

# Utvärdering Almedalsveckan 2019

---

**Fastställd av** Välj ett objekt

**Framtagen av** Välj ett objekt

**Datum** 2019-11-11

**Ärende**

**Version** [1.0]

---

## Innehållsförteckning

1. Målbild och kärnvärden	s 3
2. Utvärdering av projektet	s 3
3. Siffror från veckan	s 6
a. Arrangörer	s 6
b. Medverkande	s 6
c. Internationell inriktning	s 7
d. Tillgänglighet och miljödiplomering	s 7
e. Största ämnet	s 7
f. Formen för evenemang	s 7
g. Besökare under veckan	s 7
4. Vad tycker huvudarrangörerna	s 8
5. Vad tycker arrangörer och journalister	s 9
a. Arrangörernas svar	s 9
i. Evenemanget som helhet	s 9
ii. Medverka och rekommendera andra	s 10
iii. Bedömning av värdens service	s 11
iv. Kommunikationskanal för evenemang	s 12
v. Synpunkter och förslag kring veckan	s 13
vi. Framtida utveckling av Almedalsveckan	s 14
vii. Almedalsveckans betydelse	s 16
b. Journalisternas svar	s 17
i. Bedömning av värdens service	s 18
ii. Kanaler för information	s 18
iii. Framtida utveckling av Almedalsveckan	s 19
iv. Almedalsveckans betydelse	s 20
6. Vilka är deltagare under Almedalsveckan	s 20
7. Kommunikationskanaler	s 22
a. Besöksstatistik på hemsidorna	s 22
b. Kommunikation i andra kanaler	s 23
8. Mediabevakning före, under och efter veckan	s 23
a. Artiklar om Almedalsveckan	s 23
i. Om Almedalsveckan och Almedalen	s 24
ii. Värdet av artiklar om Almedalsveckan	s 25
9. Beredskap och säkerhet	s 26
10. Offentliga rummet	s 26
a. Trafik och säkerhet	s 26
b. Markupplåtelse	s 27
c. Renhållning	s 28
d. Service i området	s 28
11. Arrangörslogotyp	s 28
12. Synpunkter från omvärlden	s 29
13. Bilaga A – Årets Almedarling	
14. Bilaga B – Snällast i Almedalen	

## 1. Målbild och kärnvärden

*Almedalsveckan – den demokratiska mötesplatsen för alla – en magisk plats för dialog, utbyte och oväntade möten som bidrar till att utveckla vårt samhälle.*

*Öppenhet, tillgänglighet och ömsesidig respekt skapar den unika Almedalsandan*

## 2. Utvärdering av projektet

Resultatet för årets vecka blev det bästa eftervalsresultatet i Almedalsveckans historia. Detta trots att händelser i omvärlden (EU-val och sen regeringsbildning) medförde att all planering upplevdes komma igång senare än vanligt.

Antalet evenemang i det officiella programmet blev närmare 3 700, varav utbudet under tisdagen var i stort sett lika stort som förra året då det var valår, nämligen över 1 100 evenemang. Det som fortsätter att öka mellan åren är miljödiplomeringen och tillgänglighetsanpassning.

*Stabilt digitalt system*

Det digitala programmet som även inkluderar ansökningsdelen fungerade utan någon större störning under både våren och själva veckan.

*Tidigare leverans av det tryckta programmet till biblioteken på ön*

Nytt för i år var att det tryckta programmet levererades redan på onsdagen veckan innan Almedalsveckan, vilket är tidigare än åren innan. Detta har upplevts positivt av bland annat biblioteken på Gotland, som har efterfrågat det tryckta programmet innan veckan startar.

Tidigareläggningen av distributionen av det tryckta programmet innebar en tidigareläggning av de olika deadlines som är under våren, exempelvis deadline för den kostnadsfria perioden och när ansökningstiden för att medverka i det tryckta programmet stängde. Det har inte kommit in några direkta klagomål på denna tidigareläggning, däremot var det fler ändringar i evenemangen ända in i det sista. Om det berodde på tidigareläggningen eller det faktum att allt kom igång senare och det var fler som bestämde sig närmare inpå veckan att delta kan inte utläsas.

*Presscenter i nya lokaler*

Presscenter, som under många år varit lokaliserat i UUCG:s lokaler flyttades under 2019 till en ny lokal, nämligen St Hansskolan som ägs av Region Gotland. Detta innebar ett ökat förarbete, men gav samtidigt möjlighet att involvera fler verksamheter inom regionen för att säkerställa att allt fungerade bra. Det har framkommit synpunkter från journalisterna att lokalens placering inte var optimal, men samtidigt visar utvärderingen att man gav denna lokal inklusive den omkringliggande servicen (exempelvis wifi, förtäring) ett bättre om-döme än vad som varit fallet med tidigare lokaler.

Även i år fanns det ett projektrum i anslutning till presscenter. Det gemensamma projektrummet förenklade arbetet och blev en naturlig mötesplats för både projektdeltagare och andra som arbetade med Almedalsveckan.

*Öppen talarplats på Holmen*

Kritik gavs i föl av kringstående montrar på Hamnplan att talen från den öppna talarplatsen störde. Detta ledde till att årets talarplats i hamnen placerades vid rondellen ut mot Holmen.

Platsen var inte helt optimal, bland annat kom den utanför avspärningarna. Nästa års placering kan bli en annan, men dock inte tillbaka på den som var i inre delen av hamnen.

#### *Trafik och säkerhet*

Motortrafikförbudet fungerade överlag bra, dispensarbetet startades tidigare och e-tjänsten underlättade handläggning.

Avspärningarna med pollare, bommar, betongfundament och blomlådor fungerade bra. Fler bemannade och även med bommar kompletterade avspärningar gjorde att upplevelsen var en lugnare Almedalsvecka överlag. Varje bemannad bom hade en karta över området på den tillhörande boden, vilket var uppskattat av både besökare och vakter. Inför nästa år ska de som bemannar bommarna bjudas in till ett gemensamt möte med fokus på vad de har för behov för att serva deltagarna som passerar deras bodar, inte enbart genom att öppna och stänga en bom, utan även att guida och hjälpa till att hitta rätt.

Parkeringsförbudet inom området fungerade relativt tillfredsställande. Finns fortfarande de som ifrågasätter att vissa arrangörer tillåts parkera fordon vid exempelvis Wisby Strand. Synpunkter har framförts att de tillfälliga parkeringsytorna för fordon med giltigt handikapptillstånd behöver placeras närmare Almedalen.

#### *Nöjda arrangörer och deltagare*

Den allmänna bedömningen bland arrangörerna låg på samma nivå i år som i fjol. De gav ett genomsnittligt betyg på 7,6 när de uppmanades ge sin bedömning av Almedalsveckan som helhet. Nytt för i år var att även deltagare fick möjlighet att ge sin bedömning. De var i stort sett lika nöjda, gav 7,4 i betyg på en tiogradig skala\*

En viktig temperaturmätning över hur man uppfattar Almedalsveckan och vilken betydelse den spelar är dels hur nöjda arrangörer och deltagare är med veckan men framförallt om man kan rekommendera andra att besöka/delta under Almedalsveckan. Andelen som kan tänka sig att rekommendera andra ökade från 83 (82,8) procent till hela 92 (91,7) procent.

#### *Almedalsveckan ger bra service*

Uppföljningen av den service som Almedalsveckan ger arrangörer och besökare uppskattas. Under de senare har fokus legat på att få ihop service och support som ges inom alla delar som tillhör Almedalsveckan (program, presscenter, trafik, säkerhet, markupplåtelse samt allmänna frågor). Betyget på den gemensamma servicen har höjts inom alla tre områden: bemötandet vid kontakt med Almedalsveckan, det stöd man fick samt tillgängligheten via telefon och e-post.

