



Denna Lathund vänder sej i första hand till er som tänker genomföra stora evenemang typ Stadsfest, Jubileumsfestival mm, där olika händelser tilldrar sej på flera olika platser i princip samtidigt.

Naturligtvis kan även mindre projekt ha nytta av vissa delar i denna skrift.

Bakgrunden är Jubileumsfesten Vågspel i Halmstad 2007, och de erfarenheter som gjordes inför detta både geografiskt, personal- och publikmässigt stora arrangemang.

Speciellt för detta projekt var att initiativet från början kom från Kommunen, som kontaktade Hallands Bildningsförbund för förslag på Jubileumsfirandet. Förhandlingar beträffande kostnader blev också enkla och snabba, eftersom Kommunen var beredda att satsa tillräckligt med pengar på projektet.

INNEHÅLL

Idén	3
Budget	4
Projektledning	5
Tids o åtgärdsplan	8
Lots och Blåjus	9
Var finns dom	10
Marknadsföring	11
Nu drar det igång	12
Checklista	13
Extramaterial	
Tillstånd	14
Lite om att söka pengar	16



IDÉN

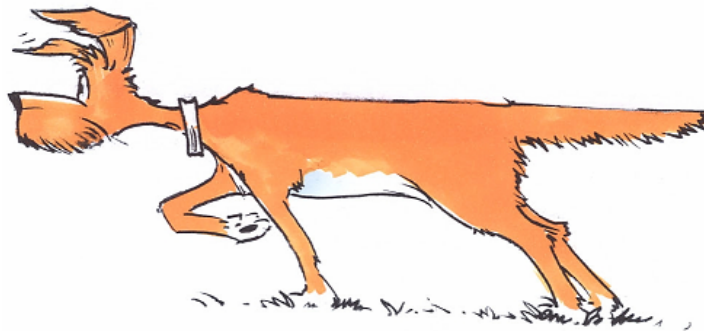
Det allra viktigaste är att ha en klar o tydlig IDÉ om vad ni vill göra.

- VAD ska ske - musik, teater, förtäring, utställning
- VARFÖR - vad är huvudsyftet, vill ni lära ut nåt, vill ni visa upp nåt, historiskt, nutid
- VEM ska det ske för - är det för kommuninnevånarna, för turisterna, för barn, ungdomar, barnfamiljer, äldre?
- VAR - ute, inne, vilka platser påverkas
- HUR STORT - artister, medarbetare, publikförväntningar
- VILKA är med o gör projektet - amatörer, proffs, föreningsliv
- NÄR - datum, dagtid, kvällstid

Denna Idé måste i varje steg genomsyra de beslut ni tar och vara den klara ledstjärna ni hela tiden följer.

Isynnerhet kan ni lockas ur spår om kommersiella krafter, typ krögare eller marknader, med egna intressen, kommer in i projektet. Val av plats för servering av mat eller dryck är t.ex. inte alltid självklar. Ni väljer kanske en plats för att styra publiken till ett visst ställe av en speciell orsak, medan krögaren hellre väljer en annan för att där redan finns garanterat mycket folk.

Naturligtvis kan det komma att hända, att en ny idé dyker upp under projektets framväxt, likväl som att en annan kan strykas, men huvudsaken är att planen hålls vid liv hela vägen.



BUDGETEN

En förenklad uppskattad budget presenteras i första skedet.

Om IDÉN bär och blir positivt mottagen, sök extra pengar till att i detalj utveckla och fördjupa både budget och idé.

Lägg tid på detta!

Gör en realistisk budget med ca 5 % reserv för oförutsedda kostnader.

Ofta blir man beviljad enbart en del av de pengar man söker. Gå inte i fällan att försöka genomföra hela ditt projekt med mindre pengar än ni egentligen behöver.

Ju mer detaljerade och genomtänkta kostnader, ju starkare förhandlingsläge. Ni kan motivera och strida för varje post, och tydligt visa på de konsekvenser en eventuellt föreslagen nedskärning innebär. Då måste projektet korrigeras och eventuell beställare göras medveten om följderna.

