



# Utvärdering Leva 2009



# LEVA 2009

Mässa för boende, näringsliv och natur

Uppföljning  
– så här blev det

## **Bakgrund**

I en motion till kommunfullmäktige lades under 2006 fram förslag om att anordna en mässa i kommunen. Detta initiativ ledde fram till ställningstagande om att den 2-6 september 2009 få till stånd mässan "LEVA 2009" med de tre benen Näringsliv – Boende – Natur.

En projektledning tillskapades bestående av Christer Örning, Annika Hansson och Jörgen Krohn med biträde av två konsulter i evenemangsbranschen (Olle Larsson och Jonas Stoltz).

## **Ekonomi**

Kommunen anslog 1.150.000 kronor för mässan, Näringslivsgruppen och HD 100.000 kronor vardera, övriga partners i mässan ca 300.000 kronor. Totalt kom mässan att omsluta drygt 2 miljoner kronor. Den ekonomiska uppföljningen visar att budgeten har hållits, att tillgängliga medel i stort sett förbrukats med ett litet överskott på några tusen kronor.

## **Mässans genomförande**

LEVA 2009 genomfördes som planerat från onsdag till söndag vecka 36 år 2009. Mässan var uppdelad i 21 upplevelsestationer, där vissa var koncentrerade till ett särskilt tillfälle, typ LEVA-galan och Gripenbankens näringslivslunch, medan andra stationer höll på vissa dagar eller hela mässtiden. Centrum för mässan var det stora tältet på 600m<sup>2</sup> vid Hjelmsjöstrand. Hela kommunen ingick i mässområdet med upplevelsestationer från Fedingesjön i norr till Woodlands i Eket i söder.

## **Beslut om utvärdering**

Sedan mässan avslutats beslutade kommunstyrelsens arbetsutskott att en utvärdering ska genomföras för att om möjligt få kunskap om effekterna av mässan och för att dra lärdom inför en eventuellt kommande mässa i framtiden. Lars Ranstorp, f d socialchef och utvecklingschef i kommunen, fick av kommunledningen i uppdrag att genomföra utvärderingen med stöd av en liten grupp med representanter från näringslivet.

## **Uppföljning av LEVA 2009**

Ranstorp har genomfört uppdraget. Enkät har skickats ut via post eller e-post till samtliga utställare och upplevelsestationer. Svarsfrekvensen har varit låg, men resultatet av dem som svarat ger en bild av mässans funktioner och konsekvenser för dessa deltagare. Svaren på de olika alternativen har stor spridning, men i sex av åtta fall dominerar "Godkänt". Avviker gör frågan om mässans geografiska spridning, där omdömet "Dåligt" fått flest kryss samt frågan om mässans effekter för att profilera och marknadsföra kommunen, där omdömet "Stora" dominerar.

Det finns en hel statistik som visar på stort antal besökare till visningshus vid sjöarna, 6-våningshuset på Ejdern, hos Woodlands, LEVA-galan, invigning av Grytåsa strövområde för att nämna några av upplevelserna.

Under januari 2010 har det funnits en enkel enkät på kommunens hemsida, där man haft möjlighet att tycka till om mässan.

Lars Ranstorp konstaterar vid ett möte med utvärderingsgruppen att det inte varit möjligt att fullt ut utvärdera eller med andra ord bedöma resultatet av LEVA 2009. Den allmänna uppfattningen är att mässan varit mycket positiv för kommunen. Målet "att kraftfullt profilera och marknadsföra Örkelljunga kommun" kan med hänvisning till bl a enkätsvaren antas vara uppnått. I övrigt innehåller målsättningen för mässan inte någon form av mätbara mål. Eftersom utvärderingen inte aktualiserades under planering och genomförande så blir möjligheterna begränsade och denna redovisning bör enligt Ranstorp ses som en uppföljning snarare än en utvärdering.

## **Vädret**

Statistiken sades tala för att förlägga en mässa med mycket utomhusaktiviteter under september, men det gällde i så fall inte denna vecka 2009. Tvärtom, mässan drabbades av dåligt väder i form av kyla, blåst och regn större delen av mässtiden. Riktigt ruskväder med hållregn och ihållande kastvindar lyckades vi pricka in på lördagen, som förväntades bli den allra största mässtdagen ur besökssynpunkt.

