



HOLSTEBRO KOMMUNE

Fakta om Spejdernes Lejr 2012



SPEJDERNES
LEJR

2012



Fakta om Spejdernes Lejr 2012

Vidste du at:

- Lejrens afvikling blev en stor succes målt på samtlige parametre.
- 7.300 spejdere deltog på Spejdernes Lejr, hvor af de 26.400 spejdere var nye besøgende i Holstebro Kommune.

Omsætning og værdi

- Holstebro Kommune skønner, at lejren har genereret en omsætning på op mod 150 mio. kr. Skønnet er baseret på spejdernes budget for lejren, opgørelser over deltagere og gæsters forbrug, samt den teoretiske annonceværdi af medieomtale af lejren og Holstebro.

Omtale og omdømme

- Lejren gav massiv national omtale i TV, radio og aviser både før, under og efter lejren. Omfanget af TV- og radioomtale er ikke opgjort, men lejren blev, alene i juli måned, omtalt i 2379 artikler.
- Der i juli måned var 32.000 brugere på www.holstebro2012.dk, og at den gennemsnitlige besøgstid var knap 3 minutter. (Hvilket er godt for en hjemmeside.)
- Der før og under lejren blev delt 42.000 postkort med motiver, der fortæller om Holstebro til både spejdere, gæster og kommunens egne borgere.
- Over halvdelen af spejderne og gæsterne ønsker at vende tilbage til Holstebro egnen, og at lige så mange vil anbefale Holstebro egnen til familie og venner.
- Spejdernes og gæsternes syn på Holstebro var positivt forud for lejren, og at dette blev yderligere forstærket under lejren.



Opbakning og kendskab

- 85% af Danmarks indbyggere vidste, at Spejdernes Lejr blev afholdt i Holstebro.
- 98% af Holstebro Kommunes borgere vidste, at lejren fandt sted.
- 95 % af borgerne synes, at det var en god idé at kommunen var vært for lejren.
- 93 % af borgerne og virksomhederne synes, at kommunen skal trække lignende arrangementer til kommunen.
- 20 % af kommunens borgere deltog i aktiviteter i forbindelse med lejren.
- 88% af borgerne finder, at Spejdernes Lejr har styrket Holstebro Kommune som et godt sted at bo.
- Der var under én håndfuld klager fra naboerne på trods af larm, forstyrrelser og der ikke har været beredskabsmæssige udfordringer under lejren.

Frivillig indsats

- Der alene i Holstebro Kommunes aktiviteter blev lagt 3.678 frivillige timer. Dertil skal lægges frivilligtimer i forbindelse med Musikteatrets arrangementer i Holstebro centrum, i Thorsminde og de frivilligtimer der blev lagt direkte i tilknytning til spejdernes egne aktiviteter.
- Hovedparten af de frivillige var mellem 30-70 år.
- De 3 mest udbredte motivationsfaktorer for at melde sig som frivillig var:
 - ➔ Fordi det lød spændende
 - ➔ For at gøre en forskel
 - ➔ For at møde nye mennesker
- Til gengæld oplyste de frivillige, at det de fik med hjem var:
 - ➔ Oplevelser
 - ➔ Samvær med andre
 - ➔ At få lov til at gøre noget for andre
- Langt de fleste ville melde sig som frivillig igen
- Thorsminde brugte Spejdernes Lejr til at åbne byen op, og vise den frem, og at lejren var med til at understøtte stolthed og sammenhængskraft i lokalt.

Samarbejde på tværs

- Spejdernes Lejr blev katalysator for et tæt samarbejde mellem kommunen, spejderne, erhvervslivet, uddannelsesinstitutioner, kulturinstitutioner og frivillige foreninger, og generede derved mange nye relationer og netværk på tværs af sektorer.
- Spejderlejrens ledelse havde stor ros til samarbejdet med Holstebro Kommune.

Spejdernes Lejr – en stor succes!

”Det var givtigt at arbejde sammen med en så ambitiøs og engageret offentlig organisation [...] Holstebro Kommune var med til at åbne døre og tog også ejerskab for arrangementet, herunder blandt andet Tænk tankens arrangementer, projektet i Trekanten og borgmesterens synlighed eksternt. Vi har hele vejen igennem mærket, at Holstebro kommune var ambitiøse omkring det fælles projekt.”

Lejrledelsen, Spejdernes Lejr 2012

Mål

Målet for Holstebro Kommunes værtskab for Spejdernes Lejr 2012 var:

- At lejren skulle være en platform for profilering og markedsføring af området.
- At udforske andre muligheder for at anvende lejren til nye samarbejder lokalt og med spejderne, lokal omsætning, erhvervssamarbejde etc. - med det sigte at skabe en forskel i Holstebro Kommune før, under og efter lejren.

Det var et bevidst valg at arbejde med en folkelig event for at involvere mange borgere og aktører.

I første omgang var dette ikke målsætninger, der var aftalt sammen med spejderne, men i løbet af perioden fra kontraktforhandlinger til afholdelsen, udviklede samarbejdet sig til et partnerskab med mange flere fælles mål end selve afholdelsens fysiske del.

Ansøgning og planlægning

I 2010 meddelte spejderne, at de søgte en værtskommune for Spejdernes Lejr 2012. Dette var blandt andet i forbindelse med SE2010 (KFUM's lejr i Skive i 2010) med godt 14.000 deltagere.

Det var første gang, at spejderne på tværs af korps ville holde fælles lejr og målet for denne lejr i 2012 var 35.000 deltagere.