Glöm inte kostnader (och tid) för:

Lokaler

Administration - tel, datorer mm

Kaffe och frallor

Resor o transporter

Tillstånd och ansökningar

Marknadsföring

Dokumentation

Utvärdering

Avveckling



När alla förhandlingar är klara görs ett skriftligt avtal med en omförhandlingsklausul!

Ibland kan en förändring av delar i projektet bli önskvärd eller nödvändig.

Det kan bero på praktiska eller idémässiga orsaker.

I vårt fall hände att en av våra "stationer" blev ogenomförbar pga. att en bro inte fick stängas av.

En annan station, kom att under arbetets gång helt bytas ut mot en ny, pga. idéutveckling. Medeltidsbyn t.ex. fanns inte med alls i ursprungsprojektet, men växte fram som en intressantare och bättre lösning än den ursprungliga.

PROJEKTLEDNING

En lämplig uppbyggnad kan se ut så här:

- **PROJEKTLEDNING** - den centrala idégruppen i organisationen, och producenten, som ansvarar för planeringen och utvecklingen av projektet, samt fattar de övergripande besluten. Det kan behövas en separat övergripande producent, men det kan vara samma person som är huvudansvarig, beroende på hur stor arbetsbördan blir. 3-5 personer i gruppen är bra. I vårt fall ingick både ekonomiansvarig och teknisk samordnare i denna grupp.
- **LEDNINGSGRUPP** - det forum där projektledning och stationsansvariga, vid behov Lots och Blåljus (se nedan), uppdaterar varandra och där beslut tas om hur man arbetar vidare.
- **STATIONSANSVARIGA** - de utför arbetet tillsammans med sina medarbetare runt de olika "stationer" projektet innehåller. Dessa kan ges stor frihet under ansvar, att förverkliga idén inom givna idémässiga och ekonomiska ramar.

Gör en grundlig uppdelning på vem som har hand om vad.

Mycket tid och dubbelarbete sparas om ni från början har en organisation med tydlig ansvarsfördelning.

En person som omfattar hela Idén bör vara huvudansvarig för projektet och ha sista ordet i frågor av vikt.

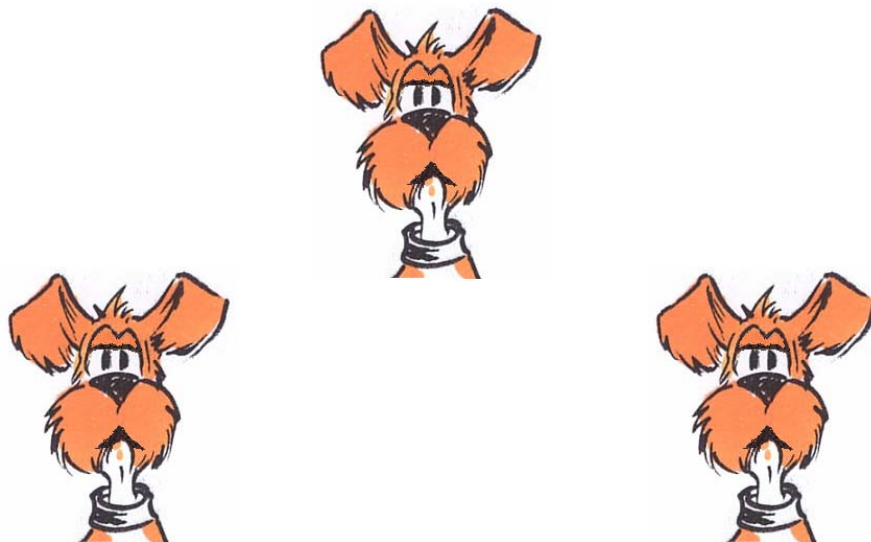
En person med tekniskt kunnande och förståelse behövs som teknisk samordnare.

En person som övervakar o handhar ekonomin så att Projektledning hela tiden är uppdaterad är självklart nödvändigt.

En person som ansvarar för marknadsföring är bra.

En särskild "ansökningsperson" kan vara nödvändig.

En del tillstånd kan ta flera månader att behandla om man behöver ändra förutsättningar och förhandla om lösningar, och myndigheter och förvaltningar blir oftast mycket mer samarbetsvilliga och tillmötesgående om man i god tid inviger dem i sina planer.



