

SM-veckan i Malmö 2019

Rapport från Evenemangsenheten



SM
VECKAN
MALMÖ 2019

**EN STAD. EN VECKA.
ÖVER 40 IDROTTER**

SM-veckan firar 10 år **26 juni-2 juli.**
Massor av gratis kringaktiviteter.

Läs mer på smveckan.se

Avgörandets ögonblick



Hauptpartner: **SVENSKA SPEL** Officiell partner: **Folksam**

Lokala sponsorer: **event in skåne**, **PMALMÖ**, **mix**, **Malmö**, **Skånetrafiken**, **Ericsson**, **svt**

SM-veckan arrangeras av Riksidrottsförbundet i samarbete med bestörda specialidrottsförbund och Malmö stad. Sveriges Television är ständigt bolag.

Riksidrottsförbundet Malmö stad svt

Upprättad
Datum: 2019-10-07
Version: 1.0
Ansvarig: Attila Juhasz
Förvaltning: Fritidsförvaltningen
Avdelning/Enhet: Evenemangsenheten



Innehållsförteckning

Inledning	2
Evenemanget	2
Parter	2
Avtalsprocessen	3
Organisation	3
Ekonomi	4
Styrgruppens mål	5
Undersökningar	7
SVT – sändningar och samarbete	8
Hållbarhet	9
Samverkan	9
Evenemanget SM-veckan 2019	10
Sammanfattning	12

Inledning

Denna rapport ska sammanfatta genomförande, ekonomi, mål, mätningar samt lärdomar från arbetet med SM-veckan 2019.

Bakgrund

Vintern 2015 ansökte Malmö om värdskapet för SM-veckan Sommar 2019. Evenemanget var då ett av de största återkommande svenska idrottsevenemang med stor medietäckning. Över 40 idrotter skulle genomföra sina svenska mästerskap och det förväntades upp till 7 000 deltagare. Malmö stod värd för den första SM-veckan under sommaren 2009 och även 2010. Detta skulle bli den 10:e SM-veckan Sommar med ett jubileumsår i Malmö. Under våren 2016 tilldelades Malmö värdskapet¹.

Genom att söka evenemanget sågs möjligheter att erbjuda Malmöborna, deltagare och besökare ett av Sveriges mest populära idrottsevenemang. Det bedömdes kunna resultera i en positiv utväxling gällande turistekonomisk konsumtion och framförallt befästa och flytta fram Malmös position som en professionell och attraktiv värdstad för kommande idrottsevenemang.

Evenemanget

Den grundläggande idén med SM-veckan är att samla flera idrotter under en sammanhållen period för att maximera exponering i media och för publik. Genom att klustra idrotter på samma plats nyttjas resurserna effektivt och de görs tillgängliga för en publik som inte nödvändigtvis kom för idrotten i fråga.

SM-veckan flyttar till ny värdstad varje år. 2018 genomfördes det i Helsingborg/Landskrona. Det finns en motsvarande SM-veckan Vinter.

Parter

SM-veckan genomförs av tre huvudparter: Riksidrottsförbundet (RF), Sveriges television (SVT) och värdstaden. RF är rättighetsinnehavare av evenemanget. SVT är sändande bolag och sänder mellan 70 och 90 timmar samt tillgängliggör fler sändningar på SVT Play. Värdstaden ansvarar bland annat för att iordningställa arenorna som krävs för att respektive idrott kan genomföras. Region Skåne via sitt eventbolag Event i Skåne, stöttade finansiellt och Skåneidrotten tillsatte en utbildningsresurs riktad mot idrotterna. Alla fem parter är representerade i styrgrupp och projektgrupp.

Styrgruppen beslutar om budget, vilka idrotter som får delta samt tar beslut i principiella frågor om evenemanget.

Övriga parter och intressenter är specialidrottsförbund (SF), sponsorer och partners till RF, värdstadens sponsorer och samarbetsorganisationer. Varje SF ansvarar för att genomföra sina mästerskap med eller utan en lokal arrangör/förening. Separata avtal tecknas för varje idrott.

