

## **Åtgärder för en strukturerad kultursal**

En studie om verksamheten i Närpes egna kulturlokal Frans  
Henrikssonssalen

Victor Strömbäck

Examensarbete för musikpedagog (högre YH)-examen

Högre yrkeshögskoleexamen inom kultur

Jakobstad 2021

## EXAMENSARBETE

Författare: Victor Strömbäck

Utbildning och ort: Högre yrkeshögskoleexamen inom kultur, Jakobstad

Inriktning: Musikpedagog

Handledare: Håkan Omars

Titel: Åtgärder för en strukturerad kultursal – En studie om verksamheten i Närpes egna kulturlokal Frans Henrikssonssalen

---

Datum: 20.12.2021 Sidantal: 39

Bilagor: 1

---

### Abstrakt

Frans Henrikssonssalen är en kommunalt ägd kulturlokal i Närpes, som driver en bred verksamhet. I salen ordnas bland annat kulturevenemang, konferenser, fester, möten och föreläsningar. Salen fungerar även som biograf. Salens verksamhet administreras av Närpes stads kulturekreterare, vilket är den tjänst skribenten själv haft sedan våren 2019. Att administrera en så omfattande verksamhet är en utmaning som kan genomföras på många olika sätt.

Syftet med arbetet var att utveckla salens verksamhet. Salens uppdrag har inte varit helt tydligt och det har heller inte funnits tydliga mål. Som kulturekreterare låg det därför i mitt intresse att hitta lösningar för att utveckla verksamheten i en, för Närpes viktig kulturlokal. För att samla material till studien har jag gjort intervjuer och analyserat kommunala styrdokument och handlingar. Utifrån detta material har verksamheten kartlagts och en helhetsbild av salen skapats. Utöver detta har jag studerat litteratur för att få mer kunskap om hur en kulturorganisation kan drivas framgångsrikt.

Med en färdig kartläggning av salen gick det att jämföra litteraturen med den verkliga verksamheten. Utifrån detta klarnade vad som fungerar bra i dagsläget, och vad som behöver utvecklas. Resultatet av detta arbete är förslag på åtgärder som kan hjälpa salen att arbeta strukturerat och målmedvetet. Åtgärderna lägger även fokus på att utveckla salens programutbud och genom detta involvera fler personer i det rika kulturlivet i Närpes.

---

Språk: svenska

Nyckelord: kulturhus, utveckling, administration

## **MASTER'S THESIS**

Author: Victor Strömbäck

Degree Programme: Master of Culture and Arts, Jakobstad

Specialisation: Music Pedagogue

Supervisor(s): Håkan Omars

Title: Measures for a structured culture hall - a study about the activities in Närpes own cultural venue Frans Henrikson's Hall

---

Date: 20.12.2021 Number of pages: 39

Appendices: 1

---

### **Abstract**

Frans Henrikson's hall is a cultural venue in Närpes owned by the municipality. The hall offers a broad variety of activities. Cultural events, conferences, parties, meetings and lectures are arranged. The hall is also a functioning movie theatre. The activities in the hall are administrated by the secretary of culture in Närpes, which is the job the thesis writer have had since the spring of 2019. To administrate such a comprehensive organisation is a challenge which can be executed in different ways.

The purpose of the thesis was to develop the activities in the hall. The mission for the hall has never been quite clear and the goals hasn't been clear. As the secretary of culture it was thereby in my interest to find solutions to develop the activities in an important cultural venue for Närpes. For this study I've made interviews and analysed municipal policies and documents. The organisation has been identified and an overall picture have been made from this material. Apart from this I have been studying literature to get more knowledge on how a cultural organisation can be driven successfully.

With the identification of the hall, it was possible to compare the literature with the reality of the organisation. According to this it got clearer what works well as of now, and where development was needed. The result of this thesis are suggestions on measures that can help the hall to work in a structured and dedicated way. The measures also puts focus on developing the activities arranged in the hall, and through this, involve more people in the rich culture of Närpes.

---

Language: swedish

Key words: culture center, development, administration

## Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
2	Syftesbeskrivning.....	2
3	Metod och material.....	3
4	Hur ett kulturhus arbetar strukturerat .....	5
4.1	Ett tydligt uppdrag.....	6
4.2	En tydlig identitet.....	6
4.3	Ett starkt programutbud .....	7
4.4	Strukturerad marknadsföring .....	8
5	Analys av Frans Henriksonssalen .....	11
5.1	Salens bakgrund.....	12
5.2	Kommunens och salens uppdrag .....	16
5.2.1	Kommunens uppdrag.....	16
5.2.2	Salens uppdrag .....	18
5.3	Verksamhet i salen.....	18
5.3.1	Personal.....	20
5.3.2	Marknadsföring.....	21
6	Frans Henriksonssalen utifrån litteraturstudien.....	22
6.1	Salens tydliga uppdrag.....	22
6.2	Salens tydliga identitet.....	23
6.3	Salens starka programutbud.....	25
6.4	Salens strukturerade marknadsföring.....	26
6.5	Åtgärdsförslag för salens utveckling .....	26
6.5.1	Åtgärd 1 - Konferensverksamheten outsourcas.....	27
6.5.2	Åtgärd 2 - Marknadsföringsplan skapas.....	28
6.5.3	Åtgärd 3 - Intresse för stödförening utreds.....	28
6.5.4	Åtgärd 4 - Fler lokala aktörer involveras.....	29
6.5.5	Åtgärd 5 - Studiebesök och analyser av andra kulturhus .....	29
6.6	Frans Henriksonssalen år 2026 - Vision .....	30
7	Sammanfattande diskussion.....	31
7.1	Avslutande reflektion .....	34
8	Källförteckning.....	36
9	Bilaga.....	39

## 1 Inledning

År 2019 inleder jag mitt arbete som kultursekreterare i Närpes. Ett ärofyllt och spännande uppdrag med många möjligheter. Under åren jag bott på annan ort än hemstaden Närpes har kulturlokalen Frans Henriksonssalen planerats, byggts och öppnats. Sedan invigningen år 2015 har ett gediget utbud av evenemang och tillställningar har byggts upp i salen.

Att organisera verksamheten i lokalen hör till arbetsuppgifterna för kultursekreteraren. Ett stort ansvar att ta över för en ny person. Ganska snabbt upplever jag att det är svårt att greppa vilken verksamhet som drivs i salen och vilka mål det finns för evenemangen som ordnas. Jag märker även att arbetsbördan är stor och att detta leder till problem med hur verksamheten drivs. Jag inser att ett behov av utveckling finns i denna viktiga kulturlokal tillhörande kommunens kulturverksamhet.

Enligt lagen om kommunernas kulturverksamhet (166/2019, § 3) hör det bland annat till kommunens uppgifter att gynna så att kultur och konst brukas mångsidigt och på lika villkor. Delaktighet och gemenskap, lokal och regional livskraft och invånarnas hälsa och välbefinnande ska främjas via kultur och konst. Till uppgifterna hör också att ordna så att professionella aktörer har möjlighet att utöva konstnärlig verksamhet i kommunen.

Till Närpes stads kulturverksamhet hör att driva verksamheten i kultursalen Frans Henriksonssalen och den tillhörande konsthallen i huset som kallas Mittistan. Huset ägs av Ömsesidiga fastighetsbolaget Mittistan. I huset finns restaurang, hotell, kultursalen Frans Henriksonssalen, en konsthall samt mötesutrymmen och flera företagslokaler. I anslutning till huset finns även Folkhälsanhuset i Närpes vilket innehåller lägenheter och ett daghem. Enligt statistikcentralens lista över kulturhus och kulturcenter i Finland hör *"kulturevenemang, fester, filmföreläsningar, föreläsningar, utbildningsevenemang, konserter, utställningar, restaurang, hotell"* till Mittistans aktiviteter (Statistikcentralen 2021). Många av dessa aktiviteter ordnas i Frans Henriksonssalen.

Budgeten för att driva verksamheten i Frans Henriksonssalen hör till fritidsnämnden i Närpes (Budget 2021 och ekonomiplan 2021-2023, s. 67). Till Närpes kultursekreterares uppgifter hör bland annat att organisera och leda arbetet inom fritidsnämnden och planera och organisera verksamheten i Frans Henriksonssalen (uppgiftsbeskrivning, 2019).

Frans Henrikssonssalen (framöver benämnd salen) är en lokal som driver en mångsidig verksamhet. I salen ordnas bio, konserter, teaterföreställningar, konferenser, föreläsningar och diverse privata bokningar. Salen riktar sig således till en bred målgrupp gällande evenemangsbesökare, arrangörer och hyresgäster. Kultursekreteraren administrerar verksamheten i salen. Salens verksamhet är omfattande och för mig är det svårt att tydligt säga hur verksamheten borde drivas. Det är viktigt för mig att försöka driva en så bra verksamhet som möjligt för att upprätthålla och utveckla ett rikt kulturliv i Närpes.

Visionen för Finlands kulturliv år 2025 är att *”Kulturlivet är mångformigt och utvecklas genom internationell växelverkan. Det skapande arbetet och kulturarvet uppskattas och utnyttjas mångsidigt. Yttrandefriheten förverkligas. De finländska kulturinnehållen är av hög kvalitet och framgångsrika även på det internationella planet. Medborgarnas språkliga och kulturella rättigheter förverkligas och kulturen är en del av allas vardag.”* (Undervisnings – och Kulturministeriets kulturpolitiska strategi 2025, 2017, s. 34).

För att skapa utvecklingsmöjligheter ämnar jag med detta arbete kartlägga vilken verksamhet salen driver i nuläget och hur den kunde drivas i framtiden. Utifrån detta vill jag visa var utvecklingspotential finns. Därför tar jag med detta arbete fram förslag på åtgärder som ska lyfta verksamheten för en viktig kultursal i Närpes.

## **2 Syftesbeskrivning**

Syftet med examensarbetet är att utveckla verksamheten i salen. Salen är en viktig lokal för Närpes. Genom att utveckla verksamheten hoppas jag på sikt med detta arbete ge Närpes ett rikare utbud av kultur- och konferensmöjligheter. Utvecklingen ska ge möjlighet att locka fler användare så som kulturarbetare, föreningar och företagare till salens verksamhet. Att få fler personer involverade i verksamheten borde resultera i ett större programutbud som riktar sig till en bred massa. Detta borde därför också resultera i fler besökare till salen.

Målet med arbetet är att ta fram förslag på åtgärder som kan utveckla verksamheten. Åtgärderna ska främja en tydligare struktur för verksamheten och på så vis ge möjlighet att målmedvetet jobba för utvecklingen.

Frågor arbetet söker svar på:

- Hur kan administreringen av salens verksamhet utvecklas?
- På vilka sätt kunde salens programutbud utvecklas?
- På vilka sätt kan fler personer involveras i planeringen av salens programutbud?

