

Juni 2020



KARLSTADS KOMMUN

# VERKSAMHETSPLAN FÖR EVENEMANG OCH MÖTEN I KARLSTAD

GÄLLER FÖR KOMMUNSTYRELSEN, KULTUR-  
OCH FRITIDSNÄMNDEN OCH TEKNIK- OCH  
FASTIGHETSNÄMNDEN I SAMVERKAN



## Typ av styrdokument

Omfattar (vem styrdokumentet gäller för)	Kommunledningskontoret, kultur- och fritidsförvaltningen och teknik- och fastighetsförvaltningen
Beslutsdatum	Juni 2020
Beslutande instans	Likalydande för kommunstyrelsen, kultur- och fritidsnämnden och teknik- och fastighetsnämnden
Diarienummer	KS/2020:319
Styrdokumentets giltighet	från juni 2020
Revidering	Revideras årligen
Dokumentansvarig	Projektledare evenemang, näringsliv- och turismavdelningen



### **ANVISNING**

Regler inriktade på metod och tillvägagångssätt. Fokuserar på utförande av en viss åtgärd, sätter gränser och förbjuder vissa beteenden.



### **HANDLINGSPLAN**

Visar konkret hur ett visst uppdrag ska genomföras och följas upp genom att specificera åtgärder, tidplan och ansvar.



### **PLAN**

Utgår från politisk styrning och beskriver vad kommunen vill uppnå inom ett visst område. En plan är planerande och framtidsyttande, här beskrivs önskad förändring och utveckling i form av insatser, men utan att specificera utförande eller metod. Kan innehålla mål.



### **POLICY**

Uttrycker ett övergripande förhållningssätt i form av principer och inriktningar. Kortfattad styrning för bedömning och agerande i olika frågor. Nära kopplad till normer och värderingar.



### **RIKTLINJE**

Vägledning som anger ramarna för handlingsutrymme i en viss fråga. Syftar till att skapa en gemensam norm för ett önskat beteende: som en slags handbok.



### **VERKSAMHETSPLAN**

Visar konkret hur verksamheten ska fullgöra sitt uppdrag och uppfylla målen under ett visst år utifrån givna budgetramar. Kan innehålla mål.

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>INNEHÅLLSFÖRTECKNING</b> .....	<b>3</b>
<b>KARLSTADS KOMMUNS STYRMODELL</b> .....	<b>4</b>
VISIONEN VISAR RIKTNINGEN.....	4
GOD EKONOMISK HUSHÅLLNING.....	4
STRATEGISKA PLANEN VISAR PRIORITERADE MÅLOMRÅDEN.....	4
VÄRDEGRUNDEN ÄR VÅR KOMPASS .....	4
LAGAR OCH STYRDOKUMENT ÄR VÅRT RAMVERK.....	4
<b>VERKSAMHETSPLAN FÖR EVENEMANG OCH MÖTEN I KARLSTAD</b> .....	<b>5</b>
<b>1. INLEDNING</b> .....	<b>5</b>
<b>2. MÅL FÖR EVENEMANGS- OCH MÖTESVERKSAMHETEN</b> .....	<b>6</b>
<b>3. KARLSTAD SOM MÖTES- OCH EVENEMANGSSTAD</b> .....	<b>6</b>
<b>4, FRAMGÅNGSFAKTORER</b> .....	<b>8</b>
<b>5. MODELL FÖR PRIORITERING AV MÖTEN OCH EVENEMANG</b> .....	<b>9</b>
<b>6. VERKTYG FÖR KVALITETSSÄKRING</b> .....	<b>10</b>

# KARLSTADS KOMMUNS STYRMODELL

## VISIONEN VISAR RIKTNINGEN

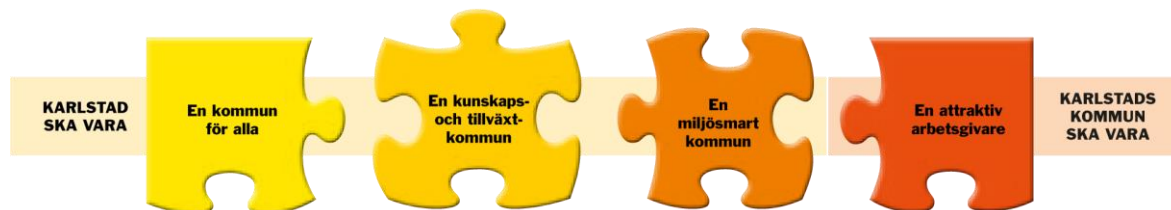
Vår vision, Livskvalitet Karlstad 100 000, visar riktningen för kommunens långsiktiga utveckling. Utvecklingen mot 100 000 invånare ska gå hand i hand med en hög livskvalitet och vår tillväxt sker på ett hållbart sätt.

## GOD EKONOMISK HUSHÅLLNING

God ekonomisk hushållning är en förutsättning för vår långsiktiga planering. Verksamhet och ekonomi ska vara i gott skick, både på kort och lång sikt. Medborgarnas skattepengar ska användas så effektivt som möjligt och vår verksamhet ska ha god kvalitet.

## STRATEGISKA PLANEN VISAR PRIORITERADE MÅLOMRÅDEN

Den strategiska planen hjälper oss att arbeta i visionens riktning. Den strategiska planen innehåller våra prioriterade målområden med övergripande mål och hjälper oss att planera så vi gör rätt saker. Indikatorer och målanalyser visar hur vi uppfyller målen och var framtida insatser behövs.



## VÄRDEGRUNDEN ÄR VÅR KOMPASS

Värdegrunden fungerar som en kompass för hur vi ska utföra vårt arbete. Den är gemensam för alla medarbetare i kommunen. Kärnan är att Vi är till för Karlstadsborna. I värdegrunden står också att vi ser framåt och utvecklar vår verksamhet, vi genomför vårt uppdrag med engagemang, vi är en kommun i gott skick och vi når goda resultat.

## LAGAR OCH STYRDOKUMENT ÄR VÅRT RAMVERK

Kommunens verksamheter styrs av svenska lagar, EU-förordningar och av de styrande dokument som kommunen beslutat om. Kommunens egna styrdokument finns i form av till exempel reglementen, policys, riktlinjer, planer och handlingsplaner.

# VERKSAMHETSPLAN FÖR EVENEMANG OCH MÖTEN I KARLSTAD

## 1. INLEDNING

Möten och evenemang skapar stolthet, tillväxt och arbetstillfällen och är en allt viktigare del i att marknadsföra Karlstad och Värmland. För att lyckas som mötes- och evenemangsstad behöver vi se till att det är enkelt att arrangera både möten och evenemang. Vi behöver stödja och samarbeta med de organisationer och arrangörer som har förutsättningar att locka hit evenemang och möten.

### **Syfte**

Syftet med verksamhetsplanen är att vi ska arbeta strategiskt och effektivt för fler evenemang och möten som skapar stolthet och tillväxt i Karlstad. Planen ska ge oss en helhetssyn över arbetet med evenemang och möten. Så att vi är överens om vad som behöver göras och vem som skall göra det.

Verksamhetsplanen ska också vägleda vid prioritering av evenemang och möten, samt samordna och optimera de ekonomiska- och personella resurserna vid satsningar på möten och evenemang.

### **Målgrupp**

Verksamhetsplanen vänder sig till alla inom kommunen som arbetar med eller kommer i kontakt med arbetet för evenemang och möten i Karlstad. Den kan även hjälpa de som arrangerar evenemang eller möten att få en överblick över vad Karlstads kommun prioriterar och kan erbjuda.

### **Övergripande styrning**

Karlstads kommun har flera övergripande mål där arbetet med evenemang och möten har betydelse: Karlstad ska vara bland de bästa besöksmålen i Sverige, Karlstad ska vara ett dynamiskt kulturellt centrum, Karlstadsbon ska vara stolta över sin stad och Karlstad ska ha ett gott företagsklimat.

### **Bakgrund**

Karlstad har en lång tradition av att arrangera möten och evenemang. Det som bland annat gynnar Karlstad är att här finns flera stora arenor, att vi är en stad dit människor gärna reser och att här finns viktiga entreprenörer och arrangörer. I Karlstad är vi starka inom kultur, idrott och nöje. Arenorna fylls med Karlstadsbor, värmlänningar och tillresande.

Möten och evenemang är en viktig del av en destinations tillväxtarbete och bidrar till att stärka platsens attraktivitet och identitet. Vi i Karlstad vill vara en varmt välkomnande stad som många människor vill besöka, bo och verka i. Möten och evenemang skapar både trivsel och dynamik för stadens invånare. Det skapar en kulturell attraktion och bidrar med

kunskap och det ger tillväxt genom fler besökare. Möten och evenemang är viktiga för besöksnäringen som behöver reseanledningar. När fler människor besöker oss kan besöksnäringen anställa fler. Besöksnäringen var fram till och med 2019 en av de branscher i Karlstad som växte snabbast när det gäller antalet anställda.

Det goda värdskapet tillsammans med bra faciliteter, infrastruktur, lokaler och inte minst viktiga samarbetspartner är det som lockat möten och evenemang till Karlstad. Det är något vi vill bevara och utveckla.

## 2. MÅL FÖR EVENEMANGS- OCH MÖTESVERKSAMHETEN

Målen för mötes- och evenemangsverksamheten är att få fler evenemang och möten som stärker varumärket Karlstad och bidrar till att Karlstad syns mer nationellt och om möjligt internationellt. Vårt arbete ska stärka bilden av att det är enkelt att arrangera och genomföra sitt möte i Karlstad. Vi ska locka fler gäster, som på ett hållbart sätt genererar tillväxt och arbetet ska bidra till att Karlstadsborna trivs och känner sig stolta över sin stad.

### MÅL OCH UPPFÖLJNING

- Fler evenemang och möten som stärker varumärket Karlstad och bidrar till att Karlstad syns mer.

UPPFÖLJNING: ANTALET NATIONELLA OCH INTERNATIONELLA ARTIKLAR (MELTWATER)

- Fler gäster som på ett hållbart sätt genererar tillväxt

UPPFÖLJNING: GÄSTNÄTTER OCH ARBETSTILLFÄLLEN (SCB) OCH ANTAL ANLÄGGNINGAR SOM ÄR MILJÖCERTIFIERADE

- Bidra till att Karlstadsborna känner sig stolta över sin stad.

UPPFÖLJNING: UNDERSÖKNING

- Stärka bilden av Karlstad som en plats där det är enkelt att arrangera och genomföra sitt evenemang eller möte.

UPPFÖLJNING: ARRANGÖRSUNDERSÖKNING, GÄSTUNDERSÖKNINGAR OCH INSIKT

## 3. KARLSTAD SOM MÖTES- OCH EVENEMANGSSTAD

För att lyckas som mötes- och evenemangsstad är det viktigt att vi är tydliga och visar vad vi vill stå för och att vi är tydliga med vår roll och vad en arrangör kan räkna med från oss.

### Varumärket Karlstad

Varumärket är allt det som Karlstad förknippas med – känslor och associationer. Det är människors uppfattningar som avgör vad varumärket fylls med och vi som bor och verkar här kan påverka vilka egenskaper platsen förknippas med.

Platsen Karlstads kommunikation utgår från solen, eller för att vara mer exakt Eva-Lisa Holtz, som kallades för Sola. Den glada 1700-tals servitrisen som drev sin egen krog är vår målbild förkroppsligad. De varumärkesundersökningar som gjorts visar att Karlstad

förknippas med varma, glada och välkomnande människor. Det här är viktiga värden som är naturliga att bygga vidare på.

Karlstad har varmt välkommen som varumärkeslöfte – det är så vi vill att alla besökare ska känna sig. Våra tre kärnvärden har alla kopplingar till solen. Solen som sprider glädje och ger energi – våra kärnvärden är glad, livlig och driftig. För att stärka bilden av Karlstad som en välkomnande, livlig och driftig plats är möten och evenemang viktiga redskap. De är ett av de viktigaste sätten att skapa attraktion och det är viktigt att planen för möten och evenemang bidrar till att stärka platsens varumärke.

Evenemang och möten kan bidra till att stärka stadens varumärke på flera sätt: genom att arrangemanget ger nationell publicitet och ökar kännedomen om Karlstad, genom att arrangemanget går i linje med kommunens mål till exempel ”En kommun för alla”, En miljösmart kommun eller ”En trygg kommun”. När vi bjuder på ett gott värdskap ökar det dessutom chansen för att besökare vill berätta om oss och väljer att komma hit igen eller flytta till Karlstad om tillfälle ges.

### **Kommunens roll**

Kommunen ska se till att det är enkelt att arrangera möten och evenemang i Karlstad. Kommunen ska om det satsas kommunala resurser prioritera möten och evenemang utifrån kriterierna i planen. Kommunen ska möjliggöra för god infrastruktur och bra arenor, spelplatser och lokaler.

Kommunen ska värva, lotsa och stödja möten och evenemang som stärker platsens varumärke och bidrar till en hållbar tillväxt. Kommunen ska bidra med plats för marknadsföring i kommunens utvalda kanaler och marknadsföring av Karlstad i samband med större arrangemang och i samordning med koncernens bolag.

### **Hållbara möten och evenemang**

Vi vill vara en destination som håller över tid och som inte bara är varmt välkomnande idag, utan även i framtiden. Vi jobbar med hållbarhet på flera fronter, både från kommunen och besöksnäringen. Det vi gör ska ha en social, miljömässig och ekonomisk hållbarhet och vi rapporterar till Global Destination Sustainability Index. 2018 låg Karlstads kommun på 24 plats.

Möten och evenemang har oftast positiva effekter på ekonomi och ger många sociala möjligheter, men människors resande och konsumtion påverkar miljön negativt. Karlstads kommun jobbar därför på olika sätt för att underlätta för arrangörer att minska sin påverkan på miljön. Arrangörer erbjuds hjälp med att arbeta mer hållbart genom information, checklistor och möte med Företagsservice.

När det gäller socialt hållbara arrangemang har Karlstads kommun antagit en policy som antagits av kommunfullmäktige KS-2015-73 Dpl 01. Jämställdhet och mångfald ska genomsyra Karlstads kommun. Vi kommer att ställa högre krav på arrangörer som får

ekonomiskt stöd, men vi kommer också att påverka samtliga att granska sina arrangemang ur jämställdhets- och mångfaldsperspektiv.

Möten och evenemang med uttalade hållbarhetspolicys både vad gäller social hållbarhet och miljömässig rankas högre om kommunen ska gå in med stöd.

#### **4. FRAMGÅNGSFAKTORER**

Det finns tre områden som vi behöver satsa på för att nå det resultat vi önskar och det är att vi fokuserar på mottagande, planering och uppföljning samt värvning och utveckling.

##### **Mottagande**

Det ska vara enkelt att få kontakt och hitta rätt person att prata med – en tydlig väg in. Det ska också enkelt framgå vilka möjligheter som finns i Karlstads kommun och vad som gäller för att arrangera ett evenemang eller möte.

När man söker på arrangemang eller möten i Karlstad så kommer man till en sida som berättar om:

- Karlstads styrkor
- Arenor och spelplatser, inklusive alla fakta om vad de inkluderar
- Söka tillstånd
- Hållbarhet och säkerhetsguider
- Marknadskanaler
- Information om möjlighet att söka stöd.
- Kontaktpersoner
- Boendeanläggningar och transporter

Alla arrangörer som tar kontakt om ett evenemang eller möte ska snabbt få svar om vad som gäller. Det finns också tydliga riktlinjer om vad som gäller för vatten, park och torg i samband med arrangemang och det finns enkla checklistor för arrangörerna eller medarbetare att ta del av.

Det framgår tydligt hur arrangören kan marknadsföra sitt möte eller evenemang och vilka kriterier som gäller.

##### **Planera och följa upp**

Karlstads kommun bjuder in arrangörer, föreningar och besöksnäringen till möten för att samla in uppgifter och lägga in kommande evenemang och möten i ett årshjul. Årshjulet kompletteras sedan löpande under året och finns tillgängligt för arrangörer och besöksnäringen.

Årshjulet finns som ett verktyg för att både kommunen och arrangörer bättre ska kunna planera och avsätta resurser, men också för att göra oss medvetna om vad som saknas och vilka luckor som finns över året.



För att lära och säkerställa att kommunens resurser satsas rätt, så skall det inför varje satsning tas fram en genomarbetad prognos och varje möte och evenemang som fått stöd skall utvärderas utifrån det förväntade resultatet.

---

## Värva och utveckla

Vi lokaliserar och erbjuder samarbete med de arrangörer och lokala värdar som har förutsättningar för att locka hit möten och evenemang. Tack vare en god kunskapsinsamling vet vi vilka tider på året som bäst lämpar sig för möten och evenemang.

Vi ser till att det finns bra, informativt och säljande material om Karlstad som destination och som är enkel för våra samarbetspartner att använda.

Vi deltar på aktuella aktiviteter, workshops och mässor och arrangerar visningsresor för att nå nya aktörer.

Vi har kunskap och resurser för att genomföra eller stödja BID-processer (ansökningar).

Det finns ett pågående arbete för att ge arrangörer kunskap som kan förädla idag befintliga evenemang.

---

### Organisationsstruktur

Vår organisation ska vara effektiv och ändamålsenlig, med relevant kompetens, tydligt mandat och resurser för att nå de mål vi kommit överens om. Det ska vara enkelt att ta beslut och varje satsning utvärderas så att vi hela tiden lär oss göra ett bättre arbete. Det ska vara enkelt för alla arrangörer att hitta information digitalt och eller komma i kontakt med ansvariga personer.

### Rollfördelning

Vi har tydliga beslutsvägar och känner oss trygga i rollfördelningen om vem som gör vad, vi har en mötes- och evenemangsgrupp som förbereder inför beslut om vilka satsningar som ska göras. Detta innebär en snabbare beslutsväg och kvalitetssäkring, då alla satsningar följs upp på samma sätt.

## 5. MODELL FÖR PRIORITERING AV MÖTEN OCH EVENEMANG

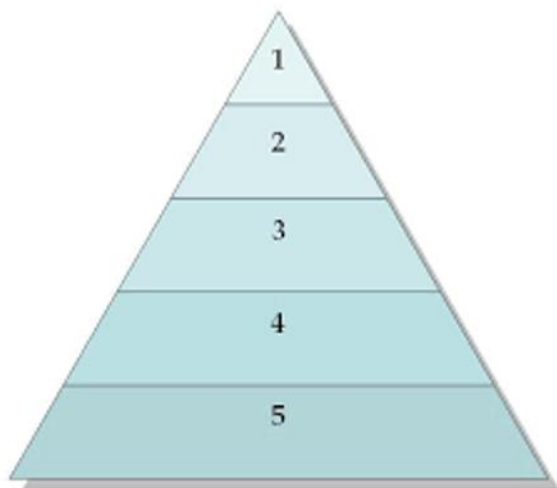
För att Karlstads kommun ska satsa ekonomiska eller personella resurser i ett evenemang eller möte så finns det viktiga kriterier som ska uppfyllas och rankas efter. Varje kriterium värderas och utgångspunkten är att ju större insats som övervägs, desto hårdare ska vägningen av kriterierna tillämpas. Det ska råda full öppenhet om engagemanget och alla samarbeten ska styras genom avtal.

## Lista kriterier

- **Det ska stärka Karlstads varumärke.**  
Bidra till att Karlstad får positiv uppmärksamhet lokalt, nationellt och internationellt. Stärka bilden av Karlstad inom kommunens prioriterade målområden.
- **Det ska bidra till Karlstads ekonomiska tillväxt.**  
Genom att attrahera besökare/publik och deltagare för ökad turistekonomisk omsättning i form av övernattningar, restaurangbesök, handel med mera och där igenom skapa fler arbetstillfällen.
- **Det ska bidra till att öka Karlstads besöksantal och årsbeläggning över året.**  
Prioritera evenemang och möten som jämnar ut besöksantalet över året.
- **Det ska om möjligt lämna bestående värden efter att mötet eller evenemanget genomförts.**  
Det ska tas hänsyn till vilket arv (legacy) som finns kvar efter att mötet eller evenemanget genomförts, till exempel ett ökat intresse för en sport eller ny kunskap om en bransch.
- **Det ska göra Karlstad till en attraktivare plats för kommuninvånarna.**  
Arrangemang som gör Karlstadsbon stolt över sin kommun rankas högre.
- **Det ska verka för ett långsiktigt hållbart Karlstad.**  
Möten och evenemang med uttalade hållbarhetspolicys rankas högre.

## 6. VERKTYG FÖR KVALITETSÄKRING

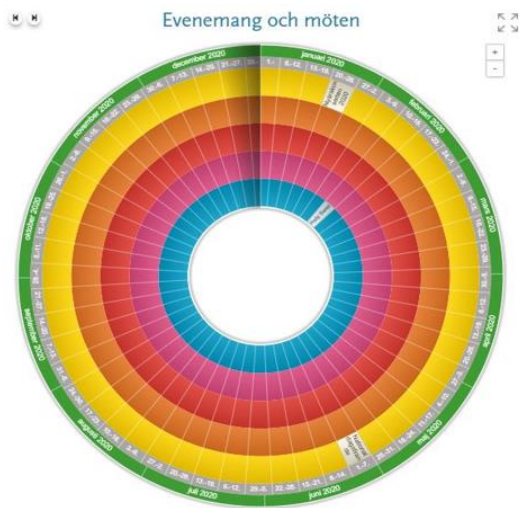
Det finns flera viktiga verktyg som hjälper oss i vårt arbete för fler evenemang och möten i Karlstad och som ger en igenkänningseffekt och tydlighet för arrangörer och samarbetspartners.



### Selektering av möten och evenemang

Karlstad har liksom många andra destinationer valt att använda en vedertagen modell för att dela in evenemang och möten efter geografiskt intresse och utbredning och den ligger till grund för en första selektering när det gäller resursfördelning och satsningar. Det som skiljer Karlstads pyramid är toppen där vi utöver internationella lagt till profilbärare, unika evenemang och möten som stämmer överens med alla våra prioriterade områden.

- Nivå 1 **Internationellt eller profilbärare**  
Internationella eller unika projekt som verkligen stärker varumärket Karlstad och Värmland eller ett evenemang/möte som uppfyller alla kriterierna.
- Nivå 2 **Nordiskt**  
Evenemang och stora möten med potential att locka nordiska gäster och stärker varumärket Karlstad och Värmland.
- Nivå 3 **Nationellt**  
Större festivaler och konserter med förmåga att locka besökare utanför länet, samt landskamper, SM, stora möten, mässor och kongresser.
- Nivå 4 **Regionalt**  
Regionala evenemang.
- Nivå 5 **Lokalt**  
Det är bredden som står för framtiden och tillväxten inom evenemang. Det breda lokala mötes-, kultur- och idrottslivet är en nödvändig förutsättning för möten och evenemang i en stad som Karlstad. I årshjulet tar vi med lokala evenemang som antingen har fler än 400 deltagare och eller stärker varumärket Karlstad, påverkar stadens gator och torg eller har potential att utvecklas till något större.



**Visualisera och kommunicera resursplanering i årshjul**

Det är viktigt för både Karlstadsbor, besökare och besöksnäringen att möten och evenemang sprids över året och därmed ger besöksnäringen bättre förutsättningar och möjlighet att anställa fler personer. Varje år skall vi hämta in information från föreningar och arrangörer vilka möten och evenemang de planerar och lyfta in dem i ett årshjul, så att vi på bästa sätt kan planera in kommunens resurser.

**Inhämta kunskap om våra besökare**

Vi behöver hela tiden lära oss mer om våra besökare. Genom besöksundersökningar ska vi ta reda på vem besökaren är, varifrån hen kommer och viktigast av allt vad hen värdesätter. Den här kunskapen gör att vi kan fortsätta kommunikationen med dem. Det blir också tydligare vilka besökare vi har och vilka besökare vi saknar. Det i sin tur leder vidare till vilka evenemang och möten vi ska arbeta för att få till Karlstad.

### **Utvärdera efter varje satsning**

För att lära och säkerställa att kommunens resurser satsas rätt, så skall det inför varje satsning tas fram en genomarbetad prognos och varje möte och evenemang som fått stöd skall utvärderas och göra det mot det förväntade resultatet. Syftet med utvärderingarna är att utveckla vårt arbetssätt och vår förståelse för vilket resultat våra satsningar ger.

När ett möte eller evenemang har genomförts som vi satsat resurser på ska vi mäta ROI, Return on Investment. Det gör vi genom att mäta antalet deltagare, gästnätter, evenemangets påverkan på miljön samt genom att genomföra attitydundersökning och varumärkesuppföljning. Resultatet sätter vi sedan i förhållande till de resurser vi satsat och vi jämför också med den prognos vi gjort.

### **Ta stöd i verktyg för prognos**

Alla evenemang ger vinster till en mängd intressenter. Vid ett lyckat arrangemang är värdet av vinsterna till och med långt större än vad det kostar att anordna och delta i evenemanget. Riksidrottsförbundet har tagit fram ett prognosverktyg som sammanställer ett evenemangs påverkan på ekonomiska, miljömässiga och sociala faktorer. Siffrorna matas in i fem enkla steg och sammanställs till en rapport färdig att användas som ett verktyg inför beslut om kommunen/arrangörer ska satsa på ett evenemang eller inte. Verktyget heter Event Impact Calculator och är framtagen av Riksidrottsförbundet och Göteborg & Co

### **Aktiviteter och årlig utvärdering**

Varje år kopplas konkreta aktiviteter till verksamhetsplanen med syftet att uppnå verksamhetsplanens mål och framgångsfaktorer. Dessa utvärderas årligen i samband med en rapport för hela verksamheten.

I rapporten finns också kontinuerliga utvärderingar från evenemang och möten som sammanställs för att säkerställa att kommunens arbete är effektivt, strategiskt och enligt kriterier.





**KARLSTADS KOMMUN**

Karlstads kommun, [Klicka eller tryck här för att ange text.](#), 651 84 Karlstad.  
Tel: 054-540 00 00. E-post: [karlstadskommun@karlstad.se](mailto:karlstadskommun@karlstad.se). Webbplats: [karlstad.se](http://karlstad.se).