



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

EVENEMANG SOM FÖRÄNDRINGSMOTOR – HUR KAN VI PÅVERKA BESÖKARE OCH DELTAGARE I HÅLLBAR RIKTNING?

ERIK LUNDBERG , GÖTEBORGS UNIVERSITET

ERIK LUNDBERG



TOURISM IMPACTS
&
SUSTAINABLE DEVELOPMENT



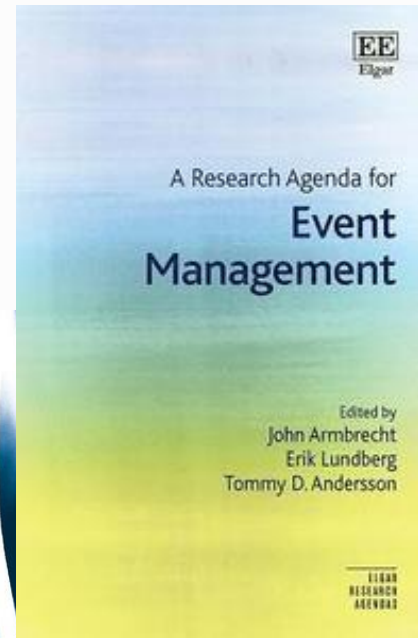
ERIK LUNDBERG



Social Marketing
Through Events

Henrik Jutbring

UNIVERSITY OF GÖTEBORG
FACULTY OF BUSINESS, ENGINEERING AND LAW



Elgar

A Research Agenda for
Event
Management

Edited by
John Armbrecht
Erik Lundberg
Tommy D. Andersson

ELGAR
RESEARCH
AGENDA

The Value of Events

Edited by
Erik Lundberg, John Armbrecht,
Tommy D. Andersson and
Donald Getz

ROUTLEDGE

Event Impact

Edited by
John Armbrecht and Tommy D. Andersson

ROUTLEDGE

Upplevelserummet – en förklaring till evenemangets kraft

“**upplevelser som kontrasterar med vardagen** kan ses som **liminala rum, en “time out of time”**, där det utvecklas kamratskap och **delade upplevelser som** kan bidra till en **omstrukturering av sociala normer**. Detta kan i sin tur förändra beteenden (Turner, 1977).



Varför ska evenemangen bry sig om hållbarhet?

- Större påverkan på samhället
- Extern och intern press på arrangörer
- Mer professionella evenemang (utbildning och erfarenhet)
- Komparativ fördel (eller hygienfaktor?)

(baserat på Arcodia & Dickson, 2009)

Exempel på hållbarhetsmål som evenemang (eller en evenemangsportfölj) kan adressera:

- Mer hållbar konsumtion för att minska CO₂-utsläpp (t.ex. resa till/från evenemang)
- Fler idrottar (spridning, penetrering etc...)
- Evenemanget som mötesplats mellan människor (= ökat socialt kapital och förtroende)
- Kompetensutveckling och anställning, t.ex. för personer som är långt från arbetsmarknaden.
- Förändrade attityder (samhälle, alkoholkonsumtion, etc...)
- Etc etc

Olika verktyg och exempel

- Information (sermon)

- Aktivera “vi:et”
- Erbjud lösning
- Använd förebilder
- Vara ute i tid och påminn
- Affektiv/kognitiv ansats



- Regleringar (stick)

- Acceptans hos målgrupp?
- Informera målgruppen
- Attraktiva alternativ



- Belöning (carrot)

- Attraktiv paketering
- VIP-treatment/erkännande
- Pris



Carrot



Stick



Sermon



Rewards

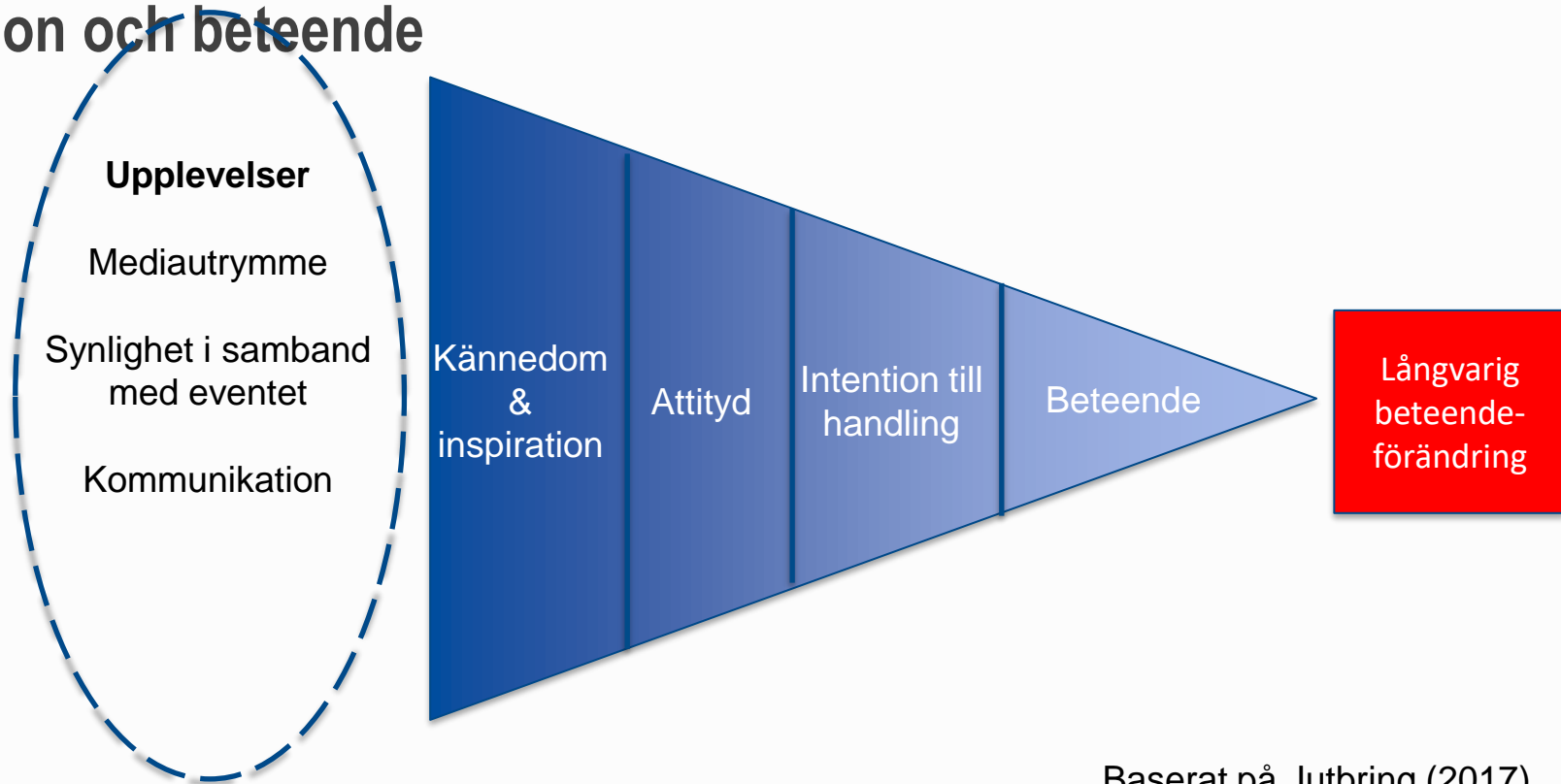


Regulations



Information

Evenemangets påverkan på kännedom/inspiration, attityd, intention och beteende



Baserat på Jutbring (2017)



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

erik.lundberg@handels.gu.se

TACK!

