

Event in Skåne AB

Strategi

Event in Skåne Strategi 2020

Innehållsförteckning

1.	Bakgrund till strategiplan.....	3
2.	Vision	4
3.	Inriktning	4
4.	Målsättningar	4
5.	Strategier	5
5.1	Varumärkesstrategi	6
5.2	Kärnvärden	6
6.	Organisation	6
7.	Styrelse	6
8.	Budget	7
9.	Marknader och målgrupper	7
9.1	Idrott	7
9.2	Kultur	7
9.3	Kongresser, konferenser och större möten	7
9.4	Samhällsinriktade event	8
10.	Kompetenscentrum	8
11.	Omvärldsbevakning och analys	9
12.	Kommunikation – Event in Motion 2020.....	9
13.	Värvning	9
14.	Hållbara event	10
15.	Verksamhetsplan	10
	Bilagor	11

1. Bakgrund till strategiplan

2020 beräknas Skåne ha närmare 1,5 miljoner invånare. Vidare anses Öresundsregionen vara en av de mest expansiva regionerna i Europa de kommande decennierna vilket påverkar upplevelseindustrin i stort och skapar möjligheter för eventsegmentet. Idag har Skåne ett flertal event inom idrott, kultur, nöjen, kongresser och mässor i hela regionen. Några av de större årligen återkommande internationella och nationella evenen är; Swedish Open, Falsterbo Horse Show, Eskilscupen, konferenserna Kommek och Specialistläkarna samt Hem & villa-mässan. Till detta kommer andra större årligen återkommande event som allsvenska fotbollsmatcher, ishockeymatcher, landskamper i flertalet sporter, konserter i regionens inom- och utomhusarenor etc. Skåne har dock mycket goda förutsättningar att ytterligare flytta fram sin position som en internationell event- och upplevelseregion.

Regionen är även en mötesplats för människor från olika kulturer, och ett centrum för kultur, idrott, nöjen, kongresser och mässor. Skåne som en del av Öresundsregionen är en internationell region med ett myllrande kultur och nöjesliv och en fantastisk attraktionskraft. Här finns ett rikt utbud av museer, konserter, teatrar, konstutställningar, filmvisningar, idrottsarrangemang, gallerier, mässor och nöjesparker. Här arrangeras större event med stor internationell lyskraft. Det rika kultur- och nöjeslivet lägger, tillsammans med det stora utbudet av restauranger, caféer, pubar och affärer, grunden för Tourism in Skånes vision 2020 som eventbolaget stödjer, att öka turismomsättningen i regionen till 30 miljarder med 500 000 nya utländska gästnätter som sysselsätter 20 000 helårsarbetande i branschen/år. De unika värden Skåne står för ökar attraktionen och inflyttningen till regionen. Event in Skåne samverkar med Tourism in Skåne i deras strategiska inriktningar och prioriterade målgrupper. Bolaget arbetar även i linje med Region Skånes regionala utvecklingsstrategi RUS 2020.

Sammantaget kan sägas att av fundamental betydelse för Skånes möjligheter att utvecklas i riktning mot att bli en av norra Europas ledande eventregioner är;

- Den nya arenastruktur som numera finns i Skåne
- Den höga grad av tillgänglighet som denna nya struktur, kombinerat med de många och genomgripande infrastrukturella utvecklingsprojekten, har medfört.
- Sverige är ett tryggt och numera relativt billigt land att besöka.
- I Öresundsregionen bor 3,7 miljoner människor inom en radie av ca 1 timmes restid.
- Sverige - och de nordeuropeiska länderna generellt har – ett gott rykte om sig avseende leveranssäkerhet.

De faktorer som lyfts fram i detta stycke är Skånes viktigaste unika konkurrensfördelar (unique selling points/USP).

I den globaliserade världen ökar konkurrensen mellan städer och regioner om event. Ofta tävlar Skåne-regionen med städer och regioner som har lika många eller fler invånare som hela vårt land. För att vi ska kunna hävda oss i konkurrensen krävs kraftsamling och samarbete mellan offentlig verksamhet och privat näringsliv. Det är bakgrunden till att Region Skåne har bildat Event in Skåne AB.