I løbet af 2010 var der tre kommuner tilbage i spil som værtskommuner og Holstebro Kommune blev valgt blandt andet på baggrund af den bynære placering og gode rammer omkring IC Vest.



Ansøgningsprocessen blev håndteret mellem Kultur og Fritid og Borgmesterkontoret, herunder kommunikationsafdelingen. Der blev udarbejdet et beslutningsoplæg til Byrådet om en bevilling på 9,4 mio. kr. Dette var på niveau med de økonomiske rammer i de øvrige kommuner (Viborg og Haderslev). Blandt andet med udgangspunkt i evalueringen i Skive har det været et mål, at værdien af profilering og omsætning skulle kunne modsvare investeringen – men også i en forståelse af, at det er svært at måle alle effekter – særligt på kort sigt.

Undervejs i processen har der været mange planlægningsarrangementer med spejderne og de lokale aktører. Der har været mange besøg og informationstiltag og møder for lodsejere og naboer til lejrområdet.

Kommunen har i stort omfang formidlet kontakter undervejs mellem spejderne og lokale aktører samt deltaget aktivt i flere aktiviteter. I en så stor og lang proces vil der være udfordringer i samarbejde og forventninger, der skal afstemmes. Der har været usikkerheder omkring beredskabsplanlægning, som har krævet særlig opmærksomhed, men dette er blevet håndteret – hvor også kommunen har taget handling og ansvar for spejderne, når de har haft udfordringer.



Lejrens afvikling

Afholdelsen af lejren kan karakteriseres som en stor succes, hvor det lykkedes at vise omverden, at Holstebro og dens borgere, virksomheder og lodsejere var mere end blot en lejrplads, men en helhedsorienteret vært og medspiller på alle områder.

Spejderne leverede en utrolig stor og flot indsats med afviklingen af lejren og en gennemført nedbrydning og oprydning.

Der var under en håndfuld klager fra naboerne på trods af larm, forstyrrelser og der har ikke været beredskabsmæssige udfordringer under lejren.

Vi nåede målene

Målet om at vise omverden at Holstebro er i stand til at varetage et meget stort event, blev nået til fulde gennem en massiv medieomtale, der samtidig også har bevirket at målsætningen om en høj markedsføringsværdi er nået.

Der var national tv-dækning af åbning og afslutningsshow med De sorte spejdere og en række af de andre store shows. Der har været daglig regional dækning. Spejderne har bedt Epinion om at vurdere medieomtaler for lejren og her konkluderes, at 8 ud af 10 danskere på landsplan var bevidst om at lejren skulle afholdes i Holstebro. Lokalt var der et kendskab på 98% hos borgere og 99% af virksomhederne.

71% af spejderne havde aldrig besøgt Holstebro og mange spejder og gæster tog herfra med en forøget positiv opfattelse af byen, selv om der ikke blev øget kendskab til de attraktioner som byen har. Over halvdelen vil anbefale venner og familie at komme hertil.



Holstebro Kommune skønner, at lejren har genereret en omsætning på op mod 150 mio. kr. Skønnet er baseret på:

- ✓ Spejdernes budget for lejren, som viser en samlet omsætning på 70 millioner kr. Omsætning fra lejren, dvs. indkøb til afholdelse af lejren, kendes dog ikke præcist på lokalt niveau.
- ✓ Et yderst konservativt skøn fra Epinion over spejderne og gæsternes forbrug under selve lejren, som viser et forbrug på 38 millioner. Beregningen er baseret på 37.300 spejdere og godt 16.000 gæster.
- ✓ Antallet af gæster angives af spejderne selv til 2,7 person per deltager, hvilket svarer til potentielt 44.300 gæster, da 44% af spejderne havde besøg i lejren. Dertil kommer, ca. 40% af gæsterne, som var uden familiemæssig tilknytning til lejren.
- ✓ Den teoretiske annonceværdi på artikler for perioden 1. juli til 31. august via infomedia er opgjort til knap 11 millioner kr., og at omtalen har været positiv. Dertil skal lægges et ukendt antal radio og TV indslag, der ikke er inkluderet i opgørelsen.

Det lykkedes også at skabe en stor grad af involvering – således var 20% af borgerne involveret i aktiviteter i forbindelse med lejren og 95% af borgerne og 90% af virksomhederne synes, at værtskabet var en god ide.

I perioden op til var der en stigende bevidsthed lokalt om værtskabet og mange aktører var som sagt involveret også før lejren. Fra kulturinstitutioner, de lokale spejdere, "trekanten", frivillige, lokale leverandører og mange flere. Under lejren var en stor andel af borgerne ude at se og opleve lejren.

Der er en klar stolthed efterfølgende og større risikovillighed. Går man ned til de enkelte aktører har mange af disse også fået oplevelser og input som har betydning efter lejren.

Et eksempel er i trekanten, hvor samarbejde mellem de lokale spejdere og områdets børn og unge har skabt forandringer, og hvortil der er udarbejdet en selvstændig evalueringsrapport.

Et andet eksempel er de virksomheder, der var med i aktiviteter på lejren, og som har fået erfaring med samspil med frivillige og nogle nye ideer med hjem fra spejderne.

Samarbejdet mellem Holstebro Kommune og spejderne er fortsat efter afslutningen af lejren, og parterne er pt. ved at afdække mulige platforme for et styrket samarbejde.

Målsætningen om en betydning før, under og efter må også siges at være opnået i forhold til kendskab og profilering. Den store grad af involvering fra borgere og lokale aktørers side, har endvidere været med til styrke medborgerskabet i Holstebro Kommune.