¹ FRI-2015-3415

Kommentarer

Värdstadens roll och ansvarsområde har stundtals varit väldigt otydligt. Detta behandlas i stycket Avtalsprocessen nedan. Likaså har SVT:s position med samma person i både styrgrupp och projektgrupp varit problematiskt där ibland motstridiga ståndpunkter presenterades.

Event in Skåne hade ingen position i projektgruppen utan endast i styrgrupp.

Avtalsprocessen

Ett avtal, nedan ”avtalet”, upprättades mellan värdstad och RF. Vidare upprättades avtal mellan värdstad och varje idrott.

Avtalet skulle reglera värdstadens åtagande och RF:s åtagande, begränsa rättigheter och skyldigheter samt sätta upp ramarna för projektet. Avtalet innehöll även leveranspunkter gentemot externa parter som SVT, sponsorer och branding team för att möjliggöra deras produktion och leveranser.

RF var tidigt i processen tydliga med att avtalet har antagit en ny form i förhållande till tidigare år och att de aktivt arbetar med att utveckla SM-veckans alla aspekter.

Kommentarer

Allteftersom projektet fortskred uppmärksammades att flera punkter inte var tillräckligt tydligt definierade i avtalet. Det fanns en diskrepans mot den förväntade leveransen eftersom historiskt hade värdstäderna löst vissa behov genom egna led. Exempelvis kommunägda lokaler som inte belastade budget. Det fanns en förväntan på att värdstaden skulle agera utanför avtalet för att möjliggöra genomförandet.

Detta försvårade arbetet och dialogen i styrgruppen och behovet av en manual för evenemanget SM-veckan lyftes frekvent. Det hade underlättat planering, både ekonomiskt och organisatoriskt, samt skapat en tydlighet redan i ansökningsprocessen.

Avtalsskrivningen med de olika idrotterna vittnade också om att den framförhållningen tidigare inte hade funnits. Trots att avtal var tecknade gällande exempelvis material och arenor som värdstaden levererar var det flertal som uppmärksammade att de hade ett större behov de inte kunde lösa själva i nära anslutning till evenemangets start.

Ovan punkter sammantagna påverkade både kostnadsbudgeten och organisationen negativt.

Organisation

Fritidsförvaltningen ägde projektet och Evenemangsenheten fick i uppdrag att genomföra SM-veckan. Avdelningschefen för Evenemang- och Rekreation med Evenemangschefen satt med i styrgruppen med RF, SVT, Skåneidrotten och Event i Skåne.

Projektgruppen bestod av projektledare från RF, från SVT, från Skåneidrotten och projektledare från värdstaden.

Arbetsgruppen bestod av projektledare, två assisterande projektledare, kommunikationsansvarig, projektassistent, logistikansvarig, säkerhetsansvarig och två enhetschefer från driftavdelningen.

Tre av tjänsterna tillsattes tillfälligt och kommunikationsansvarig upphandlades som konsult. Övriga resurser var befintlig personal inom förvaltningen.

Under genomförande utökades organisationen med ca 100 volontärer för att bemanna nyckelpositioner inom kansli, säkerhet, transporter, scen etc. Driftpersonal omfördelades till att stötta evenemanget med bland annat transporter och vaktmästartjänster.

Organisationens storlek och beskaffenhet berördes ofta under projektet. En huvudprojektledare började arbete med SM-veckan hösten 2018 på heltid. Punktinsatser och uppdateringsmöten involverade den befintliga personalen på enheten. Efterhand tillsattes flera nyckelpositioner inom kommunikation, säkerhet och logistik. Slutgiltigt även en assistent 6 veckor innan genomförandet.

Under genomförandet belastades logistikansvarig och huvudprojektledare hårt. Detta var en tidigt uppmärksammat potentiell arbetsmiljörisk. Omfördelning av roller och ansvar under genomförandeveckan löste situationen kortsiktigt.

Kommentarer

En större organisation med fler personer tidigare i processen hade varit önskvärt. Det fanns en avvägning mellan potentiella personalkostnader och den mängd information som fanns tillgänglig i början på processen. Som det påpekas under Avtalsprocessen ovan, hade ett mer utarbetat batteri av information, en manual, resulterat i en effektivare organisation.