### 3 Metod och material

Att ta fram åtgärdsförslag för salens utveckling är en typ av aktionsforskning. Inom aktionsforskning konfronteras forskaren med en fråga eller ett problem som är så pass krävande att det fordrar ny kunskap i form av forskning. Aktionsforskningen vill förbättra en situation, och målet med forskningen är därför mer än att bara förstå och beskriva en social verklighet. Forskaren löser inte problemet för den andra parten utan tillsammans med den. Om processen för aktionsforskningen är lyckad blir också inlärningen gemensam och samtidigt blir den också ett bidrag för att förstå problemen och frågorna, samtidigt som det ger ny kunskap. (Greenwood, D.J. 1999 s. 10)

För att utveckla verksamheten använder jag mig av olika tillvägagångssätt. Ett sätt som jag samlar material till studien är genom litteratur. Till att börja med försökte jag hitta material som specifikt behandlar kulturhus och kulturcenter. I jakten på litteratur får jag dock uppfattningen om att det inte finns vidare mycket material att analysera. Däremot verkar det finnas mycket material som behandlar teatrar, museer och andra kulturella organisationer. Den här uppfattningen stärks i Tomas Järvinens bok *Strategic Cultural Center Management*. Järvinen menar att kulturhus fungerar på andra sätt än museum och teatrar, och kan därför inte jämföras i hur de drivs. Han efterlyser fler studier som behandlar allt från verksamhetsmodeller, marknadsföring, produktion och organisationers struktur. Med fler studier som behandlar kulturhus kunde en mer betydelsefull utveckling ske. (Järvinen, 2021, s. 40)

I detta arbete har kulturhus, kultursal och kulturcenter samma betydelse. Olika lokaler vilka driver liknande verksamheter kallar sig för olika namn. Eftersom Mittistan enligt statistikcentralen är ett kulturhus väljer jag därför att använda mig av det begreppet då det

gäller allmänna analyser. Det engelska ordet cultural center är därför också översatt till kulturhus. Frans Henrikssonssalen kallas ändå för salen.

Järvinens litteratur används i denna studie, tillsammans med följande böcker. Michael M. Kaiser och Brett E. Egan (2013) visar tillvägagångssätt om hur man framgångsrikt driver organisationer inom kulturfältet i boken *The cycle: A practical approach to managing arts organizations*. I boken *Marknadsföring inom konstföretag – en balansakt mellan konstnärer och konstföretagaren* behandlar Elisabeth Lindfors (2005) hur man på ett framgångsrikt sätt kan driva kulturorganisationer med hjälp av god marknadsföring. Lena Mossberg (2015) har skrivit boken *Att skapa upplevelser – från ok till wow*. Mossberg behandlar hur man skapar upplevelser för sina kunder.

I boken *Marketing Plan Templates for Enhancing Profits* beskriver Elizabeth Rush Kruger (2015) marknadsföringsstrategier för att förbättra en organisations vinst. Shishir Mishra (2020) beskriver hur man lyckas med marknadsföring på Sociala medier i boken *From Starting Small to Winning Big – The Definitive Digital Marketing Guide for Startup Entrepreneurs*.

Anders Hanson (2010) fokuserar i boken *Salutogent ledarskap – för hälsosam framgång* på hur man genom ledarskapet kan få människor och medarbetare att fungera och må bra.

Litteraturen som används är således inte specialinriktad på kulturhus, utan källorna behandlar även marknadsföring, ledarskap samt hur företag och organisationer kan strukturera sin verksamhet för att få mer framgång. Från litteraturen söks information om vad experter anser är viktigt för att driva en organisation. De teman som väljs i denna studie är centrala i den litteratur jag läser. Litteraturen behandlas i kapitel 4 och fungerar som teori för arbetet.

I kapitel 5 analyseras salens verksamhet. Detta görs genom kommunala styrdokument så som lagen om kommunal kulturverksamhet, kommunala styrdokument och handlingar samt digitala källor om salen. Detta görs för att försöka få en objektiv bild av vilken verksamhet som drivs, men även vad som borde drivas av kommunen. I analysen av verksamheten använder jag mig även av egna erfarenheter och anteckningar jag gjort under mitt arbete som kultursekreterare. Detta för att få en bredare bild av verksamheten, men främst för att det finns få officiella källor om vilken verksamhet som drivs.



För att få en djupare förståelse för salens verksamhet intervjuas också tre nuvarande och tidigare nyckelpersoner för salen. Peter Andersén är tidigare förvaltningsdirektör för Närpes stad och nuvarande ordförande för Ömsesidiga fastighetsbolaget Mittistan. Raymond Wesander var projektledare för projektet Mittistan. Lasse Eriksson arbetade tidigare som kultursekreterare i Närpes. Dessa tre personer har varit involverade i salens verksamhet redan från projektets start och har mycket kunskap om salen. Intervjuerna görs för att få en tydligare bild av salens verksamhet, bakgrund och historia. Nyckelpersonerna som har längst erfarenhet av salen ger även sin syn på vilka åtgärder som kunde utveckla salen.

I kapitel 6 sammanför jag litteraturen med min analys kring verksamheten i salen. Verksamheten i salen speglas mot teorier om organisationers verksamhetsutveckling. Med detta som bakgrund ger jag i kapitlet ett antal åtgärdsförslag för utveckling av salen. I avsnitt 6.6 beskriver jag konturerna av en framtidsvision för salens verksamhet 2026.

## **4 Hur ett kulturhus arbetar strukturerat**

I detta kapitel avser jag behandla de sätt kulturhus kan arbeta för att driva en framgångsrik verksamhet. Kapitlet utgörs av vad litteraturen anser som viktigt för att driva en framgångsrik organisation. Till att börja med behöver vi ta reda på vad ett kulturhus egentligen är för något.

Enligt Järvinen är ett kulturhus en organisation som främjar konst och kultur, som i regel är starkt knuten till en byggnad eller lokal. Ett kulturhus behöver användas mångsidigt för olika konstformer som t. ex teater, musik, och visuell konst. Vanligtvis drivs kulturhus av kommunen, privata organisationer inom konst och kultur eller genom en blandning av båda två. (Järvinen 2021, s. 26)

Järvinen menar också att kulturhus ofta är sedda som ett verktyg för att planera och utveckla kommunens kulturutbud. Att producera ett exklusivt kulturutbud åt samhället, beskriver kulturhusen själva som sitt huvudsakliga mål. Orsaken till att sådana byggnader började byggas i Finland grundar sig i en politisk debatt om konstinrättningar i bostadsområden. Det huvudsakliga målet med kommunala kulturhus var den kulturella

demokratin samt framhävandet av invånarnas aktiviteter, behov och förståelse för kultur. Det verkar som kulturhusen är en manifestation av kommunens försök att fullfölja sitt kulturuppdrag. Ett synligt mångfunktionellt hus för att betjäna allas behov. (Järvinen, 2021, s. 27)

#### **4.1 Ett tydligt uppdrag**

Det är viktigt att känna till vad meningen med organisationen är och vad som hör till dess uppgifter, det vill säga organisationens uppdrag. För att driva en organisation på ett framgångsrikt sätt är det viktigt att syna den egna verksamheten. Det är relevant att kartlägga vad som hör, och inte hör, till verksamheten.

Kaiser menar att det första steget gällande en planeringsprocess är att gå igenom organisationens uppdrag (Kaiser & Egan, 2013, s. 165). Lindfors vidareutvecklar och menar att om vi inte har ett tydligt uppdrag kan vi inte heller ha mål, för vi vet inte hur vi ska mäta våra framgångar. Att förtydliga verksamhetens uppdrag är också viktigt för att göra en medveten om organisationens varumärke. (Lindfors, 2005, s.17)

Organisationer som driver en kommersiell verksamhet har alltid målet att ha en så stor vinst som möjligt under så många år som möjligt. Icke kommersiella organisationer har inte lika tydliga mål och därför är det extra viktigt att uppdraget förtydligas med omsorg. (Kaiser & Egan 2013, s. 165)

I Järvinens studie anser kulturhusens ansvarspersoner att deras huvudsakliga uppdrag är att producera och koordinera ett unikt kulturutbud till samhället. (Järvinen, 2021, s. 26)

#### **4.2 En tydlig identitet**

Förutom att förtydliga organisationens uppdrag är det viktigt att känna till organisationens bakgrund och hur verksamheten ser ut idag. En tydlig identitet och historiekännedom innebär att både ledare och personal har större förutsättningar till att målmedvetet jobba för organisationens bästa.

Enligt Lindfors behöver man känna till hur historien sett ut, vilka egenskaper organisationen har, och därifrån sammanställa vilka mål man har. Utifrån detta sammanställs också vilka åtgärder som behövs för att uppnå målen. På det viset klargörs företagets/organisationens identitet, en självbild ges samtidigt som mål och förväntningar blir tydliga för personal och nuvarande och önskade kunder. (Lindfors, 2005, s. 17)

Att ta historien och tidigare arbetssätt i beaktande är också viktigt när det kommer till ledarskapet. Enligt Hanson ger välmående förutsättningar för effektivitet, framgång och lönsamhet. Hanson förklarar att när grupper eller individer påminner sig om vad som varit viktigt och betydelsefullt i historien stärks känslan av vad som är bra idag. Organisationens historia kan också visa vilka erfarenheter och kunskaper som redan finns, vilket kan bidra till att man känner möjlighet att lyckas med nya utmaningar. Genom historien får man på så sätt en bild av nuläget, och en vision om framtiden kan skapas. (Hanson, 2010, s. 88)

### **4.3 Ett starkt programutbud**

En stor del av arbetet med ett kulturhus kretsar kring förarbete som planering av evenemang och marknadsföring av verksamheten. Utbudet av evenemang kallar jag programutbud.

Kaiser & Egan menar att det är planeringen som är nyckeln till en välfungerande kulturorganisation. Programutbudet ska vara starkt, överraskande och spännande. Det här är en grundläggande sanning för framgångsrika organisationer. (Kaiser & Egan, 2013 s. 6)

Samma slutsats har gjorts av Lindfors som konstaterar att verksamheten också behöver vara unik. Hon menar att företaget ska utvecklas så att kunden under en period eller inom ett område förknippar varumärket med verksamheten. För att lyckas med det ska företagets verksamhetsidé vara konkret. Man behöver utlova en idé som berör kunden, genom känslor, förhoppningar och en bra historia. Verksamhetens identitet ska utvecklas så att projekten och företaget får synlighet. (Lindfors, 2005, s. 17)

Detta understöds av intervjuerna i Järvinens studie. Kulturcentrens ansvarspersoner svarade också att det kulturella utbudet är det viktigaste. Det är evenemangen och händelserna som är viktiga i uppdraget, inte att göra en vinst. Det här gäller oavsett vem eller vad som visas på scenen. (Järvinen, 2021, s. 120)

När programutbudet planeras är det även viktigt att ha besökarna i åtanke. För att kunden ska bli djupt involverad i upplevelsen och inte distraheras av annat, menar Mossberg att det krävs tre förutsättningar:

1. *"Tema. Ett tydligt tema kommunicerar innehållet i upplevelsen på ett meningsfullt sätt och hjälper kunden att fokusera uppmärksamheten"*
2. *"Trygghet. Vi kan inte fokusera uppmärksamheten om vi inte känner oss trygga och säkra."*
3. *"Enklaven. Upplevelsen måste ha en tydlig start och ett tydligt slut. Däremellan pågår upplevelsen – och det ska kunden veta."* (Mossberg, 2015, s. 155)

#### **4.4 Strukturerad marknadsföring**

Det är viktigt att organisationens uppdrag är klart och tydligt, detta gäller också då det kommer till marknadsföringen. För att bygga en strukturerad marknadsföring behöver organisationen ha en tydlig uppfattning av den egna verksamheten och dess mål. Utan ett tydligt uppdrag och en tydlig identitet har inte organisationen lika goda förutsättningar att nå sin målgrupp med marknadsföringen.

