

# Utvärdering

## Österlen lyser

1-3 november 2019



Foto: Mikael Krantz

### SAMMANFATTNING

Av årets enkätsvar framgår med all önskvärd tydlighet att de allra flesta arrangörerna (89%) anser att evenemanget är lyckat och att det betyder mycket för deras verksamheter (98%).

Att flertalet (67%) också upplevde att det i år var fler besökare utifrån än tidigare år tyder på att marknadsföringen och pressbearbetningen som gjorts varit framgångsrik.

Antalet totala besökare är alltid svårt att uppskatta, men känslan av publikrekord är stark i år igen.

# Utvärdering Österlen lyser 2019

*Österlen lyser har efter 16 år blivit en tradition och ett arrangemang som många tar för givet och ser som en självklarehet, men verkligheten är annorlunda. Varje år genomför Österlen lyser ett stort arbete för att kunna presentera årets Ljusby samt samordna alla arrangörer och olika programpunkter i ett gemensamt, strukturerat program. Ett program som redovisas i sin helhet på Österlen lysers hemsida, och som i mer komprimerad form också marknadsförs med annonser i Ystads Allehanda och Österlenmagasinet.*

*Inför 2019 var det ekonomiska läget för Österlen lyser allvarligt. Ekonomin var visserligen i balans, men resurserna för marknadsföringen inför 2019 var alldeles för begränsade för att stå i proportion till alla de fina arrangemang som produceras under Österlen lyser. Styrelsens huvusakliga uppgift är att marknadsföra Österlen lyser, och om resurserna inte finns så finns inte heller möjligheten för styrelsen att lyckas med sitt uppdrag. Under våren 2019 försiggick därför diskussioner om att förbereda för en nedläggning av Österlen lyser inför 2020.*

*Anledningen till den uppkomna situationen var i första hand våra kommuners beslut att inte bidra till finansieringen av Österlen lysers marknadsföring. Tidigare år har åtminstone någon kommun bidragit med något. 2018 uppgick de kommunala bidragen sammanlagt till 28 000 kronor. Men inför 2019 avslag samtliga kommuner helt våra ansökningar.*

*Allt vände när Sparbanken Skåne/Sparbanksstiftelsen Färs & Frosta beviljade vår ansökan om 100 000 kronor. Nu kunde vi nysatsa med relevanta resurser för marknadsföring. Men också med möjlighet att bevilja arrangörsbidrag till lokala arrangörer med spännande programidéer.*

*Målsättningen med Österlen lyser är att öka lönsamheten i besöksnäringen under hösten och att locka hit besökare från andra regioner.*

