

Slutrapport, DEM-projekt

Når et projekt med medfinansiering fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses Decentrale Erhvervsfremmemidler (DEM) afsluttes, er det vigtigt at få beskrevet projektets vigtigste resultater og samlet op på de gode – og eventuelt mindre gode – erfaringer, der er indhøstet undervejs. Erfaringerne skal bruges til læring og input til at skabe endnu bedre og mere effektfulde projekter i fremtiden.

Projektets resultater og erfaringer skal beskrives af den kontraktansvarlige partner i den såkaldte **slutrapport**, der skal afleveres til Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse samtidig med det afsluttende regnskab for projektet.

NB: Hvis projektet slutevalueres af Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses evaluator, vil denne evalueringsrapport erstatte slutrapporten. Den kontraktansvarlige partner kan i så fald vælge at udarbejde sin egen slutrapport, men det er ikke noget krav.

Hvis projektet derimod ikke slutevalueres af Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses evaluator, skal den kontraktansvarlige partner sørge for at få udarbejdet slutrapporten.

Slutrapporten skal udfyldes i den nedenstående skabelon for at sikre sammenlignelighed på tværs af projekter.

Slutrapporten vil blive offentliggjort på [Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses hjemmeside](#).

Slutrapporten skal derfor skrives, så den kan læses og forstås af personer uden forudgående kendskab til projektet. Skriv gerne i et kort, klart og aktivt sprog. Og brug gerne underoverskrifter og punktopstillinger, som gør teksten overskuelig og læsevenlig.

Hvis projektet er evalueret af en ekstern evaluator, som projektet selv har udvalgt, kan resultaterne fra denne evaluering med fordel indarbejdes i slutrapporten.

Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, juni 2021

Skabelon for slutrapport (max 10 sider)

Stamdata om projektet

Ud for "journalnummer" skrives projektets journalnummer hos Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

De samlede projektudgifter og medfinansieringen skal matche det endelige projektregnskab. Hvis den kontraktansvarlige partner er i tvivl om medfinansieringen, bedes man kontakte Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Alle beløb bedes oplyst i hele kr.

Projekttitlel: Grøn vækst i festivaler og events

Journalnummer: TUR-20-0060

Projektperiode: 15.05.2020 - 31.12.2023

Samlede projektudgifter (kr.): 1.978.619,96 kr.

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 995.490 kr.

1. Projektets formål og vigtigste partnere

Her beskrives kortfattet projektets formål, inkl. målgruppe. Herudover beskrives hvilke partnere (erhvervsfremmeaktører, uddannelses- og videninstitutioner, virksomheder mv.), der har bidraget til at gennemføre projektet, og hvilke roller partnerne hver især har udfyldt i projektet.

Formål og Målgruppe

Formålet med projektet har været at skabe vækst i festivaler og events gennem bæredygtige forretningsmodeller, som mindsker ressourceforbruget, reducerer affaldsmængderne, øger viden og kompetencer, skaber nye produkter, nye samarbejds muligheder og nye markedsføringsmuligheder. Festival og eventbranchen har under og efter Covid-19 gennemgået en udfordrende tid, som bar stort præg af usikkerhed og en dalende og manglende omsætning. Branchen har arbejdet med nye digitale formater og nye former for gennemførelse. Projektet er gennemført i en tid, hvor festivaler blev aflyst, reduceret til mindre størrelse og efterfølgende skulle finde tilbage til en "normal" gennemførelse igen. En sådan revurdering af festival og eventformen har ligeledes bidraget til nye bæredygtige vurderinger og grønne tiltag, som projektet har samarbejdet med festivalerne omkring.

Projektets primære målgruppe har været festivaler og events i Nordjylland. Den sekundære målgruppe er festivalgæster, som involveres og bliver berørt af de tiltag der gennemføres. Ligeledes er det en målgruppe som stiller øgede krav til bæredygtige tiltag og det ønsker festivalerne at imødekomme. Leverandører og samarbejdspartnere til festivalen har ligeledes været en sekundær målgruppe, da festivalerne med flere bæredygtige tiltag bidrager til at skubbe til nye standarder for produkter, services, normer osv. som disse leverer. En sekundær målgruppe er og har været festivaler og events samt arrangører af disse (Kommuner og organisationer) i hele landet. Der har været en stor interesse fra disse aktører for tiltag, resultater og dialogmodeller, som er udviklet og gennemført i projektet.