#### *Bra team – samarbete över samtliga förvaltningsgränser*

Projektgruppen har under året haft kontinuerliga avstämningsmöten som varit bra, både utifrån den sammanhållande effekten som att försäkra att inga delar faller mellan stolarna. Inför årets vecka samlades alla som på ett eller annat sätt var delaktiga/arbetade under Almedalsveckan för Region Gotland till ett gemensamt uppstartsmöte. En öppen fråga om intresse att vara värd i presscentret bidrog till att många engagerade kollegor fick möjlighet att se en annan sida av Almedalsveckan.

*\*Underlaget för enkäten gentemot deltagare var endast knappt 350 tillfrågade, vilket gör att det inte går att dra slutsatsen att dessa åsikter gäller för alla.*

*Beslut att stärka kommunikativa åtgärder*

Inför 2019 beslutade RS att tillföra medel för att stärka kommunikationsarbetet. Dessa medel möjliggjorde följande insatser som tidigare inte gjorts:

- Almedagen i Stockholm för alla som är intresserade av Almedalsveckan
- Arrangörslototyp med tydlig koppling till Almedalsveckan och att vi gemensamt skapar vår demokratiska mötesplats
- Lunchmöte med riksdagsledamöter i Sveriges Riksdag
- Samarbete med Ung Media som resulterade i ett fyrtiotal intervjuer med Almedalsbesökare
- Storytelling – intervjuer med organisationer som vittnar om Almedalsveckans betydelse ”Vi möttes helt oväntat under Almedalsveckan och detta möte resulterade i...” samt ”Almedalsveckan betyder detta för oss...”
- Lanserade Demokratifitness, en fortsättning på arbetet med att etablera demokratiska spelregler för alla som deltar under Almedalsveckan\*
- Medverkade i Länsstyrelsens projekt kring plastbanta Gotland med ”Plastbanta Almedalsveckan”\*\*
- Samarbete med Medeltidsveckan kring de globala målen
- Frukostmöten med det gotländska näringslivet med Almedalsveckans utveckling i fokus
- Medverkat vid bildandet av ett internationellt nätverk för demokratifestivaler med fokus på att stärka och hjälpa varandra; *Democracy Festivals Association*

*Två utmärkelser mottogs av Region Gotland*

Almedalsveckan 2019 kommer att gå till historien som året då Region Gotland mottog två utmärkelser för sitt arbete med och under Almedalsveckan. Priserna som mottogs var Årets Almedarling och Snällast i Almedalen.

**Årets Almedarling** fick *Demokratin*. Region Gotlands roll i detta var att vi upplåter plats/Visby på ett fantastiskt sätt som möjliggör för demokratiska samtal och möten, se hela formuleringen i bilaga A.

**Snällast i Almedalen** fick *Mångfaldsparaden*. Region Gotlands roll i detta var att vi var en av två arrangörer som möjliggjorde denna parad. En parad som blev den mest välbesökta någonsin och det evenemang under veckan som drog flest deltagare, över 4 000 gick med i paraden, se formuleringen i bilaga B.

\* SVT uppmärksammade Demokratifitness och gjorde ett 3 minuters inslag som visades på SVT play

\*\* Stockholmsmässan uppmärksammade Almedalsveckans arbete med miljö/hållbarhet och har fått ta del av hur vi arbetar

### 3. Siffror från veckan

Almedalsveckan 2019 var det fjärde bästa årets i dess drygt femtioåriga historia och det bästa eftervalåret någonsin. Detta bevisar att veckan har en viktig plats som en av världens största demokratiska mötesplats.

1 676 olika organisationer genomförde 3 673 evenemang kring aktuella samhällsfrågor. Förra årets var motsvarande siffra 1 929 organisationer som genomförde 4 311 evenemang. Ännu fler organisationer var på plats som medverkande och deltagare i evenemang. Av alla evenemang var det drygt 80 procent som genomfördes under måndagen till onsdagen, vilket kan jämföras med 75 procent i fjol.

#### Arrangörer

19,9 procent av samtliga evenemang arrangerades av ideella föreningar och 7,7 procent av intresseorganisationer, vilket tillsammans blir 27,6 procent. Detta är en ökning med 3,6 procentenheter sedan 2018. Företag/näringslivsorganisationer arrangerade totalt 29,1 procent av samtliga evenemang, vilket är en ökning med hela 6 procentenheter.

11,7 procent av arrangörerna var från massmedia, vilket är i stort sett samma som 2018. 14,5 procent av evenemangen arrangerades av statliga myndigheter, landsting och kommun, vilket är en ökning med 2,5 procentenheter jämfört med förra året.

#### Medverkande

Drygt 7 300 namngivna personer medverkade i de olika evenemangen och i 25 procent av evenemangen medverkade en eller flera namngivna politiker. 18 ministrar och partiledare deltog under årets vecka.

Endast 38 evenemang arrangerades av riksdagspartierna vilket är en minskning med mer än 100 evenemang jämfört med valåret 2018. Partiernas huvudrepresentant medverkade vid 73 tillfällen, ministrar vid 203 evenemang.

Totalt medverkande 1480 namngivna politiker från något av de åtta riksdagspartierna, ofta en och en men även alla talespersoner samlade på ett evenemang. Det parti som var representerat vid flest evenemang var socialdemokraterna, som hade en politiker från sitt parti med vid 466 evenemang.

Mest aktiva ministern var socialminister Lena Hallengren med 22 evenemang. Nästan lika många evenemang, 21 stycken, medverkade civilminister Ardalan Shakarabi i. Miljöpartiets nyvalda språkrör Per Bolund medverkade i 14 evenemang och Vänsterpartiets partiledare Jonas Sjöstedt medverkade i 13 evenemang.

De politiska partiernas deltagande har under de senaste åren ökat. Förra året var ökningen 18 procent och året dessförinnan ökade antalet medverkanden med 17 procent. I år bröts dock denna trend. Det fanns politisk medverkan i 943 evenemang vilket är en minskning med 38 procent jämfört med valåret 2018.

- *Det politiska deltagandet under de senaste åren*

Parti	Antal* 2019	Förändring jmf 2018	Antal* 2018	Förändring jmf 2017	Antal* 2017	Antal* 2016
Socialdemokraterna	466	-26,8 %	637	+7,6 %	592	527
Centerpartiet	245	-31,2 %	356	+26,7 %	281	210
Moderaterna	168	-63,2 %	457	+28,4 %	356	348
Miljöpartiet	180	-41,6 %	308	-1,3 %	312	247
Liberalerna	170	-33,3 %	251	+15,1 %	218	173
Kristdemokraterna	153	-11,6 %	173	+35,1 %	128	126
Vänsterpartiet	72	-50,7 %	146	+50,5 %	97	70
Sverigedemokraterna	26	-61,8 %	68	+36,0 %	50	33
<b>Totalt</b>	<b>1 480</b>	<b>-38,2 %</b>	<b>2 396</b>	<b>+17,8 %</b>	<b>2 034</b>	<b>1 734</b>

\* Namngivna politiker som medverkade i ett eller flera evenemang.

Redan tidigt i planeringen aviserade de politiska partierna att de inte planerade att närvara på samma sätt som tidigare år. Orsaken var förutom en sen regeringsbildning även att EU-valet i maj tog kraft och resurser i anspråk som annars läggs på närvaron i Almedalen.

#### Internationell inriktning

Antalet evenemang på engelska minskade något i år, från förra årets antal 124 evenemang till årets 100 evenemang som genomfördes helt eller delvis på engelska.

#### Tillgänglighet och miljödiplomering

Både andelen evenemang som blev miljödiplomerade och arbetade med tillgänglighet fortsatte öka även 2019. 66,6 procent av alla evenemang var miljödiplomerade, vilket är en ökning jämfört med förra året (60 procent). 96,3 procent uppfyllde något eller några av de kriterier som krävs. Även det en ökning från förra året (93,5 procent).

#### Största ämne - Hållbarhet

Årets största ämnen var *Hållbarhet* följt av *Digitalisering*, *Klimat/miljö*, *Vård och Omsorg*, *Näringsliv* samt *Demokrati*. Detta är en skillnad från tidigare år, andelen evenemang som tar upp *Klimat/miljö* har ökat med drygt 14 procent medan andelen evenemang som tar upp *Vård och omsorg* har minskat med 22 procent.