Enligt Lindfors handlar grunden i marknadsföringen om att se helheten av uppdraget, verksamhetens innehåll och vilka värderingar organisationen har. Det behövs en vilja av att alltid försöka locka fler besökare än stamkunderna, och på så vis nå ut till en större publik. Med det som grund för marknadsföringen kan konstföretaget vara en plats som berör oss alla. Konstföretagen blir delaktiga i den samhällsliga och politiska debatten och välkomnar alla besökare, inte bara en exklusiv kärngrupp. Marknadsföringen är således inte något man bara kan lägga på toppen av färdiga produktioner. Det krävs mer än affischering och några annonser. (Lindfors, 2007, s.13)

Ett sätt att utveckla marknadsföringen är att skapa en marknadsföringsplan för organisationen. Enligt Rush Kruger (2015, s. 17) skapar en marknadsföringsplan en väg för framgång genom att förena effektiva beslut om marknadsföring med fungerande administrativa beslut. Företag kan använda en strategisk marknadsplan för att utvärdera en ny affärsidé. Andra använder det för att påverka investerare, få finansiering åt företaget, förbättra marknadsföringsbeslut, motivera arbetare eller locka nya kunder.

Sofistikerade marknadsföringsplaner består enligt Rush Kruger av tre moment:

1. SWOT analys. En SWOT analys utvärderar styrkor (strengths) och svagheter (weaknesses) samtidigt som det utvärderar möjligheter (opportunities) och hot (threats).
2. Strategiska beslut. Baserat på SWOT analysen görs strategiska beslut om marknadsföringen gällande produkter, service, distribution, prissättning och reklam.
3. Åtgärder. Sista delen förtydligar vilka mål organisation har, vem som ansvarar för vad, vilka budgetmedel som finns samt att utveckla policyn. Till detta moment hör också att implementera de strategiska besluten, följa upp resultat samt revidera marknadsföringsplanen (Rush Kruger, 2015. s. 20)

Ett annat sätt att genomföra en organisations marknadsföring, är genom sociala medier så som Facebook, Instagram, LinkedIn etc. Enligt Mishra behöver man en strategi för att lyckas med detta. Han anser att strategin kan byggas med följande steg:

1. Skapa mätbara mål för marknadsföringen! Till exempel hur många följare ens sida ska få, med hur många procent försäljningen ska öka via sociala medier etc.
2. Kartlägg målgruppen! Till detta behöver också väljas vilken sociala mediaplattform som fungerar bäst för organisationen och den tänkta målgruppen.
3. Identifiera vilken statistik organisationen ska följa! Viktiga mätare enligt Mishra är hur många personer som nås via organisationens inlägg, jämförelser med hur många som nås av inläggen och, hur många som gillar, kommenterar eller delar inläggen. Skillnader mellan betalda annonser och vanliga inlägg är även något som bör jämföras.
4. Planera och schemalägg inlägg! Då organisationen har genomfört de första tre stegen kan de börja planera och skraddarsy sitt innehåll för sociala medier.
5. Skapa möjligheter till användargenererat innehåll! Detta är ett effektivt sätt att engagera följare. Exempel på användargenererat material är att följare laddar upp eget innehåll och använder en hashtag som organisationen skapat. Genom detta skapar följarna större synlighet för organisationen.

## 6. Följ upp resultaten av inläggen! (Mishra, 2020, s. 68-69)

Ett annat sätt att lyckas med marknadsföringen är att använda sig av själva utrymmet. Kulturhuset är platsen där du upplever något. Mossberg använder sig av ordet upplevelserum. Hon menar att det är i upplevelserummet som kunden konsumerar, interagerar med andra och att det är där själva upplevelsen skapas. Upplevelserummet ramar in händelsen. För organisationer vars affärsidé är att ge kunder en upplevelse, kan ett sätt att nå framgång vara att använda upplevelserummet i kommunikationen med kunderna. Vidare menar hon att upplevelserummet finns till och kan påverka besökarnas och personalens känslor och beteende. Rummet kan leda till ett fenomen som kallas word of mouth. (Mossberg, 2015, s.78)

Word of mouth handlar om vikten av att få berätta om sin upplevelse för andra. Samtalsämnen med bekanta berör ofta upplevelser vi varit med om, t. ex resor, teateruppsättningar eller restaurangbesök. Inom marknadsföringslitteratur kallas dessa samtal om varor, tjänster eller varumärken för word of mouth (Mossberg, 2015, s. 152).

Enligt Lindfors behöver verksamheten stå på tre ben för att ta marknadsföringen och organisationen vidare och hitta ny publik.

1. Värna om den så kallade baspubliken som är vana med verksamheten.
2. Söka aktivt efter ny publik. Detta gäller förutom för särskilda projekt också för den vanliga verksamheten.
3. Utveckla goda samarbeten med journalister, sakkunniga och opinionsbildare.  
(Lindfors, 2005, s. 93)

I övrigt behöver en skicklig företagare inom konstområden lita på att konsten har möjligheten att beröra alla människor. Den enskilda upplevelsen är lika viktig som själva konsten. I ett långsiktigt perspektiv bör konstföretagaren se till företagets och konstens bästa. Konst och marknadsföring har möjlighet att ta stöd av varandra. Möjligheterna är lika många som det finns människor i publiken. (Lindfors, 2005, s. 7)

## 5 Analys av Frans Henrikssonssalen

I detta kapitel avser jag analysera salens verksamhet. För att få en tydlig bild av salen sammanställs salens bakgrund och historia, vilket uppdrag salen har samt hurdan verksamhet som finns i salen. Till att börja med förklaras kortfattat vad salen och huset Mittistan är för något.

Frans Henrikssonssalen i Närpes kallas för en kultursal. Salen finns i huset som kallas Mittistan. På hemsidan för Mittistan skrivs att *”Frans Henrikssonssalen är en mångsidig kultursal där det ordnas evenemang för alla åldrar, inriktningar och smaker. Salen fungerar som biograf, konsert- och föreläsningssal samt festlokal (Mittistan u.å).*

Mittistan finns listad hos statistikcentralen under kulturhus och -centra i Finland efter landskap 2021. Enligt statistikcentralen (2021) hör *”kulturevenemang, fester, filmförevisningar, föreläsningar, utbildningsevenemang, konserter, utställningar, restaurang, hotell”* till evenemang och aktiviteter i huset. År 2021 fanns det 244 kulturhus i Finland. 14 av dessa kulturhus hittas i Österbotten. Till dem hör:

- Bladhska gården, Kaskö
- Juthbacka kulturcentrum, Nykarleby
- Kulturhuset Ax, Pedersöre
- Kulturhuset Cantare, Vasa
- Kulturhuset Dux, Kristinestad
- Kulturhuset Fanny, Vasa
- Kulturhuset Scala, Nykarleby
- Kulturhuset Mittistan, Närpes
- Korsholms Kulturhus
- Kultsa, Kulturhus för ungdomar, Vasa
- Barnkulturnätverket i Österbotten Bark, Vasa
- Schaumansalen, Jakobstad
- Stundars kulturcentrum, Korsholm
- Vasa stadshus festsal

Statistiken *”Inkluderar varken mässcentra, föreningshus, byhus, mångkulturella centra eller utländska kulturcentra i Finland. Inkluderar inte heller såna hus, som är enbart teatrar, museer, bibliotek, läroinrättningar eller sporthallar. Inkluderar de barnkulturcentra, som har ett eget hus eller fasta utrymmen för barnkulturverksamhet”* (Statistikcentralen, 2021).

## 5.1 Salens bakgrund

Lasse Eriksson, tidigare kulturexekutiv i Närpes, berättar i intervju (17.9.2021) att bakgrunden till bygget av salen kan spåras tillbaka så långt som till 1981. Då firade Närpes sitt 650 årsjubileum. Närpes kommun beslöt då att ett kulturhus skulle byggas i Närpes. Detta på grund av att man inte ansåg sig ha ett ändamålsenligt utrymme för kulturverksamhet i Närpes centrum, sedan den tidigare ungdomslokalen Närpesgården brunnit ner på 1970-talet. Det nya Närpes Uf som byggdes upp i centrum efter branden var tänkt att bli något stort, men i slutändan blev det till en biograf och grill. Förenings- och kulturaktiva i Närpes började då påtala behovet av en lokal i Närpes centrum som skulle lämpa sig för bland annat teater- och konsertpublik. Därifrån fick beslutet om ett kulturhus sin grund. Eriksson konstaterar att processen startade redan då, men det dröjde innan Närpes fick en ny kulturlokal. Behovet stod ändå kvar under åren man väntade. Tanken var att bygga ett helt kulturhus, men han förklarar att önskelistan om vad som skulle finnas blev större än finanserna och den tänkta verksamheten. Till slut fick således Närpes en kultursal, inte ett helt kulturhus. Det som ändå var viktigt var att salen skulle vara akustiskt planerad, ha omklädningsrum, ha en teknisk utrustning för ljud och ljus som skulle fungera för bland annat teater, revyer, konserter men också för bland annat företagsevenemang. (Intervju 17.9.2021)

I Närpes stads ansökan till Undervisnings- och kulturministeriet 19.12.2011 ansöks om finansiering för att bygga en kultursal i Närpes centrum. Ur ansökan framkommer att Närpes centrum kommer stå utan samlingsutrymme för olika typer av evenemang, då föreningshuset Närpes Uf, ska rivas på grund av dess dåliga skick. Vid samma tid står det också klart att en servicestation och ett hotell/restaurang med en tillhörande konsthall ska rivas på grund av samma orsak. Nya möjligheter till nyskapande



projekt uppstår således i Närpes, och för att utreda möjligheterna initieras projektet Mittistan, vilket ska bli en samlingsarena för yngre och äldre.

