

Rapport Kulturscen Flyinge

Gunnar Petersson 2014-03-05, rev 2014-03-20, rev 2014-04-09, rev 2014-06-09

FLYINGE UTVECKLING

Syfte

Syftet med denna förstudie har varit att öka samarbetet mellan Flyinge Utveckling och andra verksamheter inom bygden för att få fler besökare med inriktning kultur. Vi har ställt oss frågan

Hur skall vi på bästa sätt kunna använda de möjligheter som finns inom bygden?

Vad kan olika kulturaktörer bidra med i form av erfarenheter och redan formade kulturevents, vilka skulle kunna genomföras på Kulturscen Flyingebygden inom en nära framtid.

Vid ett inledande möte med vd och marknadschef Flyinge AB, så enades vi om riktlinjer för arbetet med kulturscen Flyinge med fokus på Flyinge Kungsgård.

Sammanfattning

Följande aktiviteter har genomförts:

Klarkullen AB med vd Per Johansson besökte Flyinge den 14/2-14 hela dagen och skrev därefter en rapport. Mål att Klarkullen tar över julmarknadsarrangemanget från 2015.

Levande lektioner . Ett antal möten med Natur i Fokus, Ingegerd Ljungblom i syfte att skapa ett lantligt rum för lärande för skolklasser från städer som Malmö och Lund. Flera fristående aktörer är kontaktade förutom Natur i Fokus även Sagohuset i Lund, Kulturen i Lund, Naturskyddsföreningen i Lund, Drömmarnas Hus i Malmö, Naturskolan i Malmö. Begränsat genomförande redan i maj 2014 samt större permanent genomförande med start 2015. Siktat mot finansiering från Arvsfonden.

Möte med Lundalands Filharmoniska orkester med syfte att kunna genomföra ett arrangemang i september 2014.

Ansökan om medel för att forma Kulturscen Flyinge inskickad på begäran av Framtidens Lund, som är ett kulturstöd inom Lunds kommun. Beviljades dock ej.

Kontakt med Daniel Adolfsson kring ett event "Musical Horse". Befinner sig bara i en inledningsfas.

Julmarknad

Är ett event som drivits av Flyinge AB under åren 2000-2003 samt av Flyinge Utveckling under åren 2004-2013. Omfattningen har varit som bäst 30 utställare och 1500 besökare. I syfte att undersöka om det skulle gå att lyfta detta event så kontaktades Per Johansson.

Per har erfarenhet av att i egen regi driva de största julmarknaderna i Sverige. Bland annat Huseby Bruk sedan 1988 med 30-40 000 besökare och 170 utställare över 10 dagar. Klarkullen AB äger och driver också Gränsö slott vid Västervik med Sveriges största motorcykelevent.

Skulle Kungsgården vara en intressant plats för honom att driva en stor julmarknad i Skåne?

Per tillbringade en heldag i Flyinge och träffade förutom Flyinge Utveckling även Niclas Erwall på Flyinge. Pers skrev i sin rapport att han gärna ställer upp som konsult i syfte att skapa en riktigt stor julmarknad 2015. Han gav en hel del råd i sin rapport, som pekar på förändringar som behöver göras. Rapporten bilägges.

Kontakt har tagits med **Janni Vestergaard, Livsmedelsakademien** för att få grepp om förutsättningarna för en stor matmarknad på Flyinge i samband med julmarknad och Flyingedagarna.

Levande lektioner

Natur i Fokus Ingegerd Ljungblom har en verksamhet som syftar till att ta ut skolklasser i naturen för lärande och inspiration. Företaget kommer nu att genomföra två sådana aktiviteter redan under maj 2014 för skolklasser från Södra Sandby och Flyinge, där man använder Flyinge Kungsgård.