#### Formen för evenemang

Seminarier var den vanligast förekommande formen av evenemang, mer än hälften av alla evenemang uppgav att det var i form av seminarium. Andra typer av evenemang som var vanliga var *Samtal*, *Mötes- och debattplats* samt *Frågestund*.

#### Besökare under veckan

Cirka 42 000 unika besökare räknades in under veckan, vilket är jämförbart med tidigare år. Nytt för i år var att det vid två tillfällen anlöpte ett kryssningsfartyg med Almedalsbesökare, måndag och onsdag. Fredagens planerade besök blåste tyvärr in. Dessa två anlöp kan ha bidragit till att det under både måndagens och onsdagens tal var fler i publiken än tidigare år. Vädret ställde även till det under framför allt tisdagen, då det endast kom 300 till parken för att lyssna på talet.

Totalt var det 11 500 personer som valde att se talen direkt från Almedalsscenen.

- *Beräknat antal åhörare under partiledartalen i Almedalen*

Dag	Talare	Publiksiffra 2019	Publiksiffra 2018	Publiksiffra 2017
30 juni	Per Bolund (MP)*	1 600	700	700
1 juli	Ulf Kristersson (M)*	3 600	3 500	700
2 juli	Jonas Sjöstedt (V)	300	1 100	1 800
3 juli	Sabuni Nyamko (L)*	3 100	2 700	2 500
4 juli	Annie Lööf (C)	800	3 900	4 000
5 juli	Magdalena Andersson (S)*	600	4 100	1 600
6 juli	Ebba Busch Thor (KD)	700	900	1 500
7 juli	Jimmie Åkesson (SD)	800	1 400	1 400
	<b>Totalt</b>	<b>11 500</b>	<b>18 300</b>	<b>14 200</b>

\*Talare för Moderaterna 2017 var Anna Kinberg Batra, för Socialdemokraterna 2017 talade Magdalena Andersson och 2018 talade Stefan Löfven, samt för Liberalerna var det Jan Björklund som stod på scenen de två tidigare åren.

#### 4. Vad tycker huvudarrangörerna

Samtliga åtta partier fick möjligheten att återkoppla vad de generellt tyckte om veckan och mer specifikt om sin dag, vilka förbättringsområden som fanns.

Alla var rörande överens om att årets vecka präglades av lugn och trygghet om jämförelse gjordes med de två tidigare åren. Den allmänna uppfattningen var också att polisen gjorde ett bra jobb med att stärka känslan av den upplevda tryggheten. Speciellt hästarna var ett bra inslag. Bra med all information från polisen innan veckan.

Upplevelsen att det var färre deltagare än tidigare år. Eventuellt kan konkurrensen från Järvaveckan börja märkas nu. Miljöfrågan och närheten till Stockholm är en tuff konkurrens. Uppfattningen var dock att på Järva träffar stockholmare stockholmare, men under Almedalsveckan man träffar personer från hela Sverige.

Resa, lokaler och boendekostnader är till nackdel för Almedalsveckan, däremot är uppfattningen att kostnader för lokaler och boenden har gått ned 2019. Ska vara billigt för små organisationer att delta.

Synpunkter på längden på veckan har lyfts bland riksdagspartierna. Bilden var också att det ebbade ut snabbare i år. Det fanns en upplevelse att engagemanget var lågt från riksorganisationen. Däremot var lokala partier på plats och drev sina frågor. I det officiella programmet är det många kommun- och regionpolitiker medverkar i evenemangen.

Bodarna var inte bemannade hela dagen. Vid större tryck hade det varit bra om återvinningen var öppen lite längre på kvällen, sopsäckar var inte levererade till bodarna utan man fick hämta själv.

Något måste göras åt scenen för att inte vädret ska påverka så mycket som det gjorde i år. Tisdagens regn och blåst riskerade att få konsekvenser som ett inställt partiledartal. Logen bakom var helt omöblerat, vilket behövs göras något åt. Det finns också oklarheter om vilka som får och inte får använda logen, också när partierna får tillgång till den.



## 5. Vad tycker arrangörer och journalister

Nedan följer en genomgång av respektive fråga, med förra årets resultat inom parentes.

### Arrangörernas svar

Årets enkät skickades ut digitalt till 2 093 respondenter, varav 542 valde att svara, vilket innebär en svarsfrekvens på 25,9 procent.

### Evenemanget som helhet

- I vilken grad uppfylldes din organisations förväntningar på deltagandet under Almedalsveckan?

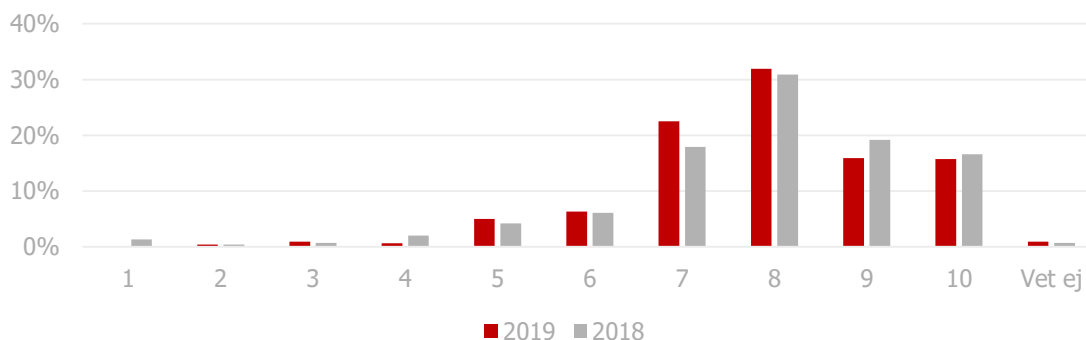


Diagram: I vilken grad uppfylldes din organisations förväntningar på deltagandet under Almedalsveckan?

Medelvärde 2019 7,9      2018: 7,9      2017: 7,8

De respondenter som uppgett att de varit på plats en gång tidigare gav ett medelbetyg på 8,0. De som varit på plats mer än 20 gånger gav snittbetyget 7,8. Det var ingen markant skillnad i bedömningen sett utifrån hur många gånger respondenterna har deltagit.

- Hur nöjd är du med Almedalsveckan som helhet?

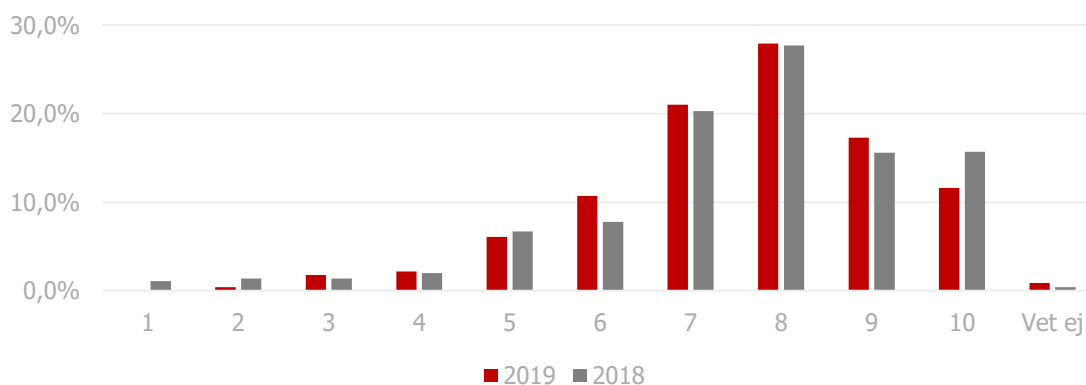


Diagram: Hur nöjd är du med Almedalsveckan som helhet?

Medelvärde 2019 7,6      2018: 7,6      2017: 7,4

Företag/näringslivsorganisationer och stat/kommun/landsting är något mer nöjda, ligger på ett genomsnitt på 7,9-8,0. Synpunkter som ges i det öppna svarsfältet handlar om veckans längd, att jämna ut antalet evenemang sett utifrån hela veckan, undvika tomma platser och mer mångfald.

