



7. september 2016

**Sagsbehandler:**

Jeanet Flørmæss Kern

Telefon: 43 57 75 75

E-mail: 34894@ishoj.dk

**Journal eller CPR-nummer:**

20.10.02-A00-1-16

## Notat

### Evaluering af Byhavefestival og Afterparty den 4. juni 2016

#### 1. Deltagere

Arrangører: Medborger og Demokratiforum, Kultur og Fritidsudvalget og Ishøj Ungeråd.

Afviklere: Ishøj Kultur Café og Ishøj Ungdomsskole

Deltagende frivillige foreninger og boder:

- Ishøj Boldklub BK
- Ishøj Håndbold Forening
- FDF Ishøj og FDF Tranegilde
- Ishøj Budo Sportskarate
- Kiosk Niki fra Ishøj Bycenter solgte slush ice,
- Madbod med Ishøj Ungdomsskoles madhold
- Glashuset
- Røde Kors solgte kunst og genbrug
- Ishøj Ungeråd Milishias cupcake bod og kebabsalg
- Beduinhjørne

Alle deltagende havde en rigtig god oplevelse og der kom kun positive tilbagemeldinger.

#### 2. Kommentarer til forberedelse

Ishøj Kulturcafé indstillede 3 kunsternavne, som de unge kunne vælge imellem. Ishøj Ungeråd valgte at lægge valget ud til åben debat via Facebook. Arbejdsgruppen finder det er en god måde at arbejde på.

Der var et godt samarbejde mellem Ishøj Kultur Café og Ishøj Ungdomsskole. Det var også her den praktiske opgaveløsning lå og arbejdsgruppen finder at den fungerede godt. Det vil være nødvendig med en overordnet projektleder til at koordinere opgaverne.

Det kan være en fordel at få et samlet tilbud på sceneudstyr, podier, borde, stole og bænke samme sted. Hermed slipper personalet for den tunge og tidskrævende opgave.

#### Forbedringspunkter:

- De unge kan være med til at komme med forslag til de 3 navne. Der skal være en opmærksomhed på, at kunstnerne allerede skal bookes i september/oktober, hvis der reelt skal være en valgmulighed.
- Det er vigtigt, at der er en fælles forventningsafstemning mellem arrangørerne. Arrangørerne bør ikke deltage i den praktiske afvikling. Her var en oplevelse af en manglende rollefordeling, hvilket gjorde arbejdsopgaven svær.
- Foreninger skal inviteres så snart datoen er kendt.
- Der bør være en fælles PR strategi. Det er Folkefesten, der skal sælges.

### **3. Kommentarer til afvikling**

Arbejdsgruppen finder, at det var et rigtig godt arrangement med virkelig mange mennesker igennem hele dage. Det vurderes, at der har været ca. 4000 mennesker forbi i løbet af dagen. Der var mange aktiviteter, som kunne prøves og der skete meget fra scenerne med både det store navn og lokale artister. Arbejdsgruppen vurderer, at konceptet fungerer. Stor ros til alle involverede.

Foreningerne var dygtige til igen at skabe opmærksomhed om deres aktiviteter. Derudover så var der hyret følgende aktiviteter ind: hoppeborg, kamel, bordfodbold og en klovn. Det var nødvendigt. Heraf vokser også en generel diskussion af, hvad man kan forvente foreningslivet kan og vil.

Arbejdsgruppen finder, at der var et godt samarbejde med Café Wiuff.

Ishøj Ungeråd solgte kebab efter forespørgsel hos de lokale kebabhandlere, der ikke havde mulighed for at stille op på dagen.

#### Forbedringspunkter:

- Der skal være adgang til toiletter under hele arrangementet. Svømmehallens toiletter var aflåst efter kl. 16.00. Ishøj Kultur Cafés toiletter er reserveret til kunstnerne. Evt. kan der lejes mobile ind.
- Der skal være klar aftale omkring oprydning og aflåsning. Ved Byhave-koncerterne er det Park, Vej og Miljøcentret, der har ansvaret.
- Der bør være et telt til politikerne, ansatte og frivillige med noget koldt at drikke.

### **4. Afsluttende bemærkninger til forbedringer**

- 1) Der mangler en projektleder. Der bør placeres en projektleder med en arbejdsgruppe. Projektlederen styrer projektet og koordinerer opgaver mellem de mange implicerede.
- 2) Arrangørernes (Udvalgenes) dialog og ønsker går gennem projektlederen.
- 3) Det bør være et fælles arrangement. Her kan sagtens være flere, der er arrangører og har en rolle i arrangementet. Det er blot vigtigt, at det er fælles afstemt og der er et fælles budskab for, hvem der afholder arrangementet.

Herved kan der også laves én fælles PR strategi, der varetages af projektlederen.

- 4) Der bør være et budget for arrangementet.
- 5) Når datoen er kendt, bør den meldes ud til foreninger og samarbejdspartnere. Således kan en fælles PR strategi også iværksættes.

Evalueringen er udarbejdet af afviklerne ved Ishøj Kultur Café og Ishøj Ungdomsskole.