



*En liten skrift för dig som arrangerar ett*

# **EVENEMANG**

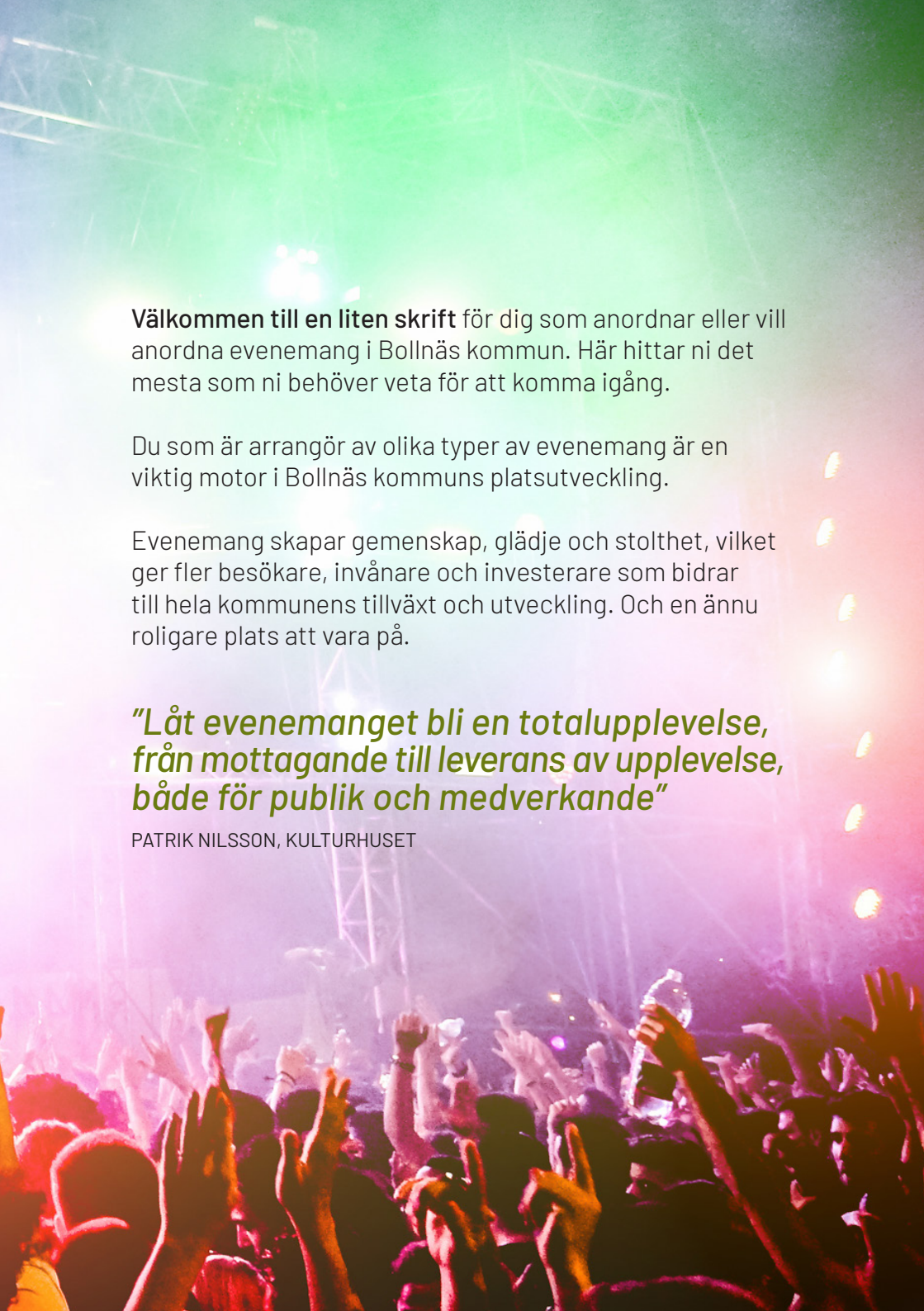
KONTRASTERNAS LANDSKAP  
*Ålska*

**HÅLSINGLAND**

SEDAN 1560  
BOLLNÄS KOMMUN







**Välkommen till en liten skrift** för dig som anordnar eller vill anordna evenemang i Bollnäs kommun. Här hittar ni det mesta som ni behöver veta för att komma igång.