**Medverka i och rekommendera andra att medverka i kommande Almedalsveckor**

Hela 89,3 procent av respondenterna svarade att deras organisationer har varit på Almedalsveckan tidigare (86,4 procent).

- *Kommer din organisation att medverka kommande Almedalsveckor?*

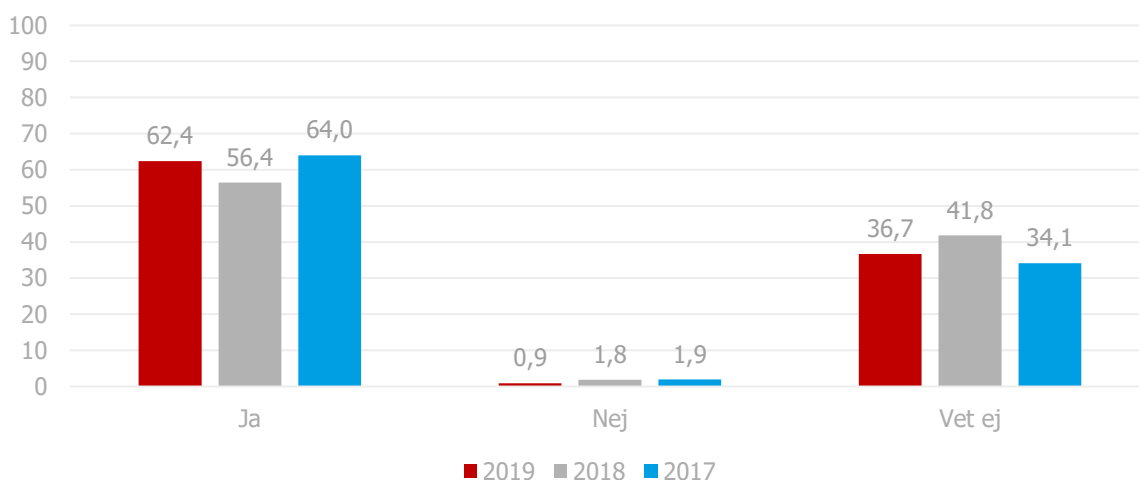


Diagram: *Kommer din organisation att medverka kommande Almedalsveckor?*

Drygt 62 procent uppgav att deras organisation kommer att medverka kommande Almedalsveckor, vilket är närmare 6 procentenheter högre än 2018. De som svarade nej på frågan är 1 procentenhet lägre än tidigare år.

Andelen osäkra, 36,7 procent, var färre än i fjol, men något fler än 2017

Bland de ideella organisationerna var det 72,7 procent som svarade ja på frågan om de kommer att medverka även nästa år. Bland stat/kommun/landsting var det en lägre andel som svarade ja, nämligen 45,2 procent. Noteras ska dock att endast 1,7 procent av de tillfrågade i gruppen som kan kallas offentlig verksamhet svarade att de inte skulle medverka.

I gruppen som bestod av representanter från näringslivsorganisationer/företag svarade 64,3 procent att de kommer att medverka kommande Almedalsveckan.

- *Skulle du rekommendera andra att besöka Almedalsveckan?*

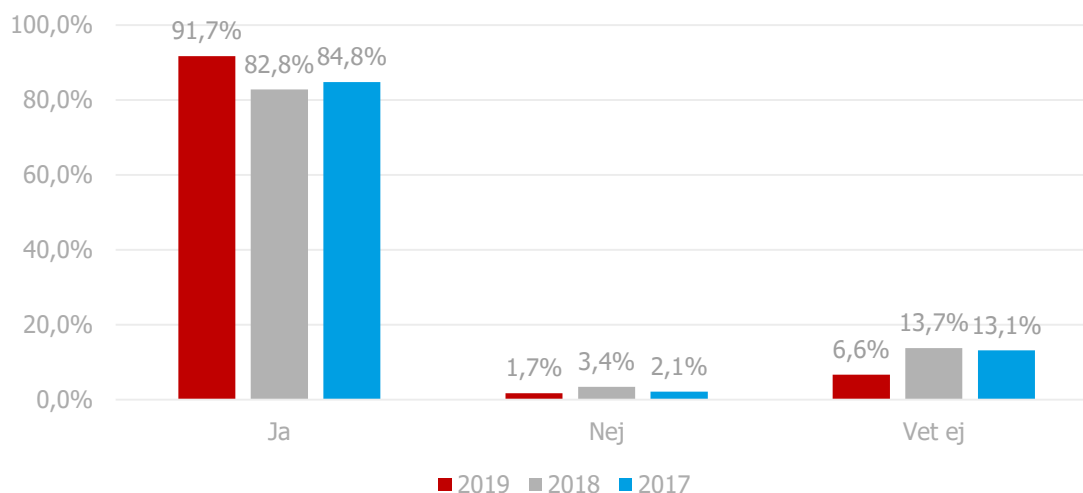


Diagram: Skulle du rekommendera andra att besöka Almedalsveckan?

I år har andelen som rekommenderar ett besök ökat till 91,7 procent vilket innebär att 9 av 10 rekommendera andra att åka. Förra året svarade 82,8 procent att de kunde rekommendera andra att besöka Almedalsveckan. I gruppen med respondenter från stat/kommun/landsting svarade 92,2 procent att de rekommenderade andra och bland de ideella organisationerna var siffran marginellt lägre, 89,1 procent.

### **Bedömning av världens service**

Vid årets utvärdering slogs de olika ansvarsområdena som utgör indelningen i dels delprojekt dels knappvalsmöjligheter (officiella programmet, markupplåtelse, frågor om säkerhet och andra mer allmänna frågor samt trafikfrågor) ihop och betecknades som den service Region Gotland ger utifrån sitt värdskap.

Bemötandet bedömdes utifrån en 6-gradig skala. Medelvärdet nedan jämförs med ett samslagsresultat från 2018 inom parantes.

- *Har varit i kontakt med Almedalsveckans/Region Gotland i frågor om...*

	Antal svar	Bemötande	Fick stöd	Tillgänglighet telefon/e-post
Kontakt med Almedalskontoret - totalt 44,8 procent svarade ja	243	5,2 (4,8)	5,1 (4,7)	5,1 (4,7)

114 svar lämnades på frågan om vad som var bra och vad som kan förbättras sett utifrån Region Gotlands värdskap. Det var en jämn fördelning mellan positiva kommentarer och förbättringsförslag.

Gällande **personalen och service** handlar kommentarerna om att det finns en hög service-nivå och kapacitet, förbättringsområden är ökad närvaro på plats under veckan och tydlighet i vad Region Gotland kan hjälpa till med.

För **programmet** handlade de positiva kommentarer om en bra app och program, att det är bra att Region Gotland granskar evenemangen. Förbättringsområden var bland annat att granskningen av ansökningarna behöver ses över.

Bland övriga kommentarer fanns förslag på fler kartor, bättre kommunikationer till och från Visby samt en kontakt vid beställning av allt i syfte att underlätta för arrangörerna.

