

# Sådan skaber du vellykkede lokale arrangementer

**En guide baseret på erfaringer fra arrangementer støttet af *Samlingskraft – Sammen om steder, vi holder af***

BYOG LAND DANMARK
LANDSFORENINGEN FOR BYGNINGS- OG LANDSKABSKULTUR





# Om denne guide

Denne guide samler erfaringer fra en række arrangementer støttet af puljen *Samlingskraft – Sammen om steder, vi holder af.* Puljen er støttet af Realdania. Formålet er at give konkrete råd til, hvordan foreninger kan skabe vellykkede arrangementer gennem samarbejde, tydelig planlægning og lokal forankring.

Guiden er udarbejdet på baggrund af en evaluering af projekter støttet af puljen *Samlingskraft*, herunder dybdegående interviews med følgende foreninger om deres afholdte arrangementer:

### Bevaringsforeningen for Korsør og omegn

Arrangør bag arrangementet 'Korsør, den gamle bymidte og kirken', der indebar byvandring, præsentation af Korsørs gamle bymidte, samt musik og sang i kirken. Arrangementet havde 50 deltagere og samarbejdspartnere inkluderede sportsklubber, historisk forening og kirken. Der er foretaget interview med repræsentant for Bevaringsforeningen, men ikke med samarbejdspartnere.

### Foreningen Straatag

Stod bag arrangementet 'Mestrene kommer!' i samarbejde med Netværk for bindingsværk og Vestfyns hjemstavnsforening. Arrangementet inkluderede oplæg og workshops med introduktion til kulturhistorie samt ren teknisk indføring i det gode håndværk og havde omkring 150 deltagere. Der er foretaget interviews med repræsentanter fra både Foreningen Straatag og Netværk for Bindingsværk.

### Ringkøbing Bevaringsforening

Stod bag arrangementet 'Fiskerskure, smakker og røget helt', der inviterede indenfor i 'Indianerlejren' på Ringkøbing Havn og indebar oplæg, musik, boder med smagsprøver mm. Arrangementet er afholdt i samarbejde med Ringkøbing Lokalhistoriske Arkiv, Indianerlejren og Ringkøbing Smakkelaug, og der er foretaget interviews med repræsentanter fra Ringkøbing Bevaringsforening samt Ringkøbing Lokalhistoriske Arkiv.

### By og Land Greve

Står bag tre arrangementer med fokus på hhv. lokale parcelhuskvarterer, forskellige boformer i nærliggende landsbyer og lokalområder samt på at fremme mere bæredygtig byudvikling. Arrangementerne har haft mellem 30 og 90 deltagere, og erfaringer fra dem alle inddrages i interviewet og i guiden. Samarbejdspartnere har varieret mellem arrangementerne, men har inkluderet Grundejerforeningen Greve Strand, Eriksminde Grundejerforening samt Tune lokalråd.

**KLIK og læs mere om konkrete arrangementer til inspiration Samlingskraft**



# Planlægningstrappe for det vellykkede arrangement

**FORMÅL**

Hvad skal deltagerne få ud af arrangementet? Og hvad skal vi selv som forening få ud af det?

**MÅLGRUPPE**

Hvem vil vi nå?

**KOMMUNI-KATION**

Hvordan når vi målgruppen?

**SAMARBEJDS-PARTNERE**

Hvordan etableres det gode samarbejde? Og hvem bidrager med hvad?

**PLANLÆGNING OG ARBEJDS-FORDELING**

Hvad skal der ske? Og hvem står for hvad,så vi lykkes med det, vi gerne vil?

**LOKAL FORANKRING OG VEDVARENDE EFFEKTER**

Hvordan sørger vi for, at effekter fra arrangementet lever videre?



# Formål

Kom godt fra start med et tydeligt formål. Når først I ved, hvad I gerne vil opnå eller skabe med jeres arrangement, er det nemmere at kommunikere til både deltagere og samarbejdspartnere. Arrangørerne bag alle fire cases fremhæver det at få formuleret et tydeligt formål helt fra start som en helt essentiel del af, at de lykkedes så godt med deres arrangementer. De anbefaler, at det til hver en tid er den gode idé, der skal sætte retningen for den videre planlægning, organisering og afvikling af et arrangement.

Arrangementets formål kan I få defineret og præciseret, ved at stille jer selv følgende spørgsmål:

- Hvad vil vi gerne formidle for deltagerne? Og hvorfor er det vigtigt at formidle netop dette?
- Hvad vil vi gerne at deltagerne tager med fra vores arrangement?
- Hvad vil vi gerne opnå som forening?
- Hvad er succeskriterierne for vores arrangement?

