



Rejserapport

PEER workshop i Gent
4.- 5. marts 2004

*Managing events
in public open spaces*



Indhold

- 1) Rejserapport fra Gent
- 2) Rapport fra Gent: Study of the Ghent Festivities

Baggrund for workshopen

Liveable City handler i høj grad om erfaringsudveksling blandt partnerbyerne. PEER workshopen (tema workshop) i Gent den 4.-5. marts 2004 var en blandt flere, hvor forskellige emner bliver drøftet blandt specialister fra partnerbyerne. Temaet for denne workshop var: **Events**

Fra Odense deltog:

Arkitekt Helle Baker fra Park- og Vejafdelingen
(Projektleder for Liveable City i Odense)

Museumsinspektør Asger Lorentzen
(Medlem af projektgruppen Odenses Historiske Byrum
samt arbejdsgruppen for H.C. Andersens Julemarked)

Den levende by

Liveable City har som mål at skabe en levende by. De forskellige fokusområder skal således tilføre og generere aktiviteter i bymidten og dermed bringe liv (tilbage) i byens offentlige rum.

I projektbeskrivelsen for The Liveable City (WorkPackage 2.3 - Activities and multi-functional use of public space) beskrives følgende initiativer:

Udviklingen af et koordineret program for kulturelle begivenheder, aktiviteter og festivaler i alle partnerbyerne til distribution i hele Nordsø Regionen

Et transnationalt udvekslingsprogram for begivenheder og kulturaktiviteter

Introduktion af nye aktiviteter og begivenheder i partnerbyerne, hvorved brugen af det offentlige rum maksimeres

Input fra workshoppen

Erfaringsopsamling og -udveksling indgår som et væsentligt element i Liveable Citys grundlæggende koncept. Set i dette lys gav mødet i Gent en meget vigtig indføring i, hvorledes der i de enkelte deltagende byer arbejdes konkret med events.

H.C. Andersen Julemarked

I forbindelse med de igangværende forberedelser af H. C. Andersen Julemarkedet i Odense, der tegner til at blive en meget stor og markant Odense-event, er der allerede indhøstet en del erfaringer på det organisatoriske plan. Samarbejdsrelationer forvaltningsområder imellem og samarbejde med den private sektor er således det helt afgørende grundlag for opbygningen af denne event, der naturligt indgår som vores referencen i vurderingen af, hvorledes andre europæiske byer (= regionale centre) tilrettelægger større events.

Norwichmodellen

Yderligere fondsmidler til Julemarkedet kunne evt. tilvejebringes via Norwich-modellen, ifølge hvilken der indgås sponsoraftaler ud fra et risikoprincip om fuld dækning i "worsecase scenario", men hel eller delvis tilbagebetaling ved indtægter. Eventuelt tillæg af overskudsdeling kan komme på tale.

Med denne model kan der defineres delsponsorater som økonomiske procentdele af budgettet eller som sponsorater tilknyttet konkrete elementer (f.eks. Spejlteltet). Ved totalt fravær af publikum er der ikke tilbagebetaling af sponsormidler, men sponsoren får under alle omstændigheder PR-værdien. Ved opnåelse af den forventede succes tilbagebetales hele eller dele af sponsorbeløbet, eventuelt med et tillæg ved overskud.

Alt i alt et meget attraktivt tilbud som med stort udbytte praktiseres i Norwich.

Generelt søges fondsmidler vedr. Tips/kultur/kunst - herunder Internationale Trusts (EU?).