Evenemangsenhetens övriga verksamhet fick prioriteras ner då personalen engagerades mycket i SM-veckan. Ett evenemang av denna storlek slukar resurser inför och under genomförandet. Det är oundvikligt att kollegor hjälper varandra, oväntade situationer uppstår och det finns alltid en vilja att vara delaktig. Det är inte operativt effektivt eller ekonomiskt försvarbart att endast använda tillfälligt projektanställd personal. Nackdelen är, då enhetens verksamhet i övrigt är ganska bred, att den blir lidande och får stå vid sidan när ett stort evenemang genomförs.

Ekonomi

I ansökningsförfarandet uppgavs från RF att kostnaderna för att genomföra SM-veckan uppgår till mellan 5 000 tkr och 7 000 tkr. Orsaken till det stora spannet är att varje värdstad har olika förutsättningar och antalet idrotter kan variera. Fritidsförvaltningen äskade ett anslag om 7 000 tkr från

kommunstyrelsen via MINT². Utöver detta anslag stöttade Event i Skåne med 1 250 tkr, vilket initialt gav en total kostnadsbudget på 8 250 tkr.

Under arbetets gång, när evenemangsytor kunde fastställas, ökade kostnader för säkerhet markant. Det gällde bland annat fordonshinder kring posthusplatsen och förstärkt bevakning på Ribersborg. Ytterligare 250 tkr äskades internt fritidsförvaltningen.

Det har varit besvärligt att ta del av tidigare faktiska kostnader för genomförandet av SM-veckan. Värdstäderna har alla haft olika sätt att redovisa sina kostnader. En del kommunfunktioner har stöttat evenemanget i olika grad i sin linjeverksamhet utan att detta har redovisats under projektet, vilket har gett en missvisande kostnad historiskt. Med anledning av detta har varje kostnad som kan härledas till evenemanget räknats upp för att få en så korrekt bild som möjligt. Utöver anslagen om 8 500 tkr har nedan kostnader räknats in i projektets totalkostnad men belastar evenemangsenhetens internbudget.

- Personalkostnader inom evenemangsenheten om 400 tkr. All personal som arbetade med SM-veckan räknas in. Befintlig, fast personal likväl som projektanställda under perioden. Enhetschefen belastar inte denna post.
- Personalkostnader inom driftavdelningen om 220 tkr. Evenemangsenheten har ett köp och sälj förfarande gentemot driftenhet Stadion där kostnader för vaktmästare som har avsatt tid för att arbeta med ett evenemang belastar evenemanget.
- Resterande 230 tkr fördelas på ökade logistikkostnader kring flytt av material, ökade bevakningskostnader relaterade till stölder, kostnader relaterade till SVT:s produktion samt övriga poster.

Kommentarer

Den totala omsättningen om ca 9 300 tkr är inte orimlig i förhållande till evenemangets storlek och beskaffenhet. Däremot finns det ett inbyggt problem i processen kring SM-veckan som behandlas i stycket Avtalsprocessen. Otydliga avgränsningar som gav upphov till att värdstaden belastades med oförutsedda kostnader nödvändiga för att genomföra evenemanget.

Då enhetens arbetsbelastning i förhållande till evenemanget tog en så stor del av verksamheten omdisponerades enhetens rambudget för att förstärka SM-veckans budget. Det fanns inte utrymme att bedriva annan verksamhet parallellt med evenemanget månaderna innan och under genomförandet.

Styrgruppens mål

Det sattes upp åtta mål för SM-veckan gemensamt av styrgruppen. Utöver dessa fanns det mål med evenemanget inom respektive organisation men de berörs inte i denna rapport. Målen presenteras nedan med resultatet under respektive punkt.