I ansökan konstateras att det är viktigt att kultursalen planeras och byggs på ett sätt som kan användas optimalt av så många olika användargrupper som möjligt, eftersom staden inte har så stort befolkningsunderlag (Närpes stads ansökan till Undervisnings- och kulturministeriet, 2011).

Enligt Närpes stads hemsida (Närpes stad u.å) såg befolkningsunderlaget i Närpes ut på detta sätt 30.12.2020.

Invånarantal	9558
Svenskspråkiga	77,5%
Finskspråkiga	5,3%
Övriga språk	17,2%

I ansökningen (ansökan: 68399 1203 November/Samfund) till Svenska kulturfonden söker Närpes stad/Mittistan projektet om stöd för planering av salen. I ansökan betonas att det är viktigt att salen ska fungera ändamålsenligt för biografverksamhet. Förutom stöd för planeringen av salen, söker Närpes stad även om bidrag för planering av en konsthall i anslutning till salen. Detta också på grund av att den tidigare konsthallen ska rivs på grund av nybyggen i centrum.

Peter Andersén, tidigare förvaltningsdirektör för Närpes stad och ordförande i fastighetsbolaget Mittistan bekräftar i intervju (17.9.2021) att projektet Mittistan, en samlingsarena för äldre och yngre, startade år 2010 efter att man med hjälp av experthjälp konstaterat att det inte fanns förutsättningar för att renovera Närpes Uf eller hotellet i Närpes centrum. Projektet fick EU-finansiering och Närpes stad lade också in pengar i projektet. Raymond Wesander anlätades som projektledare. Eftersom det fanns tomma ytor i centrum fanns det många möjligheter för att bygga något nytt.

Andersén anser att temat för äldre och yngre var viktigt redan från början och därför engagerades också social- och hälsovårdsorganisationen Folkhälsan redan i ett tidigt skede. Som ett andra skede i projektet Mittistan skulle ett Folkhälsans boende för äldre kopplas ihop med huset. Detta skulle ge synergier och möjligheter för äldre att få nytta av den

service och verksamhet som planerades i Mittistan. Planeringen pågick i flera år. Man försökte få privata finansiärer inkopplade i projektet för att det inte skulle bli enbart ett kommunalt projekt. I slutändan blev det Närpes stad och företaget Sydmedi som blev aktieägare i Mittistan. Sydmedi var ett dotterbolag till Promedi vilka ville etablera sig i Sydösterbotten med en privat läkarcentral.

Gällande kultursalen var det klart redan från början att den skulle vara i kommunens ägo. Visionen kring kultursalen var att återupprätta en biograf i och med rivandet av Närpes Uf men framför allt att få en tillräckligt stor sal för olika kulturella framträdanden. Sedan utformades salen också så den skulle kunna delas upp och användas för bland annat konferenser och mässor. Visionen var således ett utrymme som kunde användas för många typer av verksamhet.

Projektet Mittistan var ovanligt stort för Närpes stad. Andersén säger att det fördes en hel del diskussioner i stadsstyrelsen och fullmäktige, men sist och slutligen blev byggprojektet enhälligt godkänt. Bygget av salen fick stöd från Svenska Kulturfonden, Kultur- och undervisningsministeriet och Finlands filmstiftelse. (Intervju 17.9.2021)

Raymond Wesander, projektledare för Mittistan menar även i intervju (21.9.2021) att ett behov för förnyelse i Närpes centrum fanns i och med byggnaderna som skulle rivas. Det fanns dock olika viljor kring vad som borde byggas för att ersätta de rivna husen. Inom ungdomssektorn hoppades man på att få en ny UF lokal medan kultursektorn hoppades på ett regelrätt kulturhus.

För att citera Wesander var det hans uppgift som projektledare att leda detta projekt genom att *”visa på möjligheter samt att skaffa finansiärer och entreprenörer till dessa hus”*. Wesander berättar att han försökte kompromissa och hitta en modell som skulle fylla många olika behov. Resultatet för Mittistan var en kultur/biografsal, konsthall, ett nytt hotell med restaurang och ytterligare utrymmen för frisk och hälsovård. Han menar att projektet Mittistan möttes av ett starkt motstånd och att det fanns personer som ville stoppa projektet för att få ett regelrätt kulturhus till Närpes. Trots kritik fick projektet stöd av Närpes stads personal samt fullmäktige, och genom detta kunde bygget genomföras. (Intervju 21.9.2021)

Som svar på frågan om vilka utmaningar man såg för salen anser Peter Andersén att salen var något av ett oskrivet kort för Närpes. Man hade inte tidigare haft en liknande sal utan tidigare användes ungdomslokaler och simhallens gymnastiksal som platser där man kunde utöva någon typ av kulturaktivitet. Därför var det svårt att uppskatta hur mycket salen skulle användas. Det här menar han var en av orsakerna till att man också ville ha en så mångsidig sal som möjligt för att på så vis ge möjlighet till mycket verksamhet. Att hitta personal som skulle driva bion var även en utmaning. Det hade man inte klart då satsningen gjordes. (Intervju 17.9.2021)

Lasse Eriksson menar att en utmaning var att få salen att fungera optimalt. Eftersom det blev en sal och inte ett helt kulturhus, var det viktigt att få en sal som fungerar för många olika ändamål. En utmaning var att fylla de olika behoven. Eriksson menar att kompromisser behövde göras med arkitekt och entreprenörer för att hitta de bästa lösningarna. T. ex så behövde takhöjden höjas rejält från de första ritningarna för att få en god akustik i salen. En sal som Frans Henrikssonssalen har kostnader som ska finansieras på något sätt. En annan utmaning var därför att bestämma hyresnivån i salen. Var skulle hyresnivån läggas för att hyresgäster som föreningar, företag etc skulle ha möjlighet att hyra in sig? Samtidigt låg det i kommunens och stadens intresse att det ska hända mycket i salen och att det skulle finnas förutsättningar för många händelser. (Intervju 17.9.2021)

Raymond Wesander menar likt Lasse Eriksson att en utmaning var att få salen att passa för så många olika ändamål. Exempelvis krävdes halva ytan av våning två för att få tillräckligt hög takhöjd i salen. Wesander menar att det ställdes höga krav på vad som skulle finnas i salen, men samtidigt fick inte salshyran bli för hög. Den största utmaningen enligt Wesander har ändå varit att *"få någon att ta ansvar för denna sal och även brinna för att skapa verksamhet i salen"*. En annan utmaning var att från början hitta personer som kunde ansvara för att sköta om tekniken i salen. (Intervju 21.9.2021)

Raymond Wesander, Peter Andersén och Lasse Eriksson är alla överens om varifrån namnet Frans Henrikssonssalen kommer. De förklarar att salen fick stora bidrag från Frans Henriksons fond som förvaltas av Svenska Kulturfonden. Fonden betjänar kulturlivet i Sydösterbotten. Bidrag gavs för både planering av salen och för själva bygget. För att hylla Frans Henrikson, en viktig person för kulturlivet i Sydösterbotten, gav man därför salen namnet Frans Henrikssonssalen.

Svenska yles hemsida rapporterar att Mittistan invigdes med inbjudna gäster och bandklippning 11.1.2015 (Vikman, 2015).

## 5.2 Kommunens och salens uppdrag

I detta avsnitt avser jag beskriva uppdraget för Närpes stads kulturverksamhet, såväl som salens egna uppdrag. Uppdragen förtydligas genom analyser av lagen och kommunala styrdokument och handlingar. Salens uppdrag klarläggs ytterligare genom intervjuer med Raymond Wesander, Peter Andersén och Lasse Eriksson.

### 5.2.1 Kommunens uppdrag

Till kommunens uppgifter hör att ordna kulturverksamhet. Enligt paragraf 3 i lagen om kommunernas kulturverksamhet hör till dessa uppgifter att:

- ”1. främja likvärdig tillgång till och mångsidigt bruk av kultur och konst,*
- 2. skapa förutsättningar för professionellt konstnärligt arbete och professionell konstnärlig verksamhet,*
- 3. främja utövande av kultur och konst samt medborgarverksamhet som anknyter till dessa,*
- 4. erbjuda möjligheter till målinriktad konst- och kulturföstran inom kulturens och konstens olika former och områden,*
- 5. främja bevarande och bruk av kulturarvet och verksamhet som stöder och utvecklar den lokala identiteten,*
- 6. främja kultur och konst som en del av invånarnas välfärd och hälsa, delaktighet och samhörighet samt den lokala och regionala livskraften,*
- 7. främja kulturell samverkan och internationell verksamhet samt utföra andra åtgärder som har samband med kultur och konst” (Lag om kommunernas kulturverksamhet 166/2019, § 3).*

För att genomföra uppgifterna behöver kommunen beakta den egna situationen, befolkningsgrupper, de egna resurserna och vilka behov som finns. Mångsidig och tillräcklig expertkompetens ska anlitas för kulturverksamheten. Verksamheten kan ordnas på egen hand eller tillsammans med andra kommuner eller aktörer (Lag om kommunernas kulturverksamhet 166/2019, § 3).

Fritidsnämnden i Närpes har som som målsättning att *"alla oberoende av ålder, kön eller handikapp ska ha möjlighet att delta i de fritidsaktiviteter som bedrivs i staden."* Det ska finnas aktiviteter för alla och ge möjligheter att odla sina egna intressen. Till målet hör att alla invånare ska ha möjlighet att få ha en meningsfull fritid. (Närpes stads jämställdhetsplan 2015, s. 17)

Närpes stad ska även *"skapa nya typer av evenemang med fokus på mångkulturellt samhälle utifrån invånarnas behov och önskemål i samarbete med stadens integrationspersonal"* (Handlingsplan för tvåvägsintegration i Närpes, 2021, s. 8).

Enligt värdegrunden i Närpes stads strategi (2019, s. 9) menas att stadens gemenskap stärks genom att skapa tillfällen att mötas mellan alla invånargrupper. Respekten mellan invånarna förstärks på dessa möten. Där skapas förståelse för människors olikheter samtidigt som de lär känna varandra. På ett positivt och jämställt sätt möts kommuninvånare och arbetskamrater.

I Närpesregionens turismstrategi (2021, s. 18) skrivs att evenemangen som ordnas i staden är viktiga för turismen. Målsättningen med evenemangen är bland annat att bidra till tillväxten i Närpes, öka Närpes attraktionskraft, bidra till hållbarhet, vara intressanta ur mediasynpunkt och ge PR för staden.

I Närpes stads budget för 2021 och ekonomiplan för 2021-2023 har kulturverksamheten bland annat som bindande mål att:

- *"Varje individ i Närpes stad ska ha möjlighet att delta i kulturverksamhet.*
- *Skapa grundförutsättningar för föreningars kulturverksamhet.*
- *Medverka till att de utrymmen som finns för kulturverksamhet får en bred nyttjandegrad.*
- *Genomföra projekt inom olika kulturyttringar.*
- *Öka biljettintäkterna för bioverksamheten"* (Budget 2021 och ekonomiplan 2021-2023, s. 67).

