



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

EVENEMANGS BETYDELSE FÖR EN PLATS

VECKA 6 - EVENEMANG

ERIK LUNDBERG, CENTRUM FÖR TURISM VID GÖTEBORGS UNIVERSITET





Food Tourism



Maritime Tourism



Events and Tourism



Community Development and Tourism



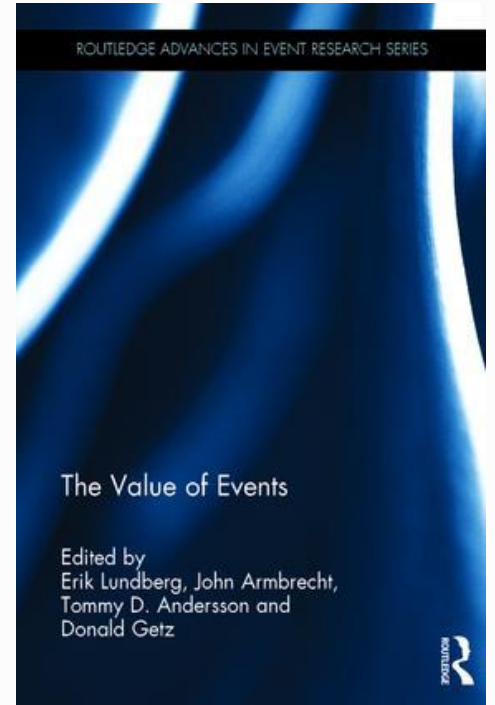
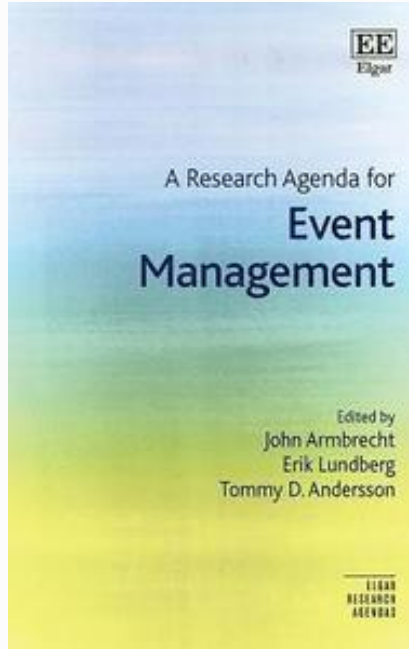
Climate, the environment and Tourism

Centrum för turism

vid Göteborgs universitet

- Forskning
- Utbildning
- Samverkan

www.cft.handels.gu.se



25 minuter forskningsperspektiv på evenemang.

- Vad gör evenemang speciella? (5 min)
- Hur påverkar evenemang platser? (10 min)
- Hur kan evenemang användas strategiskt för platsutveckling? (5 min)
- Frågor och diskussion (5 min)

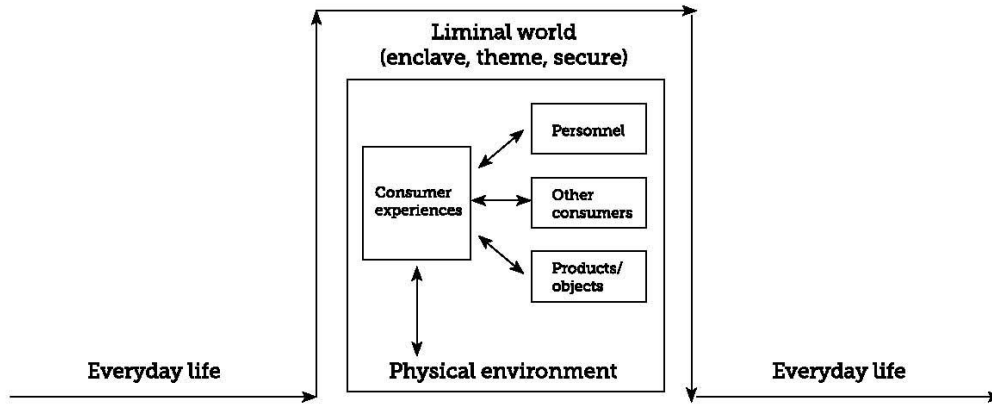


Vad är evenemang?

definitioner

“Planerade evenemang är bundna i tid och rum. Varje evenemang är unik på grund av samspelet mellan inramning, människor och ledning (program, design, tema etc.)”