² STK-2016-366

- 1. Allt ska vara gratis för barn och unga**
Allt var gratis för barn och unga. Vårdstaden yrkade på att allt skulle vara gratis för alla men det var svårt att få igenom i två fall. Simningen har en tradition att ta betalt av alla. Dock öppnade de upp just för barn och unga. Gymnastiken säljer biljetter till de mest attraktiva platserna på läktaren. Detta var inget hinder för de som ville titta på gymnastik gratis då det var gott om plats.
- 2. Minst 45% av besökarna ska vara kvinnor**
52% av besökarna var kvinnor³
53% av deltagarna var kvinnor
48% av arrangör/funktionärer var kvinnor
- 3. 100% av deltagare och besökare är nöjda med evenemanget**
Vi hade ett nöjdhetsindex på 74 av 100. Det ligger i paritet med Upplevelseinstitutets Sverige snitt⁴. Det var ett medvetet högt ställt mål för att hålla en hög ambition. Resultatet är något lägre än tidigare SM-veckor, dock ifrån mindre städer, men likväl godkänt.
- 4. Minst 40 deltagande idrotter**
43 idrotter deltog. Ett högt antal var inget självändamål utan evenemangets kvalitet skulle sättas i första hand.
- 5. Minst 5 paraidrotter**
Endast 4 paraidrotter – Simning, Handigolf, Boccia, Paracykel – deltog. Ursprungligen var paradressyr och goalball antagna men förbunden beslutade att dra sig ur.
- 6. 7 000 deltagare (inklusive funktionärer/arrangörer)**
Med ca 5 000 deltagare under 2019 nåddes inte detta mål. Målet sattes utifrån ett högre antal idrotter samt en beskrivning av evenemanget från RF i ansökningsprocessen och justerades inte ned i paritet med antal faktiska idrotter.
- 7. 80% av Malmöborna ska känna till att SM-veckan arrangeras i Malmö**
Två dagar innan evenemanget kände 71% av Malmöborna till att SM-veckan skulle arrangeras i Malmö⁵.
- 8. 2 nya idrotter som tidigare inte varit med i SM-veckan ska delta i Malmö**
Drönarflygning och Boccia hade tidigare inte varit med men deltog i Malmö 2019.

³ Utvärdering turismekonomi SM-Veckan Malmö 2019, s.14

⁴ Utvärdering turismekonomi SM-Veckan Malmö 2019, s.44

⁵ Förmätning SM-Veckan Malmö 2019, s.4

Undersökningar

Upplevelseinstitutet anlätades av evenemangsenheten för att genomföra en förmätning om Malmöbornas kunskap om SM-veckan inför evenemanget⁶. Detta skulle vara ett mått på hur väl synliggörandet genom citydressing och lokal marknadsföring inom staden fungerade. RF beställde en turistekonomisk undersökning och en medieanalys av samma bolag. Metod, resultat och Upplevelseinstitutets analys är bilagt denna rapport. Upplevelseinstitutet anlätades även 2018 för motsvarande undersökning i Helsingborg/Landskrona under genomförandet av SM-veckan. Resultaten för den turistekonomiska undersökningen de två åren är jämförbara då samma metod användes.

Resultaten i korthet

Följande är ur Upplevelseinstitutets turistekonomiska undersökning⁷. Metod och fler detaljer finns i deras rapport.

Målgruppen

- Det totala antalet besökare uppgår till cirka 159 700 personer fördelat på 68% Malmöbor och 32% turister
- 87% av de som övernattat har gjort det i Malmö kommun, resterande 13% har övernattat utanför kommunen.
- Publiken har i genomsnitt besökt SM-veckan 2,1 dagar, arrangör/funktionär 3,9 dagar och deltagare/tränare 1,1 dagar (som publik). Detta innebär cirka 334 980 besök under SM-veckan i Malmö.

Upplevelsen

- SM-veckan i Malmö erhåller ett Nöjd Kund Index (NKI) på 74. Resultatet är i nivå med Upplevelseinstitutets Sverigesnitt som i dagsläget är 75.
- 80% av besökarna ger Malmö ett bra betyg som värdstad och snittbetyget landar på 4,3 av 5.
- 54% av besökarna har kommit i kontakt med SM-veckans funktionärer/volontärer. Besökarna ger funktionärerna 4,6 i betyg på bemötande och service, och 4,4 i betyg på tillgänglighet. 76% av de som kommit i kontakt med funktionärerna upplever att värdskapet motsvarar deras förväntningar.