Du som är arrangör av olika typer av evenemang är en viktig motor i Bollnäs kommuns platsutveckling.

Evenemang skapar gemenskap, glädje och stolthet, vilket ger fler besökare, invånare och investerare som bidrar till hela kommunens tillväxt och utveckling. Och en ännu roligare plats att vara på.

***“Låt evenemanget bli en totalupplevelse, från mottagande till leverans av upplevelse, både för publik och medverkande”***

PATRIK NILSSON, KULTURHUSET

## Möjligheternas kommun

Bollnäs vision år 2030 är att ha en hållbar utveckling med tillväxt och goda möjligheter till utbildning och arbete. Vi har ett jämställt och miljöanpassat samhälle präglad av trygghet, demokratiska värderingar, mångfald, upplevelser och framtidstro.

I Bollnäs har vi många föreningar och en lång tradition av fina evenemang. Fler evenemang stöttar visionen och ger en mer levande kommun som i förlängningen lockar nya invånare.

***“Involvera många parter. Detta skapar ett event som tilltalar många, breddar marknadsföringen och blir starkare vid genomförandet”***

BJÖRN LANS, FÖRENINGSSALLIANSEN


## Om Arrangörslyftet

Bollnäs kommun vill underlätta för att planera, utveckla och genomföra evenemang. Arbetet förenklar och stärker förhoppningsvis samarbeten mellan företag och föreningar. Kommunen vill även stärka de som är eldsjälar och arrangörer. Både föreningar, privatpersoner och näringsliv. I förlängningen förenar evenemangen människor och bidrar till ökad delaktighet och minskat utanförskap. Detta ger en mer levande kommun och hållbar platsutveckling enligt FNs mål “Agenda 2030”.

***”Fråga er själva vad målsättningen är med arrangemanget, vad är syftet, är det att det ska ge ekonomi, samhällsnytta eller marknadsföring?”***

HELEN FORSBLOM, BOLLNÄSTRAVET



A photograph of a man and a woman laughing together at an outdoor event. The man, on the left, has grey hair and is wearing glasses and a blue t-shirt. The woman, on the right, has grey hair and is wearing a purple patterned top. They are both smiling broadly, looking towards the right. The background is blurred with warm, bokeh lights, suggesting an evening outdoor setting.

*“Logistik. Planera, förutse  
flaskhalsar och problem i god tid.”*

BIRGITTA OSSMYR, TRÄSLOTTET

*“Var noga med att hålla budget -  
annars blir det en gång och aldrig mer”*

HELENA NÄSLUND, HÄLSINGEHAMBON

# Vad behöver man tänka på när man arrangerar ett evenemang?

## PLANERING

---

### Grundidé

Först och främst är det bra att ha en grundidé, ett koncept, som går hand i hand med era värderingar. Erbjud något unikt som sticker ut och inspirerar, särskilt i jämförelse med andra evenemang under samma tidsperiod. Kanske finns det ett annat evenemang att kroka arm med?

### Syfte

Därefter är det bra att definiera syfte och mål med evenemanget. Ställ er frågorna: Varför gör vi detta och vad vill vi uppnå? Har man det på plats kan man alltid återgå till syftet i sina beslut.

### Målgrupp

Därefter bör man fundera på vilken målgrupp man riktar sig till. Men även hur deltagarna ska känna när de är där. Vilket mervärde ger ditt evenemang deltagarna? Oavsett om det handlar om kunskap eller ren underhållning, se till att detta framgår tydligt i inbjudan. Gör också ett estimat hur många deltagare man räknar med.

### Finansiering/Ekonomi

Det är viktigt att i god tid göra en budget för evenemanget. Hur ska det finansieras? Vilka kostnader finns för evenemanget (t ex lokalhyra, föreläsare/artist/grupp, etc)? Vad ska eventuella deltagaravgifter/biljetter täcka? Har vi arbetskraft som krävs? Ska de avlönas?