En Lots och Blåljusgrupp (se sid 9) bör tidigt kopplas till Ledningsgruppen.
Behovet av en s.k. Lots är något vi starkt framhåller.

Smidigt samarbete med berörda kommunala förvaltningar är av största betydelse och gör hela arbetsprocessen från början till slut oändligt lättare och mer tillfredsställande för alla parter.

Glöm inte att projektet tillförs en hel massa kompetens och hjälp om man lyckas intressera och skapa goda kontakter med de kunniga tjänstemän som finns i kommunen, istället för att betrakta dem som besvärliga hinder.

Allt ifrån sophertering till serveringstillstånd kan lösas inte bara på ett sätt, och vår erfarenhet är att projektledningen inte alltid hade de bästa förslagen.

Se bara till att starta i god tid.
Ett halvår eller år är realistiskt.

En rutin bra för arbetsmoralen är att antingen starta, eller avsluta, arbetsveckorna med storgrupp där stationsansvariga och projektledning uppdaterar och uppmuntrar hela personalen och låter folk ge respons på arbetets framskridande.

Fler frågor att ta ställning till:

- Vem har hand om personalfrågor?
- Vem sammankallar, styr upp och dokumenterar möten av olika slag?
- Vem ansvarar för utvärdering
- Vem ansvarar för avveckling



TIDS OCH ÅTGÄRDSPLAN.

Gör ett schema där de enskilda aktiviteterna preciseras med uppgifter om

när de ska genomföras
vem som har ansvaret för dem
och med beräknat pengaflöde.

Detta är ett utmärkt dokument att återvända till med jämna mellanrum för att hålla koll på läget och för att inte "tappa bort" åtgärder, något som vi råkade ut för ett antal gånger.

Om ni har tänkt samarbeta med föreningar, ideella organisationer, skolor och liknande, är tidsberäkningar ytterst viktiga.

Ni kan inte ställa samma krav på dessa partners vad gäller arbete och tid som ni kan med anställda.

Man kan göra avtal och "moraliska" kontrakt, men när som helst kan någon hoppa av projektet ändå eftersom arbetet är helt frivilligt och ickebetalt.

Här kommer budgetposten - kaffe o fralla - in.



Bjud frikostligt på fika under de möten o sammankomster ni har med dessa organisationer. Det blir garanterat uppskattat och är oftast det enda dom får, förutom nöjet, och slitet, och i bästa fall kanske lite ersättning för resekostnader (en annan punkt i budgeten), för allt dom bidrar med.

Det tar mycket tid att organisera dessa medhjälpare. Beslutsprocessen kan vara oändligt långsam och tungrodd, undantag finns naturligtvis, men det är roligt och oftast mycket berikande för projektet och den enskilde, så låt er inte nedslås.

Om ni söker samarbete med kommersiella partners typ marknader, krögare, måste ni göra skriftliga avtal på allt rörande tid, pengar, plats osv.



LOTS

I ett stort projekt där många förvaltningar kommer att beröras, är det oskattbart att i ett tidigt skede bjuda in en representant för kommunen att medverka som bollplank, guide och hjälpare, om man inte från början känner till alla turer i den kommun man verkar i.

Denna "Lots" bör komma från någon Teknisk förvaltning eller likvärdig (olika i olika kommuner) och vara en person med kunnighet och myndighet dvs. inte någon lägre tjänsteman som bara kan hänvisa ärendet uppåt och inte själv vågar ta beslut.

Lotsen kopplas till Ledningsgruppen och ges rejäl inblick i projektet.

BLÅLJUS

En grupp bestående av representanter från Räddningstjänst, Polis och Sjukvård inbjuds till Ledningsgruppen och hålls uppdaterade så att dom kan informera, agera och vara beredda på ev. problem både akuta och kommande. Det är möjligt att någon härifrån blir den nödvändiga "Lotsen".

En jourtelefonlista där viktiga nyckelpersoner kan nås, måste finnas tillgänglig för alla.



VAR FINNS DOM?

