



# AMATØRKULTUR- & FRIVILLIGHETSGUIDEN

er foldere med tips og råd om ulike temaer og utfordringer innen frivilligheten og det amatørbaserte kulturlivet.

Tidligere er det utgitt to guider med tema **rekruttering** av nye medlemmer og **søknader** om økonomisk støtte. Guidene finnes som nedlastbare PDF på:

[www.amatorkultur.no](http://www.amatorkultur.no)

## GUIDEN OM

### ARRANGEMENTER

er utgitt av Amatørkulturrådet i Bergen med støtte fra Bergen kommune. Teksten er basert på erfaringer og innspill fra medlemsorganisasjoner i Amatørkulturrådet.

Tekst av Amatørkulturrådet

Oppsett av Nicole Daae

Illustrasjon av Charlotte Marø



BERGEN  
KOMMUNE



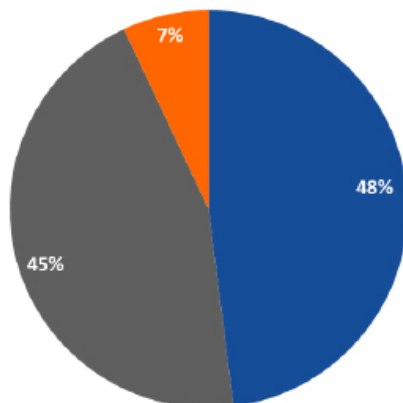
Amatørkulturrådet i Bergen

# *Vi skal lage et flott arrangement!*

## *- men hvordan planlegger og gjennomfører vi?*

Denne guiden handler om planlegging og gjennomføring av arrangementer. Målgruppen er lag, foreninger og organisasjoner innen frivilligheten og det amatørbaserte kulturlivet. Å vise fram sin aktivitet på små og store arrangementer er utviklende for organisasjonen og bidrar til å skaffe inntekter og til å rekruttere nye medlemmer.

## Har dere i løpet av det siste året samarbeidet om et arrangement med andre amatørkultursjangre?



Kilde: Amatørkulturundersøkelsen 2018

■ Ja ■ Nei ■ Vet ikke

Årlig gjennomføres hundrevis av arrangementer, små og store, i alle sjangre og uttrykk. Mange frivillige lag og organisasjoner har opparbeidet seg solid kompetanse i å planlegge og gjennomføre med suksess. Andre kan ønske å delta på kulturarrangementer, kanskje også selv stå som arrangør, men forskjellige årsaker gjør at det blir med tanken.

Mye arbeid, kostbart, publikum som ikke kommer og mangel på ildsjeler. Motforestillingene er mange, men den gode nyheten er at ingen organisasjoner har null erfaring med arrangementer. Alle gjennomfører faktisk et arrangement hver gang man har medlemsmøte, øving eller seminar. Det betyr at arrangørkompetanse finnes i varierende grad i alle lag og foreninger. Likevel kan det å bevege seg ut av komfortsonen, hvor man kjenner alle godt, føles utrygt og være en barriere for å lage et arrangement med publikum til stede.

Å definere omfang og størrelse på et arrangement basert på frivillighet, er selvsagt umulig. Det kommer an på mange faktorer, der økonomi\*, menneskelige ressurser og kompetanse spiller inn. En fremdriftsplan eller sjekklister, er det viktigste verktøyet for å komme i mål, uansett om man skal arrangere en liten forestilling eller en kulturfestival.

\*Økonomi: Det er utgitt en egen Amatørkulturguide med råd og tips om å søke økonomisk støtte til arrangementer.

Før man gir seg i kast med et utendørs-arrangement med festivalpreg, bør man opparbeide seg kompetanse på egne mindre arrangementer. Planleggingsfasen er temmelig lik, men selve gjennomføringen skiller seg ofte ut ved at man må engasjere langt flere personer.

# LA OSS KOMME I GANG!

Start med å diskutere blant medlemmene hvorfor det er viktig å nå ut til publikum. Å opptre eller vise frem sin aktivitet har stor egenverdi for medlemmene, og det kan være nok å ha lyst! Et arrangement kan også være ønskelig fordi det henger sammen med utfordringer i organisasjonen. For eksempel å rekruttere\* nye medlemmer eller skaffe inntekter til driften.