Turistekonomi

- Den totala turistekonomin för SM-veckan i Malmö 2019 uppgår till cirka 152 624 tkr. 145 993 tkr av dessa tillfaller Malmö, resterande 6 631 tkr kronor utanför kommunen (till följd av övernattare i annan kommun).
- 30% av publiken har haft andra huvudsakliga anledningar att besöka Malmö kommun än SM-veckan, vilket innebär att den specifika turistekonomin för SM-veckan uppgår till cirka 110 630 tkr, varav 105 852 tkr spenderades i Malmö kommun.

⁶ Förmätning SM-veckan Malmö 2019

⁷ Utvärdering turistekonomi SM-veckan Malmö 2019, s.44

Medieanalys⁸

- SM-veckan har förekommit i 2 811 artiklar under den bevakade perioden april-juli 2019 varav 50% under själva evenemangsperioden.
- Räckvidden för de 2 811 artiklarna uppgår till 216 680 000 läsare.
- Annonsvärdet, utifrån Retrievers värderingsmodell, uppgår till 63 048 tkr, vilket är baserat på artiklarnas storlek samt annonspriser för de medier där SM-veckan förekommit.
- Världstaden Malmö har omnämnts i 2 152 artiklar (77%).

Kommentarer

Den specifika turismekonomin i Helsingborg/Landskrona uppmättes till ca 100 000 tkr. Detta resultat ska också ses i samband med VM i fotboll som direktsändes under samma period och samma evenemangsområde. Event in Skåne har tidigare haft ett mått där varje satsad krona offentliga medel skulle resultera i en tiofaldig uppväxling på internationella idrottsevenemang. Då man mäter ett nationellt evenemang vilket oftast uppvisar en lägre utväxling, får resultatet ses som väldigt positivt.

Resultaten från upplevelsen som mäts med Nöjd Kund Index, NKI, följer snittet i landet med viss variation. Det kan även finnas vissa störande faktorer där exempelvis förlusten av en tävling i idrottssammanhang resulterar i en sämre upplevelse. Likaså, om man jämför med Helsingborg/Landskronas resultat året innan med ett NKI på 80 kan det härledas till den positiva upplevelsen av att VM i fotboll visades under SM-veckan 2018 på evenemangsområdet. Detta är dock inte statistiskt säkerställt.

SVT – sändningar och samarbete

SVT hade över 80 timmar sändningar i TV från Malmö. ”...ur ett tv-produktionsperspektiv var det här den bästa SM-veckan hittills.” – Ulf Nilsson, SVT:s projektledare.

SVT:s syn på evenemangsplatser var ofta avgörande i arbetsprocessen och i vissa fall motstridiga med stadens önskemål och rekommendationer. TV produktionen var viktig i förhållande till hur idrotterna visades upp och det var mycket fokus på SM-veckan som TV produkt.

De valda platserna för evenemangsområden medgav bra möjligheter för TV produktion. Logistiken fungerade ypperligt för att minimera omställningstid för kamerateam. En bra dialog med SVT om vad som var viktigt för att det skulle fungera låg till grund för det.

Kommentarer

Ett argument som ofta nyttjades av SVT var värdet av de bilder man lyckas producera. Detta ska sättas i relation till vad det kostar evenemanget. Det saknas en analys kring vilket värde bra TV bilder genererar för en världstad.

⁸ Medieanalys SM-Veckan 2019, s.16

Särskilt ska den så kallade Citybanan nämnas. Rullskidor samt cykel/paracykel har traditionellt alltid haft sin bansträckning i värdstädernas centrala delar. Kravet på en sportsligt fungerande bana med rätt förutsättningar på underlag och säkerhet är förhållandevis höga och således dyra. Det insisterades från SVT och i förlängningen RF att bana skulle ligga i anslutning till Posthusplatsen då det skulle ge de bilder som lyfter SM-veckan medialt. Citybanan var i förhållande till mängden idrotter det agerade arena för väldigt dyr. Det skapade även störningar i trafiken för många Malmöbor.

Avsaknaden av ett separat avtal mellan SVT och värdstad skapade bekymmer då avgränsningarna inte var tydliga i avtalet mellan RF och värdstad. Kostnader tillkom i efterhand som av tradition hade belastat tidigare värdstäder.

