



Studieplan
Arrangera mera

Svensk
LIVE

Studie 
främjandet

Innehåll

Inledning	sid 3
Vad är en studiecirkel?	sid 4
Några grundregler	sid 4
Tips inför studiecirkeln Arrangera mera	sid 5
DEL 1: FÖRE ARRANGEMANGET	
Träff 1: Idé och organisation	sid 6
Träff 2: Planering och ekonomi	sid 9
Träff 3: Hållbara arrangemang, lokal och bandbokning	sid 11
Träff 4: Marknadsföring	sid 15
Träff 5: Säkerhet, trygghet och bra rutiner	sid 18
DEL 2: UNDER ARRANGEMANGET	
Träff 6: Förberedelser och publikservice	sid 21
DEL 3: EFTER ARRANGEMANGET	
Träff 7: Utvärdering och redovisning	sid 23
Bilaga 1: Ordlista	sid 24
Bilaga 2: Mall för plan för kommunikationskanaler	sid 25
Bilaga 3: Rekommenderat innehåll i säkerhetsplanen	sid 26

Inledning

Tycker ni att det ordnas för få spelningar där ni bor? Då kan ni ta steget och börja arrangera själva! Ni kan få saker att hända genom att fixa egna konserter – eller varför inte en hel festival.

Att arrangera ett musikevenemang kräver planering, resurser och arbete. Men det är också roligt att arrangera. Den här studieplanen riktar sig till er som vill ta ert arrangemang från idé till verklighet.


Studieplanen tar upp saker som är viktiga att tänka på i planeringen, före, under och efter ert arrangemang. Den ger också tips om var ni kan hitta ytterligare information och kunskap.

Studieplanen är framtagen i samarbete med Svensk Live – Unga arrangörsnätverket (SLUA), som arbetar med att organisera, utveckla och förädla framtidens arrangörer. Tillsammans har Studiefremjandet och SLUA tagit fram en arrangörs-wiki, som fungerar som en kunskapsbank för alla som vill arrangera musikevenemang.

Studieplanen är tänkt att vägleda er i processen från idé till arrangemang, genom att ge konkreta tips, checklistor och frågor att diskutera.

Vi ser fram emot era arrangemang!
Lycka till!

Malin Welander
Verksamhetsutvecklare Musik
Studiefremjandet Stockholms län

Studie 
fremjandet

Svensk
LIVE

September 2020

Författare: Malin Welander, Anna Lillkung

Projektledare: Emma Heimersson

Grafisk form: Anna Lillkung

Foto: Mostphotos

Studieplanen är framtagen i samarbete med
Svensk Live – Unga arrangörsnätverket.

Vad är en studiecirkel?

En studiecirkel är en grupp människor som lär sig tillsammans och av varandra. Detta kallas folkbildning och är fritt och frivilligt att delta i. Ni i gruppen bestämmer själva vad och hur ni vill lära er. Att delta i en studiecirkel är roligt och inspirerande. Samla dina vänner eller din förening och kom igång.

Demokrati är viktigt i en studiecirkel och det är något ni skapar tillsammans. Förutsättningen för demokrati är att alla får komma till tals och att alla blir respekterade. Allas erfarenheter och inlägg är värdefulla. Genom att dela kunskap och erfarenhet lär ni av varandra.

Vi på Studieförbundet kan hjälpa er med studiematerial, lokaler, utrustning, utbildning, coachning och mycket mera. Vi har ett stort nätverk och kunskap och erfarenhet inom många områden – framför allt inom våra profilmråden natur, djur, miljö och kultur.

Studiecirklar har funnits i över hundra år och anordnas av de tio studieförbunden. Studieförbunden får ekonomiskt stöd av stat, region och kommun. Vi får stöd för att för att alla över 13 år ska ha möjlighet att, tillsammans med andra, dela och utveckla ny kunskap genom hela livet.

Några grundregler

Det finns vissa grundregler för studiecirklar som är bra att känna till. Reglerna finns för att det är viktigt att kunna se att det ekonomiska stödet som subventionerar folkbildningen går till rätt ändamål.

- **En studiecirkel måste ha minst 3 deltagare som är över 13 år**
- **Studiecirkeln måste ha minst 3 träffar**
- **Varje deltagare måste närvara vid någon av de 3 första träffarna**
- **En studiecirkel måste omfatta minst 9 studietimmar**

I varje studiecirkel utses någon av deltagarna till cirkelledare. Som cirkelledare behöver du inte vara expert i ämnet eller ha svar på alla frågor. Din roll är att leda cirkeln framåt och se till att alla kan framföra sina synpunkter och påverka arbetet. Cirkelledaren är också den som håller kontakten med Studieförbundet.

Som ny cirkelledare får du ett introduktionssamtal då vi bland annat berättar vad Studieförbundet kan hjälpa till med. Du bli också inbjuden till att gratis delta i Studieförbundets ledarutvecklingsprogram.

Tips inför studiecirkeln Arrangera mera

Den här studieplanen riktar sig till er som vill arrangera en konsert, festival eller ett annat musikevenemang. Kanske är det första gången ni arrangerar något tillsammans, eller så har ni hållit på ett tag och vill ta ert arrangörskap till nästa nivå. Oberoende av kan den här studieplanen hjälpa er komma vidare.

Studieplanen går igenom hur ett arrangemang går från idé, via planering och genomförande, till efterarbete och utvärdering. Materialet är uppdelat i tre huvuddelar: **före**, **under** och **efter** arrangemanget. Under varje del finns det förslag på texter att läsa, diskussionsfrågor, övningar och konkreta saker att göra.

En viktig del av Studieförbundet folkbildning är att man lär sig av och med varandra, och att alla är med och påverkar. Ni väljer själva vilka delar ni vill koncentrera er på och vad som är viktigt och relevant för er arrangörsgroup. Anpassa cirkelns längd och innehåll utifrån era behov. Varje träff kan i verkligheten bestå av flera träffar. Att genomföra ett arrangemang kräver tid och arbete. Räkna med att ni behöver arbeta självständigt eller i mindre arbetsgrupper mellan träffarna.

Studiecirkeln ger er möjlighet att fördjupa er i arrangörskap, diskutera olika delar av ert arrangemang och skapa planer och strategier för genomförandet. Dessa träffar kommer inte räcka för att ni ska hinna planera och genomföra ett helt arrangemang, men den ger er en bra grund att jobba vidare från!

Litteratur

Studieplanen utgår främst från Svensk Live – Unga arrangörnätverkets Wiki: <http://www.svensklive.se/wiki/>. I studieplanen benämns den som "Wikin". Det kan vara bra att läsa igenom Wikin, eller relevanta avsnitt, på egen hand mellan era cirkelträffar.

Studieplanen hänvisar också vid flera tillfällen till MAIS Arrangörshandbok, som ni hittar här: <http://www.arrangorshandboken.se/>, samt till ett flertal andra källor.

Tips inför första träffen

Kom överens om spelregler. För att skapa ett bra klimat i cirkeln bör ni prata igenom gruppens spelregler på första träffen. Be alla fundera enskilt kring frågan: "Det här behöver jag för att må bra i en grupp". Be deltagarna skriva ner sina tre viktigaste punkter på post-its. Samla in lapparna, gruppera dem efter ämne och sätt upp på tavlan. Sammanställ de olika behoven på tavlan/i ett blädderblock i punktform.

Diskutera om dessa punkter kan fungera som förhållningsätt för hur ni ska behandla varandra i cirkeln. Ibland behövs omformulering/förtydligande av någon punkt, eller att nya punkter läggs till. Det är viktigt att alla i gruppen får komma till tals och att alla deltagares tankar lyssnas på (eller skrivs upp).

Diskutera hur cirkeln ska fungera rent praktiskt.

Hur ofta ska ni träffas? Vem ansvarar för lokalen, övningar, material mm? Den som är cirkelledare har ofta ett ansvar, men det innebär inte att hen ska fixa allt. Ni har ett gemensamt ansvar för studiecirkeln.