## Eksempel: 'Mestrene kommer', foreningen Straatag og Netværk for Bindingsværk

Arrangørerne bag 'Mestrene kommer' havde sig et tydeligt formål for øje, helt fra starten af processen omkring udviklingen af arrangementet. Arrangementet tog udgangspunkt i en gammel bindingsværksgård, og den ene arrangør fortæller om den oprindelige idé:

*"Der var masser af opgaver at tage fat på. Og så fik vi den idé, at det kunne være sjovt at vise folk, hvordan tingene laves, og hvorfor de bliver lavet på den specielle måde. (…) give dem en oplevelse, så de både kunne få noget kulturhistorie og en ren teknisk indføring i det gode håndværk. Og det søgte vi så om at strikke et program sammen omkring"*

Selvom det kan lyde lavpraktisk – at få en idé, og så lægge en plan ud fra den – fremhæver begge primære arrangører bag arrangementet, hvordan netop denne arbejdsgang har været helt essentiel for succesen af deres arrangement. Men de lægger også begge vægt på, at den gode idé hænger uløseligt sammen med et tydeligt formål - at man har noget på hjerte og gerne vil formidle noget til deltagerne i ens arrangement. Herved kan ens formål blive den gennemgående rettesnor for udvikling og afholdelse af et succesfuldt arrangement:

*"Ja, det er, at man skal finde det rigtige emne. Det vil sige, at man skal gøre sig klar, hvad er det, man gerne vil formidle over for deltagerne? Og så må man så sige, hvordan gør vi det? Hvad har vi at vise frem? Og hvem mener vi, der kan løse de opgaver? Men det er planlægning. Vi skal vide, hvad vi vil. Vi skal lave en ordentlig drejebog, og vi skal have et godt program at vise frem."*

*"Så vær klar og tydelig med idéen.*
*Altså, man skal have noget på hjerte."*



# Målgruppe

Hvem I ønsker skal deltage i jeres arrangement, hænger ofte tæt sammen med formålet. Er en del af formålet f.eks. at tiltrække flere medlemmer til foreningen, der kan lægge en masse tid og engagement i fremtidige arrangementer, er det værd at overveje om f.eks. 'børnefamilier' er den rette målgruppe, da disse ofte er præget af travlhed. Det kan således være en fordel at være konkrete og kritiske, og at have potentielle barrierer for øje. Overvej ligeledes at undgå at arbejde med for brede målgrupper som f.eks. 'alle borgere' eller 'unge', da det kan være svært at målrette såvel kommunikationen som aktiviteterne til arrangementet efter dette. I kan fx overveje om jeres ideelle målgruppe er:

- Fagligt interesserede – fx inden for kulturarv, byggeri og bæredygtighed
- Lokale borgere og naboer til et specifikt sted, særligt hvis man søger at styrke fællesskab og lokal stolthed
- En specifik gruppe i kommunen, man kan nå gennem samarbejdspartnere – fx institutioner, lokale erhvervsdrivende eller andre foreninger

### Eksempel: Bevaringsforeningen for Korsør og omegn

Et eksempel på nogen, der har været opmærksomme på at begrænse sig, i definitionen af deres ønskede målgruppe findes hos Bevaringsforeningen for Korsør og omegn:

*"Ja, man skal (kende sin målgruppe, red.). Vi dækker ikke alt. Vi er jo godt klar over, at familier med børn er svære at få fat i. (…) Og det er jo sådan lidt også med at få dem ud til en bevaringsforening. Det er måske ikke det mest hotte i en børnefamilie. Det er måske en travl hverdag, der er måske meget konkurrence om tiden."*

Denne case er dog netop et godt eksempel på, at turde at være kritisk overfor om alle målgrupper er realistiske at nå. Det kan være virkelig virkningsfuldt, idet foreningen i høj grad er lykkes med at nå andre grupper i deres lokalsamfund i stedet:

*"Men jeg må sige, at vores foreningsformål er at komme ud til så mange mennesker som muligt i vores by. Og det har By og Land og Samlingskraft hjulpet os med."*

### Eksempel: 'Mestrene kommer', foreningen Straatag og Netværk for Bindingsværk

Et andet eksempel på, hvordan man kan arbejde aktivt med at opnå adgang til specifikke målgrupper findes hos arrangørerne bag 'Mestrene kommer':