## **Välj datum med omsorg**

Välj en passande dag baserat på målgruppens tillgänglighet och undvik konkurrerande evenemang.

## **Lokal/plats**

Välj en lokal eller plats som passar ditt event och boka i god tid för att fastställa kostnaderna och undvika att det redan är uppbokat. Låt karta och vägbeskrivning finnas lätt tillgänglig i all kommunikation.

## **Tillstånd**

Se till att söka nödvändiga tillstånd och godkännanden, inklusive säkerhetskrav. Gör detta i god tid.

## **SÄKERHET**

---

### **Riskanalys**

Identifiera potentiella problem och planera hur de ska hanteras. Viktigt med en genomtänkt säkerhet i form av trygghetsvärdar, vakter, vid behov trygghetslounge eller tält dit man kan söka sig för att få hjälp. Denna bör vara utrustad med vatten, telefon, första hjälpen och eventuellt trygga vuxna.

### **Samhällsinsatser**

Se till att ha bra kommunikation med polis, sociala myndigheter, fritidsledare, skola, nattvandrare, särskilt vid arrangemang som inkluderar många barn och ungdomar.

### **Försäkringar**

Se över vilka försäkringar du behöver för den typ av evenemang du ska ha.



## BESÖKAREN I FOKUS

---

### **Värdskapet – det viktigaste av allt**

Låt eventet, oavsett storlek, kännas personligt och välkomnande. Besökare vill känna sig omhändertagna och uppmärksammade. Värdskapet är ofta det man lägger på minnet. Inspirera personalen att se folk i ögonen, säga hej och hjälpa till på alla möjliga sätt.

### **Utse en kontaktperson**

Det är viktigt att ha en kontakt för deltagarna att vända sig till före, under och efter eventet. Personen bör ha överblick över hela eventet och inte bara detaljer. De bör också ha klart för sig vilka som ansvarar för vad, för att kunna hänvisa frågor korrekt.

### **Evenemang som inspirerar**

Människor vill ha roligt och bli underhållna, så inkludera roliga och udda inslag till ditt event. Isbrytare och interaktiva moment bidrar till en trevlig atmosfär för alla deltagare.

### **Boka attraktioner, artister och talare**

Attrahera publik till ditt event med imponerande huvudattraktioner. Sikta högt, med respekt för budgeten. Välj talare eller artister som tilltalar din målgrupp.

### **Mat & Dryck**

Mat och dryck ska gå snabbt att köpa, utan allt för långa köer. Boka en pålitlig matleverantör (gärna lokal mat, med hållbar produktion) i god tid och inkludera alternativ för olika kostpreferenser. Även betalning ska gå smidigt.

## **Sjukvård**

Se till att ni har medicinskt kunnig sjukvårdspersonal samt sjukvårdsmaterial och hjärtstartare på plats.

## **Toaletter, städning och sophantering – viktigast av allt för att hålla fräscht!**

Det ska finnas tillgång till fräscha toaletter. Tillräckligt många för att undvika irritation och långa köer. Boka i god tid om det behövs bajamajor. Gör det enkelt för besökare att göra rätt; att slänga sitt skräp. Många papperskorgar håller evenemanget fräscht. Se till att ha tillräckligt med städpersonal under och efter eventet.

## **Transporter, avspärrningar och parkeringsmöjligheter**

Fundera igenom alla transporter, hur tar man sig dit? Se till att ha goda möjligheter till parkering och eventuellt extra insatta bussar. Behövs eventuella avspärrningar?

## **MARKNADSFÖRING/ KOMMUNIKATION**

---

### **Sponsorer/samarbetspartners**

Prata med potentiella sponsorer för ekonomiskt stöd. Bestäm sedan hur sponsorer integreras. Erbjud dem plats i programmet eller för en mingelstund. Samordning är viktigt. Skapa gärna en mässyta om det känns relevant.

### **Skyltning**

Tydlig skyltning krävs för att undvika onödig irritation. Guida deltagarna rätt, det ska vara lätt att hitta rätt. Skapa även skyltar med tidpunkter och uppmaningar.

