla nivåer är av lika stor vikt men kräver olika typer av insatser av olika aktörer. De exempel på evenemang och möten som finns i illustrationen är för att lättare kunna identifiera sitt eget evenemang eller möte och på vilken nivå det befinner sig. Flertalet av evenemangen och mötena i de olika nivåerna har stora likheter, men det finns givetvis också undantag. Nedan beskrivs övergripande de likheter som finns inom varje nivå och hur ansvar kan fördelas, vilka roller som finns med mera.

Den viktiga basen (nivå 1 – 3) är sådant som är avgörande för Halmstad som evenemang- och mötesstad. Detta är bredden av alla de evenemang och möten som genomförs i princip dagligen i Halmstad. Bland dessa finns det också tankar och förutsättningar om att kunna växa till ett evenemang i en högre nivå. Då krävs långsiktiga planer som ofta skapas tillsammans med flera aktörer för att utveckla ett evenemang eller möte

till nästa nivå i pyramiden. Det är dock inget självändamål att utvecklas till nästa nivå, utan för att bredden skall finnas måste dessa nivåer ha den volym av möten och evenemang som finns idag.

Evenemang och möten som finns på nivå 4 och 5 kräver ofta ett omfattande värningsarbete. Det sker med en lång planeringshorisont och med ett flertal aktörer inblandade. Värningsarbetet kan ske hos HCAB eller annan aktör/er och ibland med stöd av HCAB. I nivå 4 och 5 innefattas:

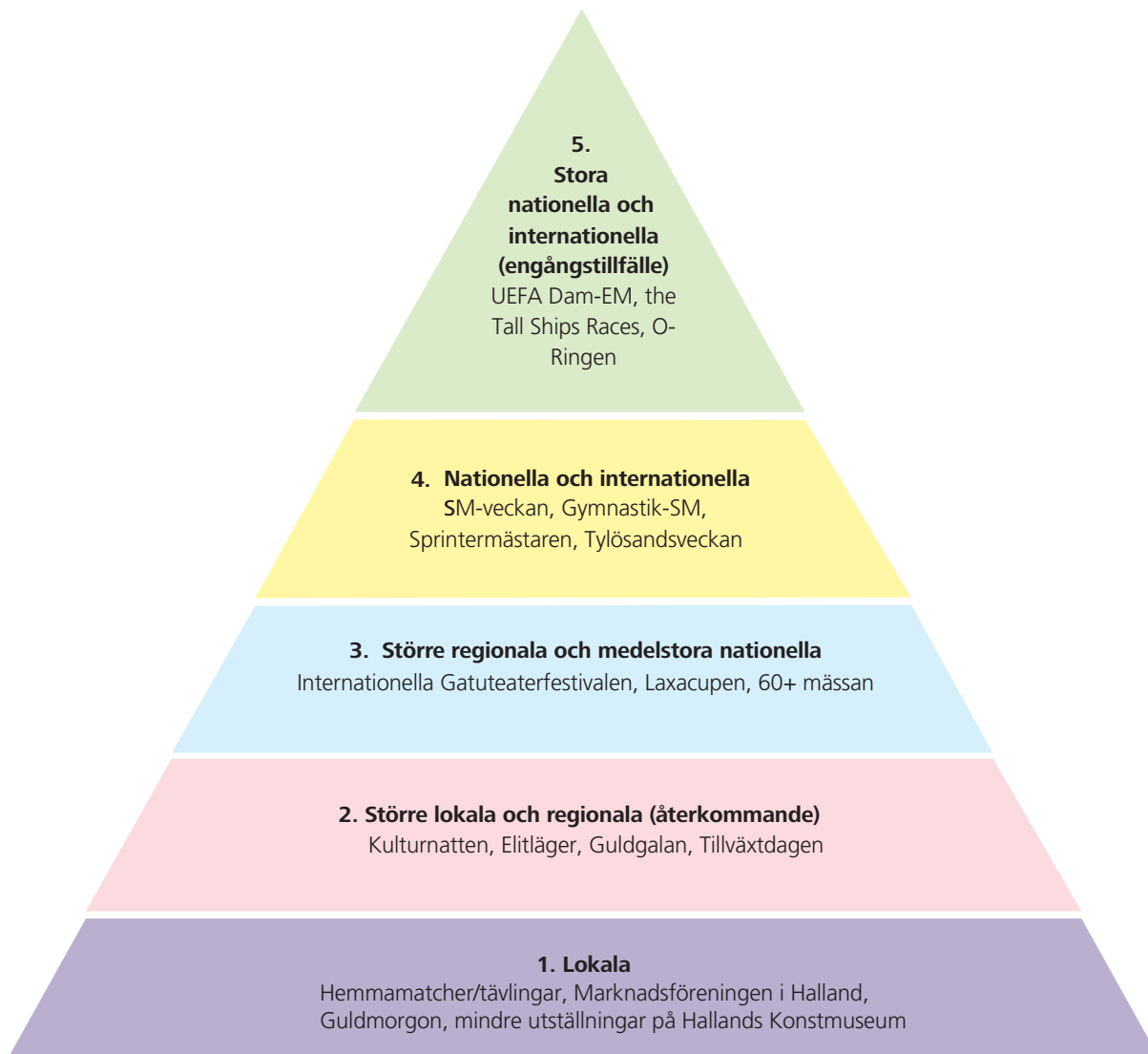
Evenemang av sådan storlek att flera intressenter och parter i kommunen och besöksnäringen berörs. Ett internationellt evenemang eller möte definieras av: deltagare från andra länder, internationell medial uppmärksamhet eller besökare/publik från flera länder.