Donald Getz, Event tourism: Definition, evolution, and research, Tourism Management, Volume 29, Issue 3, June 2008,





Varför evenemang?

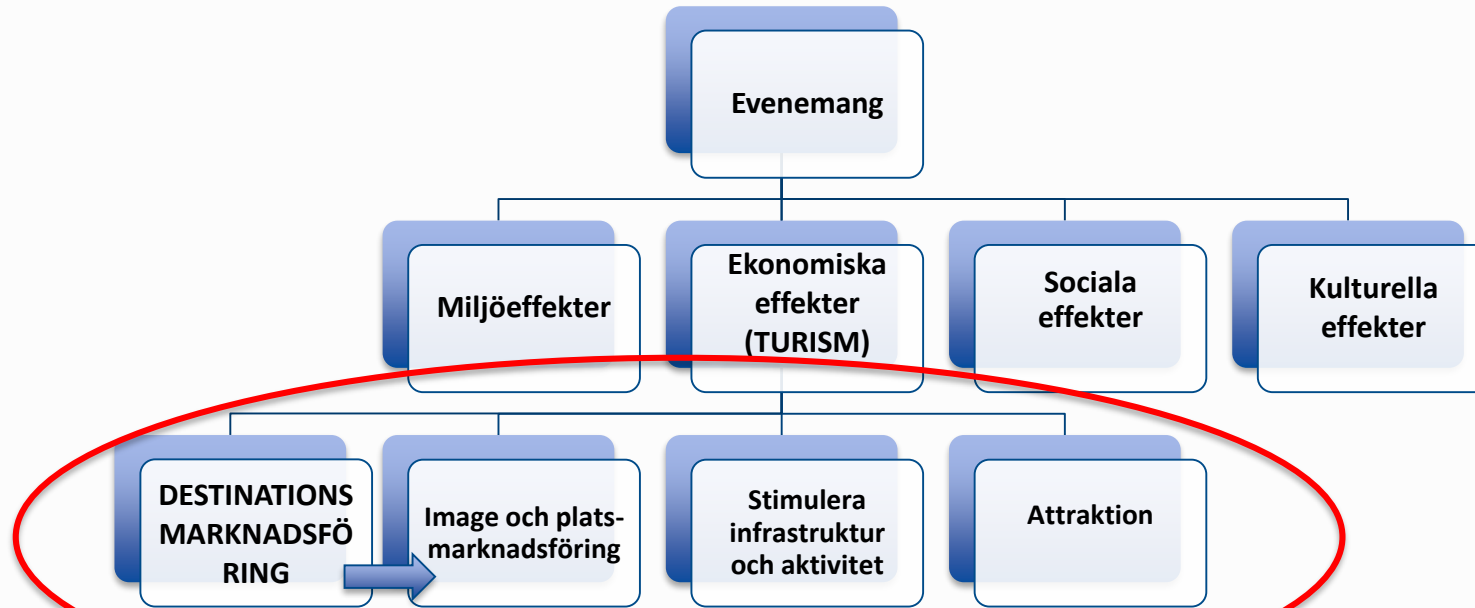
Det traditionella tillväxtperspektivet

- Evenemang som **attraktion**
- Evenemang för att skapa en **image och platsmarknadsföring**
- Evenemang som katalysator för **infrastruktur och aktiviteter**



Varför evenemang? (eller “evenemanget som verktyg”)

(Getz, 2014; Andersson, Larsson, Mossberg, 2009)