*Hur gick det då 2019?*

*På följande sidor finner du svaren från vår årliga utvärdering.*

*För styrelsen Österlen lyser  
Lars Ottoson, ordförande*

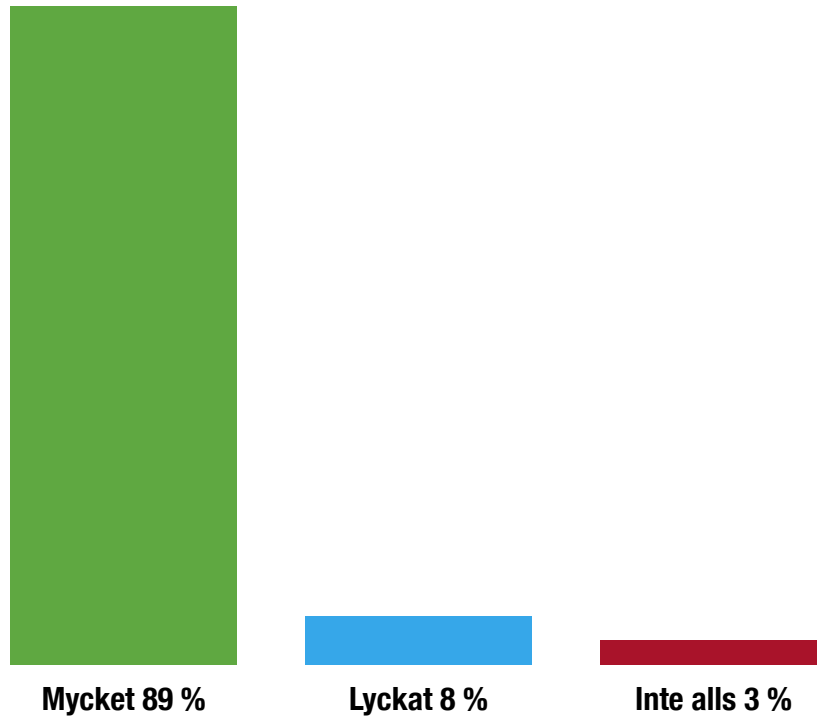
*Stort tack till våra sponsorer!*

Sparbanken  
Skåne

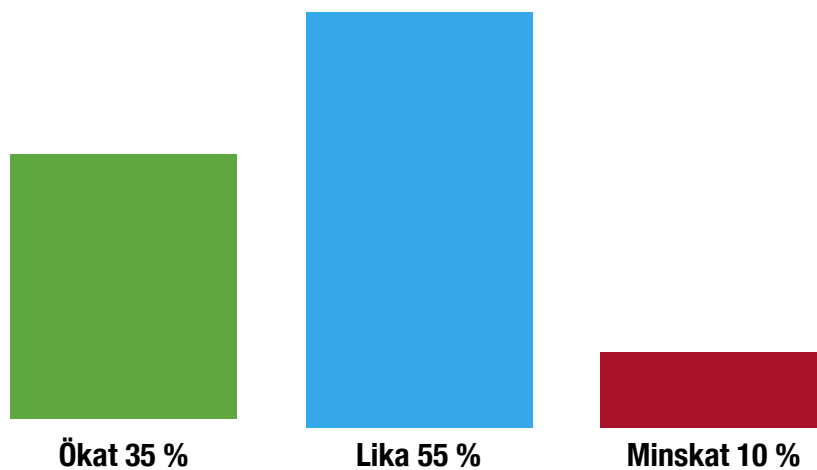


Anmälda arrangörer 2019 var 92 st. och 37,8 % har svarat på utvärderingsfrågorna. Det finns också ett stort mörkertal av arrangörer som inte anmäler sitt deltagande och som därför inte finns med vare sig i programmet eller i utvärderingen. En uppgift och en potential för framtiden är att få fler att anmäla sina arrangemang.

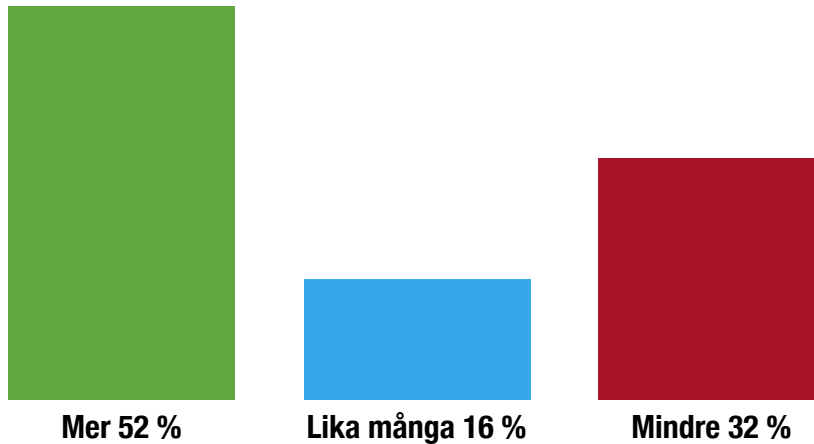
### 1) Har ert arrangemang känts lyckat?



### 2) Hur upplever ni gemenskapen i byn jämfört med tidigare år?



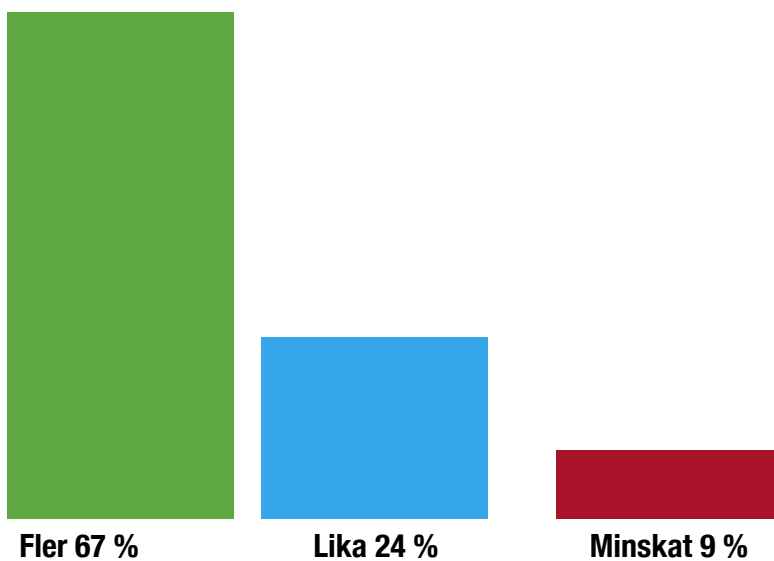
**3) Bedömer du att det var mer, mindre eller lika många personer på ert arrangemang i år som tidigare år?**