Eftersom kommunerna är olika organiserade med olika förvaltningar med olika namn, kan man inte enkelt beskriva ett sätt att gå till väga när man söker en lämplig

kontaktperson som Lots och hjälp med Blåljusgrupp.

I dagsläget april 2008 gäller detta:

Kungsbacka

Kontakta förvaltningschef på Fritid Lars Nyström

0300-834213

Varberg

Kontakta chefen på Gatuförvaltningen för Lots och kontakt till Blåljusgrupp

Gunilla Bergh

0340-88145

Falkenberg

Kontakta chefen på Stadsbyggnadskontoret för Lots och Blåljusgrupp

Inge Emanuelsson

0346-886055

Hyltebruk

kontakta Pål Albing teknisk chef

0345-180 20

Halmstad

För Lots kontakta förvaltningschef på Tekniska kontoret Torsten Rosenqvist

035-13 77 60

Och för Blåljus chefen på Räddningstjänsten Hans Ekberg

035-160053

Laholm

Kontakta chefen på Teknik- o servicekontoret för Lots och Blåljusgrupp

Erland Björkman

0430-15403

MARKNADSFÖRING

Ni vet ju vilken målgrupp ni vänder er till, och ni har en budget.
Ni behöver nu en plan.

Det gäller att försöka hitta så många olika vägar som möjligt att nå ut till den tänkta målgruppen, helst så billigt som möjligt.

Ta därför tidigt kontakt med tidningar, radio, tv, och bjud in till information och presskonferenser. Gör uppföljningar under projektets gång. Se till att ha text- och rikligt med bildmaterial färdigt att dela ut.
OBS - det räcker inte att skicka mail utan ring och ta personlig kontakt

Anmäl er till kommunens och tidningarnas Evenemangskalender där sån finns.

Kommunernas Kultur o Fritids avdelning (eller likvärdig) har ofta egen marknadsföring som projektet förhoppningsvis kan få tillgång till.

Säljer ni eventuellt biljetter genom Turistbyrå eller Biljettcentrum, görs viss reklam därifrån.

Om ni ska ni ha affischer, programblad, annonser, anlita proffs så det blir bra. Många läser inte lokaltidningen, så traditionella satsningar är kanske inte tillräckligt.
I dag finns nya kanaler att nå publik, särskilt ungdomar, via Internet.

Sprid information och intresse för evenemanget med hjälp av t.ex. hemsidor, Facebook och egna och andras mailnätverk .

Att bjuda in eller åka runt till skolor, föreningar, organisationer mm och hålla roliga, inspirerande informationsträffar är ett annat, mer personligt sätt.

Var flexibla!
Använd fantasin!



NU DRAR DET IGÅNG

Låt säga att alla förberedelser och all planering fungerat. Ni har inte ens glömt nattvaktlista, och ni är framme vid slutmålet. Firandet kan äntligen börja!

Nu startar varje arbetsdag med kort och effektivt möte där ledningsgrupp, stationsansvariga, Lots och Blåljusrepresentanter går igenom ev. problem och löser dem.

Nu uppdateras jourtelefonlistan.

Nu är det viktigt att stationsansvariga tillsammans med någon lämplig från ledningsgruppen frikopplas från det schemalagda arbetet och istället agerar Jour/Resurspersonal under festivaldagarna(nätterna).

Dom är insatta i både helhet och detaljer, och kan rycka in vid akuta behov eller som tillfälliga ersättare för utmattade arbetare.

Dessutom är det nödvändigt att någon, eller ännu hellre några, har tid att bara glida runt och insupa stämningar och samla intryck inför den kommande utvärderingen!

Nu kommer ni snart vara glada att avvecklingen redan är planerad in i minsta detalj, för själva är ni så trötta och utslitna efter månader av hårt arbete, att bara tanken på ytterligare jobb *nästan* förtar lyckan och euforin efter ett allt igenom lyckat evenemang (om vädergudarna var med)



CHECKLISTA

- Idé
- budget
- tids o åtgärdsplan
- avtal
- kontrakt
- lots
- blåljus
- jourlista
- tillstånd
 - polisen
 - alkohol
 - livsmedel
 - säkerhet

Här följer lite extraupplysningar som inte i första hand rör det stora arrangemanget

TILLSTÅND

den vanliga turordningen för ett annat evenemang ser ut så här,

- Sök tillstånd för att använda offentlig plats hos polisen
- Sök förhandsinformation hos kommunen
- Kommunen yttrar sig och polisen fattar beslut
- Tillstånd krävs för servering

Sök tillstånd för att använda offentlig plats

För att få använda offentlig plats för särskilda ändamål ska du söka tillstånd av polismyndigheten.