### ***Kommunikationskanal för evenemang***

- *Har du sökt information om andra arrangörers evenemang under Almedalsveckan 2019?  
Vilka kanaler har du använt?*

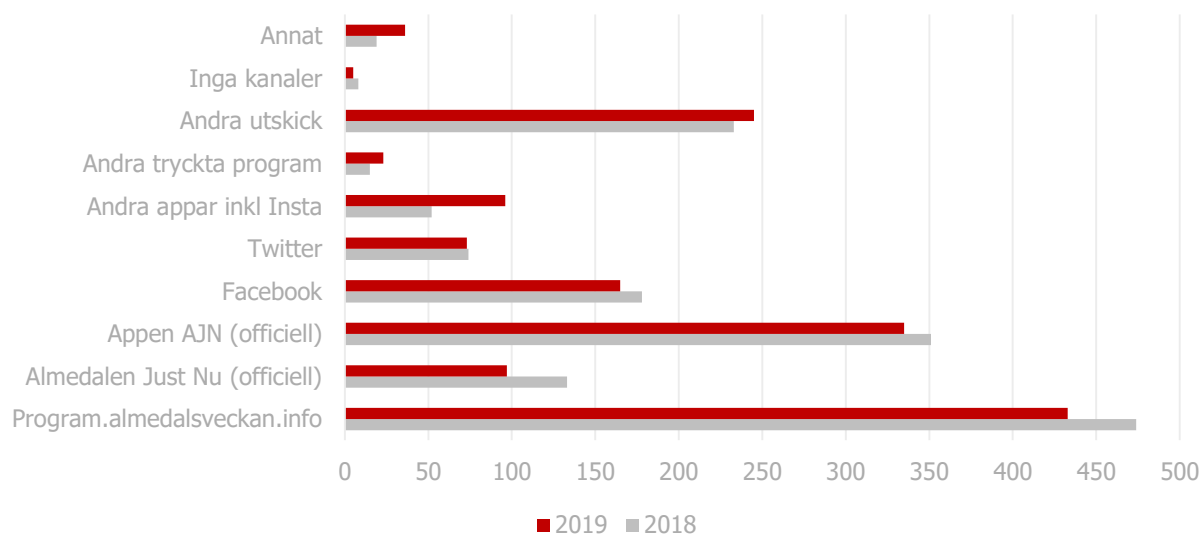


Diagram: *Vilka kanaler har du använt?*

Resultatet redovisas i antal svar och flera alternativ var valbara. Totalt antal respondenter 542 för 2019 och för 2018 svarade 533 personer. Under Annat gavs framförallt LinkedIn som exempel på kanaler för att hitta och marknadsföra sina evenemang under Almedalsveckan. Även en annan app, motsvarande den officiella Almedalen Just Nu, har använts.

- *Vilken kanal är viktigast för att föra ut information om evenemangen i det officiella programmet?*

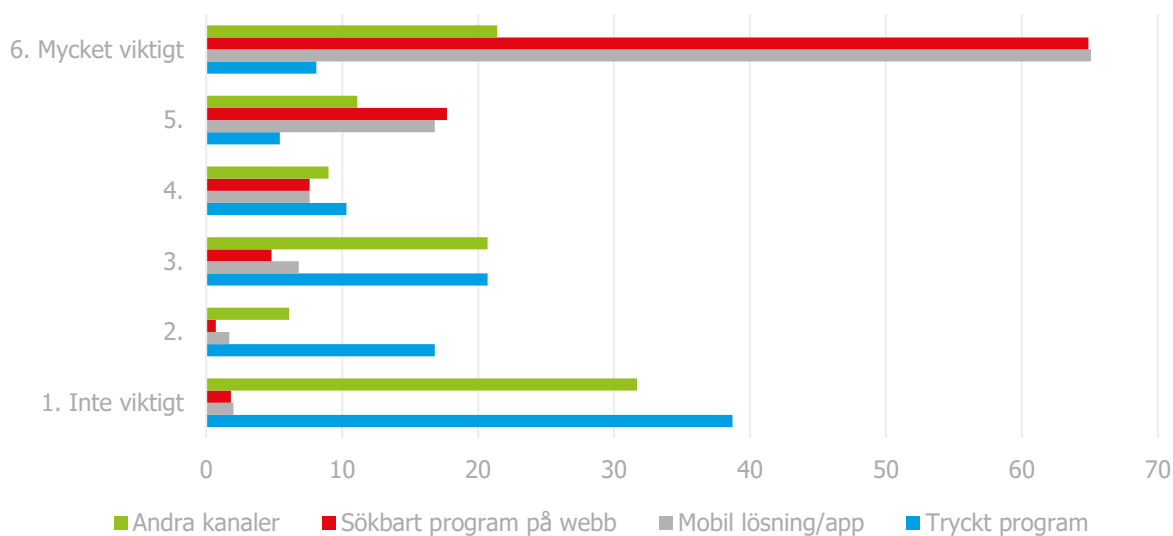


Diagram: *Vilken kanal är viktigast för att föra ut information om evenemangen i det officiella programmet?*

**Medelvärde:** Tryckt 2,5 (2,7) App 5,3 (5,4) Hemsida 5,4 (5,3)

Andelen som tycker att det tryckta programmet inte är viktigt har ökat jämfört med 2018. Kommentarer om att det tryckta programmet på sikt fasas ut ges. Andra kommentarer är handlar också om att Almedalsveckans kanaler oftast kompletteras med andra kanaler som arrangörerna själva äger; hemsida, Facebook, LinkedIn, andra sociala kanaler eller via direktinbjudningar.

### *Synpunkter och förslag kring Almedalsveckan*

- *Förslag och synpunkter kring Almedalsveckan som helhet*



Diagram: *Förslag och synpunkter kring Almedalsveckan som helhet*

Kommentarerna är grupperade efter innehåll. Nedan presenteras dessa inklusive några kommentarer.

### Längd och innehåll på veckan

*Hur kan man få hela veckan att leva? Det är trist när många utställare försvinner på onsdag eftermiddag...*

### Innehållet i evenemang och möten

*Mer av workshops, experiment, utvecklingsaktiviteter och interaktivitet (i upplägg av events och av veckan som helhet) som involverar deltagarna och tar tillvara deras kompetens, engagemang och olika perspektiv.*

### Positiva kommentarer

*Viktig mötesplats för samverkan. Bra för Sverige.*

### Prisbilden

*Det lokala näringslivet med bopriser behöver också adresseras.*

### Politik och samhällsfokus

*Det vore önskvärt att rikta fokus tillbaka mot de politiska frågorna, kanske går det att underlätta deltagande, boende osv för politiska aktörer på något sätt? Veckan är värdefull som mötesplats!*

### Markplatser

*Kanske dags att göra som i bland annat köpcentrum och ställa högre krav på att organisationer som får markplatser har en längre närvara, många som kom sent och packade ihop tidigt.*

### Programmet

*För lång vecka och kalendariet måste bli bättre på hemsidan. Bättre sökfunktion och bättre tillgänglighet.*

### Tryggt utan hot

*Tillåt inte hat eller rasism*

### Färre besökare

*Vi upplevde att det var mycket mindre folk och alldeles för många vakter.*

### Logistik och infrastruktur

*In med bil för att lämna material eller att det finns en service för detta.*

### Övrigt

*Vi var något oroliga inför våra seminarier att uppkopplingen skulle vara bristfällig, men det upplevde vi inte på plats - bra jobbat! Ert miljö- och hållbarhetsarbete är mycket positivt, fortsatt med det! Även säkerhetsarbetet var bra. Även om vi hade seminarium som på förhand skulle kunna väcka hot och hat, så upplevde vi trygghet på plats.*

## Framtida utvecklingen av Almedalsveckan

- Hur skulle du vilja se utvecklingen av Almedalsveckan inom de kommande 10 åren?