Hållbarhet

Evenemanget certifierades enligt Håll Sverige rent. En praktikant från miljövetarprogrammet inledde arbetet med ansökan och upprättande av rutiner och riktlinjer. Under genomförandet var framförallt de praktiska momenten kring sopsortering och nyttjande av plastartiklar besvärligt att upprätthålla. Ett öppet evenemang i stadsrummet som SM-veckan är kräver en dedikerad bemanning för att upprätthålla önskad standard. Fullständig rapport från Håll Sverige rent förväntas komma.

Samverkan

Samverkan med andra förvaltningar

Fastighets- och Gatukontoret spelade en väldigt viktig roll för att säkerställa att tillgång fanns till de offentliga ytorna och evenemanget kunde genomföras utan störningar eller regelbrott. En resurs från upplåtelseenheten dedikerades tidigt i processen. Detta var en väldigt viktig och stöttande resurs med kompetens som inte fanns inom evenemangsenheten eller kunde upphandlas utifrån. Arrangemangsenheten bidrog med en resurs kring kartor och ritningar

Stadskontoret bidrog med stöttning kring besöksinformation och viss kompetens inom evenemangssäkerhet.

IT-service säkerställde fiber tillgången för SVT samt tillgången till internet på alla arenor. De tillsatte en dedikerad person som arbetade operativt under evenemanget och erbjöd ovärderligt stöd till SVT, idrotterna och evenemangskansliet.

Samverkan inom fritidsförvaltningen

Driftavdelningen var en viktig aktör i främst det operativa för att iordningställa arenor samt mycket av arbetet med evenemangslogistik. Enhetschefen för Stadion ingick i projektgruppen.

Kommunikationsenheten var stöttande med viss produktion samt publicering i på Komin.

Kommentarer

Samverkan med andra funktioner inom kommunen är en avgörande faktor för ett framgångsrikt arbete med ett evenemang av denna kaliber. Framförallt krävs det dedikerade kontaktpersoner med förståelse för processen i evenemangsarbetet. Flexibilitet, positiv inställning och förmåga att navigera inom respektive förvaltning är mycket värdefulla egenskaper. Staden behöver en tydlig modell för samverkan, som inte är beroende av personliga kontakter, där mandat och mål är tydligt definierade.

En central kommunikationsresurs hade varit önskvärt. En tydligare bild av hur Malmö stads kommunikationskanaler får användas vid större evenemang bör fastställas så att det inte blir diskussioner varje gång om vad som får och vad som inte får kommuniceras.

Likaså är samverkan internt fritidsförvaltningen viktig då kännedom om lokaler och resurser leder till effektiva satsningar. Det föder även en stolthet inom den egna förvaltningen när många får delta i ett positivt projekt som SM-veckan. Det är lika viktigt att avgränsa delaktighet. En tidig plan för vilka funktioner som aktiveras vid ett större evenemang kan utarbetas.

Evenemanget SM-veckan 2019

SM-veckan aktiverade många platser i Malmö. Många idrotter har haft fulla läktare och det samlade intrycket från deltagande idrottare, förbund, arrangörer och publik har varit positivt. Det bjöds på idrottsfest och massor med aktiviteter för Malmöborna. Inte minst var Posthusplatsen en väldigt lyckad konstruktion där flera idrotter, i vatten och på land, pågick samtidigt och kunde beskådas från läktare, uteservering eller i förbifarten.

Vädret spelar alltid en viktig roll och de sista dagarnas regn och blåst satte stopp för en del prova-på aktiviteter. Trots det var det inga större incidenter.

Särskilt kritiska faktorer

Evenemanget SM-veckan är väldigt komplext. Det består av flera lager av enskilda arrangemang som måste samverka med och bidra till helheten. Idrotterna ansvarar för sitt eget SM, dessa ska fungera i ett evenemangsområde för att publiken ska få en bra upplevelse. Alla evenemangsområden måste vara koordinerade med helheten för ett effektivt genomförande. Över detta ligger ett sändningsschema från SVT som avgränsar i tid, en budget som avgränsar finansiellt samt en mängd andra faktorer som ska skapa ett säkert, intressant och upplevelse rikt evenemang.