*"Samverka med andra, ensam är inte stark"*

KRISTIAN NEBES, ORBADEN SPA & RESORT

*"Tänk brett, inte bara på det du själv gillar"*

MAGNUS OLOFSSON,  
TRAVRESTAURANGEN BY KITCHEN



## **Inbjudan, marknadsföring och information**

Fundera på vad ni behöver för typ av marknadsföringsmaterial redan i planeringsstadiet. Gör inbjudan målgruppsanpassad och tilltalande. Låt målgruppen snabbt förstå hur eventet kommer att vara och vad som förväntas av dem. Skicka ut inbjudan i god tid och börja informera även på sociala medier. Skapa gärna unika hashtags för eventet för att möjliggöra interaktion.

Det är viktigt att någon finns tillgänglig online innan, under men även efter evenemanget och kan svara på frågor som kommer upp.

Skicka en påminnelse om evenemanget när det börjar närma sig. Variera gärna utseende och budskap men att man har ett igenkännande formspråk. Informera om att det filmas och fotas under eventet, när det behövs.

Skriv även ett pressmeddelande och skapa kvalitativt bildmaterial som går att använda vidare. Kontakta journalister, bloggare och influencers som känns relevanta för eventet och ge dem entrépass. Underlätta på alla sätt medie-rapportering.

***“För att lyckas med ett evenemang är det viktigt att tänka på varför du gör det, för vem du gör det och hur du når ut till rätt målgrupp”***

MALOU SKÖLD, BOLLNÄSDRAGET

***“Samverka med andra med olika kompetenser, prestigelöst, man behöver inte kunna allt själv”***

HELENA NÄSLUND, HÄLSINGEHAMBON

## STRUKTUR OCH KONTROLL

---

### **Operativ plan**

En operativ plan bör innehålla detaljer om hur, när och av vem varje moment ska utföras. Viktigt att tänka på att evenemanget flyter på. Planen bör ständigt justeras och anpassas i takt med att eventet närmar sig. Definiera deltagande parter och deras roller från början. Låt en huvudansvarig fungera som kommunikationsnav till ansvariga för olika områden, som i sin tur delegerar uppgifter inom sina respektive team. Samla alla delar och fördela uppgifter i god tid.

### **Program**

Skapa en välfungerande programstruktur. Ge de bästa tiderna för huvudattraktionerna, inkludera paneldebatter och interaktiva element. Håll deltagarnas intresse genom hela eventet med avsatta pauser och interaktionsmöjligheter. Gå igenom varje inslag och se vad som krävs i teknik, ljud och ljus etc. Viktigt att hålla tiderna i programmet.

### **Körschema**

Skapa ett detaljerat körschema som klargör ansvarsområden, tider och åtgärder för varje moment.

### **Genrep**

Genomför en generalrepetition dagen innan eventet om möjligt med alla involverade och justera schemat efter behov.

## UPPFÖLJNING OCH FEEDBACK, EFTER EVENTET

---

Tacka alla efter avslutat event, medverkande, alla som jobbat och även besökarna. Be gärna om deras feedback för att förbättra och förädla till nästa gång. Skapa eventuellt en enkel enkät för lättare hantering och snabbare svar.

Gör även en egen analys i arbetsgruppen och diskutera vad som kan göras bättre till nästa gång. Detta bör göras direkt i anslutning till eventet för att inte glömma.

***”Gör en utvärdering direkt efter eventet, vad var bra, vad kan vi göra bättre, spar till nästa gång.”***

VERONICA TANNERSTÅL, BOLLNÄS KOMMUN

***”Var öppen med vad planen är för att undvika missförstånd, både internt och externt.”***

MOA OLSSON, UNDERSVIKS HEMBYGDSFÖRENING

***”Planera i god tid och ha samordning med t ex polisen, kommunen och andra partners.”***

LASSE SÖDERQVIST & GÖRAN ”ZAMORA” LIND, SKRUVAT & KLART

### Frågor & information

På [bollnas.se](http://bollnas.se) hittar du samlad information, kontaktuppgifter och det du behöver veta inför planering av ditt kommande arrangemang. Välkommen!

[bollnas.se/uppleva-och-gora/evenemangsplanering](http://bollnas.se/uppleva-och-gora/evenemangsplanering)

*"Försök att snappa upp något för alla,  
se till att alla trivs."*

KARIN EDVINSSON, BOLLNÄSTRÄVET

## Hållbara evenemang

Tänk på att göra hållbara lösningar och sträva alltid efter ett så litet klimatavtryck som möjligt. Uppmuntra både funktionärer och deltagare att göra hållbara val. Det ska vara lätt att göra rätt.

- Var varsam med resurser
- Välj klimatsmarta transporter
- Minska avfall
- Välj ekologiska och lokala råvaror
- Använd kranvatten, ej flaskvatten



# Checklista och planering

---

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Syfte och grundidé med evenemanget       | <input type="checkbox"/> Bestäm och boka matleverantör            |
| <input type="checkbox"/> Hur ser ekonomin/finansieringen ut?      | <input type="checkbox"/> Gör ett program med exakta tider         |
| <input type="checkbox"/> Ansök om arrangörsbidrag                 | <input type="checkbox"/> Skapa internt körschema - Vem gör vad?   |
| <input type="checkbox"/> Sök tillstånd                            | <input type="checkbox"/> Se över varje inslag och behov för varje |
| <input type="checkbox"/> Möte med ansvariga i organisationen      | <input type="checkbox"/> Teknik, vad behövs, boka upp             |
| <input type="checkbox"/> Utse projektledare                       | <input type="checkbox"/> Vilken typ av utsmyckning behövs?        |
| <input type="checkbox"/> Dela upp ansvarsområden                  | <input type="checkbox"/> Transporter, till och från evenemanget   |
| <input type="checkbox"/> Eventuella samarbetspartners kontaktas   | <input type="checkbox"/> Parkeringsmöjligheter                    |
| <input type="checkbox"/> Se över behovet av arbetskraft           | <input type="checkbox"/> Handikappanpassning                      |
| <input type="checkbox"/> Skapa Inbjudan/Kallelse                  | <input type="checkbox"/> Behövs avspärrningar?                    |
| <input type="checkbox"/> Skapa event på facebook eller hemsida    | <input type="checkbox"/> Sjukvårdspersonal/sjukvårdsmaterial      |
| <input type="checkbox"/> Informera och marknadsför                | <input type="checkbox"/> Riskanalys - Hot och hinder              |
| <input type="checkbox"/> Skriv pressmeddelande                    | <input type="checkbox"/> Plan för att GDPR följs                  |
| <input type="checkbox"/> Skapa bildmaterial för press och annat   | <input type="checkbox"/> Se över försäkringar                     |
| <input type="checkbox"/> Skapa marknadsmaterial, boka annonser    | <input type="checkbox"/> Handlingsplan och ansvarig vid olycka*   |
| <input type="checkbox"/> Ska trycksaker tas fram? Vilka?          | <input type="checkbox"/> Städning före, under och efter           |
| <input type="checkbox"/> Ska vi ha give aways?                    | <input type="checkbox"/> Genomgång med samtliga arbetande         |
| <input type="checkbox"/> Behövs information på flera språk?       | <input type="checkbox"/> Ha ett genrep med alla medverkande       |
| <input type="checkbox"/> Jobba löpande med sociala medier         | <input type="checkbox"/> Utvärdering efter evenemanget            |
| <input type="checkbox"/> Se över anmälan, hur ska den ske?        | <input type="checkbox"/> Enkät för deltagare                      |
| <input type="checkbox"/> Fundera på registrering/biljetthantering |   |
| <input type="checkbox"/> Boka eventuella artister eller talare    |   |
| <input type="checkbox"/> Boka toaletter om det är utomhus         |   |

*\*Använd gärna 112-appen, där kan du lära dig om säkerhet och få kristips. Om du ringer 112 skickas din position till SOS Alarm, vilket gör det lättare för hjälpen att snabbt komma fram till rätt plats.*