Se partnere og roller i Bilag 1: "Partnere og roller"

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Her beskrives kort de vigtigste aktiviteter, som har været gennemført i projektet, de skabte output samt resultater/effekter. Med hensyn til resultater/effekter beskrives både de allerede skabte resultater/effekter og de resultater/effekter, som forventes at indtræffe, efter projektet er afsluttet.

Beskrivelsen af projektets aktiviteter, output og resultater/effekter skal tage udgangspunkt i den endelige ansøgning og det output- og effektskema, som den kontraktansvarlige partner afleverer til Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse i forbindelse med projektets afslutning. Det er ikke nødvendigt at omtale alle indikatorer. Dog skal antal deltagende virksomheder/personer samt resultat-/effektindikatorer altid omtales. Vigtige resultater, som ikke er målt med indikatorer, bør også omtales.

Aktiviteter og Resultater/output:

Bæredygtighedspotentiale for Festivaler og events:

Der er gennemført 15 bæredygtighedsscreeninger hos 15 forskellige nordjyske festivaler og events. Der er udviklet en screeningsmodel som er et dialogværktøj, der er blevet benyttet i mødet med festivalerne. Værktøjet består af diverse emner og dialogspørgsmål og sikrer at der opnås en helhedsorienteret samtale, som bidrager til at få belyst alle aspekter af bæredygtighed. Der har været stor interesse fra festivaler og events i at medvirke i projektet og til at få belyst mulige for bæredygtige initiativer. Der er gennemført bæredygtighedsscreeninger i hele region Nordjylland og blandt forskellige typer af festivaler (med fokus på musik, idræt, kultur, natur og mad mfl.) Hver screening er blevet fulgt op af en rapport som belyser potentialerne og hvordan næste skridt tages. Efter at have gennemført screeninger erfarer, at selvom festivalerne er forskellige (både størrelse og fokus) så har de mange fælles potentialer for bæredygtighed. Det understøttede i høj grad tesen om, at netværk og deling af erfaringer var og er meget værdifuldt. Netværksmøder og Kurser/ Videns- og inspirationsoplæg:

I projektet er gennemført 9 netværksmøder samt videns og inspirationsoplæg. Ved projektets start var der planlagt kurser for festivalerne, dette var dog ikke muligt at afholde på grund af COVID-19 restriktioner, som fortsat blev forlænget. Derfor blev afholdt online netværksmøder med vidensoplæg. Der er ligeledes blevet rundsendt inspirationsmateriale, teoretiske modeller, ny relevant forskning ligesom de online netværksmøder gav mulighed for bidrag fra eksperter og undervisere fra både England og Frankrig. Det har ligeledes været muligt at optage og dele møderne og diverse oplæg og efterfølgende del dem med interesserede aktører. Der var stor og bred tilslutning til netværksaktiviteterne, som ikke kun var for de festivaler der havde gennemført en screening. Den sidste afsluttende aktivitet blev afholdt som en fysisk workshop med vidensoplæg, netværk, deling af inspirationscases og deling af resultater fra projektet. På denne workshop/netværksarrangement deltog over 65 forskellige festivaler, events, kommuner, studerende og andre aktører.

Grønne Forretningsplaner:

Fem festivaler har fået støtte til at arbejde videre med potentialer defineret i den indledende screening. Festivalerne har ansøgt om konsulentforløb og gennem disse haft fokus på emnerne; Affaldssortering og cirkulær økonomi, Kommunikation, Involvering af gæster i bæredygtighedsindsatser, Bæredygtighedsstrategi, Miljøscreening og klimaregnskab. Efterfølgende er der samlet erfaringer og resultater for netop at dele dem og gøre dem brugbare for andre festivaler. De fem festivaler har alle delt deres erfaringer ved afslutningskonferencen/netværksmøder.

Agentbesøg af grønt rejsehold:

Der er i projektet gennemført 15 besøg på forskellige festivaler. Disse besøg havde til formål at se og opleve festivalen/eventen mens den foregik og derigennem udpege, om der er indsatser og områder som ikke tidligere var blevet belyst og som havde et bæredygtigt potentiale. Besøgene ha



2. Projektets vigtigste resultater/effekter

havde ligeledes til formål at samle gode cases, ideer og inspiration, som efterfølgende er delt med andre festivaler gennem de førnævnte vidensoplæg.