Event in Skåne AB finansieras av Region Skåne via moderbolaget Business Region Skåne AB och styrs av en styrelse bestående av personer från såväl näringsliv som offentlighet med inriktning på event. Det är en långsiktig strategisk satsning mellan offentlig verksamhet och näringsliv som skapats för att uppnå Skånes vision om att vara en ledande eventregion i norra Europa. Målet är ett samarbete mellan offentlig verksamhet och näringslivet där alla samarbetspartners delar Event in Skånes vision och målsättning.

Att event arrangeras i Skåne är även av stor ekonomisk betydelse. Eventen stimulerar ekonomin och skapar en ökad efterfrågan på varor och tjänster. Av den totala turismomsättningen i Skåne 2013 på 20,2 miljarder kronor, genererades 14 130 årssysselsatta samt skatteintäkter till regionen och kommunerna på drygt 2 miljarder, uppskattar Event in Skåne att event inklusive idrott, kultur, nöjen kongresser och mässor svara för 40 %, d.v.s. ca 8 miljarder kronor. Detta bidrar till såväl arbetstillfällen som etableringar i regionen. Event är dessutom en viktig del i marknadsföringen av regionen och erbjuder de boende en attraktiv region att vara stolta över och att bo och verka i.

2. Vision

Visionen för Event in Skåne lyder;

Skåne skall vara en av norra Europas ledande eventregioner

Denna vision går i linje med varumärket Skåne och dess "pay off"-er "Det bästa av två världar" och "Här får du ut mest av livet". Varumärket Skåne har tagits fram i samarbete med Skånes kommuner. Event in Skånes vision och strategi går i linje med Business Region Skånes samt dess dotterbolag, däribland Tourism in Skåne.

3. Inriktning

Event in Skåne ska marknadsföra Skåne som en ledande event- och upplevelseregion och systematiskt bearbeta intressenter och rättighetsinnehavare i syfte att värva nationella och internationella event inom idrott, kongresser, kultur och samhällseliga event till Skåne.

Event in Skåne ska dessutom vara ett kompetenscenter och bidra med destinationsutveckling för att stärka Skånes attraktionskraft, skapa reseanledningar och regional tillväxt i Skåne.

4. Målsättningar

Event in Skåne verkar i enlighet med visionen Skåne skall vara en av norra Europas ledande eventregioner och arbetar i en nära relation till Tourism in Skåne. Event in Skåne skall medverka till att värva ca 30 event/år till ett framtida turismekonomiskt värde av 300 milj.

Event in Skåne samverkar med partners i Danmark med syfte att stärka Öresundsregionen som eventregion och därmed skapa förutsättningar för ökad tillväxt. Skåne skall vara ett självklart val för eventägare vars event återfinns i den övre delen av den s.k. *Evenemangspyramiden* (se Bilaga 1). Med den övre delen av Evenemangspyramiden avser vi i nuläget:

- Större nationella och internationella event
- Nationella och internationella event

Vi betonar även vikten av pyramidens basnivåer, som utgör grunden i den Skånska eventkartan, men som huvudsakligen hanteras på lokal nivå.

- Större regionala/lokala event
- Lokala event

Om det skulle ske förändringar i den svenska statens sätt att prioritera och stödja kampanjer och genomförande av stora event, anser vi att vi även bör införliva den översta pyramidkategorin "Mega" (i detta begrepp lägger vi t ex OS, VM i fotboll, EM i fotboll och Världsutställningar) i den övergripande målsättningen.

Idag sker ingen finansiell stöttning från staten i form av garantiåtaganden eller stöttning av arenabyggen etc. Detta är absolut nödvändigt om man skall ingå i värvningskampanjer och genomföra ett Mega-evenemang.

Event in Skåne ska marknadsföra Skåne som en event- och upplevelseregion och systematiskt bearbeta arrangörer i syfte att värva nationella och internationella event inom idrott, kongresser, kultur och samhälleliga event till Skåne.

