

# STATUS PÅ SAMARBEJDE MELLEM SVENDBORG KOMMUNE OG SVENDBORG EVENT



# STATUS PÅ SAMARBEJDE

- Effektivt samarbejde mellem SvendborgEvent og Svendborg Kommune har styrket Svendborg som attraktiv destination for turisme og events. Ex:
  - European Maritime Days (EMD)
  - Gran Fondo
  - 20-års jubilæum med SVEND Filmdage
- Ny strategi for Svendborg forventes at optimere samarbejdet og anvendelsen af eventmidlerne yderligere.



# EVENTPULJE

## JUSTERINGER I 2025



# DIFFERENTIERING AF EVENTKATEGORIER

For at maksimere effekten af eventmidlerne foreslås en differentiering af midlerne. Det skal bidrage til:

## 1. Fokuseret ressourceallokering

Såvel finansiering som arbejdstimer prioriteres ift. de forskellige events størrelse.

## 2. Målrettet branding og markedsføring

Hver kategori af events kan have en specifik branding- og markedsføringsstrategi, der er tilpasset deres målgruppe. Større events kan bruges til at skabe bred synlighed og turismeøkonomiske effekter for Svendborg, mens niche og lokale/niche events kan styrke byens image blandt særlige segmenter.

## 3. Langsigtet vækst

Ved at støtte både store og små events kan Svendborg skabe en varieret portefølje af arrangementer, der bidrager til kontinuerlig turisttiltrækning året rundt. Dette skaber en stabil turismeindustri og reducerer afhængigheden af enkeltstående, store events.

### Større strategiske events

Store events med et markant turismepotentiale, såsom sportsbegivenheder, musikfestivaler eller kulturelle events, der tiltrækker nationale og internationale gæster (ex. EMD, Grand Fondo og SVEND Filmdage).

### Lokale/niche Events

Mindre events, der har potentiale til at vokse, men som primært henvender sig til lokale eller regionale besøgende. Dette kunne inkludere tematiske markeder, kunststillinger eller mindre festivaler (ex. Æbleræs).

### Innovative events

Nye og innovative eventidéer, der har potentiale til at skabe opmærksomhed og styrke byens brand (Hobie – ny sejlsportsevent)



# KRITERIER FOR TILDELING

## 1. Turismeøkonomisk effekt

Ansøgere skal i ansøgning levere forventede data, som SvendborgEvent kan bruge til at beregne de turismeøkonomiske effekter for byen. Større krav ved events med tilskud på mere end 50.000 kr. Både i ansøgningsproces og i den efterfølgende afrapportering.

## 2. Brandingværdi

Ansøgningen skal forklare, hvordan eventet bidrager til at styrke Svendborgs brand som turistdestination. Dette inkluderer planlagte markedsføringsstrategier, forventet mediedækning og brug af sociale medier. Igen større krav til ansøgninger over 50.000 kr.

## 3. Bæredygtighed (ny)

Arrangementets bæredygtighed vil blive vurderet. Dette omfatter både miljømæssige og sociale aspekter, såsom affaldshåndtering, CO2-reduktion og inddragelse af lokale aktører.

## 4. Samarbejde med Lokale Aktører (ny)

Det prioriteres, at arrangementer indgår samarbejder med lokale virksomheder, turistaktører og kulturinstitutioner, for at styrke den lokale økonomi og engagementet i byen.

# ANSØGNINGER OG PROCES

## 1. Ansøgningsproces – 2 årlige deadlines

2 faste deadlines, hvor ansøgninger bliver behandlet (ex. november/maj). 80 % af midlerne tildeles på til disse deadlines, mens 20 % af midlerne kan tildeles imellem deadlines, for at sikre en vis agilitet. Alle ansøgere skal udfylde ansøgningsskema, hvor de skal beskrive deres event, de turismeøkonomiske- og brandingmæssige effekter, hvordan de arbejder med bæredygtighed og hvorledes samarbejdet er med de lokale aktører.

## 2. Gennemsigthed og Feedback

Alle ansøgninger vil blive vurderet af bestyrelsen i SvendborgEvent, således at de vurderes af bestående af repræsentanter fra turismeindustrien, erhvervslivet og kommunen. Ansøgere, der ikke modtager støtte, vil få mulighed for at modtage feedback for at forbedre fremtidige ansøgninger.

## 3. Efterevaluering

Efter afholdelsen af arrangementet skal der indsendes en rapport, som redegør for de opnåede resultater, herunder turismeøkonomiske effekter og brandingeffekter. Denne rapport vil være afgørende for fremtidige ansøgninger.



# SPØRGSMÅL OG EVENTUELT