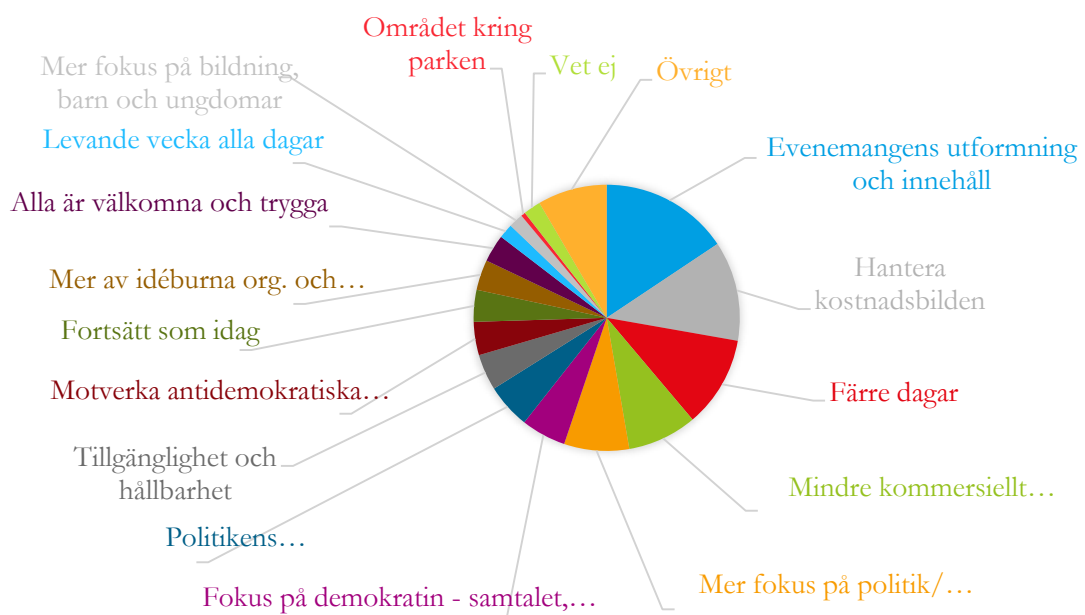


Diagram: Hur skulle du vilja se utvecklingen av Almedalsveckan?

Denna fråga ställdes med ett öppet svarsalternativ och var inte obligatoriskt. Totalt svarade 50,6 procent, vilket innebar 274 respondenter. Respondenterna som svarade gav i vissa fall flera kommentarer, vilket gav totalt 569 olika kommentarer.

De svar som har getts innehåller konstruktiva förslag på förbättringsområden. De övergripande som korsar många svar är att arbeta för att *värna om politik/politiker*, se till att *"alla" kan komma oavsett finansiella medel och minska företagens påverkan*. Det hänger även ihop med att få ha möjlighet att stanna kvar hela veckan och önskar därför att veckan kortas.

Sett till svaren från 2018 är svaren överlag detsamma även om fokus inte lika markant kring antidemokratiska organisationer.

I analysen har gruppering gjorts utifrån ämnesområden och ett svar kan tillhöra flera områden.

Evenemangens utformning och innehåll

*Slå vakt om demokrati och öppna samtal. Nu är allt fler möten endast för särskilt inbjudna.*

Hantera kostnadsbilden

*Lättare att hitta boende till rimligt pris.*

Färre dagar

*Jag tror på mindre antal dagar, två partier per dag!*

Mindre kommersiellt och färre företag

*Jag önskar att kommersiella intressen (typ branschmingel och extremt påkostade företagstält) minskar med hjälp av självansering och incitament från ert håll, samtidigt som den politiska och samhällsliga mötesplatsen bevaras och stärks.*

Mer fokus på politik/ samhällsfrågor

*Jag önskar att det ideella och politiken får fortsatt stå i centrum.*

Fokus på demokratin - samtalet, öppenheten, det fria ordet och mötet.

*Stärk veckan som en plats för demokratiska samtal.*

Politikens synlighet/medverkan

*Mer fokus på att politiker ska ha vara öppna för att träffa medborgarna, så det blir en blandning av branschfolk, politiker, media och medborgare. Under sin dag så måste partierna genomföra en del aktiviteter.*

Tillgänglighet och hållbarhet

*Större hållbarhetstänk, mer personer med via länk (av samma skäl) mer inkluderande hoppas jag på.*

Motverka antidemokratiska aktörer

*Att Almedalen fortsatt är nog starkt för att stå emot de som vill inskränka de demokratiska värderingarna och samtalen.*

Fortsätt som idag

*Jag vill se ett värnande om det som är nu.*

Mer av idéburna org. och samhällsaktörer

*Civilsambället och oberoende organisationer borde få mer plats.*

Alla är välkomna och trygga

*Ett fortsatt stort flöde av människor, det är viktigt att det är en mix av både politik, näringsliv, myndigheter och vanlig befolkning.*

Levande vecka alla dagar

*Veckans intensitet avtar efter onsdagen. Något måste justeras. Förkorta eller dela upp. Mer debatt under veckan kring aktuella ämnen kan vara ett sätt att hålla uppe intensiteten.[...]*

Mer fokus på bildning, barn och ungdomar

*Att det återgår mer mot att vara en möjlighet till bildning.*

Området kring parken

*Skapa mer aktiviteter i Almedalen (parken) under dagtid*

Övrigt

*Ja - det ska inte vara "lätt" att delta/vara arrangör... granskning borde finnas. Demokratien ska inte nyttjas på fel sätt!*

*Beskriv vad Almedalsveckan betyder för dig med en mening*

302 respondenter valde att lämna ett svar, vilket innebär 55,7 procent.



*Vad betyder Almedalsveckan för din organisation?*

291 respondenter valde att lämna ett svar, vilket innebär 53,7 procent.



Vid båda frågorna vittnar respondenterna om att det är en mötesplats som skapar möjlighet för nätverkande och knyta kontakter som i många andra fall inte hade skett, en plats för att träffa beslutsfattare och politiker. Det handlar om att dela idéer, kunskapsutbyte och omvärldsbevakning både i Sverige och i världen. Men även viktigt att lyfta och få ut sitt budskap samt vad organisationen står för.



### Några citat som fångar in helheten:

*"Ett event som hjälper oss nå våra mål och på ett kostnadseffektivt sätt nå målgrupper som vi annars inte kunnat möta."*

*"En unik möjlighet att påverka och få tillgång till beslutsfattare på alla nivåer till ett rimligt pris för organisationerna. Fin möjlighet till informella kontakter och samtal, nätverkande samt kompetensutveckling inom att nya möjligheter, innovationer och utvecklingsinitiativ."*

*"En bra möjlighet att nå de som annars är svåra att få möten med och en möjlighet att påverka och berätta vad vi tycker borde justeras i vår omvärld."*

*"Möjligheten att lägga vårt perspektiv på aktuella samhällsfrågor och möjligheten att för en bred publik presentera "våra" frågor. Vi är en organisation baserad i Stockholm. Almedalsveckan ger oss möjlighet att nå ut till organisationer och deras representanter inresta till Visby från olika delar av Sverige på ett effektivt sätt. Vi når också grupper som vanligtvis inte ingår i våra målgrupper men som vi ändå ser ett värde i att nå ut till."*

*"En chans att synas, en chans till möten, smörjande av relationer och utbyte av tankar och idéer. Ganska slitna begrepp, men så är det."*

*"En möjlighet att hålla seminarier med en lägre ingångströskel - en mer lättillgänglig arena (som förvisso är väldigt välplanerad från vår sida, men som inte kräver ett anmältnings- och inbokningsförfarande från besökarens/deltagarens sida)."*

*"Mycket. Intern stolthet och möjlighet att föra ut våra budskap, bidra till diskussioner."*

*"Möjlighet att träffa och sammanföra personer i möten. Lättare knyta nya kontakter. Den informella stämningen underlättar. Lättare tillgång till politiken."*

*"Mycket. En väldigt bra mötesplats för att ha dialog och diskussioner med företag, start-ups och politiker (på samma plats). Viktigt och nästan unikt!"*

*"Möten och seminarium som ger kunskap och kontakter för att utveckla bra projekt och samarbeten, med syftet att snabbare tackla klimatkrisens problem och ställa om till en fossilfri transportsektor."*

### Journalisternas svar

Det var färre journalister som valde att ackreditera sig jämfört med tidigare år. Om det berodde på att det var färre på plats, eller om det inte längre är lika viktigt att få ackreditering via Almedalsveckan och därmed tillträde till presscenter det går inte att utläsa.

Bland de totalt 371 (670 ackrediterade sig 2018) ackrediterade journalisterna kom det in 117 svar, vilket är en svarsfrekvens på 31,6 (20,6) procent.

Av de tillfrågande journalisterna var det fortfarande det tryckta mediet som de flesta representerade. 50,4 (51,4) procent svarade att deras uppdragsgivare var ett tidningsföretag, 48,7 (41,3) procent digitala medier, 9,4 (13,8) procent svarade TV och 4,3 (5,0) procent radio.