5. Strategier

I Sverige finns ingen nationell organisation med tillhörande budget som arbetar för att värva event till Sverige. Detta ställer krav på att Event in Skånes arbete fokuseras inom några strategiska områden och att ett partnerskap utvecklas där näringslivet, arrangörskommuner och Event in Skåne kommunicerar utifrån en delad värdegrund. Marknadsföringen av Skåne som en event- och upplevelseregion måste vara fokuserad, långsiktig och proaktiv. Skåne måste ständigt utvecklas som en event- och upplevelseregion genom att det finns tillgång till professionella leverantörer, ett välfungerande transportssystem, goda övernattningsmöjligheter samt attraktiva arenor och anläggningar.

En mycket viktig del i denna helhet är de arrangerande kommuner som väljer att satsa resurser på att värva hem och upplåta sina arenor och anläggningar till event av olika slag. Mot denna bakgrund är det en självklarhet för Event in Skåne att föra en kontinuerlig dialog med de skånska kommunerna, privata arenor, kongress, mäss och eventanläggningarna.

5.1 Varumärkesstrategi

Inte bara företag, utan även städer och regioner arbetar långsiktigt och konsekvent med att stärka sina varumärken. Konkurrensen om de mest attraktiva evenemang blir hårdare för varje år. För att bli konkurrenskraftig på den nationella och internationella marknaden och få genomslagskraft samlas därför marknadsföringen under varumärket Skåne. Event in Skåne arbetar i enlighet med Business Region Skånes kommunikationsstrategi vars viktigaste innehåll applicerat för Event in Skåne lyder enligt nedan:

- Business Region Skåne: Används vid koncerngemensam kommunikation där det är viktigt att lyfta fram bolagets roll som avsändare, ofta inklusive dotterbolagen
- Dotterbolag: Används vid kommunikation som utgår från ett av bolagen och har detta som avsändare.
- Varumärket Skåne: Den geografiska platsen Skåne istället för en organisation eller ett bolag. Detta kan användas av alla som vill, till exempel kommuner, aktörer inom besöksnäringen eller enskilda platser i Skåne.

Detta samlande budskap ska öka tydligheten och genomslagskraften i marknadsföringsarbetet. Genom att förmedla detta budskap ska kännedomen om regionen öka. Alla Event in Skånes samarbetspartners är viktiga ambassadörer bland annat med anledning av deras möjlighet att ytterligare förstärka budskapet genom att också använda varumärket Skåne.

5.2 Kärnvärden

Event in Skåne ska – i genomförandet av sitt uppdrag att utveckla Skåne som evenemangsregion – precis som övriga dotterbolag i Business Region Skåne (BRS) bedriva arbetet i enlighet med de övergripande kärnvärden som beslutats för verksamheten inom BRS:

- Genuint
- Nyskapande
- Nära
- Mångsidigt

6. Organisation

Event in Skåne AB har en anpassad och effektiv organisation med fem medarbetare, varav en projektledare för Eurorando.

7. Styrelsen

Event in Skåne AB styrs av en styrelse från näringsliv såväl som offentlighet med förankring i eventbranschen. Styrelsen träffas fyra-sex gånger per år för att följa upp och fatta beslut om verksamheten. Styrelsen är därmed ett viktigt forum för strategiska diskussioner och beslut om hur arbetet inom nätverket/bolaget ska utvecklas, men också för andra frågor som berör Skåne regionens förutsättningar för att utvecklas som en event och upplevelseregion.

8. Budget

Genom Business Region Skåne finansierar Region Skåne Event in Skåne. Personellt består bolaget av en vd, samt tre projektledare. Det är önskvärt att budgetutrymmet ökar för att skapa förutsättningar för en ökad genomslagskraft av Event in Skånes insatser. Det kan ske genom att näringslivet bidrar ekonomiskt eller att de ekonomiska insatserna från Region Skåne ökar. Styrkan i Event in Skåne avgörs av hur väl olika insatser genomförs och därmed hur stark regionens sammanlagda slagkraft blir. Tillsammans är vi tillräckligt stora och har tillräckliga kvaliteter för att bli en ledande eventregion i norra Europa.

9. Marknader och målgrupper

Bearbetningen av beslutsfattarna av event skall ske både internationellt och nationellt. Målgrupperna som skall bearbetas är akademien, förbund, intresseföreningar och andra organisationer inom idrott, kongresser, kultur och samhällseliga event samt företag som önskar arrangera nationella och internationella event i Skåne. Bearbetningen fokuseras inom dessa områden där regionen har en stark internationell ställning, bedöms kunna utvecklas positivt och har en hög lokal kompetens.