I detta projekt har vi därtill utvecklat ett mera omfattande projekt som syftar till att på helårsbasis kunna ta emot skolklasser från årskurs 4-6 företrädesvis från Malmö och Lund, gärna från områden med många utrikesfödda. Skolklasser kommer att erbjudas tre skoldagar under ett läsår med temalektioner inklusive lunch och busstransport. De tema vi erbjuder är historia, häst, stork, vatten, flora och fauna. Vi planerar att använda både naturreservatet Flyinge Ängar och Flyinge Kungsgård samt lunch på Flyinge restaurang.

Vi undersöker möjligheterna till finansiering så att skolklasserna kan erbjudas detta paket utan kostnad i varje fall under åren 2015, 2016 och 2017. Skulle kunna bli en tämligen omfattande verksamhet, som ligger väl i linje med de formulerade riktlinjerna.

Lundalands filharmoniska orkester

Möte med **Kristofer Wåhlander** som arrangerar och dirigerar sin orkester som består av inresta världsberömda musiker. Kristofer har arbetat som dirigent i Ryssland och lärt känna många musiker men har nu återflyttat till Skåne.

LFO startade som ett Leaderprojekt som nu kan genomföra events med egna resurser. Man uppträder på intressanta platser inom Lundaland med möjliga lokaler på minst 1000 kvm. Årets event är planerat till början av september och vi hoppas att det skall bli möjligt att genomföra. Efter att vi visat hela anläggningen och letat efter bästa placeringen så överlämnades Kristofer till direkt kontakt med Flyinge via Anna Nyström. Man planerar för medverkan på event Flyingedagarna i december 2014.

Framtidens Lund

Kontaktade Lunds kommun Kulturförvaltningen, som inspirerade oss att skicka in en ansökan där kulturscenen Flyinge skulle kunna utvecklas ytterligare. Ansökan avslogs dock

Musicalen Horse

Daniel Adolfsson kan mycket om hästar och har gedigen teater utbildning som skådespelare, skriver samt regi. Har haft uppdrag i Malmö, Sundvall, Kalmar o Helsingborg. Spelat i filmer som Bron och musicalen Ingvar. Daniel bygger/skissar en musical, därefter söker vi samverkan med Malmö Operan och Ronny Danielsson, som vi har haft kontakt med tidigare.

Resultat

Riktlinjer för kulturscenen har skapats.

Nätverk med Flyinge AB, Klarkullen AB, Natur i Fokus, Lundalands Filharmoniska Orkester, Sagohuset i Lund, Kulturen i Lund, Drömmarnas hus, Naturskolan i Malmö samt Naturskyddsföreningen i Lund och Daniel Adolfsson.

Event LFO i december 2014

Levande lektioner. Naturskola med två skolklasser i maj och planerat ett större projekt för 2015-2017.

Julmarknad 2014 med sikte på riktigt stor julmarknad 2015.

Synpunkter på hur detta kan förverkligas av Per Johansson, Klarkullen AB

Musicalen Horse – samverkan med Daniel Adolfson har påbörjats --- Malmö Operan.

Hur skall samverkan Flyinge AB – Flyinge Utveckling utformas för att nå bästa resultat med en kulturscen? - ett PM

Flyinge den 9 juni 2014



Gunnar Petersson
Flyinge Utveckling

Bilagor Samverkan kulturscen, strategi för arrangör, Per Johansson Klarkullens iakttagelser



Samverkan kulturscen Flyinge

Gunnar Petersson 2014-05-05

Flyinge AB och Flyinge Utveckling vill samverka för att nå gemensamma mål.

Att via kulturevents öka antalet besökare till bygden och då särskilt icke hästrelaterade besökare.

Många besökare till bygden stärker intresset för bygden och bidrar till att vi kan behålla service och verksamheter. Uthyrning av boende är en verksamhet som är tydligt beroende av att besökare vill komma hit. Målet är att Flyinge Kungsgård kan gå från dagens 90 000 till 200 000 besökare. Tillskottet kommer från "vanliga" besökare.

Kulturevents är en möjlighet som passar väl. Vänföreningen Svenskt Hästmuseum arbetar för att ett svenskt Hästmuseum etableras på Flyinge Kungsgård.