Under första träffen är det också bra om ni går igenom cirkelns upplägg och bestämmer om ni vill ändra något.

Arbete mellan träffarna. Ibland kan deltagarna (enskilt eller i grupp) behöva förbereda uppgifter eller söka efter information inför nästa träff, t.ex. göra utkast på budget eller ta fram exempel på projektplaner. Prata igenom i gruppen vem som gör vad inför kommande träff och hur förväntningarna ser ut.

Träff 1: Idé och organisation

Alla arrangemang, stora som små, börjar med en idé. Ni som arrangörer gör idén till verklighet genom att jobba mot ett gemensamt mål – att arrangemanget ska bli så bra som möjligt. Ni är ”spindeln i nätet” och runt er finns det andra aktörer som bidrar till att ett evenemang blir lyckat, t.ex. artister, bidragsgivare, volontärer, samarbetspartners och publik.

Under den första träffen kommer ni gå igenom:

- Från idé till plan (uppstartsfrågor)
- Projektplaner/-beskrivningar
- Olika ansvarsområden
- Ideell förening som möjlighet till organisering

Presentationsrunda

Börja studiecirkeln med att alla får presentera sig för varandra. Sitt gärna i en ring så att alla ser varandra. Presentera er t.ex. med namn och vad ni har för förväntningar på studiecirkeln. Lägg gärna till en bonusfråga, t.ex. ”Berätta om en bra konsertupplevelse” eller ”Berätta om ett arrangemang du skulle vilja arrangera”.

Tips! Om deltagarna i cirkeln inte känner varandra sedan innan är det extra viktigt med presentationsrundan. Låt den ta tid!

Från idé till plan

För att ett arrangemang ska vara möjligt att genomföra behöver idén vara tydlig: Handlar det om en liten caféspelning eller en stor festival med flera scener? Är det era kompisars band som ska spela eller kommer ni boka artister från ett bokningsbolag? Ska ni sköta allt på egen hand eller kommer ni ha volontärer/personal på plats? Ni behöver ha en gemensam bild av vad ni ska arrangera för att kunna göra en plan.

Övning 1: Uppstartsfrågor

Detta är en övning för att komma igång och reflektera över frågorna VAD vill ni göra, VEM är det som vill göra det, VILKA ska komma och VARFÖR vill ni göra det?

Diskutera varje fråga och skriv ner svaren. Om ni är många kan ni dela upp er i mindre grupper. Sammanställ gruppens gemensamma svar på tavla/i blädderblock så att alla ser vad ni kommit fram till.

VAD vill ni göra?

- Vilken typ av evenemang är det ni planerar? Stort/litet? Specifik genre? Speciellt band? Enstaka konsert eller återkommande?
- Vad är viktigt för er att ha med?
- Skriv en kort sammanfattning av arrangemanget ni vill skapa.

VEM vill göra det?

- Vilka är ni som vill arrangera evenemanget? Har ni arrangerat något förut? Erfarenhet från liknade projekt? Gör ni det på egen hand eller finns det personer/grupper/föreningar/organisationer som ni kan samarbeta med?

VILKA ska komma?

- Vilken publik/målgrupp riktar sig arrangemanget till?
- Vilka är deras intressen och behov?
- Vad har de för förväntningar/förhoppningar på ett riktigt bra musikevent?

VARFÖR vill ni göra det?

- Vad är arrangemangets syfte och mål?
- Vad bidrar arrangemanget med som inte finns i dag (t.ex. i er kommun)?

Att läsa: [Målbild i Wikin](#).

Diskutera:

- Har ni en gemensam bild av vad ni vill göra för ett arrangemang? Försök att beskriva målbilden så tydligt som möjligt och dokumentera gärna!

Projektplan/-beskrivning

Genom att besvara uppstartsfrågorna har ni en grund till er projektplan. En projektplan (projektbeskrivning) är precis vad det låter som – en beskrivning av ert projekt eller arrangemang. Det är ett sätt att kommunicera er idé och vision internt och externt, t.ex. till finansierare, samarbetspartners och media.

Ni har gemensamt börjat formulera mål och visioner för arrangemanget och övat på att få ner detta i text. Spara anteckningarna från övningen så att ni kan använda dem i ert arbete med er projektplan.

Övning 2: Projektplaner

Kolla tillsammans igenom olika exempel på projektplaner. Ni kan söka på nätet hur andra har gjort. Använd sedan en befintlig projektplan som mall eller utforma en egen!

Exempel:

<http://www.arrangorshandboken.se/innan/projektbeskrivning/>

<https://forening.se/verka-i-forening/projekt/projektbeskrivning/>

ATT GÖRA: Tidplan

För att undvika stress och att saker faller mellan stolarna är det bra att ha en tydlig tidplan för arbetet. Gör en egen tidplan utifrån [tipsen i MAIS arrangörshandbok](#).

Utgå från arrangemangets datum och fyll i allt ni kommer på fram tills dagen då ni sitter och planerar. Ställ frågor som ”när vill vi börja sprida ordet om arrangemanget”, vilket sätter datum för när t.ex. affischer och tryckmaterial ska vara klart. Ta sedan reda på när materialet då måste skickas till tryck så får ni ännu mer detaljerad tidsplanering.

Plötsligt har ni flera deadlines att utgå från, vilket underlättar arbetet framåt. I tidplanen finns då t.ex. datum för när artisterna ska vara färdigbokade och när affischer skickas till tryck, osv.



Tips! När ni planerar ert arrangemang är det bra att formulera uppdrag och mål som är SMARTA:

- Specifika (avgränsade uppdrag som är tydliga för alla)
- Mätbara (del- och slutmål så att ni vet när ni är klara)
- Accepterade (uppdraget är förankrat hos alla parter)
- Realistiska (ingen blir glad av misslyckanden)
- Tidsbegränsade (tydliga deadlines så att saken inte rinner ut i sanden)
- Attraktiva (uppdraget är roligt, lustfyllt och en merit)

Olika ansvarsområden

Ett arrangemang har många olika faser: planering, genomförande och uppföljning. I alla faser behöver ni som arrangörer ha koll på att arbetet rullar på och att uppgifter utförs som de ska. Bokningar, säkerhet, tillstånd, teknik... listan kan bli lång över olika saker att ha koll på. Att ha en tydlig ansvarsfördelning kring vem som gör vad i er arrangörsgrupp underlättar arbetet.

Att läsa: [Eventorganisation](#) och [Ansvarsposter](#) i Wikin.

ATT GÖRA: Fördela ansvarsområden

För att etablera en organisation som passar för ert specifika arrangemang kan ni utgå från era svar på följande frågor. Anteckna och sammanställ svaren i blädderblock/på en Whiteboard så att hela gruppen kan läsa och lägga till innehåll tillsammans.

1. Vad består arrangemanget av? Vilka delar innehåller det och hur ska det se ut? Tydliggör i grova drag det som ska ske och därmed göras i arrangemanget.
2. Vilka olika ansvarsområden finns det i arrangemanget? Tydliggör dessa. Konkretisera vilket ansvar, inklusive uppgifter, som hör samman med respektive område. Vem ska ha ansvar för olika delar av arrangemanget? T.ex. någon an-

svarar för bokning, någon säkerhet och någon för dokumentation.

3. Finns det delar av arrangemanget som hör ihop naturligt? Om det finns kan de samlas under ett ansvarsområde, t.ex. publikservice.

Diskutera:

- Hur planerar ni att organisera de olika ansvarsgrupperna i ert arrangemang?
- Hur ska dessa grupper kommunicera internt och sinsemellan?
- Vem rapporterar grupperna till? Bör arrangemanget t.ex. ha en övergripande styrgrupp som har helhetsbilden och som övervakar hur det går för de olika arbetsgrupperna?

Förening eller arrangörsgrupp?

Det kan vara bra att tänka på hur ni organiserar er och presenterar er som grupp. Samarbetspartners, artister och bidragsgivare (m.fl.) vill veta vem de samarbetar med. Om ni vill fortsätta arrangera tillsammans kan det vara bra att starta en ideell förening. Studieförbundet kan bl.a. hjälpa er att starta en ideell förening och erbjuder kurser i föreningskunskap. Svensk Live - Unga arrangörsnätverket (SLUA) kan också bidra med utbildningar och tillgång till olika nätverk för arrangörsföreningar.

Att läsa: [Organisation](#) och [Organisationsform](#) i Wikin.

Diskutera:

- Hur vill ni organisera er som grupp? Vad finns det för för- och nackdelar med att starta en förening?

Att göra under eller efter träff 1:

- Ett utkast på en projektplan för ert arrangemang
- En tidplan/tidslinje för arrangemanget
- En fördelning av ansvarsposter/-områden i er arrangörsgrupp.

Träff 2: Planering och ekonomi

Noggrann planering av hur ert projekt ska fortlöpa och hur ni ska finansiera ert arrangemang är viktigt att göra och prioritera tidigt. Den andra träffen fokuserar därför på ekonomi och budget.

Under den andra träffen kommer ni gå igenom:

- Projektplan och tidsplanering (komplettering)
- Budget och finansiering (hur kan ni söka om stöd)
- Projektansökningar

Projektplan och tidsplanering

Gå igenom utkastet på er projektplan och er tidsplanering som ni sammanställde under första träffen. Projektplanen kommer behöva uppdateras löpande allt eftersom detaljerna i arrangemanget blir tydligare.

Diskutera:

- Vill ni lägga till eller ändra något?
- Vem/vilka ansvarar för att renskriva projektplanen och uppdatera den under projektets gång? Ni kan med fördel "baka in" tidplanen och ansvarsfördelningen i projektplanen för att ha allt på ett ställe.

Budget och finansiering

En genomarbetad budget är viktig för att få koll på och kontroll över ekonomin för ert arrangemang. Ni behöver ha en god uppfattning om vilka kostnader och intäkter ni ska räkna med. Det kan vara svårt att på förhand veta hur många biljetter ni kommer sälja eller hur mycket ekonomiskt stöd ni kommer att få in. Därför är det viktigt att använda budgeten som ett verktyg när ni planerar arrangemangets ekonomi.

Att läsa: [Budget](#) i Wikin och [avsnittet om budget](#) i MAIS Arrangörshandbok.

Diskutera:

- Vilka kostnader kommer ni ha för ert arrangemang?
- Vilka intäkter räknar ni med?

- I MAIS arrangörshandsbok står det om begreppet "I värsta fall"-budget. Vad skulle en "i värsta fall-budget" innebära för ert arrangemang? Vilka delar av arrangemanget kan genomföras med en mindre budget?

Det finns många olika typer av finansiering av evenemang. Några av de vanligaste är biljettförsäljning, merförsäljning (t.ex. mat och dryck), kulturstöd/bidrag och sponsring.

Att läsa: [Finansiering](#) i Wikin och [Finansiering](#) i MAIS Arrangörshandbok.

Diskutera:

- Hur planerar ni att finansiera ert arrangemang?
- Finns det sätt att finansiera arrangemanget som ni inte tänkt på, t.ex. genom att söka ekonomiskt stöd/kulturbidrag eller jobba med sponsring?
- Kan ni minska era kostnader genom att få andra stöd än pengar?

Tips! Ideella föreningar som är medlemmar i SLUA kan ansöka om [öronmärkta projektstöd](#).



ATT GÖRA: Ekonomisk plan och budget

Undersök om ert arrangemang har rätt att söka ekonomiskt stöd från t.ex. kommun, landsting, stiftelser eller fonder. Sammanställ en lista över potentiella bidragsgivare.

- Skriv ner vilka deadlines och handläggningstider som gäller för stöden ni vill söka.
- Bestäm vem som ansvarar för ansökningarna

MAIS arrangörshandbok redovisar två olika sätt att ställa upp budgetar: [planerad budget och för-
enklad budget](#).

- Gör en planerad budget för ert arrangemang.

Projektansökningar

Att ansöka om ekonomiskt stöd innebär oftast att ni behöver göra projektansökningar (som nämnt ovan). Olika bidragsgivare kan ställa olika krav på vilken typ av ansökan de vill få in och vilka frågor ni ska besvara, och många kommuner har t.ex. egna digitala ansökningsverktyg.

Grunden för en projektansökan är ofta en beskrivning av det planerade arrangemanget, där ni tydligt sammanfattar arrangemanget/projektet ni vill genomföra.

Förbered svar på frågor som: Vilket programinnehåll planerar ni att ha, vilken är er målgrupp, hur ska ni marknadsföra arrangemanget och med vilka resurser ska ni genomföra arrangemanget? I ansökan skickar ni även med er budget för arrangemanget.

Diskutera:

- Vilka stöd är aktuella att söka för ert arrangemang?
- Vad behöver respektive ansökan innehålla?
- Hur och när ska ansökan skickas in? Av vem?

Vissa bidrag har speciella ansökningsperioder som ni behöver vara uppmärksamma på. Andra bidragsgivare kan ha specifika kriterier, t.ex. att ert arrangemang riktar sig till en viss målgrupp eller äger rum i en viss kommun. Gör därför en kartläggning kring vilka stöd ni kan söka och när ansökningsdatumerna är för dessa.

Tips! Utgå från rubrikerna i er projektplan när ni utformar er projektansökan. Förmedla er målbild tydligt.

Att göra under eller efter Träff 2:

- Renskrivning av projektplan
- Ekonomisk plan och planerad budget
- Projektansökningar



Träff 3: Hållbara arrangemang, lokal och bandbokning

Den tredje träffen fokuserar dels på hur ni bokar lokal och band, dels på hur ni skapar hållbara, inkluderande och normkritiska arrangemang. Den här träffen kan med fördel delas upp i två träffar.

Under den tredje träffen kommer ni gå igenom:

- Hållbara arrangemang (vad det innebär)
- Bokning av lokal och tillgänglighet
- Bokning av band och inkludering
- Kontakt med band och samarbetspartners

Hållbara arrangemang

Ett hållbart arrangemang tar hänsyn till både den sociala och den miljömässiga hållbarheten.

Att läsa: [Hållbarhet \(med underkategorier\)](#) i Wikin.

Miljömässig hållbarhet handlar om att minska påverkan på klimatet och miljön. Ni som arrangörer kan uppnå detta genom medvetna och aktiva val. Exempel på konkreta handlingar som minskar er miljöpåverkan är att låna/hyra utrustning istället för att köpa nytt, och att undvika engångsartiklar, som plastbestick.

Tips! Flera kommuner har checklistor och riktlinjer för hållbara arrangemang online. Stockholm stad har t.ex. [Guiden för hållbara evenemang](#) som ger konkreta tips.

Social hållbarhet handlar om att människorna som är delaktiga i arrangemanget ska må bra – såväl arrangörer som publik och artister. Om alla har kul och känner sig trygga och respekterade, kommer de tillsammans skapa en bättre stämning.

Den psykosociala arbetsmiljön är en viktig pusselbit i den sociala hållbarheten. Det är viktigt att ni fördelar arbetsuppgifter på ett rättvist sätt mellan er i arrangörgruppen, för att slippa att arrangörskompisar blir överbelastade eller i värsta fall utmattade.

Övning 1: Miljömässig hållbarhet

Hur kan ert arrangemang bli miljömässigt hållbart? Diskutera utifrån de listade områdena och sammanställ era idéer under varje rubrik, så har ni början på er plan för miljömässig hållbarhet:

- Platsen för arrangemanget
- Marknadsföring
- Transporter
- Teknik/utrustning
- Mat och dryck
- Avfallshantering

Platsen för ert arrangemang

En viktig del i ett lyckat arrangemang är att hitta rätt plats att arrangera på – en lokal eller ett område utomhus av rätt storlek som er publik vill komma till och som passar er budget.

Att läsa: [Plats \(med underkategorier\)](#), [Tillgänglighet](#) och [Tillstånd](#) i Wikin.

Diskutera:

- Vilken typ av lokal/plats passar ert arrangemang? Hur stor måste lokalen vara? Kom gärna med konkreta förslag på ställen!
- Vilka för- och nackdelar finns med olika typer av lokaler som ni känner till? Diskutera gärna utifrån begreppen i Wikin: lokalens kapacitet, logistik, teknik och omkostnader.
- Hur viktigt är lokalens geografiska läge? Ska det finnas tillgång till kollektivtrafik/parkering etc?
- Hur påverkar valet av lokal er budget?

Att tänka på när ni väljer lokal:

Om ni väljer en lokal där det brukar arrangeras livemusik finns ofta rutiner och viss utrustning på plats. Om ni väljer en tom lokal eller gör ett event utomhus ska ni räkna med att logistik och områdesplanering kräver

mer tid. Om det inte finns teknik på plats eller om platsen behövs byggas från grunden, kanske även scenen, behöver teknik hyras in. Tänk därför alltid på följande:

- Finns det befintlig utrustning i den lokal ni planerar att arrangera i (t.ex. PA-system, scen, sittplatser)?
- Finns det tillgång till service på platsen där ni vill arrangera, t.ex. personal, tekniker, servering?
- Finns det tillgång till el, toaletter, vatten, kök, sophantering/avfallshantering?
- Hur ser den fysiska tillgängligheten ut i lokalen (läs mer om detta i nästa stycke)?

OBS! Om ni är osäkra på vilken teknisk utrustning som behövs för just ert arrangemang kan ni ta upp saken och bolla idéer med er kontakt på Studieförbundet.

Tillgänglighet

När ni väljer lokal är det bra att tänka på tillgänglighet. Hur kan en ordna arrangemang som är tillgängliga för personer som t.ex. har svårt att röra sig/se/höra, och/eller bearbeta/tolka/förmedla information?

Läs gärna: [Arrangera tillgängligt for dummies](#) (handbok med tips för ökad tillgänglighet på arrangemang).

Handboken pratar om två olika sorts tillgänglighet:

- **Fysisk tillgänglighet** – att alla besökare oavsett funktionsvariation kan ta sig in på eventet, vistas på tillåtna platser och utöva alla aktiviteter på plats.
- **Social tillgänglighet** – att alla besökare känner sig välkomnade och fria att vara som de är. Alla har samma rättigheter och betjänas med samma respekt.

Diskutera:

- Hur ska den fysiska tillgängligheten se ut för ert event? Vad behöver ni göra för att öka tillgängligheten? Vad kan göras och vad kan inte göras på grund av lagar, regler, ekonomi m.m.?
- Hur kan ni som arrangörer öka den sociala tillgängligheten vid era event? Vad ska ni tänka på?

Övning 2: Checklista för tillgänglighet

Här är en kort tillgänglighetschecklista för arrangörer som ni kan resonera kring när ni väljer lokal:

- Går det att komma in på eventet oavsett funktionsvariation? Går det att komma ut från eventet när som helst eller vid nödfall?
- Går det att som besökare ta fullständig del av, uppleva hela programmet på eventet?
- Finns det tillgänglig toalett?
- Kan alla köpa mat/dryck?

Tillstånd

Beroende på vad, var och hur ni arrangerar kan ni behöva söka tillstånd för arrangemanget. Det krävs t.ex. tillstånd för att arrangera på offentlig plats, och speciella tillstånd om ni vill sälja mat och/eller alkohol.

Olika tillstånd söks hos olika instanser, t.ex. hos polisen och livsmedelsverket. Kolla noga upp vilka tillstånd som krävs för ert arrangemang och var dessa söks. Det kan variera från kommun till kommun. Tänk på att ansöka om tillstånd i god tid. Ofta behöver ansökan komma in minst sex veckor innan arrangemanget sker. En del ansökningar kräver även att ni bifogar dokument så som säkerhetsplan (se Träff 5).

ATT GÖRA: Lokal och tillstånd

- Ta in offerter på olika lokaler och besök/utvärdera relevanta platser. Vad finns i form av service och utrustning i de olika lokalerna?
- Gör en plan för bokning av lokal. Vem ansvarar för detta och när ska lokalen vara bokad?
- Behöver ni ansöka om olika tillstånd för ert arrangemang? När? Vem ansvarar?

Bokning av band/artister och inkludering

När ni bokar artister/band till ert arrangemang finns det flera saker att tänka på, t.ex. arrangemangets profil, budget och en analys av vad er publik vill gå och

lyssna på. Här kan ni även fundera över hur ni skapar ett inkluderande och normkritiskt arrangemang.

Att läsa: [Bokning & Artister](#) och [Avtal med artist](#) i Wikin. Om [Bokning](#) i MAIS Arrangörshandbok.

Diskutera:

- Vilken är målgruppen/målgrupperna för ert arrangemang? Vilken typ av artister/band vill de se live?
- Vilka genrer passar profilen för ert arrangemang?

Övning 1: Vilka är era artister?

Brainstorma kring artister/band som ni skulle vilja boka till ert arrangemang. Skriv upp i blädderblock/på whiteboard.

Ni kan göra en snabb prioritering av akterna genom att alla får rösta på t.ex. tre akter genom att sätta en prick vid aktens namn.

Inkludering och normkritiska arrangemang

I arbetet med social hållbarhet ingår att göra medvetna val gällande jämlikhet, jämställdhet och tillgänglighet. Hur skapar vi en musikscen som är jämställd och jämlik? Hur kan ni tänka när ni arrangerar och bokar?

Att läsa: [Normkritisk checklista av nätverket 50/50](#) (tips för att planera ett jämställt/jämlikt arrangemang).

Att arrangera jämställt och med ett normkritiskt förhållningssätt handlar inte endast om vilka artister ni bokar, utan också om saker som:

- Vem får bästa scentiden?
- Vem får spela på största scenen?
- Vem får högst gage?
- Vem syns mest i marknadsföringen?
- Vem DJ:ar?
- Vem jobbar som tekniker?
- Vilka jobbar bakom scenen och med vad?

Diskutera:

- Hur arbetar ni med jämställdhet och jämlikhet kring ert arrangemang?
- Har ni en plan för mångfald och inkludering när ni arrangerar? Hur påverkar det följande: Vilka band/artister ni bokar? Er publik och dess upplevelse? Er arrangörsgrupp?
- Hur pratar och skriver ni med varandra och de personer ni anlitar och engagerar?

Hur bokar man band/artister? När ni har en plan för hur ert arrangemang ska se ut och vilken känsla ni vill förmedla kan ni börja fundera på den frågan. Det finns två vanliga sätt för hur akter bokas till en spelning, endera genom att prata direkt med artisten eller genom att boka via artistens bokningsbolag.

Diskutera (och skriv gärna ner svaren):

- Vad är viktigt att tänka på innan ni bokar en artist?
- Vem i arrangörsgruppen har mandat att boka artister?
- Vilket ansvar har ni som arrangörer gentemot artisten, t.ex. vad gäller gage, resor, boende, teknik?



- Vad är viktigt att få med i ett avtal med en artist?
- Vad bör ni tänka på när ni förhandlar gage med artisten/bandet?
- Finns det andra arrangörer, t.ex. i städer i närheten, som ni kan inleda bokningssamarbeten med?

Kom ihåg! Skriv alltid avtal med artister som ska uppträda. I MAIS arrangörshandbok finns [ett bra avsnitt om ansvar gentemot artisten](#), och där finns även exempel på kontraktmallar.

ATT GÖRA: Plan inför bokning

- Undersök vilka artister/band som är möjliga att boka till ert arrangemang. Hur ska dessa bokas?
- Undersök om det finns andra arrangörer som ni kan göra bokningssamarbeten med.
- Bestäm vem/vilka som ansvarar för bokning av akter samt när akterna ska vara bokade.

Kontakt med band och samarbetspartners

När ni bokat lokal och band/artister kan ni börja fundera på allt annat praktiskt inför arrangemanget, t.ex. om ni ska sälja biljetter till er spelning och hur det i så fall ska gå till.

Gå igenom och diskutera:

- Är alla avtal på plats angående lokal och band?
- Hur är läget med volontärer och personal som behövs innan och under arrangemanget? Vem ansvarar för att anställa extra personal som behövs?
- Var, när och hur säljer ni biljetter? Online i förväg eller på plats vid entrén innan evenemanget?
- Vad behöver ni göra på förhand gällande biljettförsäljningen? Vem ansvarar för det?

Efter att ha bokat era artister behöver ni också vara i kontakt med dem i god tid innan arrangemanget för

att stämma av inför spelningen. Artisten behöver få information om arrangemanget och ni behöver få information om behov och önskemål kring spelningen.

ATT GÖRA: Skicka ut informationsbrev

I avsnittet [Att ta hand om artisten](#) i MAIS arrangörshandbok finns en mall för ett informationsbrev som kan skickas ut till artister före arrangemanget. Den innehåller information om tider, boende, vilken teknik som kommer finnas på plats och kontaktuppgifter till arrangörer och tekniker. Använd mallen för att göra ett informationsbrev till era band och artister.

Rider

Artisterna skickar vanligtvis en rider till arrangören (läs om [rider i Wikin](#)). Ridern är egentligen två dokument:

- 1. Teknisk rider:** beskriver vilken teknik som artisten behöver för att kunna genomföra konserten. Här är det viktigt att ni som arrangörer har en tydlig kommunikation med artisten. Finns all utrustning hen önskar på plats? Behöver ni hyra in något eller kan artisten ta med utrustning själv? Stäm av i god tid innan arrangemanget.
- 2. Hospitality rider:** beskriver sådant som artisten vill att finns på plats vid spelningen eller i logen, t.ex. önskemål kring mat och dryck, eller möblering i logen.

Tips! I bilaga 1 (s.24) finns en lista med ord som är bra att ha koll på när man har kontakt med banden.

Att göra under eller efter träff 3:

- Plan för hållbarhet och tillgänglighet
- Boka lokal
- Boka band/artister, teknik och personal
- Skicka informationsbrev till band/artister

Träff 4: Marknadsföring

Marknadsföring och kommunikation är A och O när en vill nå ut till och locka en publik. Marknadsföring är ett omfattande koncept som innefattar allt från varumärkesprofilering till annonsering (digital och analog) och presskontakter.

Under den fjärde träffen kommer ni gå igenom:

- Målgrupper och varumärke
- Kommunikationskanaler och marknadsföring
- Nätverkande och kontakter

Målgrupper och varumärke

Det är stor skillnad på om man enbart ska arrangera enstaka konserter eller om man bygger upp ett eget varumärke, endera för att marknadsföra t.ex. en festival eller själva arrangörgruppen/-föreningen. Det kan oberoende av vara bra att fundera på målgrupper och varumärke, men ni får anpassa nivån utifrån där er arrangörsgroup står. Om ni endast tänker marknadsföra ett arrangemang behöver ni inte lägga tid på att utforma ert varumärke – det kan ni vid behov göra senare.

Att läsa: [Varumärke](#) och [Målgruppsanalys](#) i Wikin.

Diskutera:

- Ska ni marknadsföra en eller flera, separata konserter? En konsertserie, festival eller kanske er själva som arrangörer? Hur påverkar detta ert marknadsföringsarbete?
- Hur kan ni skapa intresse kring ett evenemang och nå en publik på ett strategiskt sätt?
- Vilka marknadsföringskampanjer bland arrangörer tycker ni har varit bra och varför? Vilka festivaler/arrangörer tycker ni har snygga loggor/affischer/sidor på sociala medier?

Övning 1: Målgrupper och målgruppsanalys

Under träff 3 pratade ni om målgrupperna för ert event. Sammanställ nu dessa i en lista och gör en prioriteringslista bland målgrupperna. Diskutera frågorna nedan och skriv ner era svar/tankar:

- Vad vet ni om målgrupperna? Behöver ni ta reda på mer om dem?
- Vad är målgruppernas önskemål, behov och drivkrafter?
- Hur når ni era målgrupper på bästa sätt? Vilka kommunikationskanaler använder målgruppen/målgrupperna?

Om varumärke (fördjupning)

Ett varumärke är kort sagt de associationer som väcks när man hör ett ord/namn eller ser en logotyp, t.ex. de associationer som väcks hos er när ni hör "Studieförbundet" eller en festivals namn.

Att läsa: [10 tips om varumärkesplattformen](#) i Westanders PR-handbok.

Diskutera:

- Hur kan ni arbeta med ert varumärke? Vilka beståndsdelar borde det innehålla (vision, logotyp, tagline etc)?
- Vad ska ert varumärke signalera/inte signalera?
- Fundera på grafisk profilering i form av logotyp, visuellt uttryck och bildspråk. Vilka delar känns viktiga/inte viktiga? Hur ska ni gå tillväga praktiskt för att skapa grafisk profilering?
- **Relaterad övning:** Gör en varumärkesplattform utifrån Westanders 10 tips (gå igenom alla delar eller välj ut några).

Kommunikationskanaler och marknadsföring

Det är viktigt att bestämma vilka kommunikationskanaler ni vill använda och hur. Här finns olika alternativ. Vanliga kommunikationskanaler för arrangörer är t.ex. fysisk annonsering och affischreklam, sociala medier, press och webbsidor. Bäst resultat får ni om ni använder flera kanaler, men det kan vara bra att prioritera bland dem och bestämma vem som ansvarar för vilka.

Övning 2: Vilka kanaler används?

Börja med att kolla på vilka kommunikationskanaler andra arrangörer, t.ex. en lokal arrangör eller festival, använder. Diskutera:

- Kommunikerar arrangörerna på sociala medier, en egen hemsida eller via affischering/annonsering? I vilka kanaler är de mest aktiva?
- Hur har pressen skrivit om arrangemanget?
- Hur använder arrangören sig av olika kommunikationskanaler – ser kommunikationen olika ut i de olika kanalerna?

Att läsa: [Marknadsföring](#), [GDPR](#) och [Mediapolicy](#) i Wikin.

Extra läsning: Övriga underkategorier under [Marknadsföring](#), samt Billettos ”[Hur man marknadsför ett musikevent: 7 topp tips](#)”.

Diskutera:

- Vilka fördelar och nackdelar finns det med de olika kommunikationskanalerna? Både i allmänhet och specifikt för er arrangörsgrupp?
- Vilka kommunikationskanaler använder era målgrupper? Var blir ni mest synliga för dem?
- Vilka kommunikationskanaler känns lätta/svåra för er att använda och få genomslag i?
- GDPR, den nya dataskyddsförordningen, reglerar hanteringen av personuppgifter, t.ex. lagring av medlemsregister och bilder. Hur ser ni till att hantera personuppgifter i enlighet med GDPR? Vad behöver ni göra?

ATT GÖRA: Plan för kommunikationskanaler

Gör en plan som tydliggör vilka kanaler ni kommunicerar i, vad och hur det kommuniceras i dem, och hur kritik och kris hanteras. Använd bilaga 2 (s.25) som stöd och för dokumentation. *OBS! Anpassa uppgiften utifrån er ambitionsnivå. Om målet är att ordna ett enskilt arr räcker det med att ni diskuterar och muntligt gör upp en plan.*

Diskutera först i vilka kanaler ni vill kommunicera och rangordna bland dem. Bestäm vem som ansvarar för vilka kanaler. Gör listan detaljerad genom att resonera kring vad och hur det kommuniceras i de olika kanalerna. Diskutera utifrån följande:

- **Fysisk annonsering:** Vad kommuniceras i fysisk reklam (t.ex. affischer, annonser)? Hur gör ni affischer som är representativa för er och som når ut till målgrupperna? Var placerar ni reklamen?
- **Sociala medier:** Vilka plattformar använder ni? Vad kommuniceras där? Läger ni upp enskilda evenemang eller har ni även en egen sida för er arrangörsgrupp? Hur ser den i så fall ut? Hur engagerar ni era band på sociala medier? Hur uppnår ni större spridning och delning av era evenemang? Hur ser ni på betald annonsering?
- **Press:** Vilka medier vill ni nå ut till? Vad kommuniceras där? Hur gör ni för att få genomslag? Hur tänker ni kring pressmeddelanden och presskit?
- **Webbplatser:** Vilka webbsidor vill ni använda (t.ex. sidor som listar events gratis, samarbetspartners hemsidor, Spotify, egen hemsida)? Vad och hur kommunicerar ni där?
- Hur hanterar ni kritik och/eller kris? Vilka kommunikationskanaler används då?

Diskutera slutligen vilka målgrupper ni inte når genom er plan, och vilka utmaningar ni ser i arbetet och hur ni hanterar dessa.

Tips! Om ni vill arbeta mer strategiskt med marknadsföring kan ni göra en PR-plan som bland annat kan innehålla mål och kalendarium. I [Westanders 10 tips om PR-planen](#) hittar ni information om varför och hur ni lägger upp en sådan.

Nätverkande och kontakter

En annan viktig del av kommunikationsarbetet är att bygga upp kontakter och relationer till andra aktörer. Det kan dels handla om kontakter till pressen, dels till artister/band och olika samarbetspartners.

Att läsa: [Nätverk och samarbete](#) i Wikin.

Diskutera:

- Vilka kontakter har ni som arrangörsgroup etablerat i dag? Vilka kontaktnät saknar ni?
- Hur kan nätverkande hjälpa er i ert kommunikationsarbete?

- Hur kan artisterna/banden involveras i ert marknadsföringsarbete? Hur kan ni marknadsföra ett evenemang tillsammans på bästa sätt?

Att göra under eller efter träff 4:

- Målgruppsanalys (och tankar kring varumärke)
- Plan för kommunikationskanaler
- Diskussion om nätverkande och kontakter

Tips! I [Westanders PR-handbok](#) finns fler lärrika avsnitt som ni kan använda er av i ert kommunikationsarbete, t.ex. ett som fokuserar på pressmeddelanden och ett på sociala medier.

Ni kan också höra av er till både Studieförbundet och Svensk Live – Unga arrangörsnätverket för hjälp, råd och tips angående marknadsföring. Hos Studieförbundet kan ni även t.ex. skriva ut affischer gratis.



Träff 5: Säkerhet, trygghet och bra rutiner

Som arrangör har man ett ansvar för att publiken känner sig trygg och säker. Ingen kan garantera att det inte sker en olycka eller att ingen agerar opassande eller bryter mot lagar. Därför behöver ni som arrangörer minimera riskerna och begränsa effekterna om något sker.

Under den femte träffen kommer ni gå igenom:

- Säkerhetstänk och värdegrund
- Planering av området/lokalen
- Säkerhetsplan och riskanalys
- Tillstånd och anmälningar

OBS! Arbetet med säkerhet kommer variera i omfattning beroende på var ni arrangerar och hur stort ert arrangemang är. Om ni ordnar en mindre konsert i en musikklubb kommer ni inte behöva göra alla övningar och delar som listas under den här träffen. Då kan ni med stor sannolikhet få färdiga utkast på saker som områdeskartor, riskanalyser och säkerhetsplaner från de som driver klubben. Anpassa den här träffen utifrån ert specifika arrangemang och dess behov.



Säkerhetstänk och värdegrund

Som arrangörer gäller det att inte bara tänka på säkerheten kring och på scenen – om ljudnivåerna hålls eller om det finns risk för trängsel – utan ni måste ha ett säkerhetstänk från början till slut. Det gäller t.ex. alkoholtillstånd, hantering av livsmedel och arbetsmiljö.

Att läsa: [Säkerhet och trygghet](#) i Wikin.

Extra läsning: [MSB:s säkerhetsguide för evenemang](#) som fungerar som ett uppslagsverk kring arrangemangssäkerhet.

Övning 1: Värdegrund och regler

En stor källa till otrygghet på arrangemang är om någon/några av deltagarna betar sig illa. Därför är det bra om ni som arrangörer har en tydlig och offentlig värdegrund, med riktlinjer för hur en ska bete sig på era arrangemang och information om vad som händer om dessa inte följs.

Ta därför fram en gemensam värdegrund där ni skriver vilka "spelregler" som gäller för era evenemang (t.ex. nolltolerans mot diskriminering, våld, mobbning, sexuella trakasserier, och övriga aktioner som på något sätt bryter mot lagen). Var tydliga med att skriva vad som händer om riktlinjerna inte följs (t.ex. att deltagare som bryter mot riktlinjerna omedelbart tvingas lämna och att brottsliga handlingar anmäls till polisen). Var tydliga med att kommunicera värdegrunden i förväg.

Diskutera:

- Hur ska ni få människor att känna sig trygga på ert arrangemang? När känner ni er trygga/otrygga?
- Hur ska säkerhetsarbetet läggas upp?
- Hur hanterar ni eventuella otrygga händelser/brott?
- Vilken sorts försäkring behöver ni ha?

Planering av området/lokalen

När ni valt en lokal/plats för arrangemanget kan ni börja planera hur stället ska utformas för att allt under arrangemanget ska gå så smidigt och säkert som möjligt.

Att läsa: [Ljudnivå](#) i Wikin.

Diskutera:

- Hur stor kapacitet har platsen? Hur ser ni till att ni inte överstiger maxkapaciteten under arret?
- Hur ska lokalen/platsen vara utformad för bästa publikflöde, för att minska olycksrisker, trängsel och stress? Vilka publiktytor, säkerhetsavstånd, kötytor och transporttytor behövs?
- Vilken infrastruktur behövs i lokalen/området för att uppfylla säkerhetskraven, t.ex. skyltar, nödbelysning, kommunikationsmedel för arrangörerna?
- Hur kontrollerar ni ljudnivåerna under arret?
- Vilka risker ser ni i och utanför lokalen (risk för trängsel, risk för olyckor i området etc)? Hur kan ni minimera riskerna på förhand när ni utformar lokalen?
- Var finns utrymningsvägarna som behöver ha fri passage?

ATT GÖRA: Områdeskarta

Områdeskartan visar alla delar av evenemanget och även närområdet. Gör en karta utifrån er lokal där ni markerar saker som:

- Fokuspunkter (scener, entréer och utgångar)
- Kringaktiviteter (försäljare, alkoholserving)
- Vägar, transportvägar och parkeringar (i närområdet)
- Tillfartsvägar för utryckningsfordon, utrymningsvägar och nödutgångar
- Områden för myndighetsverksamhet (uppsamlingsplats för utryckningsfordon m.m)

Säkerhetsplan och riskanalys

Som arrangörer är ni ansvariga för att det finns en säkerhetsplan för ert arrangemang. Ett festivalområde i skogen kräver mer planering kring säkerhet och risker än att arrangera en spelning i en konsertlokal. Men oberoende av så behöver det finnas en riskanalys och en plan för säkerhetsarbetet.

Att läsa: [Säkerhetsplan](#) och [Riskanalys](#) i Wikin.

ATT GÖRA: Riskanalys

Gör en riskanalys gemensamt, helst skriftligt, utifrån upplägget i Wikin. Ni kan också använda er av någon av mallarna som Wikin hänvisar till.

Riskanalysen ska innehålla: identifiering av risker, värdering och analys av riskerna, insatsplan i tre delar och dokumentation på vem som är ansvarig i arrangörsgruppen. Riskanalysen bör utgå från den lokal ni valt, och utgör en del av er säkerhetsplan.

OBS! Tänk på att inkludera risker som kan förorsakas av t.ex. trakasserier och kränkande behandling.

Säkerhetsplan

När ni gjort er riskanalys kan ni påbörja er säkerhetsplan. En säkerhetsplan är egentligen flera dokument eftersom planen innehåller allt material som arbetats fram under planeringen av säkerheten, t.ex. riskanalys och områdeskarta. Säkerhetsplaner kan därför se ut på olika sätt, men det finns mallar att utgå från (se tips i Wikin).

I bilaga 3 (s. 26) hittar ni även en sammanfattning av de beståndsdelar som MSB:s säkerhetsguide rekommenderar att en säkerhetsplan innehåller.

ATT GÖRA: Säkerhetsplan

Använd [MSB:s guide](#) (eller sammanfattningen av den i bilaga 3), eller en mall för att göra er egen säkerhetsplan. Ni kan göra detta i grupp eller dela upp det så att någon/några ansvarar för planen och gör arbetet efter träffen. Bestäm också var/hur ni dokumenterar och sparar säkerhetsplanen.

Diskutera:

- Vad/vilka delar ska er säkerhetsplan innehålla?
- Vilka delar har ni redan gjort/finns redan på plats? Behöver dessa justeras?
- Vem ansvarar för säkerhetsplanen? Delar ni upp arbetet, och i så fall hur?
- Vilken information saknar ni i nuläget för att färdigställa er säkerhetsplan (t.ex. områdeskarta, info om brandutrustning i lokalen, etc)? Hur får ni informationen?
- Gör en intern tidplan för arbetet med säkerhetsplanen. Tänk på att säkerhetsplanen ofta ska vara klar innan ni t.ex. anmäler om ert evenemang till polisen.

Anmälningar och tillstånd

Under träff 3 gick ni igenom olika tillstånd som ni kan behöva anmäla/ansöka om inför för ert arrangemang. Gå igenom att ni nu har alla tillstånd på plats, samt lista tillstånd som ännu behöver ansökas om.

Musiklicens – STIM

Vid arrangemang som innefattar livemusik, dvs. konserter, festivaler, mindre spelningar etc, behövs en musiklicens från STIM. Den som är ansvarig för arrangemanget ska ha licens (antingen en privat- eller en juridisk person). Betalning sker vanligtvis efter arrangemanget, vid redovisning av detaljer som publikantal, entré, etc. Om du samarrangerar med t.ex. ett studieförbund eller en kommunal aktör har dessa ofta avtal med STIM och ansvarar för rapporteringen. Läs mer om musiklicens och livemusik på STIM.

Att göra under eller efter träff 5:

- Genomgång av gemensam värdegrund
- Områdeskarta
- Riskanalys och säkerhetsplan
- Genomgång av tillstånd



Träff 6: Förberedelser och publikservice

När det äntligen blivit dags för ert arrangemang kan ni förhoppningsvis njuta samtidigt som ni är med och skapar en bra upplevelse för er publik. Innan arrangemanget drar igång finns det en del saker som ni som arrangörer måste göra.

Under den sjätte träffen kommer ni gå igenom:

- Praktiska förberedelser innan arrangemanget
- Genomgång av riskanalys och publikflöde, samt publikservice
- Möte med publiken och dokumentation

Praktiska förberedelser innan arrangemanget

Beroende på er lokal kan det finnas mycket eller lite som behöver göras dagen eller dagarna innan arrangemanget. Ni kan behöva bygga upp en hel scen, eller bara bära in enkel utrustning i en konsertlokal.

Ha en tydlig plan i förväg där ni bestämt när och av vem följande sköts:

- Leverans och uppställning av utrustning i lokalen
- Utformning av scen (backdrop, ljussättning m.m)
- Mottagande av band/artister
- Soundcheck
- Logistik kring biljettförsäljning, entré och garderob
- Genomgång med personalen angående tidplan för evenemanget och säkerhetsinformation
- Genomgång av lokal, riskanalys och publikflöde
- Uppdatering i sociala medier innan och under arrangemanget (frivilligt)
- Dokumentation av arrangemanget

Det kan också vara bra att fundera lite extra på hur ni kan skapa ett så bra och positivt mottagande av banden som möjligt, eftersom ni trots allt är beroende av att banden vill spela på era arrangemang i framtiden.

Genomgång av riskanalys och publikflöde, publikservice

Ni behöver stämma av er riskanalys och säkerhetsplan innan eventet för att se till att ni vidtagit alla åtgärder som planerat och att inga nya risker uppstått.

ATT GÖRA: Publikflödet, ”publikens väg”

Gå igenom lokalen som en besökare:

- Börja med att komma in vid entrén – finns det tydliga kömarkeringar och en utformad väg till kassan? Vilken information om säkerhet och annat kan man se redan vid entrén?
- Kolla att det finns tydliga markeringar till nödutgångar, toalett, garderob, scen och annat viktigt. Om det finns markeringar för säkerhetsavstånd och publikyta – är dessa tillräckligt tydliga?
- Notera ifall det uppstått några nya risker, t.ex. lösa sladdar som man kan snubbla på eller trånga utrymmen som kan skapa flaskhalsar.
- Åtgärda eventuella risker och dokumentera att ni gått igenom riskanalysen på plats.



Tänk också igenom **publikservice**. Publikservice handlar om allt från att i marknadsföringen inte lova mer än arrangemanget kan leverera till att ta hand om din publik under arrangemanget t.ex. genom trevligt bemötande i entrén, tillgängliga toaletter, osv.

Att läsa: [Publikservice](#) i Wikin.

ATT GÖRA: Publikservice

Sätt dig in i vad publiken behöver för att må så bra som möjligt, från det att de upptäcker arrangemanget till att de vaknar upp dagen efter arrangemanget.

Du lajvar helt enkelt arret ur besökarens vinkel och följer dennes väg. Detta kan göras både genom att prata igenom och skriva ner eller att fysiskt gå igenom arrangemanget som om du vore besökaren. Det som publiken förväntar sig hänger samman med målgruppen och det är därför extra viktigt att ha gjort en grundlig målgruppsanalys.



Möte med publik och dokumentation

Till sist är det dags att ta emot publiken och köra igång. Se till att ni på förhand gått igenom hur ni ska bemöta publiken på ett så bra sätt som möjligt.

Innan artisterna/banden börjar spela bör någon i arrangörgruppen informera publiken om vilka riktlinjer/regler och annat praktiskt som gäller under arrangemanget. Ni bör också påminna om sådant som berör säkerheten i lokalen (var finns nödutgångarna, vilka säkerhetsskyltar bör man uppmärksamma, vart ska man vända sig ifall någon betar sig opassande etc).

Ni som arrangörer bör ständigt hålla ett öga på vad som händer bland publiken och i lokalen för att säkerställa att allt flyter på bra under arrangemanget.

När arrangemanget lider mot sitt slut kan ni med fördel tacka publik, personal och band, samt informera om hur man kan fortsätta följa er arrangörsgroup och olika arrangemang som ni ordnar.

Dokumentation

Gör det gärna till en vana att dokumentera arbetet med ert arrangemang löpande. Under arrangemanget kan ni dokumentera hur många personer som deltar och gärna vilka som deltar (genom att uppskatta ålders- och könsfördelning får ni bättre koll på vilka grupper ni nått ut till). Dokumentera också i form av bilder och filmer, så ni både har minnen och marknadsföringsmaterial efter spelningen, samt tydlig dokumentation när det är dags att redovisa er verksamhet.

Att göra innan och under träff 6:

- Ha en plan för allt praktiskt innan och under arrangemanget
- Gå igenom publikflöde och uppdatera riskanalys/säkerhetsplan vid behov
- Gå igenom publikservice
- Plan för dokumentation

Träff 7: Utvärdering och redovisning

När arrangemanget är över är det dags för utvärdering, redovisning och återkoppling.

Under den sjunde träffen kommer ni gå igenom:

- Utvärdering och dokumentation
- Redovisning
- Återkoppling till medverkande

Att läsa: Utvärdering av arrangemang i Wikin (under avsnitten [Produktion](#) och [Ekonomi](#)). Läs även i MAIS arrangörshandboken om [vad som händer efter arrangemanget](#).

Utvärdering och dokumentation

Utvärderingen bör behandla både hur det gått ekonomiskt och hur arbetet fungerat för de olika ansvarsområdena i arrangörgruppen.

Diskutera:

- Vad gick bra? Vad gick mindre bra?
- Vad hade kunnat göras annorlunda?
- Vad kan göras bättre eller annorlunda nästa gång?
- Finns det något annat som är viktigt att lyfta i en utvärdering?

Genom att sammanfatta arrangemanget tillsammans skapar ni goda förutsättningar för att nästa arrangemang ni arrangerar blir ännu bättre.

Samla in publikstatistik, utvärderingar, recensioner och affischer etc efter spelningen. Dessa utgör bra underlag till nästa gång ni vill arrangera något och blir ombedda att beskriva vad ni arrangerat tidigare. Bestäm ett ställe där ni sparar dokumentationen så att alla i gruppen har tillgång till den.

Redovisning

Arbetet med arrangemanget är inte slut förrän ni har redovisat, rapporterat och betalat räkningar. Gör gärna en checklista så att inget faller mellan stolarna.

ATT GÖRA: Redovisning och betalning

Bestäm vem i gruppen som ansvarar för var punkt och pricka av när arbetet är gjort:

- Redovisa till STIM: läs vad som gäller för er typ av arrangemang på stim.se/livemusik
- Betala räkningar och betala ut löner
- Redovisa de bidrag/projektmedel ni fått. Observera att bidragsgivarna kan ha olika riktlinjer för när och hur redovisningen ska ske.

Återkoppling till medverkande

Att återkoppla till publik, artister och samarbetspartners och tacka efter arrangemanget brukar vara uppskattat. Om ni har sociala medier kan ni t.ex. uppmuntra dem att följa er för att få information om kommande arrangemang.

Diskutera:

- Hur ska vi hålla kontakt med vår publik mellan våra arrangemang?
- Vilka plattformar/verktyg har vi för detta?

Att göra under eller efter träff 7:

- Utvärdera och samla dokumentation
- Redovisa till STIM, betala räkningar och redovisa projektmedel/bidrag
- Återkoppla till medverkande



Bilaga 1: Ordlista

PA – ”Public Adress System”

Ett ljudsystem som består av flera komponenter så som förstärkare, högtalare, ljudmixer och mikrofoner.

Backline

Scenutrustning som finns på plats och som bandet inte behöver ta med. Vanligtvis PA, förstärkare, monitorer & trumset. Stäm alltid av med band/artister så att de vet vad de behöver ta med sig i utrustningsväg!

Soundcheck

Förberedelsen innan en konsert där ljudtekniker tillsammans med artist prövar, justerar och ställer in ljudet inför konserten.

Backdrop

En backdrop är en banner, eller ett stort stycke tyg med artistnamn, bandlogotyp eller en anpassad design för artistens konsert. Backdropen hängs upp längst bak på scen.

Stageplot

En stageplot är en ritning som visar vilka instrument, mickar och annan utrustning bandet kommer att använda sig av, och var på scenen de vill att allt ska stå. På så sätt är ljudteknikern förberedd när bandet dyker upp och det kommer gå mycket smidigare att koppla in grejerna. Be band/artister att lämna in en stageplot i god tid!

Bilaga 2: Mall för plan för kommunikationskanaler

Kommunikationskanal	Detaljerad info, t.ex.:	Vad kommuniceras? Exempel:	Hur kommuniceras det? Exempel:	Ansvarig
Fysisk annonsering Ex. Affischer, annonser i press, dekalер/skyltar	"Vi fokuserar på affischer och skyltar."	Lineup, praktisk info, info om arrangörgruppen	Affischer som återspeglar arrangemanget/arrangemangsgruppen och läggs upp i butiker/lokaler på den lokala orten.	
Sociala medier Ex. Facebook, Instagram, Twitter etc	"Vi använder Facebook för att marknadsföra våra evenemang. Vi har en egen sida på FB som visar vilka vi är som arrangörer. Vi använder Instagram för att marknadsföra oss som arrangörer och kommunicera om och från våra olika arrangemang." "Vi ber våra samarbetspartners att också kommunicera om evenemanget i sina kanaler."	Facebook: -Uppdaterad information om enskilda evenemang -Bilder/filmklipp på banden/artisterna -Svar på frågor om evenemang och arrangörerna -Information om arrangörerna Instagram: -Bilder/filmer från evenemang	Facebook: -Eget evenemang på FB där arrangörerna gör inlägg kontinuerligt inför evenemanget. Sponsring av evenemanget för större spridning. -Egen sida på FB med information om arrangörerna där evenemang också delas. Instagram: -Egen profil för arrangörerna där bilder/filmer delas.	
Press Ex. Pressmeddelanden, intervjuer i lokalmedia	"Satsning på att få in artiklar/inslag i lokal press"	Mer djupgående information om arrangemanget, varför det ordnas och varför man ska komma dit.	Utskick av pressmeddelande till lokala medier. Vid behov också kontakt med lokala redaktörer.	
Webbsidor	"Vi ska ha med vårt arrangemang i 1-2 webbsidor som listar evenemang." "Evenemanget ska finnas på Studieförbundets hemsida."	Kort information om arrangemanget (vad, var, när, vilka)	Ta kontakt med webbsidor som listar arrangemang och samarbetspartners. Skicka in presentationstext om arret.	
Annan kommunikationskanal				

Bilaga 3: Rekommenderat innehåll i säkerhetsplan

MSB:s säkerhetsguide för evenemang rekommenderar (från s.21 framåt i guiden) att man inkluderar följande innehåll i säkerhetsplanen:

- **Evenemangsbeskrivning** – beskrivning av evenemanget med info om ansvarig arrangör, plats, tider, eventuella tillstånd och antal släppta biljetter
- **Säkerhetspolicy** – evenemangets inställning till och prioriteringar gällande säkerhet
- **Regler och allmänna riktlinjer** – förhållningssätt och riktlinjer som arrangören själv enats om (t.ex. alkoholpolicy, åldergräns etc)
- **Organisationsbeskrivning** – beskriver evenemangets organisation, inklusive vem som ansvarar för vad, personalresurser, kompetensnivå bland personalen och var personalen jobbar
- **Risikförteckning (riskanalys)** – presentation av identifierade risker och åtgärder för att minimera riskerna
- **Områdesplan** – en karta som visar området och områdets fokuspunkter
- **Övergripande planer** – behandlar större funktioner och syftar till att ge en överblick över en situation, t.ex.:
 - Beredskapsplan (beskriver beredskap inför allvarliga händelser och krissituationer),
 - Publikhanteringsdel (analys av publikflödet, plan för hur man hanterar publikflödet genom åtgärder)
 - Kommunikationsplan (beskriver hur kommunikationen ska gå till före, under och efter evenemanget, samt vid nödsituation)
 - Genomförandeplan (en tidplan för åtgärder som gjorts eller ska göras)
- **Händelsespecifika planer och rutiner** – rutiner/planer som gör eventuellt dramatiska händelser odramatiska, t.ex. rutiner för pauser, nödplan och publikhanteringsrutin

Arrangera mera!

Ordnas det för få spelningar där du bor? Vill du vara med och arrangera konserter, musikevenemang eller festivaler? Studieplanen Arrangera mera går igenom hur man arrangerar och går från idé till verklighet.

Att arrangera musikevenemang kräver planering, tid och resurser, men det är också väldigt roligt. Studieplanen Arrangera mera riktar sig både till personer som inte arrangerat något tidigare och till de som har erfarenhet men vill fördjupa sina kunskaper. Studieplanen vägleder i processen från idé till arrangemang, genom att ge konkreta tips, övningar, checklistor och diskussionsfrågor.

Studieplanen tar upp saker som är viktiga att tänka på i planeringen, före, under och efter ert arrangemang. Den är framtagen av Studieförbundet i samarbete med Svensk Live – Unga arrangörsnätverket (SLUA), som arbetar med att organisera, utveckla och förädla framtidens arrangörer.

Studieförbundet är ett av Sveriges största studieförbund. Vi är partipolitiskt och religiöst obundna med ett brett utbud av studiecirklar, utbildningar, kulturarrangemang och föreläsningar. Varje år samlas ett par hundra tusen deltagare i våra studiecirklar och kurser.

Kontakta oss så hjälper vi er vidare. Information och kontaktuppgifter hittar ni på studieförbundet.se. Välkommen till Studieförbundet!