9.1 Idrott

Skåne är en framträdande idrottsregion med stora framgångar inom både individuella sporter och lagidrotter. En stor del av Sveriges större återkommande idrottseven t äger redan idag rum i Skåne. Varje år står också Skåne värd för ett antal nationella och internationella idrottseven t. Skåne har betydande förutsättningar för golf, handboll och ridsport varför Event in Skåne bevakar dessa områden lite djupare samtidigt som man har ett generellt fokus på hela idrottssegmentet. Målgrupper som skall bearbetas är exempelvis Riksidrottsförbundet, specialidrottsförbund, internationella idrottsförbund, Sveriges Olympiska Kommitté, specialidrottsdistriktsförbund, distriktidrottsförbund och föreningar.

9.2 Kultur

Skånes omfattande historiska skatter, regionens skönhet och goda miljö lockar kulturintresserade från hela världen. Regionens kulturliv håller en mycket hög nivå och erbjuder ständigt utställningar och uppsättningar av hög internationell klass. Målgrupper som skall bearbetas är exempelvis museer, teatrar, gallerier och scener i Skåne samt nationella och internationella intresseorganisationer och kulturinstitutioner. Skåne är en region med stark förankring inom musik, film- och nöjesindustrin.

9.3 Kongresser, konferenser och större möten

Andelen nya hotell i regionen ökar möjligheterna för att ta emot fler nationella och internationella kongresser, konferenser och större möten. Det finns en mycket stor potential att öka antalet vetenskapliga möten i regionen. Regionen har tre högskolor, Helsingborg, Kristianstad, Malmö och två universitet Lund och Alnarp. Målgrupper som bearbetas är exempelvis akademiska institutioner, nationella och internationella organisationer, företrädare från offentlig sektor inklusive sjukhusen i regionen.

Mässor är av stor vikt för Skåne och många välrenommerade mässor drar redan idag besökare. Allt fler mässarrangörer, såväl internationella som nationella, väljer att förlägga sina mässor i Skåne. Målgruppen som skall bearbetas är exempelvis eventbyråer, företag samt mäss- och utställningsarrangörer.

9.4 Samhällsinriktade event

Nationellt och internationellt finns en mängd organisationer och föreningar som arrangerar turnerande events ofta inom ungdomssektorn som inte hör till idrott eller kultur. Event som World Scout Jamboree, Yrkes SM, EM och VM och White Guide Junior stärker varumärket Skåne, skapar turismintäkter samt bidrar till den allmänna samhällsutvecklingen ur ett ytterligare perspektiv än kongresser, idrott och kultur.

10. Kompetenscentrum

Event in Skåne har intagit en position som ett kompetenscentrum som ligger i framkant för event i Skåne och har sedan starten arbetat med att destinationsutveckla Skåne som eventregion. Bolaget arrangerar årligen ett antal utbildnings och nätverksträffar för eventbranschen inklusive kommunerna i Skåne för att höja kompetensen och uppmuntra entreprenörer och organisationer att genomföra fler kvalitativa events i regionen där bolagets arbete redovisas.

Eventarrangörer möter ofta olika representanter från bland annat företag, myndighet och kommun i deras roller som avtalspart, myndighetsutövare och servicegivare. För att ambitionen att vara en ledande eventregion i norra Europa ska vara trovärdig måste därför en god och grundläggande service kunna garanteras av dessa. Ett viktigt område är därför att utveckla och förbättra servicen till eventarrangörer i Skåne. Som ett stöd i Event in Skånes arbete finns ett nära samarbete med det tillståndsgivande myndigheter i regionen. De tillståndsgivande myndigheterna i Skåne har till uppgift att vara rådgivande, vägledande och utvärderande i förbindelse med stora och komplicerade event.

Eventkunskap, som tillhandahålls av Event in Skåne, skall bidra till destinationsutveckling i Skåne och att underlätta för arrangörer att ansöka om och genomföra event i Skåne. Event in Skåne konsulterar årligen ca 100 event, nya såväl som befintliga. För att arbetet Event in Skåne utför gentemot arrangörerna löpande i framtiden skall utvecklas och förbättras kommer förbättrings och utvecklingsområden identifieras med hjälp av ett Nöjd Kund Index (NKI).