Organisasjoner som sjelden eller aldri har hatt egne arrangementer, gjør lurt i å lære av andres erfaringer. Det kan være kulturdager, festivaler, ja nesten hva som helst hvor publikum møtes. Planleggingsjobben er allerede gjort av andre som også står for praktisk gjennomføring. Slik kan man delta og lære om arrangementer og bidra med underholdningsinnslag eller vise frem sin aktivitet. En arrangør er ikke alltid klar over at nettopp dette innslaget passer inn i programmet. Ta kontakt i god tid og fortell at dere gjerne vil bidra!

Samarbeid med andre organisasjoner, enten i samme sjanger eller i allianse med en annen sjanger, er et naturlig steg videre mot eget arrangement. Den økonomiske risikoen reduseres, flere deler på et krevende planleggingsarbeid og det kommer trolig også mer publikum. Slike samarbeid gir dessuten ofte inspirasjon til egen kunstnerisk utvikling og kan skape nye former og uttrykk.

## Planlegging

En planleggingsprosess kan være lang og motivasjon underveis er viktig. De aller fleste yter innsats i sin fritid og planleggingsarbeidet må derfor starte i god tid. Ett år i forveien er nødvendig dersom man ønsker å leie inn profesjonelle artister eller arbeide med å skaffe sponsorer.

\*Rekruttering er tema i en egen Amatørkulturguide, der arrangementet kan være et viktig tiltak for å rekruttere nye medlemmer.

En fysisk eller digital mappe som underveis fylles med notater, kvitteringer og annet materiell fra planleggingsarbeidet, er svært nyttig. En slik mappe kalles ofte hvitbok – et lærings- og oppslagsverk for neste arrangementskomité.

## **En god start er å samle medlemmene og diskutere:**

- *Hvorfor lage vårt eget arrangement?*
- *Hva kan vi klare å få til med innsats fra medlemmene?*
- *Hvilke andre effekter vil dette kunne gi oss? (Rekruttering, inntekter, kompetanse)*
- *Hvem er god til å gjøre hva?*
- *Hvilke oppgaver har den enkelte lyst på og trives med?*

Stedet eller lokalet bør man avklare tidligst mulig. Dette er med på å gi rammer som igjen gir oversikt over andre arbeidsoppgaver. Etter valg av lokale kan de enkelte gruppene jobbe videre med publikumskapasitet, billettinntekter og et foreløpig budsjett. Husk å undersøke om lokalet tillater servering og hvilke muligheter og begrensinger lokalets størrelse og utstyr legger på hva som kan vises frem.

## **Produsent**

Underveis i planleggingsarbeidet vil det garantert dukke opp spørsmål og problemstillinger som ingen helt vet hvordan man skal få løst. Planleggingsgruppen(e) jobber på hver sin kant og alle har behov for å vite om fremdrift og status.

Løsningen er å utnevne en person som samordner gruppene og sørger for at det tas avgjørelser. Denne rollen kalles koordinator, prosjektleder eller produsent. På mindre arrangementer kan det være en konferansier som både skal lede arrangementet og ha rollen som produsent. En dyktig konferansier har opparbeidet seg erfaring med arrangementer og har mye kunnskap om planlegging og gjennomføring.

Ingen arrangementer er like, og hvilke punkter som skal stå på en sjekkliste, varierer og tilpasses arrangementet. Underveis krysser man av sjekkpunktene etter hvert som man er trygg på at de er under kontroll. Sjekklisten kan være første side i en fysisk ringperm/mappe, men mange finner det mer hensiktsmessig å dele sjekklisten elektronisk gjennom internettbaserte løsninger. Det gjør det langt enklere å dele dokumenter og notater knyttet til de ulike punktene med arrangementskomitéen. Her er et eksempel på punkter på en sjekkliste:

Mange har erfaring med prosjektledelse i yrkeslivet, og har man en slik person blant medlemmene kan vedkommende være produsent.

# Sjekkliste

## Arrangement - planlegging og gjennomføring

### 1. Mål

Diskuter hensikten med arrangementet. Noen ganger har man bare lyst!

### 2. Organisering

Én liten arrangementskomite eller involvere alle medlemmene i grupper? Har man mange grupper, er det lurt med en oversikt over gruppemedlemmene, utnevne gruppeledere og kort beskrive hvilke arbeidsoppgaver gruppene har. Et godt verktøy er en felles kalender med frister for når arbeidsoppgaver skal være utført.