81,2 procent hade varit på Almedalsveckan tidigare år. Motsvarande andel 2018, 2017 respektive 2016 var 76,1, 71,4 procent och 73,1 procent.

Under årets vecka drevs presscenter i helt egen regi, i egna lokaler, med egen personal som ansvarade för alla servicetjänster förutom förtäringen. Det var också en ny leverantör av förtäring till presscenter. I de öppna kommentarsfälten har synpunkter framförts på presscenters läge. Dock slår detta inte igenom på den generella bedömningen.

Nedan görs därför jämförelse med de senaste åren. Fram till 2018 var presscenter beläget i en lokal i gamla Maltfabriken (UUCG) och i år när presscenter låg i St Hans skolans matsal.

87,2 procent av de tillfrågade har varit/nyttjat det officiella presscentret. Användandet har varierat mycket under de senaste åren, 96,6 procent 2016, 93,5 procent 2017 och 84,1 procent 2018.

### ***Bedömning av världens service kring ackreditering och presscenter***

Journalisterna ombads bedöma vad de tyckte om föransmälningen, ackrediteringen på plats, öppettider, fast uppkoppling och trådlöst WiFi i lokalerna, personalens servicenivå samt lokalen och förtäringen.

- *Journalisternas bedömning av de olika delarna kopplat till ackreditering och presscenter*

	<b>Resultat 2019</b>	<b>Resultat 2018</b>	<b>Resultat 2017</b>
Föransmälningen	5,5	5,5	5,6
Ackreditering	5,8	5,6	5,6
Servicenivå personal	5,6	5,6	5,3
Öppettider (08-22)	5,6	5,7	5,6
Lokalen	4,6	4,2	3,9
Trådlöst wifi	5,5	4,9	4,5
Fast uppkoppling	5,4	4,9	4,7
Förtäring	4,8	4,0	3,8
<b>Totalt</b>	<b>5,4</b>	<b>5,2</b>	<b>4,9</b>

Sammanvägt har bedömningen, som utgår från en sex-gradig skala, ökat något i år. För två år sedan lämnades förslaget att det skulle finnas enklare förtäring att köpa för journalisterna under veckan. Detta har uppfyllts under de två senaste åren genom att det fanns en bistro i presscenter som erbjöd mackor, sallader, drycker samt energibars att köpa.

### ***Kanaler för information om Almedalsveckan***

Journalisterna ombads svara på i vilken/a kanaler de använder för att få information om Almedalsveckan. Flera svarsalternativ kan ges.

Sedan 2018 består Almedalsveckans hemsida av två olika, en för information och en för det officiella programmet. Vilket innebär att resultaten från 2017 inte kan riktigt jämföras.

- *Kanaler som journalisterna använder för att få information*

	Resultat 2019	Resultat 2018	Resultat 2017
Programsidan program.almedalsveckan.info*	77 (65,8 %)	89 (64,5 %)	96 (62,7%)
Digitalt nyhetsbrev från Almedalsveckan	67 (57,3 %)	74 (53,6 %)	91 (59,5 %)
Informationssidan Almedalsveckan.info*	58 (49,6 %)	76 (55,1 %)	96 (62,7%)
Appen <i>Almedalen Just Nu</i>	52 (44,4 %)	59 (42,8 %)	79 (51,6 %)
Tryckt program <i>Almedalen Just Nu</i>	19 (16,2 %)	35 (25,4 %)	37 (24,2 %)
Facebook	12 (10,3 %)	31 (22,5 %)	35 (22,9 %)
Twitter	12 (10,3 %)	27 (19,6 %)	26 (17,0 %)
e-post <a href="mailto:almedalsveckan/presscenter@gotland.se">almedalsveckan/presscenter@gotland.se</a>	12 (10,3 %)	13 (9,4 %)	-
Telefon till Almedalsveckan 0498 26 93 10	3 (2,6 %)	4 (2,9 %)	-
Andra kanaler	9 (7,7 %)	10 (10,5 %)	16 (9,7 %)

\*2017 fanns det endast en hemsida som nåddes via [www.almedalsveckan.info](http://www.almedalsveckan.info)

Mest information hittade de tillfrågade journalisterna på programsidan med det officiella programmet. Därefter är det via det digitala nyhetsbrevet som skickas ut av projektet som informationen hämtas. Facebook och Twitter har minskat relativt mycket som kanaler för informationsinhämtning.

### ***Framtida utveckling av Almedalsveckan***

Via ett öppet svarsalternativ har journalisterna gett sin bild av Almedalsveckans betydelse med en mening. Totalt svarade 63 personer av 117. Vissa personer gav flera kommentarer vilket innebar att totalt har 120 kommentarer identifierats och kategoriserats.

- *Beskriv vad Almedalsveckan betyder för dig med en mening.*

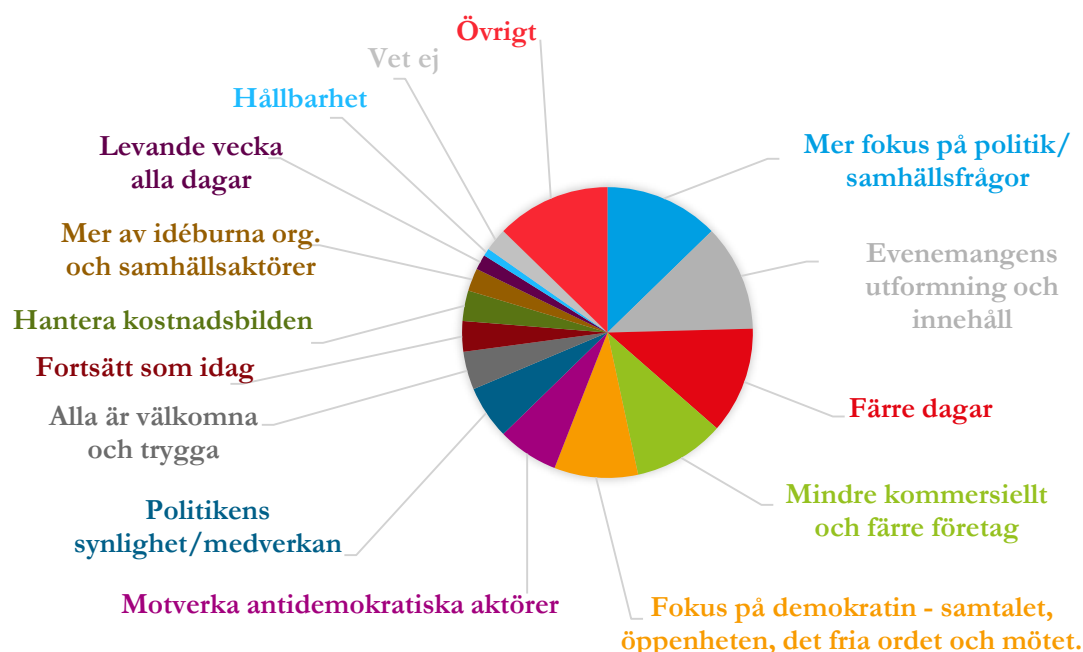


Diagram: *Beskriv vad Almedalsveckan betyder för dig med en mening.*



## 6. Vilka är deltagare under Almedalsveckan?

Nytt för i år var en undersökning som genomfördes bland deltagarna för att få en bild över vem som deltog i seminarier, diskussion och även i publiken under olika evenemangen.

Totalt tillfrågades 337 deltagare som befann sig i Almedalsområdet under veckan. De dagar som intervjuerna skedde under var måndag till fredag.