Event in Skåne hjälper även de skånska kommuner som ännu inte har formulerat eventsstrategier att skriva sådana. Detta är ett mycket viktigt verktyg för dessa kommuners möjligheter att arbeta på ett proaktivt och systematiserat sätt med events för att dessa skall kunna arbeta långsiktigt, hållbart, med hög utväxling vilket genererar förtroende och spinn off effekter på investerade medel. Sedan 2012 har Event in Skåne hittills varit inblandade i strategiprocesser i åtta kommuner.

11. Omvärldsbevakning och analys

En viktig utgångspunkt för Event in Skånes verksamhet är omvärldsbevakning och analys. Det är nödvändigt att ha kunskap beträffande andra regioner i Europa såväl som nationella som bedöms vara framgångsrika för att kunna prioritera insatser inom olika områden. Skåne ska därför aktivt bygga kompetens genom att jämföra sig med och lära sig av andra framgångsrika regioner. Analyser av enskilda event i regionen ska även tas fram för att belysa de ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekterna som eventen medför liksom PR och samhällsliga effekter. Bolaget skall även beakta de varumärkesanalyser som genomförs av Tourism in Skåne.

Bolaget skall varje år genomföra, tillsammans med kommunerna i regionen, 3-5 utredningar och analyser på befintliga och framtida event för att kunna belysa de turismekonomiska, PR-mässiga och samhällsliga effekterna av eventen. Bolaget har internt arbetat fram ett strategiskt analysverktyg för att mäta event utifrån ett index.

12. Kommunikation – Event in Motion 2020

Event in Skåne arbetar med att tydliggöra den tillväxtmässiga och samhällsliga nyttan som event och möten genererar. Bland annat genom pressmeddelanden, nyhetsmail och annonsering mot strategiskt utvalda målgrupper samt via bolagets olika nätverksträffar.

13. Värkning

Eventvärkning innebär omvärldsbevakning, aktiva samarbetspartners, långsiktigt relationsbyggande mot rättighetsinnehavare och ett professionellt agerande i kampanjer. Vår strävan är att i samverkan med branschen i Skåne maximera uppväxlingen av offentliga medel (return on investment) så att investerade medel ger mångfalt tillbaka till regionen, kommunerna och Skånes invånare.

Rätt utvalda event är inte en kostnad utan en investering som ger pengarna tillbaka flerfalt i turismekonomiska effekter, skatteintäkter för kommun, region och stat samt arbetstillfällen, samhällsliga och PR-effekter som stärker varumärket Skåne. Ytterligare prioriteringar vid värkning av event är att de är återkommande, för prioriterade målgrupper och tiden på året när beläggningen är lägre. För att vara trovärdiga gentemot rättighetsinnehavaren skall Event in Skåne efter att ett större event är värvat medverka i dessa styrgrupper. Ett deltagande i styrgrupp är en grundförutsättning för framtida större värkning och därför är insikten och delaktigheten i denna process en viktig förutsättning för vårt framtida värkningsarbete.

Event in Skånes uppdrag är unikt då bolaget bidrar med kompetens och erfarenhet, arbetar strategiskt över kommungränserna och ser Skåne som en helhet.