### 3. Innhold, omfang og størrelse

Hva skal vi presentere? Hvilke menneskelige og økonomiske ressurser har vi tilgjengelig og hvilken risiko kan vi klare å ta?

### 4. Målgruppe

Hvem er arrangementet for? Målgruppen defineres for eksempel av alder, hvor de bor og hvilke interesser de har. Dersom arrangementet er et tiltak for å rekruttere nye medlemmer, bør programmet man presenterer vekke interesse hos potensielt nye medlemmer.

### 5. Tidspunkt

Når skal arrangementet finne sted? Unngå ferietid og høytider. Sjekk skolerutens planleggings- og fridager dersom barnefamilier er målgruppe. Utendørsarrangementer er best i godt vær fra mai til september.

### 6. Lokale/sted

Undersøk nøye hvilke kostnader, forberedelser og tilpassinger som må gjøres i lokalet, og om det kreves tillatelser. Det er stor forskjell på Grieghallens profesjonalitet og et grendahus hvor man må gjøre alt selv.

Å arrangere utendørs kan være mer krevende enn å bruke et innendørs lokale. Utendørs må man ha tillatelse fra kommunen eller dem som eier grunnen. Kanskje også melde fra til politi og brannvesen, som kan komme med pålegg om kostnadskrevende sikringstiltak.

## 7. Økonomi

Tidlig i planleggingsfasen kan det være vanskelig å sette opp et budsjett, men valg av lokale/sted og påfølgende arbeid i gruppen(e), vil avdekke inntekter og utgifter. Budsjettet justeres underveis. Når man har fått svar på søknader om tilskudd og eventuelle sponsorbidrag, blir mange muligheter avklart.

## 8. Salg

Salg kan være programhefte, CD-plater og bevertning til publikum. Historielag, husflid og kunsthåndverk kan ha mange forskjellige produkter. Tenk over når salget skal foregå, og hvor lang tid det trengs til produksjon og logistikk. Salgsbetjening av publikum tar ofte mye lengre tid enn man hadde forestilt seg.

## 9. Markedsføring

De fleste arrangementer er åpne for alle, men det er lurt å drøfte hvilken profil vårt hovedpublikum har. Da kan markedsføringen rette seg mot denne gruppen, enten det er barnefamilier, ungdom eller seniorer. Deretter kan man finne ut hvilke markedsføringskanaler som best treffer hovedmålgruppen.

## 10. Billettsalg

Hva andre lignende arrangementer tar i billettpris, er en god indikasjon på hva man selv kan ta betalt. Det er flere leverandører av billettsalg via internett, som mot en liten provisjon, gjør salg av billetter til publikum enkelt å administrere. For mange frivillige organisasjoner er det interne billettsalget en viktig del av økonomien. Lag gjerne en konkurranse der det medlemmet som selger flest billetter på forhånd får en premie. Minst 10% av billettene bør være tilgjengelig for salg på arrangementsdagen.

## 11. Bemanning

Noen få kulturarenaer har inkludert bemanning, men vær forberedt på at dette må man ordne selv. Vakter som tar imot og veileder publikum, billettsalg, renhold og servering. Alle som betjener publikum, bør uniformeres. Større arrangement må også ha personell med HMS-kunnskap.

Bergen kommune har laget en veileder til hvordan man leier et byrom. Veilederen har informasjon om søknadsprosessen og hvordan arrangerer på en forsvarlig måte kan gjennomføre et arrangement.



## 12. Tekniske forberedelser

Gruppen som arbeider med hva som skal presenteres på arrangementet, har dialog med teknikkere som legger til rette for scene, lyd, lys og annet teknisk utstyr. På utendørsarrangementer er det spesielt viktig å sjekke at det er nok strøm tilgjengelig.

## 13. Utstyr

Bord, stoler, håndklær og enkel bevertning bak scenen. Hva trenger vi til arrangementet og hva trenger eventuelt andre lag og organisasjoner som deltar? Be om detaljerte skriftlige oversikter over hva som trengs og sørg for at det er ordnet i god tid. Lørdag, søndag og på kveldstid kan det være vanskelig å skaffe utstyr på kort varsel.

## 14. Kulisser, effekter, dekorasjon

Visualiser idéer til effekter og dekorasjoner på et papir og spør i gruppen hva som trengs for å gjennomføre denne idéen. Ballongdekorasjoner trenger for eksempel stige, tråd og tape til å henge opp og en saks til å klippe opp tråden.

## 15. Sceneområde

Arrangementsområdet, scenen og tilhørende fasiliteter er sjelden lik øvingslokalet. Overraskelser kan unngås med en befaring på forhånd. Sjekk garderober, toaletter og parkering, spesielt for dem som har med stort og tungt utstyr. Varer arrangementet lenge, er det nødvendig med pauserom hvor man kan spise.

## 16. Forberedelser og prøver

Amatørkulturarrangementer er, selv om de gjentas årlig, som regel en engangsforeteelse. Leiekostnader og tilgjengelig tid setter ofte en begrensning på mulighetene for å øve eller rigge til i dagene før arrangementet. Planlegg godt hvordan man skal utnytte tiden til rigging av utstyr og scenep prøver. På større arrangementer: lag en kjøreplan med rekkefølge for når ulike aktører har adgang til forberedelser og prøver.

Dersom det skal fremføres musikk, må det betales avgift til TONO.



### 17. Gjester

Skal spesielt inviterte gjester ha reserverte plasser?

Æresmedlemmer, sponsorer, media og samarbeidspartnere bør følges opp fra de kommer, slik at de blir gitt god service og føler seg ivaretatt.

### 18. Artister

Mange amatører har vellykkede arrangementer sammen med profesjonelle gjesteartister. De representeres ofte av en agent, og i kontrakten settes det krav til at teknisk utstyr må håndteres av profesjonelt lydfirma. En gjesteartist kan øke billettinntektene, men sørg for nok egenkapital til å dekke et eventuelt underskudd.

### 19. Bevertning

Skal arrangementet kun ha bevertning til arrangørene eller salg av mat og drikke til publikum også? Noen tusen kroner i kaféinntekter kan være kjærkomment på noen arrangementer, men i andre sammenhenger mer arbeid og utgifter enn inntekter.

### 20. Programhefte

Et nummerert programhefte kan man bruke som et lodd og trekke premie(r). Har man sponsorer kan man tilby annonse eller rette en stor takk til samarbeidspartnere som har bidratt.

Frivillige må få informasjon på et møte i forkant. Det er også smart å henge opp instruksjer på stedet de skal jobbe, da det fort kan dukke opp spørsmål under selve gjennomføringen. Frivillige bør også ha en liste med telefonnumre som viser hvem de skal kontakte for å få informasjon.

## 21. Parkering

Tenk over om publikum kommer til fots, med offentlig transport eller privatbil. Parkeringskaos kan føre til at mange kommer for sent og arrangementet blir forsinket. Parkeringsvakter og plakater kan være nødvendig – spesielt på utendørsarrangementer. Er det begrenset med parkering, bør dette nevnes i markedsføringsmaterialet.

## 22. Medieomtale

Forhåndsomtale av arrangementet i media kan hjelpe på billettsalget. Send pressemelding i god tid og følg opp med en telefon til journalisten. Tilby å møte journalisten før arrangementet og fortell om det mest spennende på programmet. Spør også hvilken journalist som er på jobb under arrangementet, og inviter vedkommende til å lage reportasje.

## 23. Gaver og premiering

Konkurransen, jury, premiering, hederstegn og lotteri er innslag på mange arrangementer. Slike innslag bør være korte og planlegges godt. Publikum er sjelden begeistret for uannonserte lange innslag med premieutdeling og interne utmerkelse.

## 24. Takk for innsatsen!

De fleste setter pris på blomster som takk for innsatsen.

## 25. Evaluering

Skriv stikkord underveis som viser hvordan endringer og utfordringer ble løst. Evaluering bør skje så raskt som mulig når alle husker godt. Diskuter hva som fungerte godt, og hvorfor. Oppnådde vi vårt mål med arrangementet og var noe spesielt kritisk? Da vil også det som ikke har fungert så godt komme fram på en konstruktiv måte, slik at det blir veiledende for neste arrangement. Ledetråden er: Hvordan gjøre det bedre neste gang?

Scenekunstutøvere kan med fordel be en profesjonell lydtekniker om å sette opp en spesifisering (teknisk rider) over hva som er nødvendig lydutstyr når man skal opptre for publikum med forsterket lyd (benyttet lyd/PA-anlegg.) Da har man en teknisk utstyrsliste som kan brukes på fremtidige arrangementer.

**HER kan du laste ned en sjekkliste i A4-format.**