- *Vad är den främsta orsaken till att du är på Almedalsveckan idag?*

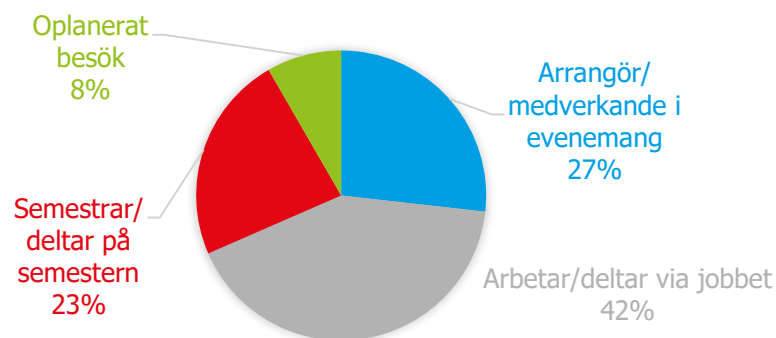


Diagram: *Jag är här just nu eftersom jag...*

Utifrån resultatet ovan kan konstateras att det är en stor andel, cirka 30 procent som inte är på Almedalsveckan för att arbeta utan väljer att komma av andra anledningar.

Av de tillfrågade var det 22,8 procent som var förstagångsdeltagare under årets Almedalsvecka. 6,8 procent hade deltagit vid mer än 15 tillfällen, medan övervägande andelen hade varit på Almedalsveckan mellan två till fem gånger tidigare. Vid jämförelse med arrangörsgruppen var det fler förstagångsbesökare bland deltagarna, och fler rutinerade deltagare bland arrangörerna.

Även frågan om var i Sverige de tillfrågade deltagarna kommer ifrån visade det sig att det var en större del som kommer från Stockholmsregionen

- *Vilket är ditt postnummer?*

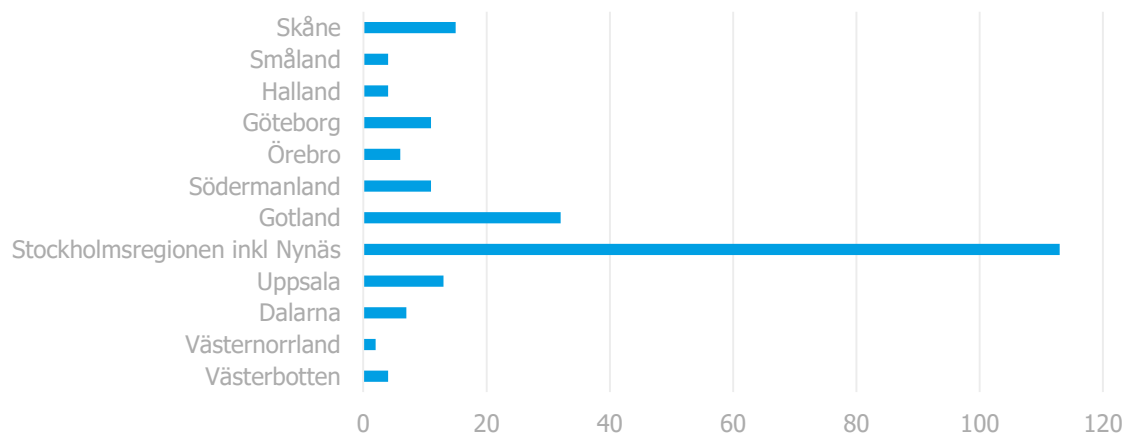


Diagram: *Postnummer sorterade efter län*

Sett utifrån de dagar som intervjuerna gjordes var det flest personer från Stockholmsområdet under onsdagen. Under torsdagen var det en större spridning vad gäller bostadsort bland de tillfrågade och på fredagen var gotlänningarna procentuell mer representerade än andra län.

Av de tillfrågade var 13,7 procent under 20 år, 20,5 procent mellan 20 och 35 år, 58,0 procent mellan 36 och 65 år och resterande 7,7 procent äldre än 65 år.

## 7. Kommunikationskanaler

### **Besöksstatistik på hemsidorna**

Sedan januari 2018 har Almedalsveckan haft en uppdelning mellan informationswebb och programwebb. Planen var att göra programwebben responsiv men det saknades resurser innan ansökningsfunktionen öppnades.

### ***Besöksstatistik på informationswebben [almedalsveckan.info](http://almedalsveckan.info)***

Med informationswebb menas [almedalsveckan.info](http://almedalsveckan.info), med bland annat information om veckan, checklista och användbara länkar för arrangörer samt nyhetsflöde.

Under perioden 1 januari 2019 och 14 juli 2019 hade informationswebben 451 655 sidvisningar, vilket är mer än 200 000 sidvisningar färre än förra året. Den mest besökta sidan på informationswebben är *talare* (119 718 sidvisningar), därefter *startsidan* (85 359 sidvisningar) och på tredje plats kommer *om\_programmet* (33 645 sidvisningar). I snitt spenderades ca 1,05 minuter på varje sida.

Ett mönster är att många kommer in på talarsidan men 73 procent lämnar sidan, troligen via programwebben som finns med på denna sida som en widget. Största tappet från 2018 är på startsidan från 235 461 sidvisningar till 85 359 i år. Orsaken till minskningen är troligen den uppdelning som är mellan informations- och programwebb. Konsekvensen blir att informationen/kommunikationskanalen på informationswebben inte når ut på samma sätt som tidigare år, när det endast fanns en ingång till programwebben.

Det var tydliga toppar i besöksantalet under de första dagarna i årets vecka. Högsta visningsantalet var på måndagen den 1 juli med närmare 28 500 sidvisningar (34 600 visningar 2018).

Informationswebben hade mellan 24 juni till 7 juli 173 435 sidvisningar där besökaren stannade 1,05 minuter i snitt per sida. Detta kan jämföras med 2018 då det var 259 252 sidvisningar under samma period.

### ***Besöksstatistik på programwebben [program.almedalsveckan.info](http://program.almedalsveckan.info)***

I början av februari (cirka fyra veckor tidigare än 2018) öppnades ansökningar till det officiella programmet upp för arrangörerna.

Mellan 1 januari och 14 juni i år hade programwebben 1 345 585 sidvisningar, vilket är 2,5 procent färre än 2018. Mest besökta sidan är startsidan som har 255 842 sidvisningar, därefter söksidan (*event/search*) med 102 271 sidvisningar. Sedan är det ett stort hopp till den tredje mest visade sidan som är arrangörernas egen sida (*event/mine*), med 39 609 sidvisningar. Fjärde mest visade sida är sidan för talarna under Almedalsveckan, denna sida visades 33 588 gånger under den aktuella tidsperioden.

Topparna i besöksantalet var tydliga vid de olika deadlines (avgiftsfri-låg avgift, låg avgift-högre avgift, stopp för medverkan i det tryckta programmet). En annan tydlig topp var måndagen den 1 juli med 98 875 visningar, vilket kan jämföras med 89 919 för måndagen i vecka 27 förra året.

Programwebben hade mellan 24 juni till 7 juli 615 383 sidvisningar där besökaren stannade 1,54 minuter i snitt per sida. Detta kan jämföras med 2018 då det var 613 701 sidvisningar under samma period.

#### **Kommunikation i andra kanaler**

Kommunikationsplan finns för att stödja arbetet med kommunikationen i de olika kanalerna.

#### ***Sociala medier***

Almedalsveckan har under flera år haft ett twitterkonto @almedalsvecka och sedan 1 december 2017 även ett instagram- och ett facebookkonto. Under året har också ett LinkedIn konto öppnats.

Instagram och Facebook hade per den 29 augusti 725 (418) respektive 1 749 (1 092) följare, fjolårets siffror inom parentes.

#### ***Nyhetsbrev***

Almedalsveckan har sedan årsskiftet skickat tolv ordinarie nyhetsbrev, åtta nyhetsbrev till journalisterna under veckan samt ett nyhetsbrev till vardera arrangörs- och journalistgrupp med specialinriktad information. Knappt 6 000 mottagare nås av nyhetsbrevet och mellan 35 till 50 procent öppnade utskicken.

### **8. Mediabevakning före, under och efter veckan**

I diagrammet nedan visas både de artiklar som handlar direkt om Almedalsveckan.

#### **Artiklar om Almedalsveckan**

De senaste åren har fokus i media varit kring NMR:s närvaro. