

EIC - Event Impact Calculator

Område (Ekonomi, miljö och socialt)	Beskrivning	Uträkning	Kommentarer
1.1 Hur många invånare bor det i (värd) kommunen?		103000	
1.2 Hur många besök beräknas till evenemanget totalt?	Besök = ett besök av en turist eller en lokal invånare, OBS vid vissa evenemang kan 1 person göra fler än ett besök.	8400	Den genomsnittlige besökaren besökte evenemanget 1,4 dagar enl. turistekonomisk undersökning i Halmstad 2022. Estimerat antal besökare $6000 * 1,4 = 8400$
1.3 Hur många av besöken görs av hur många unika personer?	Unik person = en besökare. Kan aldrig vara en högre siffra än i frågan ovan utan här är det enskilda personer som besöker evenemanget som ska räknas.	6000	Det här är lågt räknat då vi vet att man har en målsättning att locka 8000 besökare till mässan.
1.4 Hur många personer är turister till evenemanget?	I vår beskrivning av "en turist", kan ni räkna in samtliga personer som är deltagare, medföljare, åskådare/publik, samarbetspartners, funktionärer och volontärer och som kommer utanför (värd)kommunens gräns och utomlands. I er prognos är det viktigaste att vara överens om hur ni definierar "en turist" när ni gör den gemensamma prognosen så att ni har samma utgångspunkt i beräkningen.	5280	Enligt den turistekonomiska undersökningen som gjordes i Halmstad var turistandelen 88%. Baserat på detta blir andelen inresande turister $0,88 * 6000 = 5280$
1.5 Hur många av turisterna kommer ifrån utlandet?		1080	Beräknad andel utländska turister 18%. $0,18 * 6000 = 1080$
1.6 Är evenemanget i första hand ett Affärs-/MICE (Meetings Incentive Congress Conference) evenemang?		Nej	Evenemanget är i huvudsak en mässa.
2.1 Hur många nätter/dagar stannar en turist i genomsnitt i kommunen tack vare evenemanget?	Här väljer du hela dagar eller med decimal med anledning av att man exempelvis kan komma till evenemanget på morgonen dag 1 och åka hem eftermiddag dag 2. Då kan man välja att använda decimal om man vill.	7392	Baserat på att den genomsnittliga besökaren besökte evenemanget 1,4 dagar och att 88% är inresta så blir det estimerade antalet dagar/nätter $ca 5280 * 1,4 = 7392$

Område (Ekonomi, miljö och socialt)	Beskrivning	Uträkning	Kommentarer
2.2 Hur många av turisterna övernattar på hotell?	I procent	41	Ca 53% av turisterna beräknas vara övernattare, och dessa kan delas in i ca 41% som bodde kommersiellt och 12% som bodde icke-kommersiellt.
2.3 Hur många av turisterna övernattar på annat kommersiellt boende?	I procent	12	
2.4 Hur många personer av de totala turisterna betalar en deltagaravgift?	I procent	0	Endast utställare betalar en utställaravgift. Övriga personer köper biljetter.
2.5 Hur mycket betalar turisten i deltagaravgift/anmälningavgift i svenska kronor?	För exempelvis Göteborgsvarvet där man som löpare betalar en avgift för att delta eller om ett lag utanför (vård)kommunen betalar en avgift till exempelvis för en cup. När avgiften betalas för ett lag bör ni dela den avgiften med antal deltagare som ingår i anmälan/avgiften.	0 kr	
Ekonomi			
3.1 Har evenemanget biljett- eller entréavgift?	Ja/nej	JA	
3.2 Hur många av dessa köper eller betalar på något sätt för en biljett?	I procent	100	
3.3 Vad är priset per biljett i genomsnitt?		200	200 kr för en dag och 475 kr för 3 dagars entré.
3.4 Hur stor summa erhåller evenemanget i EXTERN sponsring i pengar, från en aktör/organisation utanför kommunen?			<p>Arrangören har fått 100 Tkr beviljat från Nämnden för hemslöjdsfrågor som kommer att användas för att ta kostnaden för 4 stycken erkända vävare/utställare på mässan.</p> <p>Kultur Gävleborg har också fått bidrag beviljat från samma nämnd kopplat till ett projekt kopplat till Ung Väv och en flerårig utställning kopplat till det, dvs inte endast för vävmässan.</p>

Område (Ekonomi, miljö och socialt)	Beskrivning	Uträkning	Kommentarer
3.5 Hur stor summa erhåller evenemanget i INTERN sponsring i pengar, från en aktör/organisation i kommunen?		76 000	<p>Ansökan om evenemangsstöd är under handläggning.</p> <p>Pengen är öronmärkt för att skapa aktiviteter utanför mässområdet, som engagerar lokalbefolkningen, sprider hälsofrämjande effekter och lockar invånare och besökare till stadskärnan.</p>
3.6 Hur stor totalsumma i svenska kronor kommer att investeras i evenemanget i betalt nedlagt arbete?	Betalt arbete = summan av organisationens arbetade timmar t ex en destinations- eller idrottsorganisation.		<p>Den största lokal arbetsinsatsen inför själva genomförandet sker inom en arbetsgrupp på Kultur Gävleborg. En heltidstjänst i Sverige brukar man räkna med cirka 1880 arbetstimmar per år.</p> <p>År 2024 uppskattar vi att</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pernilla arbetat mellan 25–60 % (snitt 40%) =752 -Marcus ca 5 %. = 94 -Matilda ca 25 %. = 470 -Linnea ca 60%, men såklart endast från oktober. =282 <p>År 2025 uppskattar vi att (Total 1410 h jan-sep)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Marcus kommer arbeta ca 5 %. = 71 -Matilda kommer arbeta ca 25 %. = 353 -Linnea kommer arbeta ca 60%. = 846 <p>Totalt ca 2868 h</p> <p>Utöver den arbetsinsats som sker på Regionen så ingår Gävle kommun under vissa arbetsmöten och Gävle Convention Bureau har en samordnande funktion.</p>

Område (Ekonomi, miljö och socialt)	Beskrivning	Uträkning	Kommentarer
3.7 Hur stor totalsumma i svenska kronor kommer att investeras i evenemanget i ideellt nedlagt arbete?	<p>Ideellt arbete = värdera totalsumman av ideellt arbetade (volontärsarbete) timmar, det vill säga icke avlönat/betalt arbete.</p> <p>RF har som schablonvärde satt 191 kr/timma för ideellt arbete uträknat enligt följande: En konferensvärd tjänar i genomsnitt 23 400 kr i månaden 2018. Det är ett yrke som vi ser vara nära besläktat med volontärsarbetet på ett evenemang. Det ger en årskostnad inklusive sociala avgifter och försäkringar på 396 430 kr. En årsarbetstid är 2080 timmar vilket således motsvarar en kostnad på 191 kr/timma.</p> <p>Värdet för en ideell timma kan givetvis variera och där ni själva tillsammans med medpart bestämmer er för det värde ni har som utgångspunkt i er kommun/stad.</p>		<p>Projektgruppen med stöd av Gävle Convention Bureau jobbar för att involvera bland annat elever på hotell och turismprogrammet på Polhemsskolan. Dels när det gäller värdskapet på plats på mässan men även kopplat till lokala aktiviteter som sker i Gävle med omnejd.</p>
3.8 Uppskatta evenemangets kommande mediavärde i svenska kronor?	<p>Att beräkna mediavärdet görs i syfte att mäta avkastningen på investeringar från olika PR-aktiviteter. Till skillnad från reklam, som inköps, är mediavärde tryckt, elektronisk och otraditionell nyhetstäckning som kommer från redaktionellt innehåll genererat via pressmeddelanden, intervjuer, foton, video och speciella evenemang. Det handlar om att bestämma vilken redaktionell täckning i traditionella medier som skulle kosta om den köptes som betald reklam. Mediavärdet ändras över tid och varierar stort.</p>		<p>Det totala mediavärdet kommer att vara lättare att bedöma efter att evenemanget genomförts och efter att vi vet vilka kanaler som plockat upp information om det som händer.</p> <p>Tidigare år så har det spridits i alltifrån TV, radio och press. Vi förväntar oss även stor spridning via sociala medier som dels arrangören förfogar över men även via våra egna kanaler.</p>

Område (Ekonomi, miljö och socialt)	Beskrivning	Uträkning	Kommentarer
Miljö			
4.1 Bil – Hur många % av turisterna använder som huvudsakligt transportmedel bil till evenemanget?	1 procent	54%	
4.2 Om bil, hur många kilometer i snitt per turist tur- och-retur till evenemanget?	Om bil, hur många kilometer i snitt reser en turist i genomsnitt tur- och retur till och från evenemanget? Exempel: en bil kör 200 km enkel väg till evenemangsdestinationen från startplatsen med 4 personer i bilen = 200 km x 2 (tur och retur) = 400 km som divideras på 4 personer = 100 km.	134 km	Den genomsnittlige turisten kom i resesällskap om 3,0 personer. Om vi utgår från en snittresa T&R 400 km som sedan divideras på 3 så blir det ca 134 km.
4.3 Tåg – Hur många % av turisterna använder som huvudsakligt transportmedel tåg till evenemanget?	1 procent	18%	
4.4 Flyg – Hur många % av turisterna använder som huvudsakligt transportmedel flyg till evenemanget?	1 procent	2%	
4.5 Övrigt transportmedel – Hur många turister använder som huvudsakligt transportmedel övrigt till evenemanget?	1 procent	28%	
	(Det totala procentantalet behöver vara 100%)		
Socialt			
5.1 Brukarvärde	Det belopp som en lokal kommuninvånare som har besökt evenemanget anser att upplevelsen är värd mer eller mindre än eventuellt biljettpris. (SEK)	200	Jag tror att man kommer tycka att upplevelsen är värd biljettpriset.
5.2 Hur många procent av kommunens invånare antas besöka evenemanget?		1%	
5.3 Optionsvärde	Det värde som en lokal kommuninvånare som hade möjlighet att besöka evenemanget på hemorten men inte gjorde det tycker att evenemanget är värt på en skala från 1-7 där 1 är mycket lågt.	4	

Område (Ekonomi, miljö och socialt)	Beskrivning	Uträkning	Kommentarer
5.4 Kulturvärde	Det värde en lokal kommuninvånare tycker att evenemanget bidragit med för ungdomar boende i kommunen avseende den ökade bredden av kultur-, idrott-, nöjesutbudet. På en skala från 1-7 där 1 är mycket lågt.	4	
5.5 Imageskapande	Det värde en lokalinvånare tycker att evenemanget bidragit med till kommunens varumärke/image. å en skala från 1-7 där 1 är mycket lågt.	4	