14. Hållbara event

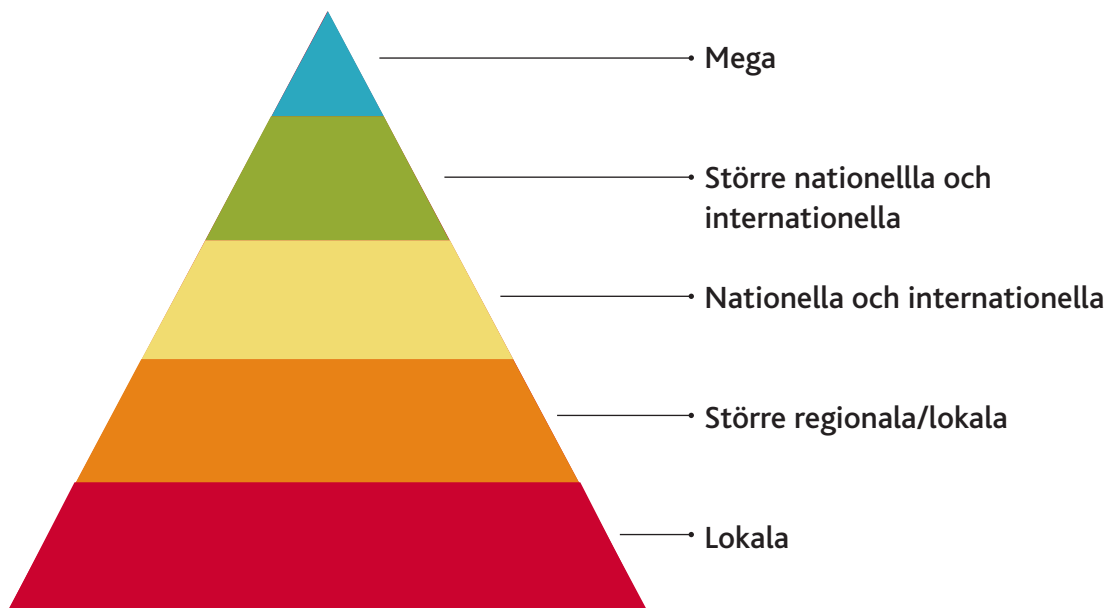
Event in Skåne har som ambition att Skåne skall vara den ledande regionen i Sverige inom hållbara event. Som en viktig del i detta samarbetar Event in Skåne med Håll Sverige Rent för fler miljömärkta event i Skåne. Miljömärkt event är en utmärkelse och ett stöd till arrangörer som aktivt vill minska sin miljö- och klimatpåverkan och visa det för andra. Genom aktivt arbete med miljöfrågor skapas ett mervärde för både besökare/deltagare, sponsorer och arrangören själv. Dessutom minskar det belastningen på miljön. Event in Skåne vill verka för att arrangörerna även arbetar utifrån ett ekonomiskt och socialt hållbart perspektiv. Jämställdhet och jämlikhet skall alltid beaktas.

Event in Skåne medverkar även i den nationella grupp som SIS, Swedish institute of Standards har tagit initiativ till. Evenemang världen över har mycket stor inverkan miljömässigt, socialt och ekonomiskt. Ett nytt globalt standardiseringsarbete inom ISO har startats upp som ska göra det enklare att genomföra evenemang på ett hållbart sätt. OS i London blev världens första ISO certifierade event och Eurovision 2013 Sveriges första ISO certifierade hållbara event.