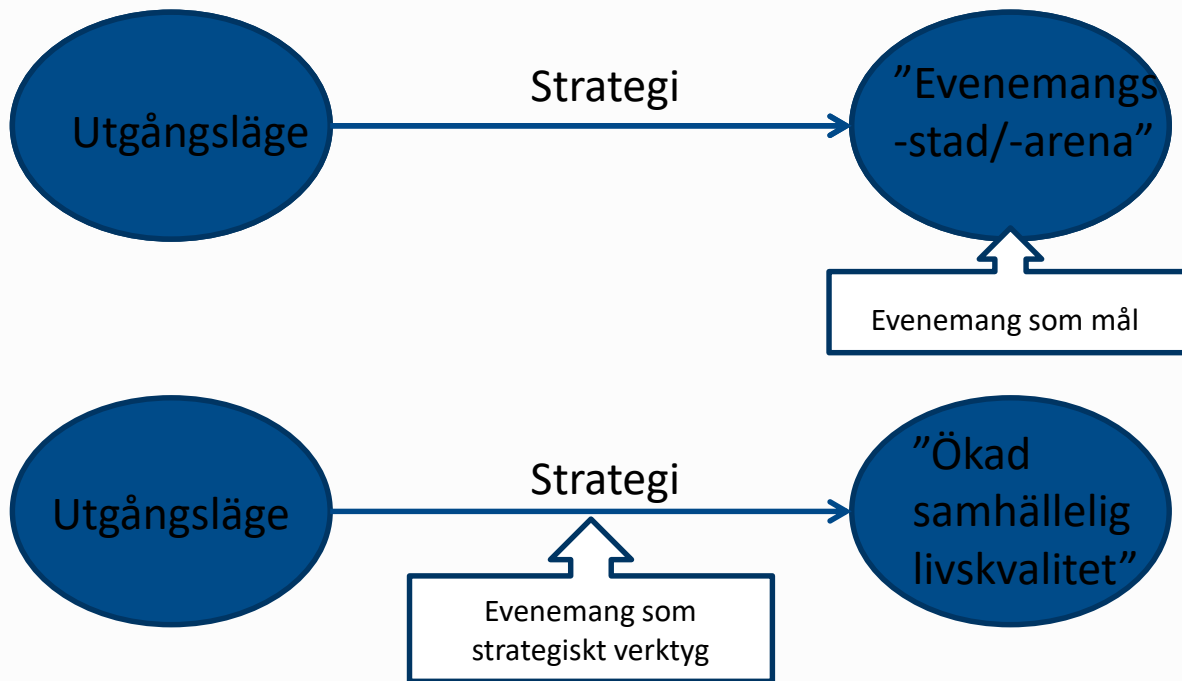


Hur kan vi använda evenemang strategiskt?

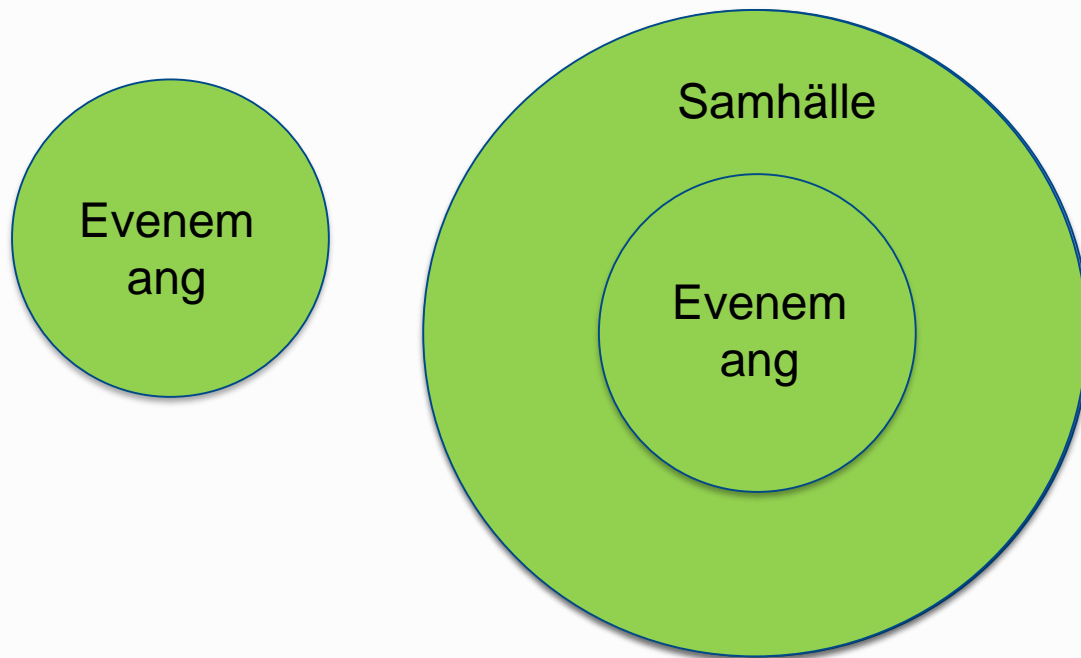
Traditionellt tillväxtperspektiv - Evenemang som mål



Evenemang som mål eller medel?



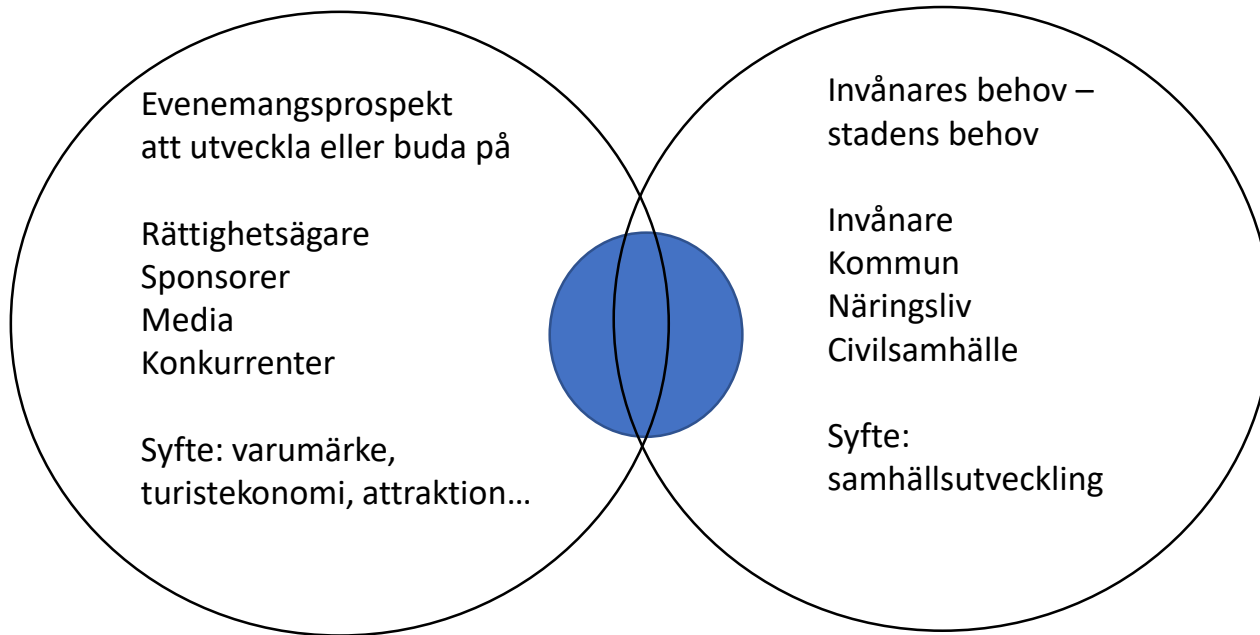
Från management till verktyg för samhällsutveckling



Destinationsutveckling vs Samhällsutmaning

Utåtriktat fokus

Inåtriktat fokus



Bidding; analys av utbudsmarkanden
Konkurrens med andra destinationer

Analys av samhällsbehov; hur kan
evenemang komplettera andra insatser

Exempel på samhällsutmaningar möjliga att adressera via evenemang

- Omställning till mer hållbar konsumtion/minska CO₂-utsläpp
- Idrott- & föreningsliv ska nå fler målgrupper
- Delaktighet och inflytande ska öka
- Fler öppna arrangemang/mötesplatser, socialt kapital och tillit
- Kompetensförsörjning
- Jobbtillväxt/Sysselsättning för grupper långt ifrån arbetsmarknaden
- Attityder till droger
- Hälsöfrämjande arenor och livsmiljöer
- Etc etc

FRÅGOR VIA CHATTEN?



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

erik.lundberg@handels.gu.se

www.cft.handels.gu.se