### 5.2.2 Salens uppdrag

I ansökan till undervisnings – och kulturministeriet förklaras att salen ska betjäna hela regionens mångsidiga kulturliv, och ge nya möjligheter att skapa och utveckla kulturverksamhet för unga som gamla. Salen planeras för:

- Konserter av lokala föreningar, körer, musikinstitut
- Teaterföreställningar av lokala aktörer och turnerande aktörer
- Revyföreställningar
- Biografverksamhet
- Mässor
- Konferenser

(Närpes stads ansökan till Undervisnings- och kulturministeriet, 2011).

För att förtydliga salens uppdrag ställs frågan *”vad skulle du säga att salens uppdrag är?”* i intervjuerna med Peter Andersén, Lasse Eriksson och Raymond Wesander.

Andersén menar att salens uppdrag är att Närpes ska ha en arena, ett bra utrymme där man kan utöva olika former av kultur. Detta i kombination med konferensmöjligheter, vilka Närpes inte haft tidigare. (Intervju 17.9.2021)

Wesander är av samma åsikt som Andersén och utvecklar att kulturupplevelserna ska vara för folk i alla åldrar, gärna med hela Sydösterbotten som marknad. Han menar också att salen passar perfekt för olika workshops samt mindre mässor. (Intervju 21.9.2021)

Eriksson menar att största uppdraget som salen har är att tillfredsställa kulturlivet, organisationer, företag, föreningar på ett bra sätt. Han förklarar även att salen har stora förutsättningar för detta också med tanke på husets andra funktioner så som anslutande konsthall och restaurang. Salens flexibilitet med möjlighet att ta bort läktaren för att få ett plant golv ger också möjligheter för salen. (Intervju 17.9.2021)

### 5.3 Verksamhet i salen

I detta avsnitt kartläggs hur verksamheten ser ut i salen. I avsnittet använder jag mig förutom av kommunala dokument också till stor del av egna erfarenheter och anteckningar jag själv skapat under min tid som kultureksekreterare för Närpes stad. Orsaken till detta är brist på externa källor om salens verksamhet.

Det material som finns sparad om salens kulturverksamhet, sedan invigningen år 2015 fram till år 2019, är kontrakt med en del hyresgäster samt bilder och affischer sparade från evenemang. Sammanfattad statistik på antal hyresgäster och evenemang som ordnats finns inte. Många bilder och affischer från kulturevenemang är publicerade på facebooksidan "mittistan". Förutom att få information av kollegor eller tidigare kulturarbetare i Närpes är denna facebook sida det ställe som bäst sammanfattar hur kulturverksamheten har sett ut i salen under de första åren. Eftersom statistik på antal evenemang inte fördes från början, går det inte att objektivt analysera hur salens verksamhet har utvecklats under årens lopp. Däremot kan konstateras att mångsidig verksamhet ordnades i salen redan från begynnelsen. Enligt facebooksidan ordnades det under det första halvåret konserter i olika genrer, dans- och teaterföreställningar för både barn och vuxna, föreläsningar samt mässa. Evenemang ordnades av både lokala och kringresande arrangörer (Mittistan, 22.9.2021).

Sedan år 2019 bokför kultureksekreteraren vilka händelser som äger rum i salen. Detta var en åtgärd som infördes för att få en bild av hur verksamheten verkligen såg ut. Samtidigt skulle detta på sikt bli ett verktyg för att mäta utveckling. Under år 2019 kan konstateras från mina personliga anteckningar att salen hade en relativt hög användningsgrad. Salen var i användning under 200 dagar och hade totalt 258 händelser/evenemang. Av de 258 händelserna utgjorde 202 stycken bioföreställningar. 39 händelser utgjordes av bland annat föreläsningar, möten, fester och företagsbokningar så som mässor och konferenser. Dessa evenemang ordnades av externa hyresgäster. Det vill säga andra än Närpes stads kulturverksamhet.

17 händelser var kulturevenemang för en allmän publik. Bland kulturevenemangen fanns bland annat konserter, standup- och teaterföreställningar. Av dessa 17 händelserna var 6 stycken evenemang sådana som arrangerades eller sponsorerades av Närpes stads kulturverksamhet. Resterande evenemang arrangerades av externa hyresgäster.

Under år 2020 tvingades verksamheten stängas ner tidvis p.g.a. läget kring covid-19 pandemin. Salen hade stängt i tre perioder under året, totalt ungefär fem månader. Efter att pandemin slog till i mars 2020 innebar det också att salen tvingades ha publikrestriktioner på de evenemang som ordnades. År 2020 var det verksamhet i salen under 102 dagar. Totalt 135 händelser varav 117 var bioföreställningar. 12 händelser

utgjordes av konferensbokningar, föreläsningar, möten etc. 11 av dessa händelser ordnades av externa hyresgäster. En föreläsning ordnades av Närpes stads kulturverksamhet. Sex evenemang var kulturevenemang. Av dessa sex händelser är fyra stycken evenemang sådana som arrangerades eller sponsorerades av Närpes stads kulturverksamhet. Två av dessa evenemang var livestreamade evenemang utan publik. Resterande evenemang arrangerades av externa hyresgäster.

Intäkterna till salen kommer från biljettförsäljning och hyror. Utgifterna för salen är större än intäkterna. Den största budgeterade intäkten för salen är biobiljetter. Den näst största intäkten är hyresintäkter. (Fritidsnämndens dispositionsplan 2021, s. 3-4)

Sett till vilka bokningar som ägt rum under 2019 – 2020, kommer hyresintäkterna från turnerande kulturarrangörer, företagsbokningar, mässor, interna bokningar inom staden, föreningar med mera. Hyresintäkter till salen kommer även från konsthallen som finns i anslutning till salen.

Eftersom hyresgästerna har olika krav, har de även olika tekniska behov. En del företagsbokningar och mässor behöver en plan golvyta i salen för att istället för läktaren lägga ut till exempel bord och stolar. I de fallen kan läktaren köras ihop maskinellt. Föreläsningar och dylika bokningar använder sig ofta av den så kallade presentationstekniken, medan kulturutövare kan behöva mer avancerad teknik i form av konsertstämd flygel, mixerbord, extra mikrofoner eller monitorer och annan utrustning. I hyresinformationen för salen framkommer på hemsidan (mittistan, u.å) att hyrestarifferna är uppbyggda på ett sådant sätt, att i hyran ingår grundläggande presentationsteknik och grundljus. För mer avancerad teknik än presentationsteknik ska kunden begära offert.

### **5.3.1 Personal**

Enligt sin uppgiftsbeskrivning från 2019 planerar och administrerar Närpes stads kultursekreterare olika evenemang i Frans Henriksonssalen. (Uppgiftsbeskrivning, 2019).

Biografen har, genom köptjänst, personal som driver verksamheten. År 2021 budgeterades 25 000 € för detta (Fritidsnämndens dispositionsplan 2021).



År 2019 beslöt fritidsnämnden i Närpes att tjänster för en hustekniker köps in tre timmar per månad för service och underhåll av ljud- och ljussystemet i salen. Husteknikern erbjuder även på offert sina tjänster åt de hyresgäster som behöver teknisk hjälp (Fritidsnämnden protokoll 21.10.2019 17:30) Teknikertjänster och personal med speciell expertis bokförs under "kontors och experttjänster. År 2021 budgeterades i (Fritidsnämndens dispositionsplan 2021) 4600€ för salens kontors och experttjänster.

För fastighetstjänster i form av vaktmästartjänster och städning av lokalerna finns år 2021 6300€ budgeterat för kultursalen (Fritidsnämndens dispositionsplan 2021). Vaktmästare och städpersonal är i regel tillgängliga vardagar mellan kl 8-16. Städning och underhåll av konsthallen hör även till denna kostnad.

Värdskap för tillställningar som ordnas utanför Närpes stads ordinarie arbetstider (vardagar mellan kl 8-16), som inte hör till Närpes stads kultur- eller fritidsverksamhet ordnas av Hotel Red & Green (Hyresavtal mellan Närpes stad och Hotel Red & Green Oy Ab, 2018).

### **5.3.2 Marknadsföring**

Biografverksamheten hade år 2021 budgeterat 8000€ för tryckning, annonsering och reklamtjänster. För samma ändamål hade salen budgeterat 400€, medan kulturverksamheten hade 3000€ till förfogande (Fritidsnämndens dispositionsplan 2021).

Evenemang marknadsförs digitalt via hemsidan mittistan.fi. Mittistan och biografen har egna sidor på sociala medier. Utanför salen visas digitala affischer om husets verksamhet på en tv-skärm. Salen har även ett nyhetsbrev, där all verksamhet i salen marknadsförs. Annonser trycks även i lokala tidningar.

## 6 Frans Henrikssonssalen utifrån litteraturstudien

I detta kapitel möter litteraturen analysen av Frans Henrikssonssalen. En jämförelse görs för att få en uppfattning om arbetet med salen är effektivt, enligt det litteraturen anser som viktigt för att driva en organisation. Utifrån denna jämförelse skapas en bild av vad som fungerar bra och vad som behöver utvecklas.

### 6.1 Salens tydliga uppdrag

Frans Henrikssonssalen är en kommunalt driven kultursal som hör till Fritidsnämndens verksamhet. Salen driver inte en kommersiell verksamhet. Enligt Kaiser & Egan (2013) är det extra viktigt att icke kommersiella organisationer har ett mycket tydligt uppdrag.

Eftersom salen hör till kommunens verksamhet finns det två uppdrag att ta hänsyn till. Det första uppdraget är kommunens uppdrag. Kort sagt kan kommunens uppdrag sammanfattas till att alla invånare i Närpes ska ha möjlighet att utöva och eller ta del av kulturverksamhet. Detta genom att själva ordna evenemang och se till att det finns möjlighet för andra att göra det samma. Enligt detta kan konstateras att salen är ett verktyg för att verkställa kommunens uppdrag och mål. Salen används för att ordna och ta mot olika evenemang. Salen blir en mötesplats, och verksamheten utgör en viktig del av kommunens fritidsutbud för kulturutövare såväl som för besökare.

En del av salens uppdrag är därför att erbjuda ett brett kulturutbud för lokalbefolkning såväl som för turister i Närpes. Järvinens (2021) åsikt om att kommunala kulturhus verkar finnas till för att försöka fullfölja kommunens uppdrag stämmer således bra in på salens kulturverksamhet.

I intervju konstaterar dock Andersén, Wesander och Eriksson gemensamt att salens uppdrag är bredare än så. Salen ska fungera som biograf för Närpes. Uppdraget är även att betjäna företag och organisationer vid konferenser, mässor etc.

