



Evenemangsstrategi för Malmö stad 2018

Foto: Ramin Golmohammadi

Innehåll

En strategi för en ung, modern och global stad	3.
Evenemangsstrategi för Malmö stad	4.
MISSION	4.
VISION	4.
PROFIL	4.
Malmö stad som strategisk katalysator	5.
Koppling till styrdokument	6.
Malmö styrkor	7.
Evenemangspyramiden	8.
Lokala evenemang	9.
Regionala evenemang	10.
Märkesevenemang	11.
Megaevenemang	12.
Mäta påverkan	13.

En strategi för en ung, modern och global stad



Foto: Andreas Larsson

Malmös evenemang bidrar till den sociala, kulturella och ekonomiska utvecklingen och aktiviteten i Malmö. De ger ökat intresse för lokala traditioner liksom stärkt lokal identitet och involvering. Men evenemang ger också effekter som ökat penningflöde till staden genom övernattningar, shopping, restaurangbesök och ökad sysselsättning. Evenemang bidrar till att hålla staden vid liv året om och att marknadsföra Malmö som en ung, modern och global stad, men de lockar även besökare att bo och investera i Malmö och stärker stadens internationella relationer.

Malmö stads evenemangsstrategi är till för hela Malmö, med Malmö stad som ansvarig för strategin. Strategins måluppfyllelse är ett ansvar som många delar på men Malmö stad har ansvaret för att strategin efterlevs, implementeras och uppdateras.



”Malmö vill utmana besökare med spännande och attraktiva evenemang. Utbudet ska spänna över många genrer och de ska alltid mana till delaktighet.”



Foto: Fredrik Johansson

ANN NYSTRÖM

Destinationschef
Malmö stad
ann.nyström@malmo.se

Evenemangsstrategi för Malmö stad



Foto: Fredrik Johansson

MISSION

Glädja Malmöbor, attrahera besökare och näringsliv med passionerade och minnesvärda evenemang året om.

VISION

Evenemang i Malmö berör och stärker människor. De inspirerar till en känsla av tillhörighet i samhället samtidigt som de stimulerar ekonomisk aktivitet.

PROFIL

Evenemang i Malmö är kaxiga, nyfikna och utmanar besökaren med nya perspektiv och vinklar. I Malmö testar vi och utvecklar evenemangskoncept, både existerande och nya. Vi lyssnar på Malmöborna, och vi inspirerar Malmöborna. I Malmö accepterar vi inte det all dagliga, utan vi vill hela tiden erbjuda evenemang som tänjer gränser. Det är detta vi prioriterar.

Malmö stad som strategisk katalysator



Foto: Sanna Dolck

Malmö stad har avgörande strategiska och operativa roller för att evenemangsstrategins mission, vision och profil ska uppnås. Det yttersta ansvaret för Malmö stads evenemangsarbete ligger hos kommunstyrelsen. Det är därmed Stadskontoret som har det övergripande ansvaret för strategi och samordning av arbetet med evenemangsfrågor inom Malmö stad. I Malmö stads ansvar ligger att säkerställa att arrangörer av evenemang har konkurrenskraftiga förutsättningar för att genomföra bästa möjliga evenemang för Malmöbor och besökare.

Malmö stads roll är framförallt att vara en strategisk katalysator i arbetet med

att erbjuda, attrahera och anordna evenemang. I denna roll ligger att driva utvecklingen, att skapa gynnsamma förutsättningar och sprida kompetens om vilka investeringar och initiativ som krävs. Tillsammans med besöksnäringen positioneras och marknadsförs Malmö och konkurrerande städer och internationella trender bevakas.

Koppling till styrdokument



”**MÖTESPLATS MALMÖ**” anger mål och insatser för att utveckla Malmö till en upplevelserik stad med ett attraktivt utbud av kultur, nöje, idrott, möten och mässor. De strategiska målen i Mötesplats Malmö lyfter fram evenemang som ett viktigt element i att göra staden Malmö attraktivt:

”Mötesplats Malmö är ett strategiskt instrument för att stärka Malmös attraktivitet genom möten och evenemang. Den grundläggande avsikten är, nu som tidigare, att åstadkomma en god välfärd och livskvalitet för Malmös invånare. Detta skall, ur ett strategiskt perspektiv, bl.a. ske genom en hållbar tillväxt för verksamheter och företag i den lokala evenemangs- och besöksnäringen, såväl kommersiella som icke-kommersiella.”

[Mötesplats Malmö, PDF](#)



”**DESTINATIONEN MALMÖ**” utgör stadens riktlinjer för arbetet med Malmös destinationsvarumärke.

”Utgångspunkten för destinationsvarumärket är att organisationen Malmö stad bara har en begränsad möjlighet att påverka destinationsvarumärket Malmö. Hur Malmö upplevs av besökare och potentiella besökare formas av alla som bor, studerar eller arbetar i staden, men också av tidigare besökare och Malmöbor. Malmö stad kan bidra med verktyg och resurser, men kan inte (och ska inte) kontrollera varumärket Malmö.”

- Evenemangsstrategin är utformad för att stödja dessa styrdokument liksom kommunfullmäktiges ”Budget 2019. Med plan för 2020–2024”.

[Destinationen Malmö manual, PDF](#)

Malmö styrkor



MALMÖS STYRKOR

Under de senaste 20 - 25 åren har en unik uppsättning kompetenser gjort det möjligt för Malmö att bygga ett rykte som kompetent och framgångsrik aktör på evenemangsmarknaden. Denna strategi bygger vidare på stadens styrkor, som inkluderar:

- Snabbt växande storstad
- En vilja att bygga partnerskap
- En attraktiv och kompakt stadskärna känd för sina arkitektoniska tillgångar, internationella smältdegel och grönytor, som är naturliga och TV-mässiga arenor för utomhus-evenemang
- Närhet till internationell flygplats och starkt transportläge, kustlokalisering
- Högklassiga inomhus- och utomhusarenor

Malmö stadslandskap är en attraktiv evenemangsarena med populära och fungerande äldre stadsdelar med funktionsblandning och estetisk mångfald. Staden har också expertis i att tillhandahålla temporär evenemangsinfrastruktur för festivaler och konserter som kan omvandla stadskärnan till ett kulturellt nav.



”Malmö är både en demografisk och en ekonomisk motor för hela regionen. Det vet vi som bor och arbetar här och det vet alla de som väljer att besöka oss. Det är här det händer och vi vet hur vi ska få det att hända.”

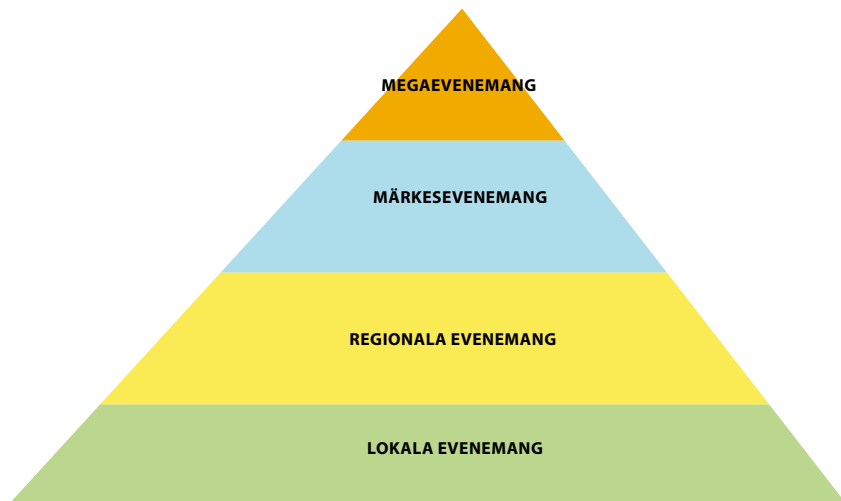


Foto: Fredrik Johansson

PEHR ANDERSSON

Näringslivsdirektör
Malmö stad
pehr.andersson@malmo.se

Evenemangspyramiden



EN STRATEGISK PYRAMIDLIKNANDE

EVENEMANGSMODELL FÖR MALMÖ

Malmö stad ska arbeta efter en pyramidliknande evenemangsmodell för att skapa och erbjuda evenemang:

- av olika storlekar
- med olika innehåll
- under alla delar av året
- över hela staden
- med olika effekter

Syftet är att skapa och upprätthålla ett intressant och kontinuerligt utbud av evenemang.

EVENEMANGSPYRAMIDEN

Malmö stad ska utveckla, attrahera och anordna fyra kategorier av evenemang: lokala evenemang, regionala evenemang, märkesevenemang och megaevenemang. Kopplat till evenemangspyramiden är fem övergripande kriterier som ska tillämpas vid

ansökningar om stöd (monetärt eller annat) – dessa kriterier måste alltid vara uppfyllda. Dessutom har varje nivå specifika kriterier som ska beaktas vid ansökningar om stöd.

De övergripande kriterierna är att evenemang:

1. måste passa in i kommunens definition av evenemang i evenemangspyramiden
2. ska komplettera evenemangskalendern (målgrupp, tid på året, trender, omvärldsanalys) kopplat till marknadens och Malmö stads egna evenemang
3. ska kopplas till Malmö stads varumärkes plattform
4. ska främja Malmö som en ung, global och modern stad
5. ska uppmuntra människor att bo och/eller investera i Malmö eller besöka staden.

Nedan beskrivs evenemangsnivåerna, samt de specifika kriterierna.

Lokala evenemang



Foto: Apelöga

LOKALA EVENEMANG

- är av mindre storlek
- har ett brett spektrum av innehåll
- äger rum under alla delar av året
- Kan ske över hela staden
- har olika effekter: till exempel hög grad av delaktighet, speglar många dimensioner av behov och intressen hos stadens medborgare och besökare
- Lokalt intresse

Malmö stads involvering i dessa evenemang är primärt att ge bifall, tillstånd och genom

att tillhandahålla finansiellt och annat stöd, som exempelvis information, projektledning och rådgivning. Inom Malmö stad sker arbetet med lokala evenemang primärt i den ordinarie linjeorganisationen. Lokala evenemang identifieras och hanteras på respektive förvaltning i det första skedet.

SPECIFIKA KRITERIER

- unikt och utvecklingsbart för Malmö
- kräver samverkan mellan flera förvaltningar inom Malmö stad

Regionala evenemang



Foto: Henrik Rosenquist

REGIONALA EVENEMANG

- är av varierande storlek
- har kraften att locka besökare från närområdet
- har ett brett spektrum av innehåll
- äger rum under alla delar av året i delar av staden
- är i högre utsträckning beroende av infrastruktur kopplat till transporter, logistik och arenor
- har en mindre grad av delaktighet, är mer nischade, och bidrar i högre utsträckning till positiva turism-ekonomiska effekter
- ger viktig profilering och har kapacitet att skapa stort intresse hos Malmöbor och besökare

Regionala evenemang lämpar sig väl för gemensamma investeringar med stöd från både Malmö stad och näringslivet. Malmö stads involvering i dessa evenemang är primärt att ge bifall, tillstånd och genom att tillhandahålla finansiellt och annat stöd, som exempelvis information, projektledning och rådgivning. Inom Malmö stad sker arbetet med regionala evenemang både lokalt i förvaltningarna men också i förvaltningsövergripande samverkan.

SPECIFIKA KRITERIER

- unikt för regionen
- tydligt påvisa varför det lockar besökare från närområdet
- tydliggöra turismekonomiska effekter
- relevant målgrupp

Märkesevenemang



Foto: Christiaan Dirksen

MÄRKESEVENEMANG

- är av varierande storlek
- har kraften att locka besökare från ett stort geografiskt område
- är exklusivt för Malmö och är av strategisk betydelse för bilden av Malmö
- bygger på stadens spjutspetskompetenser kopplat till evenemang
- äger rum med regelbundenhet 5–10 gånger per år
- kan vara av tillfällig karaktär
- äger rum i delar av staden
- är i stor utsträckning beroende av infrastruktur kopplat till transporter, logistik och arenor
- ger viktig profilering och har kapacitet att skapa stort intresse hos malmöbor och besökare
- kan bidra till positiva turismekonomiska effekter
- ligger till grund för värvningar, samt utveckling av nya affärsområden inom evenemang

Märkesevenemang är evenemang med distinkta kvaliteter som ger staden nationell uppmärksamhet och direkta eller indirekta positiva ekonomiska effekter. Malmö stad kommer att söka samfinansiering i de fall det är lämpligt och önskvärt. Malmö stads involvering i dessa evenemang är att ge bifall, tillstånd och genom att tillhandahålla finansiellt och annat stöd, som exempelvis information, projektledning och rådgivning. Inom Malmö stad sker arbetet med märkesevenemang främst i förvaltningsövergripande samverkan.

SPECIFIKA KRITERIER

- tydlig koppling till Malmös profil
- förstärka värdet av Malmös existerande evenemangsportfölj
- evenemanget i sig själv marknadsför Malmö

Megaevenemang



Foto: Malmö arena

MEGAEVENEMANG

- är av internationell karaktär och ett stort åtagande
- Lockar besökare från ett stort geografiskt område, både nationellt och internationellt
- är av strategisk betydelse för bilden av Malmö
- är av tillfällig karaktär
- engagerar stora delar av staden
- är beroende av omfattande infrastruktur kopplat till värdskap, transporter, logistik och arenor
- ger viktig profilering och har kapacitet att skapa stort intresse hos Malmöbor och besökare, både nationellt och internationellt
- bidrar till stora positiva turism-ekonomiska effekter
- Malmö stad kommer att verka för att det genomförs ett megaevenemang minst vart tredje år

Megaevenemang är engångshändelser som genererar internationell uppmärksamhet. Detta är högprofilerade evenemang med en stor andel nationell och internationell publik. Megaevenemang förutsätter ett stort engagemang av Malmö stad och kräver extraordinära insatser för att finansieras. Malmö stad kommer sträva efter att hitta aktörer för samfinansiering, samt att det i flera fall framöver kommer krävas nationella/internationella partnerskap för att lösa finansieringen.

SPECIFIKA KRITERIER

- stärka stadens internationella relationer
- locka internationella och nationella besökare
- internationell spridning
- stärka Malmöbornas stolthet
- tydligt koppla till Malmös profil
- stärka näringslivet i Malmö
- destinationen ska förstärkas ytterligare

Mäta påverkan



MÄTA PÅVERKAN

Det är viktigt för Malmö stad att kunna förstå och utvärdera vilket värde evenemang och tillhörande investeringar (finansiella eller andra) ger. Malmö stad vill därför samla in och använda data för att mäta ekonomisk, kulturell, social och miljömässig påverkan från evenemang. Denna strategi kräver att evenemang som stöds av Malmö stad rapporterar in data på dessa mått. Dessa kompletteras med kvalitativa utvärderingar.

Nya mätmetoder utvecklas hela tiden och det är av yttersta vikt att evenemangsutvecklingsarbetet inom Malmö stad kontinuerligt är i framkant.