Logistiken i sammanhanget krävde minutiös planering och hög grad av redundans för ett smidigt och säkert genomförande. För att spara pengar hyrdes läktare och övrigt evenemangsmaterial endast i sådan omfattning att behoven kunde tillgodoses genom flytt och omfördelning med lastmaskiner. Detta sparade förvisso pengar men skapade en sårbarhet. Likaså ställde det väldig höga krav på att planeringen dokumenterades på ett tillgängligt och transparent sätt. Det sistnämnda nådde inte målet och ledde till organisatorisk överbelastning under genomförandet.

I Baltiska Hallen genomförde gymnastiken ett flertal grenar. Anläggningen är av äldre modell och saknar kylaggregat kopplat till ventilationen. Under de väldigt varma sommarkdagarna uppmättes 42 grader på läktarna i hallen. Det övervägdes att genomföra finalen i trupp gymnastik utan publik då det befarades att temperaturerna skulle bli för höga. Nyttjandet av Baltiska Hallen sommartid för publika evenemang medför en potentiellt allvarlig risk för publiken och det föreligger risk för att idrottstävlingar inte får genomföras beroende på reglemente från idrotten ifråga. En översyn av anläggningens ventilation rekommenderas om den ska användas för publika evenemang sommartid.

Citybanan för cykel och rullskidor medförde en del tillfälliga men större avstängningar för trafik runt Posthusplatsen. Detta påverkade in- och utfart från Västra Hamnen. Trafiken blev allvarligt påverkad då ett vägarbete på motsatt sida Västra Hamnen och hade påbörjats under samma dag. Detta ledde naturligtvis till mycket irritation bland trafikanterna. Även om det var ett olyckligt misstag uppmärksammades behovet av enklare kommunikation om trafikläget i staden.

Scenprogram på Posthusplatsen

Vid sidan av idrotternas tävlingar bjöds det på ett scenprogram med musik, frågesport, medaljutdelning och intervjuer på Posthusplatsen. Kringaktiviteter under SM-veckan är ett krav för att få stå värd för evenemanget.

Besökssiffrorna var dock långt under det förväntade. I utvärderingen internt är man överens om att programmet i sig var av bra kvalitet och hade potential att attrahera en bra bredd av besökare. Dock påpekades det tidigt i processen att i en stad av Malmös beskaffenhet har det varit svårt att attrahera publik under liknande förutsättningar. RF:s argument för ett scenprogram har varit lyckade satsningar i städer som Borås och Norrköping, det vill säga i mindre orter där SM-veckan får mycket större genomslag.

Trots bra kvalité på programmet kan man inte motivera kostnaden i förhållande till utdelningen. Värdet av kringarrangemang som inte har direkt koppling till aktuellt evenemang bör analyseras djupare vid kommande ansökningsprocesser.

Prova-på aktiviteter

Varje idrott som deltog skulle hålla i en prova-på aktivitet för barn och unga. Dessa aktiviteter placerades främst på Ribersborgsstranden med omgivande grönområde. Svenska Spel som en aktiv partner till RF och SM-veckan skulle aktivera deras program För fler i rörelse. Genom detta program skulle man dela ut kort till barn som kunde dokumentera hur många idrotter man provade. Deltog man i fler än tio aktiviteter blev barnen belönade. Likaså skulle man kunna hålla koll på hur många barn som aktiverades. Tyvärr fungerade inte statistiken fullt ut för att räkna deltagande barn men en försiktig uppskattning är att ca 3 000 barn provade ett flertal aktiviteter.

Mötesprogram med RF och Skåneidrotten

Under veckan anordnades det ett väldigt lyckat mötesprogram för idrottssverige. RF:s styrelse, universitet, kommunala tjänstemän och liknande intressenter deltog under tre dagar på Malmö Live. Detta var ett bra

komplement till evenemanget SM-veckan där deltagandet breddades till ytterligare intressenter och besökare.

Sammanfattning

SM-veckan 2019 i Malmö sammanfattas som ett lyckat evenemang. Det lockade många människor, skapade nyfikenhet för nya idrotter, lockade till tidigare sällan besökta platser och bidrog fler aktiviteter för Malmöborna. Malmö visades upp i nationell TV som en vacker och inbjudande stad. Utväxlingen av de satsade offentliga medlen i förhållande till den turismekonomiska omsättningen var bra. Många SF och lokala föreningar uttryckte att de var mycket nöjda och väldigt positiva till samarbetet med Malmö stad⁹.