Konferenser, kongresser och större mässor. Med ett större möte menas deltagarantal över 300 personer och minst två dagar. Med större mässor menas minst 10 000 besökare och minst två dagar.

### Nivå 1 – Lokala

Ur bredden växer professionella utövare fram. Det lokala kulturlivet och idrotten utgör med hela sin bredd och rikedom den nödvändiga basen för evenemang och möten i Halmstad. Liksom ett flertal nätverksträffar som gagnar samarbete och vidareutveckling exempel är: Marknadsföreningen i Halland, Guldmorgon, Rotary och seriespelsmatcher.

## Evenemang- och mötespyramiden



Ansvaret för genomförandet ligger på arrangören själv. Det är återkommande tillfällen under året och det finns en rutin och struktur som är relativt enkel.

Ur basen kan evenemang och möten utvecklas och växa och därmed hamna på annan nivå i pyramiden. Den förening eller organisation som önskar samverka eller hjälp av annan instans tar kontakten själv. I de fall en önskan om utveckling till högre nivå finns kan HCAB kontaktas.

## Nivå 2 – Större lokala och regionala (återkommande)

Föreningar med sina ledare och utövare, kulturarbetare av alla slag och andra eldsjälar ger oss upplevelser och är förebilder som unga utövare ser upp till och som stimulerar dem att själva aktivt vilja delta. Större lokala möten och mässor som t ex Guldgalan, Kulturnatten och Tillväxtdagen. Samverkan sker i större omfattning än under nivå 1. Ansvaret för planering/genomförande kan ligga på mer än en organisation/förening. Önskas en utveckling av evenemanget till högre nivåer kan HCAB kontaktas eller annan aktuell aktör. En långsiktig plan upprättas och följs upp årligen.

## Nivå 3 – Större regionala och medelstora nationella

På denna nivå handlar idrotten om derbyn och cuper som vuxit sig stora. Inom kultur och nöjen återfinns festivaler, större gästspel, större utställningar, större konserter, samt shower och musikalerna. Mässor och kongresser återfinns också på denna nivå. Det kan t ex vara Laxacupen, 60+ mässan. Ansvaret för planering

och genomförande är hos en arrangör, som kan vara en eller flera aktörer. Genomförandet sker oftast i samverkan med flera aktörer. En projektgrupp utses ofta för arbetet. Utveckling mot högre nivåer ligger oftast med i planen och HCAB kan finnas med i utvecklingsarbetet.