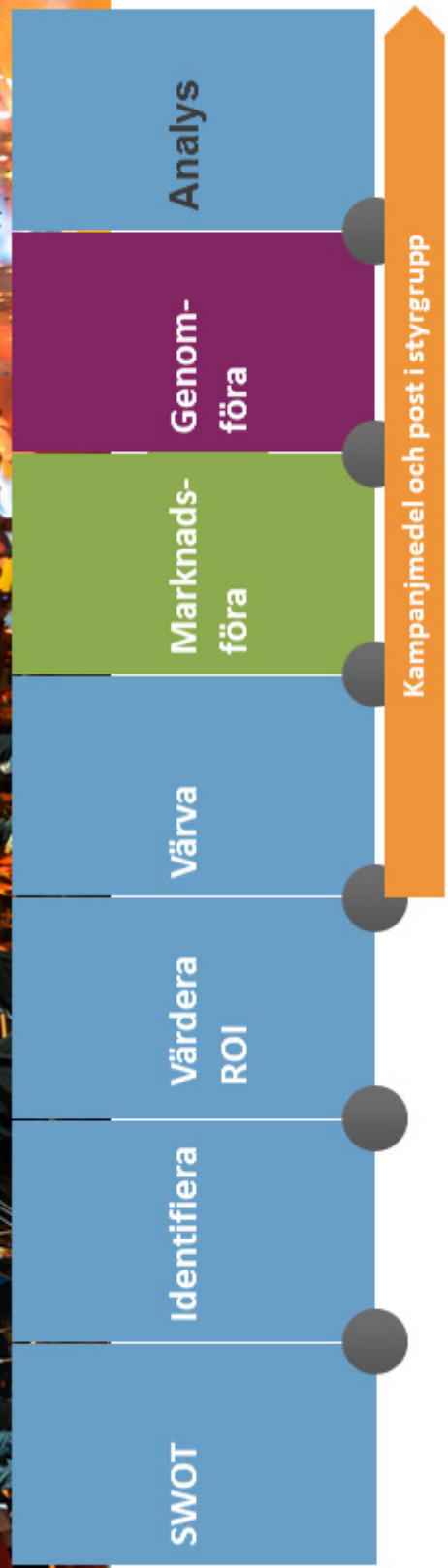
15. Verksamhetsplan

Event in Skånes mål och aktiviteter beskrivs utförligt i den årliga verksamhetsplanen.

Evenemangspyramiden

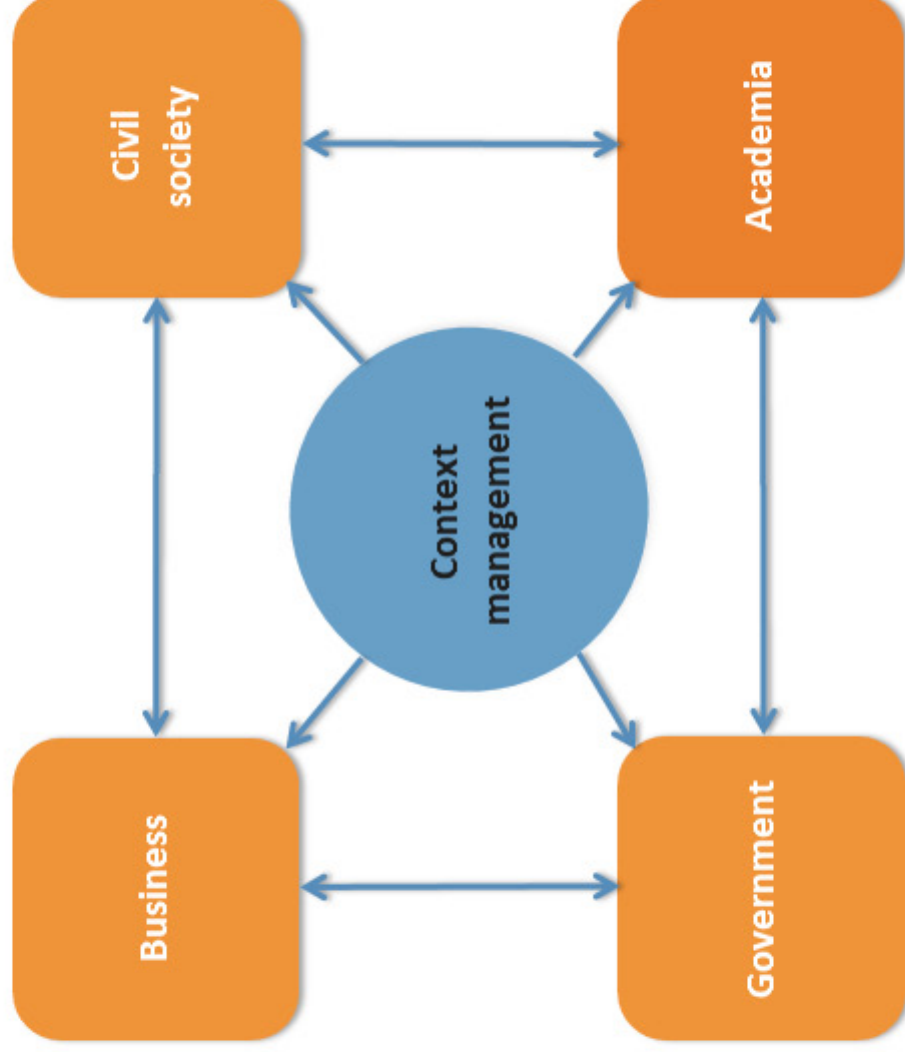


Strategi och process



event in skåne

Quattro helix samarbete förutsättning för fler event



Eventens effekter i samhället

- vad får vi ut av att anordna event?



Turism-
ekonomi

Varumärke
& PR

Finansiering
& investering

Attraktion
Legacy
& arv

Socio-
ekonomi

Stads-
utveckling

event in skåne