Förbättringar

De viktigaste punkterna till förbättring internt fritidsförvaltningen är att resurser avsätts för djupare analyser och förstudier inför ansökningar av större evenemang. Det leder inte bara till en bra förståelse för vad man ger sig in i utan möjliggör en stark förhandlingsposition vid avtalsskrivande. Likaså bör en större del av budgeterade medel användas för en fungerande bemanning i ett tidigt skede. Kompetensen inom evenemangsenheten bedöms vara på en bra nivå generellt gällande projektledning och genomförande av evenemang men behöver förstärkas tillfälligt med spetskompetens inom bland annat säkerhet, kommunikation, logistik och hållbarhet.

Möjligheter till nyttjande av stadens kommunikationskanaler vid större evenemang är otydligt definierade. Ett stöd eller en bättre modell skulle kanske ha förbättrat möjligheterna till en större publik vid exempelvis scenprogrammet på Posthusplatsen.

Ett evenemang av SM-veckans kaliber ska ha en given position i Malmös evenemangsportfölj. Det ska tydligt kopplas till mål, önskade effekter och arvet efter. Detta saknas och risken är att det bara blir en fjäder i hatten utan att kunna svara upp mot varför man ansöker och genomför liknande evenemang.

Vad gäller formen för SM-veckan specifikt är avsaknaden av en tydlig manual, och det extra arbetet det krävde, den viktigaste faktorn vad gäller ett bättre resultat både ekonomiskt och organisatoriskt. SM-veckan kostade mer än vad man kunde utläsa av informationen som var tillgänglig i början av ansökningsförfarandet.

Avtalsprocessen och tolkningar därav borde vara bättre utformade med en tydligare manual eller specifikationer för ett evenemang som har genomförts 20 gånger, inkluderat vinterveckan. Det hade sparat pengar, personella resurser och skapat utrymme för ytterligare förbättringsarbete.

Positiva effekter

Resultatet av den turismekonomiska undersökningen visar på en stor andel besökare som spenderade pengar, övernattade på hotell och är överlag nöjda

⁹ SF utvärdering Malmö 2019

med sin upplevelse. De ofta välfyllda läktarna kring idrotterna visade att Malmöborna och andra tillresta uppskattade att det hände så mycket i staden. Prova-på aktiviteterna på Ribersborg var välbesökta och mycket uppskattade. Idrottsförbunden och lokala arrangörer var nöjda eller mycket nöjda med upplevelsen av att arrangera idrottsmästerskap i Malmö. Det borgar för fler samarbeten framöver och flyttar fram Malmös position i att värva nationella och internationella idrottsmästerskap. Klarar man av att genomföra SM-veckan tyder det på en seriös och professionell värdstad!

Internt har SM-veckan skapat en stolthet och gemenskap. Kompetensen har höjts med den samlade erfarenheten som evenemanget bidrog till. Nya kontakter har skapats gentemot idrottsverige som förhoppningsvis kommer leda till än fler idrottsevenemang i Malmö.

Rekommendation för en framtida ansökning

Givet att SM-veckan överlever som koncept är det något som Malmö bör titta på i framtiden. Som Malmö växer finns det möjlighet genom ett så utspritt evenemang att aktivera nya områden eller nya anläggningar på exempelvis Stadionområdet. Evenemanget har potential i att leverera ännu bättre med effektivare resursnyttjande om modellen kan mogna några år. Segment som exempelvis föreläsningar, lokala partners, kringaktiviteter och aktiviteter för barn och unga är några områden som kan utvecklas med Malmös mål och värderingar i fokus. Under de kommande åren bör evenemangets utveckling följas och erfarenheterna från 2019 säkerställas inför en eventuell ansökan.

Bilagor

- Idrotter och evenemangsområde
- Förmätning SM-veckan Malmö 2019, Upplevelseinstitutet
- Utvärdering turistekonomi SM-veckan Malmö 2019, Upplevelseinstitutet
- Mediananalys SM-veckan Malmö 2019, Upplevelseinstitutet
- SF utvärdering Malmö 2019, Riksidrottsförbundet