Salens uppdrag kan delas i tre delar. Att vara en biograf, en sal för kulturverksamhet samt en verksamhet som jag väljer att kalla konferensverksamhet. Till konferensverksamheten räknas föreläsningar, möten, skolningar, mässor, fester etc. Det vill säga sådana evenemang som inte är kulturevenemang ordnade för en allmän publik.

Biografens uppdrag är att driva en egen verksamhet. Kultur och konferensverksamheten har små ekonomiska resurser och arrangerar inte i sig själva något programutbud. Således är uppdraget för dessa två att vara en fungerande hyreslokal.

Kultursekreteraren i Närpes stad har som uppgift att försöka fullfölja kommunens uppdrag. Samtidigt är kultursekreterarens uppdrag även att driva verksamheten i salen. Kultursekreteraren ska således både ordna hyresgäster till salen, men även själv arrangera evenemang. Biografverksamheten sköts i huvudsak via köptjänst men kultursekreteraren fungerar som ansvarig för verksamheten, samt sköter om en stor del av den digitala marknadsföringen. Kultursekreteraren administrerar även all kultur- och konferensverksamhet. I och med konferensverksamheten sköter kultursekreteraren i dagläget arbetsuppgifter som inte nödvändigtvis hör till kommunens kulturverksamhet.

## **6.2 Salens tydliga identitet**

Förutom att ha ett tydligt uppdrag behöver en framgångsrik organisation ha en tydlig identitet. En tydlig identitet skapas enligt Lindfors (2005) genom att analysera historien och den nuvarande verksamheten.

Från intervjustavaren om salens begynnelse förklaras att visionen för salen var att bli en biograf, och en sal för kulturevenemang och konferenser. Målet var att skapa en sal som har en bred verksamhet som ska fungera för många ändamål. Detta ansåg samtidigt Andersén, Eriksson och Wesander var en utmaning för salen.

Sett till de evenemang och tillställningar som ordnats i salen under åren 2019–2020 kan konstateras att visionen och denna utmaning har lyckats på många sätt och vis. Många olika typer av evenemang har ordnats i salen. I enlighet med uppdraget om salen kan konstateras att identiteten även är att vara en sal som fungerar för flera ändamål.

Liksom uppdraget kan identiteten därför också delas upp i tre delar. Biografverksamheten är den största verksamheten sett till antal evenemang i salen. En av orsakerna till detta kan vara att biografen har ett eget kostnadsställe, budgeterade resurser för verksamhet och tjänster köps in för att driva verksamheten. Personalstyrkan såväl som de ekonomiska resurserna för att ordna verksamhet är således större än för den övriga verksamheten i

salen (Fritidsnämndens dispositionsplan 2021, s. 4). En stor del av salens identitet är således att fungera som biograf.

Den näst största verksamheten sett till antal evenemang är konferensverksamheten. Denna verksamhet utgörs av flera olika typer av hyresgäster så som föreningar företag och organisationer. Hyresgästerna behöver en lokal som lämpar sig för föreläsningar, workshoppar, möten med mera. Konferensverksamheten har en stark synergieffekt med hotellet och restaurangen som finns i anslutning till salen. Med flexibla möjligheter att ta bort läktare, dela upp salen, och möjligheterna till servering är salen ett attraktivt hyresobjekt. Konferensverksamheten är därför även en viktig del av salens identitet.

Den tredje delen av identiteten är kulturverksamhet. Kulturverksamheten är i dagsläget den minsta verksamheten sett till antal evenemang. Hyresgäster för denna typ av verksamhet består av kringresande artister och arrangörer samt av lokala föreningar vilka ordnar kulturevenemang. Något som kan vara en orsak till att denna verksamhet är den minsta i dagsläget kan ha att göra med hyrespriser. Kringresande artister behöver ha möjlighet att förtjäna på sin verksamhet genom biljettintäkter. En salshyra utgör därför en risk att gå på förlust med ett evenemang. Denna risk är säkert något alla kulturutövare inte är beredda att ta. Att bestämma hyrespriserna var enligt Eriksson även en utmaning för salen redan i begynnelsen.

Något kultur- och konferensverksamheten har gemensamt är att de tar mot alla hyresgäster som är intresserade av komma till salen. Salen ordnar ingen verksamhet själv, och ställer inte heller krav på hurdana typer av evenemang som får ordnas så länge salen har möjlighet att erbjuda den service som krävs.

Med sina tre typer av verksamhet är salen en mångsidig lokal för många ändamål. Wesander och Eriksson konstaterar i intervjuerna att denna mångsidighet inte var gratis. Att ha en så stor bredd av verksamheter var-inte något som önskades av hela befolkningen. Planerna för salen ledde till en del motstånd mot projektet.

Mångsidigheten är en styrka för salen, då salen kan användas av så många olika projekt och tillställningar. Samtidigt kan också mångsidigheten ses som en svaghet för salen, som ännu idag får en del kritik av vissa besökare. Ett vanligt exempel är att biobesökare klagat på stolarnas komfort i salen. Stolarna anses ha för lite stoppning för att kunder bekvämt ska

njuta av en bioföreställning på två till tre timmar. Valet av stolar kan ha att göra med att de ska gå att vika ner då läktaren ska köras ihop maskinellt. Ett annat vanligt klagomål av lokala föreningar är att salen är för liten för att ta emot stora evenemang. Detta kan kanske kopplas till kultursektorns önskan om att få ett helt kulturhus till Närpes. Det ansågs att Närpes bara fick en kultursal, men salens verksamhet räknas ändå in i huset Mittistan som enligt statistikcentralen klassas som ett kulturhus.

För salens del står de tre delarna av verksamheten på egna ben men hör ändå till salens helhetsbild. Varje del behöver därmed också drivas strukturerat för att upprätthålla ett gott rykte och en god identitet för salen.

### **6.3 Salens starka programutbud**

För att driva en framgångsrik verksamhet krävs mycket planering. Lindfors, Mossberg och Kaiser & Egan är överens om att utbudet som erbjuds ska ha ett tydligt tema, vara unikt, överraskande, spännande och starkt. För att ge kunden njutning ska upplevelsen även vara tydlig och kunden ska veta vad upplevelsen är samt när och hur den ska gå till.

Även gällande programutbudet skiljer de tre olika verksamheterna i salen sig från varandra.

Konferensverksamheten består i princip enbart av externa hyresgäster. Salen påverkar inte vilka hyresgästerna är. Således planeras inte utbudet av konferensevenemang av salens personal. Det som planeras kring denna verksamhet är vilken service hyresgästerna behöver.

Planering av biografverksamheten fungerar på helt annat sätt. Filmutbudet planeras och bokas av biografpersonalen. Biografen har således möjlighet att styra över verksamheten till fullo och programutbudet kan planeras långsiktigt.

Kulturverksamheten verkar vara något av en mellanväg. En del evenemang arrangeras av kommunens kulturverksamhet, medan andra av externa hyresgäster. Kommunen påverkar därför till vis mån programutbudet gällande kulturverksamhet så som konserter och föreställningar. Enligt kommunens styrdokument finns i dagsläget inga krav på hur många evenemang kommunen årligen borde ordna i salen.

Eftersom en stor del av utbudet i salen utgörs av program arrangerat av externa hyresgäster har salen svårt att ha ett tydligt tema. Det betyder inte att de evenemang som ordnas i salen inte är unika eller starka. Möjligheten att stärka ett tema och bygga en stark grund av evenemang i salen kunde vara genom långsiktig planering gällande de evenemang kommunen själva ordnar eller samordnar i salen.

#### **6.4 Salens strukturerade marknadsföring**

Det tydliga uppdraget, den tydliga identiteten och det starka programutbudet är grundstenarna för att bygga salens strukturerade marknadsföring.

Biografen har resurser för marknadsföring. Resurserna går i huvudsak till tryckta tidningsannonser. Förutom biografen, har salen nästan obefintliga resurser för marknadsföring. För evenemang ordnade av kommunen finns ekonomiska resurser för marknadsföringen.

Digital marknadsföring görs via hemsidan mittistan, sociala medier och genom nyhetsbrev. Marknadsföringen av salens kultur- och konferensverksamhet följer i dagsläget inte någon utarbetad plan, utan görs sporadiskt. Aktiva åtgärder för att marknadsföra salen som ett hyresobjekt görs inte heller i dagsläget.

Biografen, kultur och konferens kräver olika åtgärder för en lyckad marknadsföring. Biografen marknadsförs för att locka publik. Konferensverksamheten marknadsförs till potentiella hyresgäster. Kulturverksamheten behöver både marknadsföras åt hyresgäster men även åt publik.

#### **6.5 Åtgärdsförslag för salens utveckling**

Med stöd av litteraturen och analysen av salen föreslås i detta kapitel åtgärder som kan utveckla salens verksamhet. För att få förslag på ytterligare åtgärder som kunde vara behövliga för salens utveckling, ger även Peter Andersén, Lasse Eriksson och Raymond Wesander förslag på åtgärder de anser kunde utveckla verksamheten.

Wesander föreslår att man kunde skapa ett slags kulturråd som kunde planera kulturaktiviteter i salen. Han föreslår att studiebesök kunde göras till andra kulturhus inom

norden. Wesander föreslår även att livesändningar från t. ex operahus runt om i världen startas upp. (Intervju 21.9.2021)

Andersén föreslår att verksamheten kunde utvecklas genom att marknadsföra salen specifikt för lokala föreningar och inte bara åt kringresande kulturutövare. (Intervju 17.9.2021)

Eriksson föreslår att en understödsförening skulle skapas för salen. Föreningen kan vara behjälplig vid anordnandet av evenemang, hjälpa till med marknadsföring som affischering etc., samt att föreningen kunde söka bidrag för att ordna verksamhet i salen.

Eriksson föreslår även att man kunde ordna fler kulturutbyten. Detta kunde genomföras via samarbeten med andra regioner, kommuner och tillsammans med dem ordna program. Under sin aktiva tid som kultursekreterare fanns planer på att utveckla samarbete med bland annat Västerbotten i Sverige. Att erbjuda kulturutbud från andra regioner kunde vara ett sätt att ge nya idéer om vad som kunde ordnas här, samtidigt som lokala aktörer från Närpes kunde få uppträda och besöka nya orter. (Intervju 17.9.2021)

### **6.5.1 Åtgärd 1 - Konferensverksamheten outsourcas**

För att utveckla salens verksamhet borde salens konferensverksamhet outsourcas till en kommersiell aktör. Detta innebär att aktören skulle ta emot bokningar och sköta om värdskap åt hyresgäster. År 2021 är Närpes stads kultursekreterare involverad i all verksamhet som ordnas i salen. Konferensverksamheten är år 2019 och 2020 ungefär dubbelt större än kulturverksamheten. Att ansvaret för konferensverksamheten tas över av en tredje part skulle fördela salens ansvarsområden och skapa en bättre fördelning av arbetsuppgifter mellan salens tre verksamheter. En kommersiell aktör skulle ha möjlighet att förtjäna på verksamheten t. ex genom provision per slutförd bokning. Denna lösning skulle även ge hyresintäkter åt salen. En kommersiell aktör har möjlighet att utöka och stärka konferensverksamheten.