*"Ja, altså først og fremmest så mente jeg jo, at man skal forsøge at pege på en målgruppe. Og så må man prøve at se, hvem har adgang til de der målgrupper. Og det vi havde lidt succes med, det var, at lokalhistorisk forening, det er jo mennesker, som i forvejen har interesse i det her område. Og vi kunne se, at der var en del af deres medlemmer, som dukkede op. Og der kunne vi se, at fra arkitektskolen i København var der mange også. (...) Det er bedst at finde nogen, som på en eller anden måde i forvejen har en interesse. Og så få dem til at tage nogle venner med."*





# Kommunikation

Når I kender målgruppen, skal I overveje, hvilke kanaler, der er gode at kommunikere på for at gøre opmærksom på jeres arrangement. Hvor vil netop den målgruppe, I ønsker at ramme, lægge mærke til eller høre om reklamering for jeres arrangement? Findes der foreninger, enten i det etablerede samarbejde omkring arrangementet eller i jeres eksisterende netværk, der kan nå relevante grupper, I ikke selv har adgang til?

Mulige kommunikationskanaler kan fx være:

- Lokale Facebookgrupper
- Jeres egen forenings kommunikationskanaler, fx facebooksider, nyhedsbreve eller lign.
- De andre involverede foreningers kommunikationskanaler, fx facebooksider, nyhedsbreve eller lign.
- Kommunens arrangementsoversigt, såfremt der er en sådan
- Opslag i Brugsen, i sportshallen eller andre steder i det relevante lokalområde mange besøger
- Artikel eller annoncering i lokale dagblade eller aviser

### Eksempel: By og Land Greve

Hos By og Land Greve benyttede de et hav af forskelligartede kommunikationskanaler ifm. promoveringen af deres arrangement, hvilket var meget vellykket ift. at tiltrække deltagere. De lykkedes bl.a. med at sætte både foreninger, de samarbejdede med, samt deres andre eksisterende netværk i spil:

*"Vi har lagt det ud på Facebook. Og så har vi de lokale grupper, der er på Facebook, og Line har jo et godt netværk. Så det var også meget igennem de netværk, vi allerede havde. Ja, og så igennem de etablerede foreninger, fordi der ligger en meget stor grundejerforening, som vi har samarbejdet med, og de har jo sendt det ud i hele deres netværk. Lokalhistorisk forening er også med, også nogle der virkelig tager på arrangementer. Igen lidt den ældre målgruppe.*
*En lokal stor grundejerforening, der var den grundejerforening vi skulle gå rundt i, havde også lagt det ud på deres fællesskabsside."*

**KLIK og læs mere om gode råd til at få jeres budskab nu**



# Etablering af samarbejder

Når det kommer til at få etableret meningsfulde samarbejder omkring et arrangement, er der to aspekter at holde sig for øje. Det ene drejer sig om at overveje, hvad I leder efter i en samarbejdspartner, og at se mulighederne i, hvad forskelligartede samarbejder kan bidrage med til arrangementet. Det andet aspekt handler mere lavpraktisk om, at få etableret kontakt til andre foreninger og mulige samarbejdspartnere. Det er nemmest at række ud til foreninger, som man tidligere har samarbejdet med eller har gode relationer til. Det kan suppleres med også at spørge foreninger i ens netværk, om de har bud på gode samarbejdspartnere. Alternativt kan I også række ud til foreninger som I ikke har samarbejdet med før, men som alligevel kunne have en forbindelse til jeres arrangement. Husk at det kan være særlig godt at være åben over for andre ideer, input og nye vinkler, når I skal etablere samarbejder med andre.

1. Hvem skal vi samarbejde med?
   - Hav fokus på kompetencer:
     - Spørg jer selv: Hvad kan vi selv, og hvad kan denne eller denne forening måske bidrage med, som vi slet ikke kan/ved noget om?
   - Tænk ud af boksen:
     - Vær åben for samarbejdsmuligheder, der ligger udenfor jeres umiddelbare interessefællesskab, eller netværk
2. Hvordan opnår man kontakt?
   - Afsøg muligheder i eksisterende netværk
   - Afsøg muligheder i eget netværks netværk
   - Vær modig!