## Nivå 4 – Nationella och internationella

På denna nivå återfinns SM och i vissa fall NM inom många idrotter, vissa andra större idrotts-evenemang och stora återkommande kultur- och idrottsevenemang. Ex. SM-veckan, final i Swedish Beach Tour, MHF-kongressen. Här finns även stora kongresser, utställningar, uppsättningar och konserter. För att denna typ av evenemang och möten ska komma till Halmstad krävs ett värningsarbete som gjorts av HCAB eller annan aktör eller flera aktörer tillsammans. Planering och genomförande och ledning sker tillsammans med aktuellt förbund/nationell organisation, HCAB, lokal arrangör m fl. Genomförandet kan ske i samverkan med flera olika instanser inom kommunen och det lokala näringslivet. Om Halmstads kommun skall vara involverade och detta innebär extra anslag eller resurser utanför redan tilldelade krävs ofta ett beslut i KS/KF alt Halmstad Rådhus AB.



## Nivå 5 – Stora nationella och internationella (engångstillfälle)

I toppen av pyramiden återfinns de internationellt allra största idrottsevenemangen, världsutställningar och andra stora internationella/nationella projekt. Ex: The Tall Ships Races, O-Ringen, UEFA Dam-EM 2013. Dessa evenemang är viktiga för:

- För att visa på stadens (landets) unika möjligheter.
- Stärka stadens, regionens och landets varumärke.
- Ge staden en kvalitetsstämpel som evenemang- och mötesstad internationellt.
- Skapa tillväxt och turistekonomiska inflöden.
- Skapa arbetstillfällen.
- Erbjud regionens invånare livskvalitet.
- Stimulera och inspirera ungdomar till att själva aktivt delta i kultur- och idrottsaktiviteter.

Värvningsarbetet startar oftast minst mellan 3-6 år före genomförande och kräver delaktighet av flera olika instanser och leds ibland av HCAB men kan likaväl ledas av annan aktör. Då Halmstads kommun skall medverka eller bidra och när det involverar flera kommunala instanser krävs oftast ett beslut av KF alternativt Halmstad Rådhus AB.

Genomförandet kräver ett stort engagemang och struktur med styrgrupp, projektgrupper och arbetsgrupper, med mandat och ansvarsfördelning tydligt dokumenterat.

## Övergripande mål

Öka antalet evenemang och möten i nivå 3, 4 och 5 fram till 2020.

## Konkreta mål

Inom 5 år ska Halmstad:

- Ha skapat 5 nya årligen återkommande evenemang och möten.
- Ett internationellt toppevenemang vartannat år.
  - EM eller VM i olika idrotter, konstutställningar med tillhörande möte, internationella möten och kongresser inom bl. a medicin, teknik, innovation, miljö och andra områden som är till gagn för Halmstad.

## Strategier

Hur ska de konkreta målen nås?

- Tydliga mål och planer för varje evenemang och möte tas fram för de i nivå 3–5.
- Aktiv värvarverksamhet med tydlig ägare/ansvar.
- Samarbete mellan de instanser som blir berörda redan på ett tidigt stadium, för att fastställa ansvar, roller, finansiering, mål med mera.
- Omvärldsbevakning där potentiella evenemang och möten identifieras.
- Gemensam syn för att värva och utveckla samt lotsa.
- Information och kommunikation, både internt i kommunen och externt till organisationer och näringsliv. Erfarenhetsutbyte och användning av en gemensam "krockkalender".



## Kriterier för evenemang och möten i Halmstad

Kriterierna nedan skall uppfyllas om förfrågan kommer för ett större samarbete eller insats eller de evenemang som HCAB aktivt bearbetar för att värva till Halmstad. Minst 6 av nedanstående kriterier ska vara uppfyllda, ett evenemang eller möte ska:

- Överensstämma med Halmstad 2020.
- Stärka varumärket Halmstad.
- Bidra till Halmstads tillväxt.
- Attrahera nationella och internationella besökare och deltagare.
- Vara intressant ur mediasynpunkt och ge PR för staden.
- Bidra till hållbarhet och bestående värden.
- Bidra till utvecklingen av Halmstads attraktionskraft.
- Vara miljödiplomerat eller erbjudas möjligheten att miljödiplomerar.
- Vara tillgänglighetsanpassat eller erbjudas möjligheten att tillgänglighetsanpassas.



En av de viktigaste framgångsfaktorerna är samverkan mellan kommun och privat organisation/näringsliv. Inom Halmstads kommun har HCAB uppdraget att lotsa vid de förfrågningar av större karaktär där arrangör eller ägare av evenemanget eller mötet behöver stöd eller hjälp. Arrangör eller ägare av ett evenemang eller möte kan vara både lokala, nationella eller internationella.