**4) Hur många besökare/deltagare uppskattar du att ni har haft?**

Besöksantalet sträcker sig från 40 - 4000 beroende på arrangemang.  
Det genomsnittliga antalet besökare per arrangemang är 511

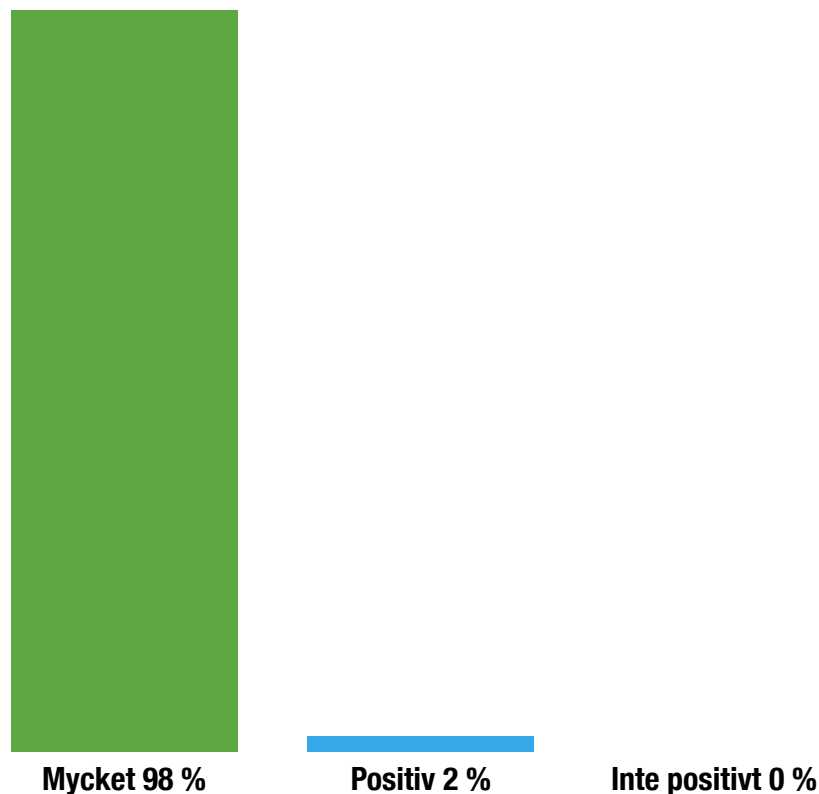
**5) Kom det fler besökare utifrån än tidigare år?**



**6) Du som driver verksamhet t.ex. restaurang/café, butik, galleri eller liknande: Har du haft fler gäster under Österlen lyser helgen än du normalt har under övriga helger i oktober/november?**

De flesta har inte öppettid under hösten. Men de som har öppettid bedömer att omsättningen ökar kraftigt under Österlen lyser. Från en ökning på 30 % (ML BorstTeknik AB) till 1500% (Rödkillbäcksgård Interiörbutik)

**7) Upplever du att Österlen lyser har en positiv effekt på din verksamhet?**



### **SAMMANFATTNING**

Av årets enkätsvar framgår med all önskvärd tydlighet att de allra flesta arrangörerna (89%) anser att evenemanget är lyckat och att det betyder mycket för deras verksamheter (98%).

Att flertalet (67%) också upplevde att det i år var fler besökare utifrån än tidigare år tyder på att marknadsföringen och pressbearbetningen som gjorts varit framgångsrik.

Antalet totala besökare är alltid svårt att uppskatta, men känslan av publikrekord är stark i år igen.

## Några citat från svaren på utvärderingsfrågorna.

”Är mycket nöjd, upplever det som fler besökare, många som kom längre ifrån Malmö , Lund mm vilket jag uppskattar.” *Carina Hägg Design*

”Österlen lyser är väldigt viktig! Efter sommaren så är det ÖL vi ser fram emot, sedan julhandeln efter det.” *Blå Huset i Borby*

”Österlen lyser är väldigt viktig! Efter sommaren så är det ÖL vi ser fram emot, sedan julhandeln efter det.” *Blå Huset i Borby*

”Absolut, betydligt mer, både pga att många reser hit under ÖI och annonseringen i press och hemsida.” *Skeppargårdens Galleri*

”Österlen Lyser ger alltid upphov till nya möten och nya personer som vill komma tillbaka under sommarmånaderna. Försäljningen av kaffe, kakor och korv genererar alltid ett litet överskott som hjälper till att motivera fortsatt arbete.”  
*Tommarps Ullspineri*

”Jag bedömer att det var mindre folk och självklart eftersom vi var årets ljus(våg) förra året, men jag nästan dubblade försäljningen.” *Långorna Skåne-Tranås*

”Jag tror det varit helt tomt om jag öppnat en helg i november annars.”  
*Bäddsoffsexperten*



Foto: Per Baker