I föreningen deltar båda parter.

Att stärka Flyinge Kungsgårds möjligheter att ta emot och dra nytta av kulturevents.

Ett ökat fokus på "vanliga" besökare kräver att lokaler på Flyinge anpassas något.

Det kan gälla att lägga trädäck på underlaget i ridhallen mm.

Per Johansson Klarkullen AB har skrivit ett PM som rör vad en stor julmarknad skulle kräva.

Kristoffer Wåhlander Lundalands Filharmoniska orkester pekade på möjligheterna i Craafordhallen, som har goda akustiska egenskaper.

Att söka samverkan inför ansökningar och dra nytta av båda organisationernas möjligheter.

Bidragsgivare har olika krav på vilka organisationer man vill stödja. Genom samverkan kan man uppnå bättre resultat. Ett exempel är allmänna arvsfonden som bara ger bidrag till ideella föreningar. Dock kan bidraget användas för att köpa tjänster i rimlig omfattning.

Att båda organisationerna skall ha nytta utifrån sina förutsättningar.

Det är viktigt att båda organisationerna känner att projekt man samverkar i också leder till nytta för båda parter. Nyttan kan dock se olika ut i den ideella föreningen och i Flyinge AB.

Exempel på samverkan är det parkprojekt som Flyinge Utveckling genomförde 2006-2009. Föreningen fick bidrag från Region Skåne och satte in betydande personella insatser som medfinansiering. Flyinge AB fick skyltar, rensad park och restaurerad "Wattning", vilket bidrar till en bättre och mer informativ miljö .

Sidonytta vid kulturevents.

Vi har i tidigare PM lagt fast ett det är viktigt att kulturevents genomförs av fristående specialister. Dock finns sidonytta som bygden kan dra fördel av. Det är viktigt att utveckla denna så att platsens fördelar får komma fram.

Exempel kan vara kaffeservering, visning av BMSL, storkprojektet, guidade turer, åla häst med vagn. Denna sidonytta finns redan idag men kunde utvecklas.



Kulturscen Flyingebygden

Gunnar Petersson 2014-01-10

Checklista - egenskaper hos ett kulturscensprojekt

- varumärkesrätt
- angeläget
- fristående aktör som är kompetent att genomföra
- erfarenheter från annan plats
- upprepas med god frekvens – långsiktigt
- bygga status åt bygden
- ge ekonomiskt utbyte till flera lokala verksamheter
- bygdens värde skall ge aktören fördelar
- lokala resurser skall kunna användas av aktören
- kulturscenen erbjuder god service
- stort antal besökare. Räkna på besöksdagar också.
- mediavärdet av aktörens marknadsföring och arrangemanget
- utveckla lokala kringtjänster

+ under sommaren då det finns fler lediga resurser 10 juni-10 aug

Exempel

Internationell skola till Flyinge

- | | |
|-------------------|--|
| är varumärkesrätt | - ja |
| angeläget | - finns behov - ESS |
| fristående aktör | - BMSL är kompetent |
| annan plats | - Lund sedan flera år |
| upprepas | - aktivitet varje dag och byggs ut efter hand – mycket långsiktigt |
| status | - absolut |
| utbyte | - Flyinge AB lokalhyra och restaurangen mat |
| bygdens värde | - ja |
| lokala resurser | - arbetstillfällen |
| kulturscenen | - trevliga lokaler och omgivningar |
| besökare | - 30 barn + personal varje dag |
| mediavärdet | - ett stort nätverk får en positiv bild |
| kringtjänster | - ? |

Equestrian Concert

är varumärkesrätt - ja – därtill häst
angeläget - nja
fristående aktör - Flyinge AB som anlidade partners Helsingborgs symfoniorkester, ...
annan plats - Tyskland
upprepas - ja om det kommer besökare. Kördes 2 ggr 2006-2007
status - ja
utbyte - hela risken låg hos Flyinge AB, som dock fick sponsorstöd
bygdens värde - internt
lokala resurser - P-vakter
kulturscen - internt
besökare - kanske 1000 en hel del musik intresserade
mediavärdet - ?
kringtjänster - ?

Konfirmationsridläger

är varumärkesrätt - ja, därtill häst
angeläget - ja
fristående aktör - Eslövs församling
annan plats - finns liknande på flera platser
upprepas - fulltecknas flera år framöver - långsiktigt
status - ja
utbyte - Flyinge AB, Velanders, Flyingegården ..., Flyinge Utveckling
bygdens värde - används väl
lokala resurser - absolut
kulturscen - ja
besökare - både föräldrar och ungdomar
mediavärde - press
kringtjänster - delvis badresor mm

Humorfestivalen

är varumärkesrätt - ja
angeläget - ja
fristående aktör - Anagram
annan plats - Lund väl provat
upprepas - ja - långsiktigt
status - ja
utbyte - Flyinge AB, ??
bygdens värde - används väl
lokala resurser - absolut
kulturscen - ? - tillför nya möjligheter
besökare - samma som i Lund
mediavärde - press
kringtjänster - ?

Rapport från Klarkullen Per Johansson

Gunnar,

Tack för ett trevligt och mycket intressant besök på Flyinge. Här är mina personliga tankar och reflektioner.

Julmässa. Flyinge känns inte redo för en satsning på en stor julmässa redan i år. Dels av tidsskäl. Dels för att en del förutsättningar saknas i mina ögon. Jag föreslår att man går fram i en annan ordning och gör en plan för att det ska kunna bli bra.

1. Entré. Nu känns Flyinge stängt och avskärmat för icke hästintresserade besökare. Man behöver öppna sig och först gå över angöringen (skyltningen) om man menar allvar med att öka antalet besökare. Just för en julmässa kan man scenografiskt bygga en tillfällig entré men riskerna är för stora att det inte blir bra. Allmänhetens bild av Flyinge är en stängd anläggning, och det är en dålig förutsättning om man ska göra en julmässa. Först öppna upp, sedan göra julmässa. Det kan t ex ske i steg enl nedanstående.
2. Cafe. Ngn typ av servering café öppnas redan till sommaren. Kan också vara av enklare slag, men det ska vara bra och en anledning för allmänheten att besöka Flyinge på sommar och helger. Använd hästarna, men även storkar och platsens historia i marknadsföring. Jag tror att det kan väcka både intresse och bli bra. Gör en skyltad slinga så folk kan gå runt på anläggningen och uppleva det ni gör. Barn gillar att titta på hästar och storkar. Gärna ngn typ av sommargalleri också. Bra om butiken också involveras och kan tänka över sitt sortiment.
3. Jag tror att man måste öppna upp och använda huvudbyggnaden för besökare, inte bara till representation. Alternativt att stenlängan görs om till cafe/besökscenter och att huvudbyggnaden används för visning eller utställning. Båda skulle ganska kunna användas för detta redan till sommaren. Uteservering kan enkelt appliceras.
4. I samband med detta kan en enklare aktivitetsplan för sommaren tas fram som symbolprojekt för den nya evenemangsstrategin.
5. Julmässan i er egen regi lyfts en del redan till i år men med syfte att förbereda för en större julmässa 2015.
6. Redan i år tillförs en matdel till er befintliga julmässa, i en ny lokal. Ni utvecklar julscenografin en del, använder vagnar mm för att öka julstämningen och koppla evenemanget till ert varumärke och nisch. Samtidigt kommuniceras en satsning på en stor julmässa 2015.

Sammanfattningsvis – en julmässa kan gå före och visa vägen för hur en plats kan bli publikare. Men på Flyinge behöver man göra tvärtom, först öppna anläggningen, börja med entré, cafe och bjuda in, så att folk börjar känna att man är välkommen som besökare. Därefter kan man presentera en satsning på en större julmässa och andra evenemang för 2015. Jag kan evt vara med och utveckla mitt tänk ytterligare.

Per Johansson