I kommunfullmäktiges verksamhetsplan under målområdet "Uppleva och Göra" definieras detta verksamhetsmål:

**"De stora evenemangen ska användas för att skapa långsiktiga, strategiska mervärden för Halmstad."**

Målet uppfylls genom att:

- De toppevenemang och möten som är av sådan storlek och betydelse för Halmstad att en större finansiering och samverkan krävs av merparten av kommunens förvaltningar och bolag, ska anges som särskild prioritering i kommunens planeringsdirektiv ( ex The Tall Ships Races, O-ringen, Dam-EM) och beslutas av KF.



## Halmstad & Co:s roll – värva, utveckla, lotsa och (genomföra)

- Kommunicera och hålla evenemangs- och mötesstrategin levande.
- Värva evenemang och möten till Halmstad i samverkan med berörda aktörer.
- Vara första kontakt för förfrågningar om evenemang och möten av större karaktär.
- Lotsa och koordinera evenemang och möten i Halmstad, för de arrangörer som önskar detta.
- Utveckla nya evenemang och möten i samarbete med berörd aktör/arrangör.
- Genomföra och projektleda evenemang och möten som beslutats av KF/KS eller på annat sätt beslutats av HCAB's styrelse.
- Vid särskilda tillfällen bidra med resurser för att främja utveckling av arrangemang anordnade av föreningar och som överensstämmer med ovanstående kriterier. HCAB stödjer inte föreningars ordinäre verksamhet. I de fall resursbidrag lämnas är det del av risk och ska i största möjliga mån kunna återbetalas.
- I särskilda fall fungera som samarbetspartner på affärsmässiga grunder.
- Upprätta olika verktyg, handböcker, skriftlig hjälp som:
- Projektdatabas: sökta, tilldelade, genomförda, resultat.

- Evenemangshandbok: Halmstads anläggningar, priser, kontaktuppgifter, upptagningsområden, målgrupper.
- Projektplansmallar: inkluderande mål, syfte, budget, ansvar med mera.
- Koordinera och projektleda gemensam marknadsföring under destinationslogotypen Halmstad.
- Paketering och merförsäljning i förekommande fall.



## Övriga aktörer och intressenters roll

- Hålla evenemang- och mötesstrategin levande.
- Värva evenemang och möten.
- Hänvisa förfrågningar till HCAB, där det behövs.
- Genomföra evenemang och möten.
- Delta i profilskapande evenemang och möten som stärker Halmstad.
- I särskilda fall fungera som samarbetspartner på affärsmässiga grunder.



## Uppföljning och utvärdering

- Alla evenemang och möten som hanteras enligt strategins nivå 3–5 ska följa en tydlig projektplan som utvärderas och följs upp. För detta ändamål ska gemensamma bedömningsmallar utformas.
- Årlig verksamhetsplan upprättas (löpande 2-årsplan).
- Handlings/verksamhetsplan för värvningsarbete för närmaste tre år upprättas.
- Uppföljning i Besöksnäringsrådet sker två gånger per år.

## Begreppsförklaringar:

**Halmstads Kommun** – är alla förvaltningar och bolag som ingår i kommunorganisationen

**Besöksnäringen** - är de företag och organisationer som av tradition jobbar eller verkar inom turismnäringen

**Aktörer** – är alla de företag, personer, organisationer, företag, institutioner, verksamheter som är berörda av ett evenemang eller möte

**Vision** – är vart vi vill

**Övergripande mål** – är ett samlingsmål som också kan tolkas som effektmål

**Konkreta mål** – är mätbara, definierbara mål som hjälper oss att nå vår vision

**Strategier** – är hur vi skall nå målen

**Destinationslogotypen** – är den symbol (Halmstad.) som kan användas av alla när vi vill förstärka kopplingen till destinationen Halmstad

**Halmstads kommuns logotyp** – (Halmstad med tre hjärtan) får endast användas av de förvaltningar och bolag i Halmstads kommunkoncern där det handlar om mer officiella sammanhang





## **HALMSTAD & CO**

Box 47  
301 02 Halmstad  
halmstadoco@halmstad.se  
035-12 02 00  
[www.destinationhalmstad.se](http://www.destinationhalmstad.se)

En del av Halmstad 