Fyrtårnsprojekter

I projektet er gennemført 4 Fyrtårnsprojekter. I Fyrtårnsprojekterne har der været fokus på at teste og udvikle skalerbare emner, hvor problemstillingen, resultatet og erfaringerne både efterspørges og kan bruges af andre festivaler. I de fire Fyrtårnsprojekter er arbejdet med: Udskiftning af engangsservice, Vandforbrug, affald og engangspplast, Madspild og Energiforbrug. Inspirationsguide

På baggrund af de gennemførte indsatser er udviklet en inspirationsguide. I denne præsenteres ligeledes flere af de forskellige Fyrtårnsprojekter og Konsulentforløb. Formålet er at inspirere andre til bæredygtige indsatser. Gennem projektarbejdet de sidste 3,5 år er via dialog med over 50 forskellige festivaler og events samlet viden og erfaring om hvilke områder og temaer, der har størst potentiale for at skabe en positiv og bæredygtig forandring. Disse emner er både skalerbare og interessante for festivalerne og events at arbejde med. Guiden tager netop udgangspunkt i disse emner og formidler hvert emne via en tre deling: 1: Beskrivelse af emnet og dets relevans. 2: En konkret case fra en festival/event der har gennemført en indsats. 3: Tjekliste til festivaler/events om ideer og overvejelser indenfor de enkelte emner.

Guiden er opbygget således, at den ikke er tidskrævende at forstå/læse og ligeledes kræver den ikke en stor viden om bæredygtighed for at kunne igangsætte de inspirerende indsatser.

Målgruppen for guiden er andre festivaler og events, dermed fungerer guiden ikke som en markedsføring af de enkelte festivaler, der bidrager med cases. Guiden er blevet meget positivt modtaget, både hos festivaler der har været en stor del af projektet og hos festivaler der ikke har været involveret i projektets hovedaktiviteter.

Guiden er blevet præsenteret på afslutningskonference for omkring 60 deltagere som repræsenterer festivaler, events, kulturinstitutioner, kommuner og foreninger. Guiden er ligeledes oversat til engelsk.

Guiden er tilgængelig på Enjoy Nordjyllands hjemmeside:

https://www.enjoynordjylland.dk/sites/enjoynordjylland.com/files/2024-01/Nordjylland%20events%20guide_nov2023.pdf

Effekter:

Gennem projektperioden er løbende målt på de effekter, der skal opnås. Metoden for at måle på effekterne har både været en anonym online spørgeskemaundersøgelse samt en dialog med de festivaler, der har gennemført en screening. Der er dermed både anvendt kvalitativ og kvantitativ undersøgelse for at måle på effekterne. Med effektmålingen ønskes viden om, hvorvidt projektet og dets aktiviteter har bidraget til øget bæredygtighed samt øget vækst hos festivalerne. Helt overordnet viser analyserne, at 100 % af festivalerne svarer, at de "i høj grad" har haft et øget fokus på bæredygtighed de sidste 2 år. Det samme resultat vurderes fra de kvalitative interviews, hvor festivalerne på forskellig vis giver udtryk for, at de konstant gennemfører og øger interessen for bæredygtige tiltag. Festivalerne er både blevet bedt sammenlignet 2023 med 2022 og med 2019 som var det år, hvor festivalerne kunne gennemføres normalt før COVID-19. Undersøgelsen er gennemført i december 2022 og igen i december 2023. Der er ligeledes lavet en nulpunktsanalyse ved projektets opstart i 2020.

Effektmål 1: Øget omsætning på 5%

75% af festivalerne oplyser at de har haft en øget omsætning og 25% oplyser at den er uændret. Dermed har ingen oplevet en faldende omsætning. 1/3 af festivalerne oplyser, at deres omsætning er steget med 25-35%. 1/3 af festivalerne oplyser, at deres omsætning er steget med 35-45%. 1/3 af festivalerne kan ikke oplyse hvor meget deres omsætning er steget, da der ikke sælges billetter.

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

De festivaler, der kan oplyse deres omsætning, har dermed i gennemsnit opnået en øget omsætning på 30%. 100 % af festivalerne oplyser, at de har haft et øget antal deltagere, udstillere og/eller samarbejdspartnere de seneste to år. Det betyder, at selvom den konkrete omsætning ikke kan oplyses hos alle festivaler, så kan der oplevet en vækst på andre parameter. Projektets samlede effektmål om at øge omsætningen på 5% er dermed i høj grad opnået.

Effektmål 2: Øget antal online gæster 20%

Flere af festivalerne har under og siden covid (siden 2020) tilbudt online deltagelse, men mange af dem er efterfølgende gået bort fra at tilbyde gæster online deltagelse. Efter dialog med festivalerne er tilbagemeldingen, at de ikke kan finde den rette businessmodel for online gæstedeltagelse, da det er svært at skabe omsætning på dette. Samtidig er det svært at skabe den helt rigtige festivalstemning, og det opleves, at festivaldeltagere har brug for at komme ud og mødes fysisk efter flere år med nedlukning af samfundet og mangel på fællesskab og fysiske møder.

Undersøgelsen fra forrige periode viste, at 30 % af festivalerne har tilbudt online deltagelse, men gør det ikke mere, 44 % har ikke tilbudt det og 15 % har oplevet et stigende antal af online gæster og tilbyder det delvis stadig. Det kan derfor konkluderes, at effektmålet blev opnået i 2022. Det vurderes dog ikke at denne tendens er vedvarende, og det se efter effektmålingerne i 2023.

Dialoger med festivalerne og undersøgelser viser et andet spændende resultat, som også har en positiv bæredygtig effekt. Uddybende dialoger med festivalerne viser nemlig, at årene med Corona har motiveret festivalerne at bruge online medier til møder med samarbejdspartnere. Det har i høj grad vundet indpas og er kommet for at blive og vil dermed bidrage til en vedvarende besparelse af CO2. Dette reducerer mange rejser for festivalerne i løbet af hele året og reducerer dermed direkte CO2 udledning fra flyrejser og biltransport.

100% af festivalerne har i høj eller nogen grad gjort øget brug af online medier til afholdelse af møder med deres samarbejdspartnere. En af festivalerne udtaler, at de plejer rejse meget fra Nordjylland til København for at holde møder og at disse rejser er halveret på baggrund af brugen af online medier. Det vurderes dermed, at den miljø/klimamæssige effekt ved brug af online medier er opnået. Det er blot opnået på en anden måde end først antaget. Hvor 0% brugte online medier tidligere er det nu 100% af festivalerne der anvender dem nu.

Effektmål 3: Andel af samlet affaldsmængde der sorteres: 50%

Affald har fyldt meget i dialogerne og indsatserne med festivalerne. Der er en stor interesse og vilje til at sikre øget sortering og til at arbejde med minimering af forbrug/affald. 100% af festivalerne oplyser, at de sorterer deres affald. Det er en stor fremgang i forhold til den survey fra 2020 som baseline hvor "kun" 42% af festivalerne oplyste, at de sorterede deres affald.

I gennemsnit sorterer festivalerne 65% af deres affald, hvilket er en stor stigning og langt over det samlede projektperiodemål om 50%.

Effektmål 4: Andel af festivaler med mål for udfasning af engangsprodukter 60%

Festivalerne er gennem undersøgelsen og dialog blevet spurgt om de har fokus på og mål for at udfase engangsprodukter på deres festival. Til dette svarer 50% at de allerede har udfaset engangsprodukter og 50% svarer, at de allerede er godt i gang. Det betyder, at der ikke er nogle festivaler, som ikke arbejder med udfasning af engangsprodukter, hvilket er en positiv og stor forandring siden projektstart i 2020. Effektmålet om 60% for hele projektperioden er opnået.

Effektmål 5: Vækst i antal fysiske gæster 5%

Ifølge spørgeskemaet har 75% af festivalerne oplevet en stigning i antal gæster fra 2022-2023. Der var ligeledes oplevet en stigning fra 2019-2022. Flere festivaler har slået rekord i antal gæster i 2023 og i gennemsnit er antallet steget med over 15%. Effektmålet for perioden dermed nået.

3. Erfaringer og læring

Her beskrives de vigtigste erfaringer og læring, som den kontraktansvarlige partner og de øvrige partnere bag projektet har gjort sig, og som man bør holde sig for øje, hvis man skal gennemføre lignende projekter i fremtiden. De mindre gode erfaringer kan være mindst lige så vigtige at få beskrevet som de gode.

Fokus skal være på, om projektets effektkæde (årsags-virkningssammenhænge) hang sammen som ventet, dvs. førte de gennemførte aktiviteter til de forventede output og effekter? Hvis de gennemførte aktiviteter ikke førte til de forventede output og effekter, skyldtes det så, at en eller flere af de kritiske forudsætninger bag projektets effektkæde ikke holdt stik, eller var der tale om uforudsete udefrakommende faktorer (fx en økonomisk lavkonjunktur)?

Var nogle aktiviteter særligt succesfulde? Var der aktiviteter, som man ville udelade, tilføje eller gribe anderledes an, hvis man skulle gentage projektet?

Hvis projektet er evalueret, eller der er foretaget anden form for videnopsamling, kan dette med fordel indarbejdes i slutrapporten.

Erfaringer:

Efter at have arbejdet tæt sammen med mange forskellige festivaler gennem projektperioden på knap 4 år er erfaringerne, at der er en stor interesse og vilje til at fokusere på og øge indsatserne vedrørende bæredygtighed. Festivalerne gav i høj grad udtryk for, at den helhedsorienterede screening gav dem nye indblik og fokus på øget bæredygtighed. Screeningmodellen er efterfølgende udviklet så den kan anvendes af andre festivaler uden deltagelse og gennemførelse af projektledelsen her. Den er delt mange gange og der har været stor interesse for den. Modellen er anvendt af både store og små festivaler ligesom festivalerne har meget forskellige fokusområder (musik, mad, kultur, natur osv.) Det har dog ikke haft den store betydning hvilken type festival der var tale om ligesom størrelsen ikke havde den store betydning. Det var dermed nemt og meningsfuldt at festivaler kunne inspireres af hinanden og samarbejde og skalere muligheder. Det var en meget positiv erfaring. Ligeledes oplevede vi at festivaler var meget villige til at dele erfaringer både gode og mindre gode. Opfordringen herfra er derfor, at øget samarbejde mellem aktører der ikke umiddelbart ligner hinanden, alligevel kan give rigtig stor mening og værdi. I projektperioden er oplevet et generelt større fokus på bæredygtighed, klima og miljø. Ligesom flere festivaler giver udtryk for, at deres gæster efterspørger og forholder sig kritisk til løsninger eller mangel på samme. Derfor er der stor opfordring til at arbejde med disse aktører, som også gerne vil gå forrest og være et skridt foran på dette område og dermed inspirere deres gæster. Som beskrevet ved effekter har det ikke været muligt at finde den gode businessmodel for online gennemførelse af festivaler. Tilbage meldingen fra de festivaler der tidligere har gjort det under COVID-19 og året efter er, at det er omkostningsfuldt, både i kroner og tid. Det er ligeledes ikke muligt at sælge billetter til samme pris, sælge mad og drikke osv. Dermed forsvinder indtjeningen. Oplevelsen er heller ikke den samme og der er kommet et øget fokus på at mødes og være sammen i årene efter COVID-19. Det vidner tallene vedrørende stigning/rekord i antallet af fysiske gæster ligeledes om. Dog ses som nævnt et øget og vedvarende brug af onlinemedier til møder med samarbejdspartnere, hvilket reducerer arrangørernes rejseaktivitet betydeligt. Det har været en udfordring at samle og drive et fysisk netværk under COVID-19, der er forsøgt med diverse online tiltag som har fungeret nogenlunde. Det har dog fungeret bedst at mødes fysisk og efterfølgende online. Der blev i slutningen af projektperioden dannet mange nye relationer og projektideer efter det var muligt at mødes fysisk. Efter dialoger med festivaler blev det hurtigt tydeligt at mange manglede overblik over forbrug og effekter ved indsatser. Det er der i flere indsatser blevet arbejdet med hos festivalerne. En opfordring er at der fokuseres yderligere på hjælpeværktøj der kan bidrage til at navigere i effekter og indsatser, så festivalerne bruger deres tid og ressourcer mest hensigtsmæssigt.

3. Erfaringer og læring

Den inspirationsguide der er udviklet i projektet, er blevet utroligt godt modtaget af aktører udenfor projektet. Erfaringen er, de konkrete cases inspirerer mange andre meget positivt. Emnerne er præsenteret overskueligt og nemt og således at alle kan forstå og tilgå dem.

Samlet kommentar til effektmål:

Resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen er indsamlet i december 2022 og 2023. Dialogerne med festivalerne er gennemført løbende i 2022 og 2023, men specielt er resultaterne indsamlet efter deres afholdelse af festival/event i 2023, således at resultaterne er nye. Både kvalitative og kvantitative undersøgelser fra 2023 vidner tydeligt om, at der er stort fokus og handling på den grønne omstilling samtidig med, at der opleves en økonomisk vækst. Alle effektmål for projektet er opnået. Effektmålet vedrørende antal af online gæster har ikke haft det resultat, der blev forventet fra start, men det bidrog med et andet mere vedvarende, mere miljøvenligt og mere omsætningsvenligt resultat. Indsatserne i projektet har dermed bidraget til at skabe resultater, der overgår det, projektledelsen forventede ved start. Dette skyldes dels indsatserne og fokus i projektet og ligeledes et øget krav fra gæster og et øget fokus i samfundet generelt på bæredygtige og grønne indsatser. I Projektperioden er oplevet øgede interesse og mange nye løsninger på bæredygtige indsatser. Det er en positiv udvikling som festivalerne i høj grad bidrager til og bakker op omkring. De involverede festivaler vurderes årligt at have en kontaktflade til over 250.000 gæster/besøgende/samarbejdspartnere. Det er derfor af stor betydning, når de inspirerer og sætter standarder for bæredygtighed og grøn adfærd.

Det vurderes, at der på nuværende tidspunkt og fremover er en direkte sammenhæng mellem indsatser og effekter ligesom det også vurderes at et øget fokus og pres fra gæster flytter festivaler og events til at igangsætte flere bæredygtige indsatser.

3. Erfaringer og læring

4. Forankring/videreførelse efter projektperioden

Her beskrives, hvordan projektets resultater videreføres og videreudvikles, når tilskuddet udløber, og hvilke konkrete tiltag der er gjort for at forankre projektets erfaringer og resultater.

Projektet har stort potentiale for at blive videreført og forankret. Herunder blandt andet ved følgende tiltag:

Ved screeningsamtalerne med festivalerne er lavet en potentialerapport, som festivalerne kan arbejde videre med uafhængig af projektet. Festivalerne er ligeledes blevet opfordret til at bruge rapporten som et arbejdsdokument der ofte tages frem og revideres i forhold til mål og indsats. Festivalerne har udvist positiv interesse om dette og forventningen er, at rapporten benyttes som et arbejdsdokument fremadrettet.

Nogle festivaler er efter screening og konsulentforløb på eget initiativ gået videre med certificeringer og yderligere undersøgelser af deres potentialer. Dermed fortsætter deres fokus og arbejde i andre regi efter endt projektperiode.

Guiden der er udviklet deles og formidles i høj grad efter endt projektperiode. Den er delt med samarbejdspartnere og de opfordres ligeledes til at dele den med deres samarbejdspartnere. Den er blevet modtaget meget positivt og udgivet i både en dansk og engelsk version. Den er delt med flere kommuner/festivaler/arrangører og interessenter udenfor Nordjylland.

Projektledelsen inviteres ofte til diverse oplæg for aktører, her deles erfaringerne fra projektet og med en opfordring om at andre aktører igangsætter lignende indsats i deres lokalområde/region. Der opleves stor interesse om projektet og indsatserne.

Guiden og projektets resultater indgår ligeledes som cases på uddannelsesinstitutioner hvor projektleder bidrager med cases til fx invitationsfagene. Her formidles projektet, indsats, cases samt udfordringer der skal arbejdes med og udvikles på.

Der arbejdes ligeledes med, at resultater fra projektet kan bidrage til at stille øgede bæredygtighedskrav til eventaktører, der låner kommunale pladser til afholdelse af deres events. I første omgang inspireres de via tiltag i guiden. Ligesom der stilles krav om støj, affaldshåndtering osv. arbejdes der på at der stilles øgede krav om bæredygtige indsats.

I oktober afholder Aalborg Kommune en stor international konference samt en borgerorienteret indsats. Her forventes +1000 internationale gæster samt +15.000 lokale borgere. Her arbejdes med en udstilling af festivaler, hvor projektets resultater og indsats kommunikeres samt hvor borgere (primært unge festivaldeltagere) bidrager til at udvikle og skabe innovative løsninger til hvordan de kan agere mere bæredygtigt på festivaler. Desuden arrangeres aktiviteterne ud fra alle anbefalingerne i guiden.

Festivaler har via projektet fået øget kendskab, netværk og samarbejde med hinanden. Det er projektledelsens forventning, at dette samarbejde med at dele inspiration, øge cirkulær økonomi, vidensdeling fortsætter ud over projektperioden. Der er i høj grad dannet positivt grundlag for øget samarbejde og udvikling af nye initiativer sammen.

4. Forankring/videreførelse efter projektperioden

Den/de tegningsberettigede for den kontraktansvarlige partner¹:

For- og efternavn	Dato og underskrift

¹ Hvis du har en bemyndigelse fra den tegningsberettigede til at underskrive perioderegnskaber, kan du også underskrive slutrapporten.