Genom det fördelade ansvaret får Närpes stads kultursekreterare bättre resurser i form av tid för att utveckla salens kulturverksamhet samt biografverksamhet i samarbete med biografpersonalen. Kulturverksamheten är i dagsläget den minsta verksamheten och är i

behov av utveckling. Genom denna åtgärd ges kulturesekreteraren större möjligheter att fokusera på kommunens uppdrag samt att stärka kulturlivet i Närpes.

I intervju svarar Wesander att en utmaning för salen har varit att *”få någon att ta ansvar för denna sal och även brinna för att skapa verksamhet i salen”* (Intervju 21.9.2021). Genom denna åtgärd blir ansvarsuppgifterna tydligare och genom bättre arbetsfördelning ökar chanserna för att engagerat driva salen. Kulturesekreteraren, biografpersonalen och den kommersiella aktören kan planera verksamheten långsiktigt. Med hjälp av bra planering och en bra arbetsfördelning kan synergier hittas mellan de olika verksamheterna. Genom åtgärden skulle salens identitet och programutbud stärkas.

Åtgärden är samtidigt inte helt riskfri. Problematiken med åtgärden är att olika hyresgäster ska ta kontakt med olika kontaktpersoner. Kunderna behöver kategoriseras enligt kultur- och konferensverksamhet. Att kunderna själva alltid vet om de hör till kultur- eller konferensverksamhet eller att de vet vilken kontaktperson de borde kontakta är mycket begärt. Därmed är det extra viktigt att ansvarspersonerna själva är konsekventa och tydliga om vem som tar mot vilka bokningar. Det är även viktigt att kunderna enkelt hittar information om organisationens struktur så de upplever att de redan vid första kontakt får en god service.

### **6.5.2 Åtgärd 2 - Marknadsföringsplan skapas**

För att förbättra salens marknadsföring borde en marknadsföringsplan skapas. Planen bör innefatta mätare, resurser och åtgärder för biograf, kultur och konferensverksamhet. Den marknadsföring som görs i dagsläget är för sporadisk. Med en långsiktig planering och en tydligare bild av den egna verksamheten, finns större möjligheter för en strukturerad marknadsföring som lockar nya besökare och hyresgäster till salen.

### **6.5.3 Åtgärd 3 – Intresse för stödförening utreds**

Som en åtgärd föreslås att det utreds om ett intresse finns för att starta en stödförening för salen. En stödförening skulle stärka salens programutbud och bidra med ett rikare kulturliv i Närpes. En sådan förening kunde själva planera och genomföra evenemang i salen. Föreningen kunde även samarbeta kring planering och genomförande av evenemang tillsammans med Närpes stads kulturesekreterare. Föreningen skulle även ha möjlighet att



söka bidrag för sin verksamhet. Genom denna åtgärd skulle fler personer involveras i salens kulturverksamhet. Detta skulle gynna salen då ett ökat programutbud förhoppningsvis leder till fler besökare, men även till att fler kulturutövare som inte har möjlighet att hyra in sig i salen kan anlitas. Stödföreningen kunde således bidra med ett bredare evenemangsutbud i salen. Detta leder troligen även till ett större publikunderlag. Åtgärden stöds av både Erikssons och Wesanders egna åtgärdsförslag.

En stödförening kan inte skapas av kommunen vilket gör att åtgärden inte ligger i organisationens egna händer. Det kommunen kan göra är att påtala behovet av en stödföring och förklara fördelarna för aktiva inom kultursektorn i Närpes. Om intresserade hittas kan kommunen erbjuda stöd och råd för att starta igång föreningen, men utan intresse från kommuninvånare fungerar inte åtgärdsförslaget.

#### **6.5.4 Åtgärd 4 – Fler lokala aktörer involveras**

Andersen menar att ett sätt att utveckla kulturverksamheten är att marknadsföra salen mer åt lokala föreningar. *”Föreningsverksamheten är ryggraden i Närpes kulturliv”* (Budget 2021 och ekonomiplan 2021-2023, s. 67). I kommunen finns föreningar som driver teater-, musik-, bildkonst- och dansverksamhet. Genom att involvera fler av dessa föreningar skulle salens kulturutbud stärkas. Föreningarnas verksamhet kan argumenteras vara unika för Närpes och därmed kan de således även erbjuda något unikt för salens publik. För att få fler föreningar involverade i salen, behöver nya samarbeten och alternativ till de vanliga hyrestarifferna troligen skapas. Åtgärden behöver beakta att salens verksamhet inte konkurrerar för hårt med föreningsverksamhet som drivs i lokala föreningshus.

#### **6.5.5 Åtgärd 5 – Studiebesök och analyser av andra kulturhus**

I enlighet med Wesanders förslag borde analyser av andra kulturhus eller studiebesök till liknande lokaler som salen göras. Detta för att utveckla verksamheten, få lärdomar av andra organisationer och ge inspiration för det fortsatta arbetet. Genom dessa studiebesök kunde även möjligheten till kulturutbyten utredas enligt Erikssons förslag.

## 6.6 Frans Henrikssonssalen år 2026 - Vision

I detta avsnitt beskrivs en vision om hur salens verksamhet kan se ut år 2026. Visionen är gjord enligt vad jag själv tror, att åtgärderna i detta arbete har för effekt på salens verksamhet. Visionen finns med för att ge en bild om vad salen har för målbild om fem år. Om alla åtgärder utförs och lyckas tror jag att verksamheten år 2026 kunde se ut enligt följande:

År 2026 har salens kulturverksamhet utökats. Bland evenemangsutbudet hittas lokala föreningar, grundläggande konstundervisning och professionella kulturaktörer. Närpes stad arrangerar regelbundet evenemang i salen. Detta i samarbete med föreningar och andra arrangörer. Evenemangen lockar en stadig publikmängd och utgör en naturlig del av kulturutbudet i Närpes. Evenemangen är en viktig del av kommunens välmående. Utbudet hör till vardagen för alla invånare i Närpes, men fungerar även som en del av turismnäringen i Närpes. Förutom detta sporrar och inspirerar utbudet av professionella produktioner till att bl. a ungdomar själva vill utöva olika kulturformer. Genom de lokala föreningarna och den grundläggande konstundervisningen skapas förutsättningar för egna kulturella uttrycksformer.

Salens stödförening ordnar egna evenemang i salen. Föreningen representerar lokalbefolkningen och ordnar sådana evenemang som lokalbefolkningen i Närpes efterlyser. Föreningen ansöker även om bidrag för verksamhet som de ordnar i salen. Bidragen utökar möjligheterna till fler evenemang och fler professionella aktörer inom kulturfältet kan anlitas även inom nischade konst och kulturformer som inte riktar sig till den breda massan. Tack vare detta är föreningen en resurs för att utveckla kulturfältet i Närpes med omnejd.

Salens verksamhet har en låg tröskel dit alla i Närpes känner sig välkomna. Det starka utbudet av evenemang som ordnas av kommunen och föreningarna, är grunden för salens verksamhet. Kringresande evenemang är en viktig del av kulturverksamheten. Sådana evenemang breddar salens kulturutbud och är en viktig grund för salens hyresintäkter. Den stabila publikmängden som besöker dessa evenemang, påvisar för andra arrangörer att salen är ett bra hyresobjekt.

Kunder som ordnar konferenser, mässor, föreläsningar och privata bokningar känner sig väl omhändertagna och får en god service. Ansvarspersonerna för dessa bokningar marknadsför salen som hyresobjekt. Mittistan är en attraktiv plats för olika typer av konferenser och mässor. Mängden hyresgäster i salen genererar goda hyresintäkter. Salens teknik underhålls och förnyas enligt kundernas behov för att erbjuda flexibla och fungerande lösningar.

Biografen är en viktig del av salens verksamhet. Verksamheten planeras och marknadsförs med god framförhållning. Utbudet riktar sig till alla i Närpes. Biografen visar nya och populära filmer, men planerar även olika temadagar och veckor med nischade föreställningar. Biografen visar även livesändningar t.ex. från stora konserthus eller arenor runt om i världen. Biografen är välbesökt och biljettintäkterna är en stor del av salens totala intäkter.

Salens totala verksamhet har utökats under de senaste fem åren. Den ökade verksamheten har lett till fler arbetsmöjligheter för bl. a producenter eller ljud och ljus tekniker, men också för personal som har hand om värdskap eller biljettförsäljning. Den ökade verksamheten leder också till fler arbetsmöjligheter för frilansande kulturarbetare t.ex. musiker, skådespelare eller konstnärer. Ansvarspersonerna för kulturverksamheten, biografen och konferensverksamheten har ett gott samarbete. De samarbetar med planering av verksamhet, samt marknadsföring. Synergier finns mellan de olika verksamheterna, och alla jobbar mot att ständigt utveckla salens verksamhet.

## **7 Sammanfattande diskussion**

Med detta examensarbete har jag tagit fram förslag på åtgärder med syfte att utveckla verksamheten i Frans Henrikssonssalen. I det här kapitlet kommer jag reflektera kring de frågeställningar som styrts denna process, vilka lärdomar jag fått genom arbetet, vad som kunde gjorts annorlunda samt förslag på framtida forskning.

Med arbetet har jag sökt svar på följande frågor:

- Hur kan administreringen av salens verksamhet utvecklas?
- På vilka sätt kunde salens programutbud utvecklas?

- På vilka sätt kan fler personer involveras i planeringen av salens programutbud?

En viktig del av detta arbete har varit att få fram en tydligare uppfattning om hur salen administreras i dagsläget. Salens breda verksamhet gjorde från början det svårt att veta var jag skulle börja. Men genom litteraturen kunde jag börja skapa en bild om hur verksamheten kunde drivas. Jag behövde inte gå djupt in i litteraturen för att märka, att det redan i verksamhetens grund fanns mycket att jobba med för att utveckla salen. Innan detta arbete började var det t. ex inte helt klart för mig vad salens uppdrag egentligen var. Hur hade vi fått en så fin sal till Närpes, och hur skulle den drivas? Det fanns även mycket i historien som var obekant för mig.

Analysen av salen ser jag därför också som en åtgärd för salens utveckling. I analysen sammanfattas salens bakgrund, vad uppdraget är och vilken verksamhet som drivs i salen. Detta är något som inte tidigare funnits sammanfattat. Analysen av verksamheten kan även fungera som grund för att i framtiden ta en återblick på hur verksamheten har sett ut.