Här skulle inte ha ordats just något alls om vädret om det inte vore för att det troligen i mycket hög grad har påverkat tillströmningen av besökare. Marknadsknallarna m fl utomhusaktörer ställde in sina aktiviteter p g a vädret. En gissning är att framför allt en del potentiella besökare från andra håll därför valde att inte komma och besöka mässan under helgen.

## **Slutsatser**

Bedömningen är att man inte utan stora insatser kan göra en tillförlitlig utvärdering av LEVA 2009.

Det övergripande målet med mässan har varit att marknadsföra de kvalitéer som finns i hela kommunen, men utvärderingsgruppen konstaterar att det saknats konkreta, uppföljningsbara delmål för mässan och likaså har det inte funnits någon projektbeskrivning, som kunnat följas under resans gång. Det finns viss statistik över antalet besökare vid flera stationer, men inte någon kontinuerlig och strukturerad dokumentation under processen före och under mässtdagarna.

Svarsfrekvensen på utskicket har varit så låg att man inte kan tala om statistisk säkerhet. Svaren får endast ses som en indikation på utställarnas åsikter i de ställda frågorna. Förväntningarna var nog högre ställda än "slätstruket" godkänt, men det usla vädret ska som sagt inte underskattas som komponent i de relativt låga värdena.

Sammanhållen mässa på ett ställe eller utspridd över kommunen? Här finns ganska tydliga signaler från olika håll om att mässan var för utspridd på många ställen (Även här gäller att hade det varit fint väder så hade det hela varit enklare och troligen positivare svar). Samtidigt fanns målet att mässan skulle vara en angelägenhet för hela kommunen och då måste det rimligtvis också finnas mässaktiviteter i de olika kommundelarna.

En synpunkt från utvärderingsgruppen: Det är svårt att samla folk. Måhända ska en ev framtida mässa förläggas till tidpunkt då man vet att många är i rörelse, typ Örkelljunga-dagarna.

#### **Sammanfattning och synpunkter att ta vara på för ev framtida mässa:**

- ◆ Projektbeskrivning måste utarbetas och kontinuerligt följas
- ◆ Någon/några måste vara ansvariga för löpande dokumentation av hela processen
- ◆ En mässa i vår storlek bör i olika hänseenden vara mer koncentrerad än LEVA 2009
- ◆ Uppföljningsbara mål saknades för LEVA 2009, men av besöksstatistik m m kan ändå antas att profilering och marknadsföring av kommunen lyckats
- ◆ Mässledningen har sett till att hålla samtliga aktiviteter inom tilldelad budget och tillgängliga medel
- ◆ Vädret betyder mycket för utfallet, men vi får ta det som det är

Slutligen – gav de satsade två miljoner kronorna (1,15 milj kr från kommunen) och all tid och energi som alla inblandade lagt ner på mässan den utdelning i form av ökad marknadsföring, merförsäljning, ökad "kraft i bygden" m m som förväntades?

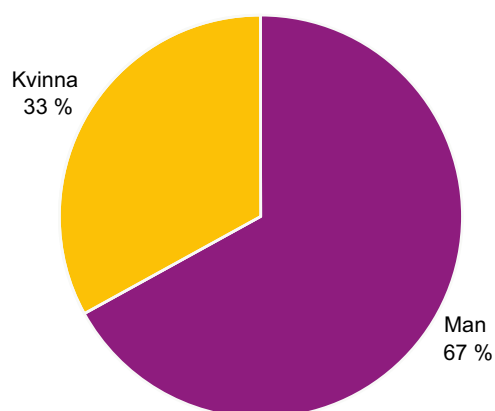
Ja, den frågan får inte något entydigt svar av denna uppföljning, men var och en som aktivt deltagit i mässarbetet må få ha sin egen uppfattning.