Samarbejde

Trods nationale forskelle søges der generelt en bred fundering af begivenheder og festivals. Disse etableres oftest som et samarbejde mellem:

- Byens handelsliv
- Rejsearrangører
- De offentlige myndigheder
- Kulturinstitutioner
- Et netværk blandt byens/regionens kunst- og musikliv

Anbefalinger

- ved tilrettelæggelse af større arrangementer/events

Erfaringerne fra større arrangementer i de byer, der var repræsenteret på workshopen, blev samlet i huskeliste med omfattende anbefalinger ved tilrettelæggelse af større arrangementer/events:

- Indledende møde med repræsentation af alle involverede parter
- Enkeltområder (eller temaer) organiseres individuelt
- Kontrakt på deltagernes medvirken, herunder deltagernes ansvarsområder (vigtigt)
- Der afholdes et koordinerende møde for sikkerhedsplanlægning (politi, brandvæsen, sikkerhedsvagter, terrortrusler etc.)
- Placering af ansvar ved ulykker etc.
- Sikre forudgående aftaler om oprydning/rengøring - NB: Økonomi herfor indregnes i budget!
- Toiletforhold - NB: Økonomi indregnes i budget.
- Diverse tilladelser
- Renovering af diverse grønne arealer indregnes i budget

Ligeledes blev der gjort opmærksom på **indtægtsmuligheder** som:

- Reklameplads
- Udlejning af stadeplads
- % af indtjening af mad / drikkevarer
- Parkering (v. særlige parkeringsarealer)

Også en række **kommunikative elementer** blev påpeget, f.eks.:

- Fokus på, hvordan der kommunikeres med kunderne:
Brand/logo/slogan - identitetsskabende kommunikation
- Brugerundersøgelser og konkurrencer
- God kontakt til pressen
- Medie som sponsor - sikre positiv omtale
- Interlinked websites
- Interactive screens/webcams?

Eventkontorer eller City Management Centre

En markant del af de europæiske byer med regional betydning og ambitioner inden for turisterhvervet, har en bredt formuleret og offentligt funderet organisation til varetagelse af events. Kontorer, der står for såvel den overordnede konceptuelle planlægning som den konkrete planlægning og gennemførelse af en lang række lokale og internationale arrangementer og begivenheder.

Odense Kommune skiller sig ud ved ikke at have en i forhold til forvaltningsområderne tværgående organisatorisk afdeling med nævnte ansvar.

Evaluering af økonomi

Evaluering af økonomiske konsekvenser ved afholdelse af festivals blev på mødet fremlagt med flere eksempler på, hvorledes omsætning og spin-off fra events med kommunal organisation kunne måles til typisk 1:5 – 1:7. Eksempelvis Gent-festivalen (Udgift 7.7 mill. Indtægt 40 mill. + forbedret image). Nærmere redegørelse foreligger.

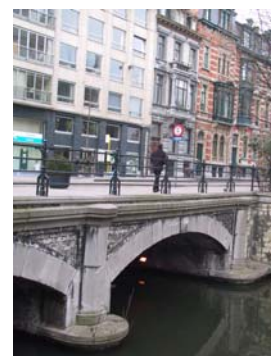
En nærmere udredning af tilsvarende forhold bør gennemføres. Der kunne eksempelvis tages udgangspunkt i Blomsterfestivalen. Med de seneste års tal som grundlag kunne der opstilles en konkret vurdering af indsats og udbytte.

Ligeledes kunne man overveje at knytte studerende til Julemarkedet med henblik på en formulering af såvel en almen evaluering som en økonomisk vurdering.

Hvorledes beregnes det økonomiske flow i forbindelse med en event?

Flere deltagende byer havde foretaget egentlige beregninger og kalkyler over, hvor meget der direkte bliver investeret i konkrete begivenheder, og hvor stor omsætning, der genereres. Sådanne overvejelser har generel interesse, men er også interessant i forbindelse med tilrettelæggelse af f.eks. H. C. Andersens Julemarkedets videreførelse.

Odense Bys Museer har givet tilsagn om at varetage det organisatoriske og budgetmæssige ansvar i 2004 og 2005, men herefter skal projektet videreføres i en anden organisatorisk form. Der skal derfor allerede fra i år arbejdes frem mod etablering af såvel en ny organisationsform som en økonomisk model, der kan sikre markedets beståen i årene fremover.



Aktuel Status

Som opfølgning på workshoppen arbejdes der p.t. på at fremskaffe dokumentationsmateriale for de cash-flows, der blev fremlagt på mødet, modeller samt uddybende beskrivelser af de deltagende byers organisation, herunder specielt de organisatoriske koncepter for eventkontorerne.