I jämförelsen mellan litteraturen och analysen av salen blev det även klarare att salen administreras rätt ineffektivt. Eftersom uppdraget varit något otydligt har det inte heller funnits tydliga mål för verksamheten. En stor del av det administrativa arbetet utförs i dagsläget av Närpes stads kultursekreterare. Att ansvaret i huvudsak ligger på enbart en person, är något som gör att salens verksamhet har svårt att utvecklas eller växa. Detta på grund av att arbetstiden inte räcker till. Att få en tredje part att ta över konferensverksamheten är något som snabbt kunde utveckla salens administrativa sida då arbetsuppgifterna skulle fördelas bredare. Detta förutsätter att den tredje parten ser möjligheterna och har intresset för att driva konferensverksamheten framåt.

Det förtydligade uppdraget och en tydligare bild av verksamheten har gett potential att se möjligheterna för en långsiktig planering. En långsiktig planering skulle inte bara stärka salens programutbud, utan även ge goda grunder för att skapa en genomtänkt marknadsföring. Det är alltså grunden i det administrativa arbetet som behöver få en tydligare struktur. Med en klar bild om vad salen finns till för och vem som sköter vilka uppgifter, kan programutbudet och marknadsföring planeras strukturerat och målmedvetet. Därtill kan salen jämföra sig med och ta inspiration från liknande lokaler för att få nya kunskaper och ständigt ha möjlighet till vidareutveckling.

Med arbetet blev det tydligt att de tre olika verksamhetsområdena i salen kräver olika åtgärder. Biografen driver en egen verksamhet, och behöver planera långsiktigt för att nå ut till regelbundna och potentiella nya besökare. Biografen kan enkelt följa råden av Kaiser & Egan (2013), Lindfors (2005) och Mossberg (2015) om att försöka planera ett starkt, unikt, överraskande och spännande programutbud med ett tydligt tema.

Samma rekommendationer fungerar inte specifikt för salens konferensverksamhet, vilken inte själv i nuläget ordnar egna evenemang. Konferensverksamheten kan istället fokusera på att erbjuda bra service, för att skapa en word of mouth effekt kring salen. Utöver detta behöver salen marknadsföras som ett hyresobjekt, vilken den tidigare inte gjorts.

En orsak till varför salens uppdrag kändes otydligt, kan ha att göra med mitt arbete som kultursekreterare. Salens uppdrag (att fungera som hyreslokal för kulturverksamhet) och kommunens uppdrag (att själv ordna evenemang och erbjuda möjligheter för andra) har synergier med varandra, men tävlar samtidigt mot varandra. Vilka kulturutövare ska kultursekreteraren försöka få som hyresgäster, och vilket programutbud ska köpas in av kommunen?

Väljer man att enbart se på salens kulturverksamhet, är uppdraget likadant som för konferensverksamheten, det vill säga att enbart fungera som en hyreslokal. Den goda servicen och en planerad marknadsföring gäller därför även för kulturverksamheten. För att utveckla salens programutbud behöver ändå kommunens övriga kulturverksamhet finnas med i bilden.

I arbetet konstateras att föreningsverksamheten är en viktig del av kulturlivet i Närpes. För att utveckla programutbudet konstateras att fler lokala föreningar borde involveras i verksamheten. Föreningarnas kulturutbud bidrar till ett rikare kulturliv i Närpes. Tillsammans med kommunens kulturverksamhet kan föreningarna planera och skapa nya typer av evenemang i salen och därmed bidra till att salens kulturutbud, likt biografens, även ska vara starkt, unikt, överraskande och spännande med ett tydligt tema. På så vis involveras fler personer i salens verksamhet vilket även förhoppningsvis kan leda till fler besökare. Den föreslagna stödföreningen för salens kulturverksamhet skulle vara ett viktigt steg i denna utveckling. Föreningens möjligheter att stöda salen, genom planering av programutbud, åsikter och bidragsansökningar, kan lyfta kulturlivet i Närpes till nya nivåer.

## 7.1 Avslutande reflektion

Att greppa omfattningen av detta arbete var svårare än jag från början tänkt mig. Eftersom verksamheten varit något som hört till det dagliga arbetet har det varit svårt för mig att se helheten kring salen. Utan den egna inblicken i verksamheten skulle samtidigt detta arbete vara mycket svårt att genomföra. Arbetsrollen är därför både arbetets styrka och svaghet.

Att samla olika typer av material var därför behövligt för att få arbetet så objektivt som möjligt. Litteraturen gav insikter i hur verksamheten kunde drivas. De kommunala styrdokumenterna gav en målbild av verksamheten och förtydligade vilken verksamhet som hör vart. Ur intervju svaren skapades en djupare förståelse för salens historia och verksamhet.

Varje del av arbetet fyller därför sin funktion men ger bara en liten del av helheten. På samma sätt är salens tre verksamheter beroende av varandra för att skapa en mångsidig kultursal i Närpes.

Examensarbetet har utvecklat mina färdigheter för att utföra uppdraget som kultursekreterare. Processen har haft många upp och nedgångar där det funnits stunder med starka tvivel och ett ifrågasättande av den egna förmågan. Dessa stunder har troligen varit viktiga stunder för den egna utvecklingen, då sådana stunder ofta följts av nya idéer och en inspiration för ett fortsatt arbete. De färdigheter jag själv fått genom processen stöder även syftet att utveckla salen.

Något som kunde gjorts annorlunda med detta arbete hade varit att enbart fokusera på salens kulturverksamhet. Detta område var det som intresserade mig själv mest, men även det område där jag såg störst utvecklingspotential. Detta troligen även på grund av den egna arbetsrollen. Men eftersom salen är så mycket mer än en sal för kulturevenemang blev det viktigt att kartlägga all verksamhet i salen.

Som ett förslag för framtida forskning är att djupare utforska salens kulturverksamhet. Forskningen kunde närmare utforska hur denna verksamhet kunde drivas och utvecklas för ett rikare kulturliv i en liten ort på landsbygden. Fokus kunde ligga på att hitta modeller för en inkluderande kulturverksamhet, där tröskeln är låg för att utöva eller ta del av ett mångsidigt kulturutbud.

Eftersom detta examensarbete skapades för att utveckla en specifik organisation, i vilken forskaren är djupt involverad, kan denna forskning ifrågasättas. Arbetet kartlägger, ger tips och förslag på hur just denna verksamhet kan utvecklas. Arbetet har enligt mig därför främst ett värde för den egna organisationen, och eventuella efterträdande kultursekreterare i Närpes men även ansvarspersoner för andra kulturhus kan ha nytta av arbetet för egna utvecklingsarbeten.

## 8 Källförteckning

Budget 2021 och ekonomiplan 2021-2023. <https://www.narpes.fi/sv/staden-och-forvaltningen/kommuninfo-och-dokument/budget-verksamhets-och-utvarderingsberattelse> [hämtat 17.6.2021]

Fritidsnämnden protokoll 21.10.2019 17:30. Möte nr: 3/2019. § 20 Underhåll av Frans Henrikssonssalens teknik.

Fritidsnämndens dispositionsplan 2021.

Handlingsplan för tvåvägsintegration i Närpes. (2021). <https://www.narpes.fi/sv/staden-och-forvaltningen/kommuninfo-och-dokument/stadgor-utredningar> [hämtat 22.10.2021]

Hanson, A. (2010). *Salutogent ledarskap – för hälsosam framgång*. Stockholm: Fortbildning Ab

Hyresavtal mellan Närpes stad och Hotel Red & Green Oy Ab, 2018.

Järvinen, T. (2021). *Strategic cultural management*. New York: Routledge.

Kaiser, M.M & Egan, B.E. (2013). *The Cycle: A Practical Approach to Managing Arts Organizations*. Hämtat från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/detail.action?docID=1170378>

Lag om kommunernas kulturverksamhet 166/2019. (2019). Hämtat från [www.finlex.fi](http://www.finlex.fi)

Lindfors, E. (2005). *Marknadsföring i konstföretag – en balansakt mellan konstnären och konstföretagaren*. Lund: Studentlitteratur



Mishra, S. (2020) *From Starting Small to Winning Big: The Definitive Digital Marketing Guide for Startup Entrepreneurs*. Hämtat från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/detail.action?docID=6191440>

Mittistan (u.å). *Hyresinformation, Frans Henrikssonssalen*.  
<https://mittistan.fi/sv/hyresinformation-frans-henrikssonssalen> [hämtat 24.8.2021]

Mittistan (u.å). *Kultursalen*. <https://mittistan.fi/sv/categories/kultursalen> [hämtat 24.8.2021]

Mittistan [@mittistannarpes]. (22.9.2021). Facebook.  
<https://www.facebook.com/Mittistan-905791582772991>

Mossberg, L. (2015). *Att skapa upplevelser – från OK till WOW!* Studentlitteratur Ab.

Närpes stads ansökan till Undervisnings och kulturministeriet. (2011).

Närpes stad (u.å). *Fakta om Närpes*. <https://www.narpes.fi/sv/staden-och-forvaltningen/kommuninfo-och-dokument/fakta-och-historia-om-narpes> [hämtat 20.10.2021]

Närpes stads jämställdhetsplan. (2015). <https://www.narpes.fi/sv/staden-och-forvaltningen/kommuninfo-och-dokument/stadgor-utredningar> [hämtat 4.3.2021]

Närpes stads strategi. (2019). <https://www.narpes.fi/sv/staden-och-forvaltningen/kommuninfo-och-dokument/stadgor-utredningar> [hämtat 3.3.2021]

Närpes stads turismstrategi (2021). <https://www.narpes.fi/sv/staden-och-forvaltningen/kommuninfo-och-dokument/stadgor-utredningar> [hämtat 4.3.2021]

Rush Kruger, E. (2015). *Marketing Plan Templates for Enhancing Profits*. Hämtat från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/detail.action?docID=6191440>

Statistikcentralen. *Kulturhus och – centra efter landskap 2021*.  
[https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset\\_julkaisut/kulttuuritilasto/html/engl0008.htm](https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/kulttuuritilasto/html/engl0008.htm) [hämtat 10.5.2021]

Svenska kulturfonden (u.å). *Ansökan: 68399 1203 November/Samfund*.

Undervisnings- och kulturministeriet, (2017). *Undervisnings- och kulturministeriets kulturpolitiska strategi 2025*. Helsingfors.

Uppgiftsbeskrivning, (2019). *Närpes stads kultursekreterare*.

Vikman Kjell, 2015: *Mittistan i Närpes invigdes*. <https://svenska.yle.fi/a/7-872845>  
[hämtat 21.10.2021]

## 9 Bilaga

Intervjufrågor ställda åt Raymond Wesander, Peter Andersén och Lasse Eriksson.

1. Historien bakom Frans Henriksonssalen. Vad var det som ledde fram till att projektet initierades? Vad hade man för visioner och hur skulle verksamheten se ut?
2. Varifrån kommer namnet Frans Henriksonssalen?
3. Vilka utmaningar såg man för salens verksamhet?
4. Vad skulle du säga salens uppdrag är?
5. Har du förslag på åtgärder som kunde utveckla salens kulturverksamhet?