Anvisningar och blanketter finns på www.polisen.se - Tillstånd
Ansökan bör lämnas in en till två månad innan tillstånd beviljas.

Sök förhandsinformation hos kommunen

Innan du lämnar ansökan till polismyndigheten kan du kontakta kommunen för att få förhandsinformation om lämpliga platser, trafikregleringar, avspärrningar, markförhållanden och om du behöver bygglov för till exempel skyltar eller anläggningar. Här kan du även få hjälp med information om det krävs ytterligare myndighetskontakter.

Kommunen yttrar sig och polisen fattar beslut

Ansökan skickas av polismyndigheten till kommunens trafikavdelning för yttrande. Trafikavdelningen remitterar till berörda avdelningar inom kommunen och sammanställer respektive avdelnings yttrande till ett gemensamt svar och återsänder till polismyndigheten för beslut.

Serveringstillstånd

Att servera eller försälja livsmedel kräver tillstånd från Miljö o Hälsa, och om man dessutom ska servera alkoholhaltiga drycker, behövs oftast serveringstillstånd från Socialkontoret.

Vad som krävs för att bli beviljade dessa tillstånd är olika i olika kommuner, beroende på alkoholpolitiska beslut.

Först när markupplåtelsen är klar kan din ansökan om serveringstillstånd behandlas.

Blanketter för detta finns oftast på kommunernas hemsidor, och där kan också vara beskrivet vad som krävs och vart man vänder sej.

www.kungsbacka.se

”Gator & Trafik” i menyn – ”Tillstånd” i vänsterlistan
eller ”Näringsliv” i menyn – ”Blanketter” under Hitta direkt i vänsterlistan

www.varberg2.se

”Gator o Trafik” i menyn – offentlig plats
eller välj ”Blanketter” på Startsidan i vänsterlistan

www.falkenberg.se

”Blanketter” på Startsidans Snabblänkar

www.hylte.se

”Blanketter & tillstånd” i startmenyn, men det finns inte mycket så ring hellre informatör
Hanneli Dahl 0345-18239

www.halmstad.se

klicka i rullistan ”jag vill” – hyra,låna,boka och sen ”Hyraoffentlig platsmark”. Då hamnar
man hos Tekniska kontoret, och kan hitta allt möjligt
eller ”jag vill” – få jobb,plats,tillstånd och länken tillstånd och sen länken ”Servering,
alkohol”. Då hamnar man hos Socialförvaltningen, och bläddrar sej vidare.

www.laholm.se

under ”Kommunal service” i menyn hittar man både upplysning och blanketter för
ansökningar om bidrag och tillstånd. Annars väljer man ”Medborgarkontoret” i högra listan
för hjälp.

LITE OM ATT SÖKA PENGAR

Region Halland

gå in på www.regionhalland.se och klicka vidare till Kultur och Projektansökning.

Kommunerna

Man söker i princip pengar hos Kulturförvaltningen, men för så stora projekt som vi talar om i denna skrift, får man kanske gå vidare till Kommunstyrelsen.

EU

Bidrag från EU kräver mycket tid och kompetens om man ska göra sökningar på egen hand, men för denna typ av kulturevenemang är det inte aktuellt att försöka.

Det finns utbildningar i konsten, och det drivs företag som säljer tjänster att hitta rätt i djungeln av regler och anvisningar.

Kontakta gärna kommunen eller Region Halland för hjälp.

På www.halmstad.se/international - länken Projektutveckling till vänster, finns bl.a. en 4 sidors Lathund "Om konsten att söka EU-bidrag".



Producerad med stöd av



Illustrationer Dick Holst