Cg Nilsson

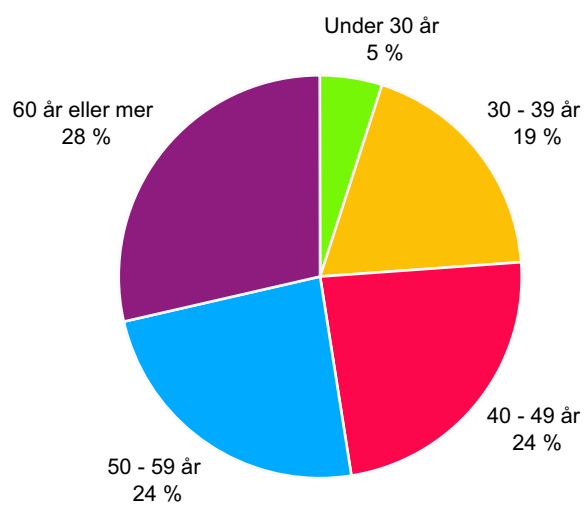
# Rapport från enkätundersökning Leva 2009

Enkätundersökningen pågick vecka 3-4, 2010 via kommunens webbplats.  
Antal svar: 21.

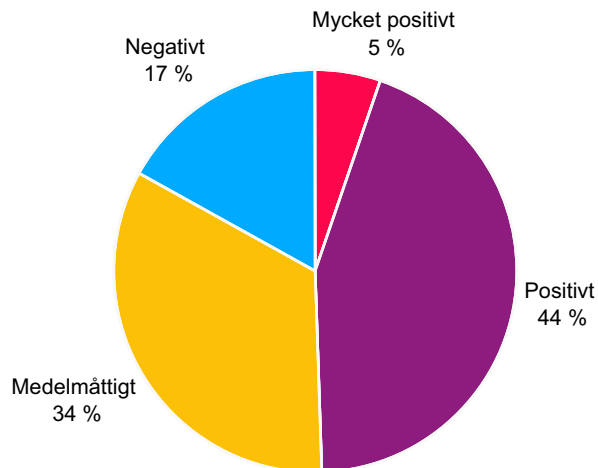
## Är du man eller kvinna?



## Hur gammal är du?



### Vad är ditt samlade intryck av Leva 2009?



### Kommentarer

För utspritt.

Bra reklam för Örkelljunga, men man skulle kanske visat lite vad det finns för utbud inom de olika idrottsföreningarna.

Viktigt att kommunen tar gemensamma och samordnade grepp i aktiviteter och marknadsföring av kommunen och dess näringsliv.

Mässan låg för ocentralt och var utspridd på ett sätt som gjorde det svårt att se alla delar. Omöjligt för icke bilburna att besöka de olika delarna.

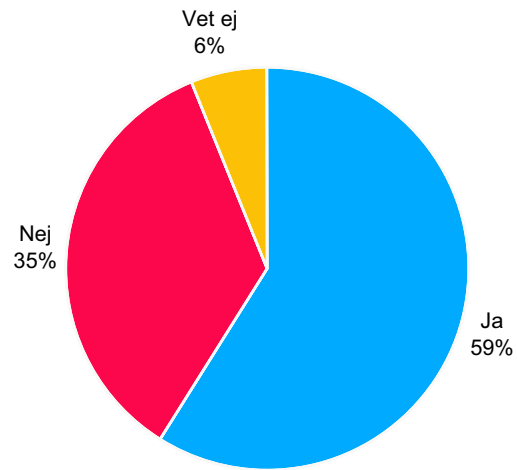
Otur med vädret, i övrigt vad man kunde förvänta.

Futtigt. Ogenomtänkt. Slöseri med skattemedel. Smaklöst. Dålig timing.

Varför hände det inte mer i Skånes Fagerhult?

Mest positiva intryck. Negativa intryck var dålig information för både knallar och besökare om knallestråket. Dålig information kring att talangtävlingen uteblev. Det var svårt att få svar på mailkontakt med projektansvariga. Mycket positivt var LEVA-galan, vilket var ett mycket uppskattat och trevligt arrangemang.

**Tror du att mässan gav Örkeļjunga kommun god publicitet?**



**Skulle du vilja att en liknande mäsса arrangeras på nytt?**