### Eksempel: By og Land Greve

Hos By og Land Greve, er de lykkedes med at sætte forskellige foreningers og menneskers kompetencer i spil. De beskriver, hvordan det styrker dialogen og samarbejdet mellem foreninger og borgere, fordi de kan se, hvordan det giver meningsfulde bidrag at kunne bruge hinandens kompetencer og ekspertiser:

*”Fordi så er vi eksperter på noget, de er ikke eksperter på. Så det, at vi kan bruge hinandens ekspertiser her, det er virkelig vigtigt tror jeg, også for vores relevans. (…) Vi vil gerne skabe dialogen mellem borgerne, altså på tværs, mellem foreningerne.*
*Og det er vi faktisk begyndt at lykkes med nu, fordi de kan bruge hinanden nu”*

### Eksempel: Ringkøbing Bevaringsforening

De interviewede fra Ringkøbing Bevaringsforening vil anbefale andre, der skal etablere kontakt til potentielle samarbejdspartnere ifm. arrangementer at være modige og tænke ud af boksen, så man kan få øje på det der går fælles – også nye eller uventede steder:

*”Jamen jeg tror, at man skal måske være lidt mere modig engang imellem, altså måske henvende sig til nogen, hvor man tænker i første omgang, så tror de måske ikke, at bygningsbevaring er noget for dem, men hvis man ligesom kan se, at der nok alligevel er nogle steder, hvor man har noget til fælles, så prøv at tage fat i nogle andre. Ja, så hold øje med det, der går fælles, måske.”*



# Planlægning og arbejdsfordeling

Selve planlægningen, og hvordan processen omkring denne foregår, er helt essentiel for et succesfuldt arrangement. Sørg derfor for en høj grad af struktur, styring og faste deadlines fra start til slut i processen omkring udvikling og afholdelse af jeres arrangement.

Sådan gør I:

- Få skrevet alt ned - aftaler, deadlines, detaljer
- Sørg for at definere opgaver klart og tydeligt
- Udpeg en tovholder med ansvar for at holde det store overblik, fåfulgt op på aftaler, deadlines osv.
- Klar overordnet plan – hold formålet for øje
- Undgå at én person skal løfte alle opgaver alene. Husk at det lavpraktiske og logistiske udgør en stor opgave, særligt hvis puljestøtte betyder, at I kan afholde et større arrangement, end I er vant til

Når man søger at fordele arbejdsbyrden enten internt i én forening, eller mellem samarbejdspartnere, kan man med fordel holde sig følgende for øje:

- Hvordan får vi bedst benyttet de kompetencer, der er til rådighed, sådan at opgaverne bliver løst så smart/nemt som muligt?
- Hvordan kan vi sørge for at skabe fælles ejerskabsfornemmelse over projektet, så alle er motiverede for at bidrage?

### Eksempel: Ringkøbing Bevaringsforening

Repræsentanterne fra Ringkøbing Bevaringsforening vil i høj grad anbefale alle, der skal udvikle arrangementer i fremtiden at have en høj grad af fokus på struktur, klare aftaler og forholdsvis stram styring i planlægningen:

*"Det er nok vigtigt, at man er helt sikker på, at de aftaler, man laver, dem skal man sørge for at få skrevet ned. Altså sådan lidt, at der ikke er et eller andet, der smutter, eller noget, der lige er glemt. Og det er måske særligt, når man har flere foreninger inde over på en gang (…) Og så har Søren jo ligesom holdt fast i, med de der 5-6 møder, vi har haft, så er der jo en line-up. "Hvor langt er vi der? Hvor langt er vi der? Hvor langt er vi der?" Og der er styr på det. Altså, det er jo noget med ligesom at lave en struktur i det, (…), ja så lige at der er i hvert fald en, der lige fastholder den struktur."*

### Eksempel: 'Mestrene kommer', foreningen Straatag og Netværk for Bindingsværk

Hos de to primære foreninger bag arrangementet 'Mestrene kommer' har arbejdsopgaverne været tydeligt fordelt imellem dem. Fordelingen har særligt baseret sig på, hvilke kompetencer man hver især besad, og hvad der helt lavpraktisk kunne give bedst mening.

*"Altså vi er to foreninger, der kender hinanden rigtig godt. Og arbejdsfordelingen var meget tydelig fra start. Jeg tog mig af den faglige udvikling og hvem der kunne indgå i det gennem vores netværk. Og så var Straatagsforeningen selvfølgelig med til at udsende det. Straatagsforeningen stod klart for det økonomiske. Altså holde styr på økonomien, lave regnskabet, få det sendt afsted og sådan nogle ting. Og ansøgningen lavede vi sammen. Men i og med det var nede på mit sted, så var jeg ligesom nødt til at indgå i de her samtaler med lokale håndværkere og sådan noget, fordi de andre ligesom var lidt for langt væk, ikke?"*

**KLIK og læs mere om gode råd til planlægning**



# Lokal forankring og vedvarende effekter

Et sidste vigtigt aspekt til et succesfuldt arrangement handler om at skabe lokal forankring, og vedvarende effekter, der går ud over det enkelte arrangement og den enkelte dag. Dette fremhæves særligt af de interviewede arrangører når det kommer til, hvorfor de oplevede deres arrangement som en succes. Der kan være flere veje til at opnå denne forankring:

- Styrket forankring af foreningen i lokalsamfundet, særligt gennem fokus på synlighed
- Styrket lokalt fællesskab omkring foreningens sag

### Eksempel: 'Mestrene kommer', foreningen Straatag og Netværk for Bindingsværk

Foreningerne bag 'Mestrene kommer' italesætter vigtigheden af en kontinuerlig og varig synlighed som forening, hvilket hvilket arrangementerne kan understøtte, hvis man sørger for at kommunikere om dem, både før og efter deres afholdelse:

*"At have samtaler med andre, fortælle andre om det arrangement, man har lavet. Det tror jeg er vigtigt, at man følger op på det arbejde, man har lavet. Måske også sådan noget med, at arrangementets liv uden for selve lige den dag, det blev afholdt, at det også taler ind i noget videre, enten kommunikation, men at det bliver bragt med videre til noget andet. (...)Men der skal vi bruge de her arrangementer til at styrke vores egen position."*

*"Meget omkring sådan noget med kommunikation handler jo også om vedholdenhed. Hvor folk ikke kan glemme det. Eller at, hov, der var de igen, og hov, der var de igen"*

### Eksempel: Ringkøbing Bevaringsforening

Ringkøbing Bevaringsforening og deres samarbejdspartnere lykkedes i høj grad med, at få skabt mere fællesskab omkring bygningsbevaring, og omkring det særlige sted, hvor deres arrangement foregik. Ved at facilitere samtaler og møder mellem mennesker gennem deres arrangement, har de styrket fællesskabet både deltagere imellem, mellem deltagere og dem, der holder til på havnen, og mellem foreningen og deltagerne:

*"Det var jo egentlig det der med at skabe noget fællesskab, fordi man kan sige, at set fra bevaringsforeningens synspunkt, vi vil jo gerne, at bevaring bliver så meget en fælles sag som muligt. Så derfor vil vi gerne involvere forskellige andre i det, sådan at man kender hinanden. Bevaringsforeningen bør bare være en del af byens liv.*
*Så tænker jeg da også, at udover at folk kommer derned og siger, at det var da egentlig meget sjovt og spændende, så dem, der sidder dernede, de vil jo også opleve, at der pludselig er seriøst interesse for deres område. De møder går begge veje. Ja, altså hvis man skulle helt op på den høje klinge, så kan man jo også sige, at man arbejder med sammenhængskraft i samfundet."*





# Baggrund og metode

De fire casestudier er udvalgt i dialog med puljeadministrator på baggrund af en bruttoliste over særligt illustrative eller lærerige projekter udformet af By og Land Danmark. Dataindsamlingen i casestudierne er foregået gennem semistrukturerede interviews med arrangørerne bag hver af de udvalgte cases. Både Ringkøbing Bevaringsforening og Foreningen Straatag har yderligere henvist til en af deres samarbejdspartnere, der ligeledes er blevet interviewet om arrangementet. Der er således foretaget seks interviews i alt, hvoraf fire har været enkeltinterviews og to har været gruppeinterviews, med to deltagende interviewpersoner.

Interviewene havde fokus på:

1. Formål med og målgrupper for arrangementerne
2. Facilitering af- og oplevelser med samarbejde
3. Oplevet bidrag fra og udbytte af arrangementerne for hhv. deltagere, afholdene foreninger og By og Land Danmark
4. Gode råd og erfaringer ifm. ansøgning, afvikling af arrangementer eller samarbejder
5. Hvorfor bevillingsmodtagerne selv anser arrangementet som succesfuldt, og hvordan de opnåede dette

Interviewene blev foretaget over telefon i løbet af december 2025 og januar 2026. Hvert interview har varet mellem 30-60 min. Alle interviews blev lydoptaget og transskriberet for at sikre undersøgelsen reliabilitet. Interviewene er herefter alle blevet analyseret tematisk og anvendt til at udforme de seks trin i denne guide.

*Samlingskraft* var en pulje, der understøttede lokale frivillige ildsjæle og foreninger i at fejre bygningskultur og bæredygtighed og engagere flere i fællesskaber omkring særlige steder i hele landet.


Ingerfair
engageret i et stærkt civilsamfund


SAMLINGSKRAFT
SAMMEN OM STEDER
VI HOLDER AF


Realdania


BY OG LAND
DANMARK
LANDSFORENINGEN
FOR BYGNINGS- OG
LANDSKABSKULTUR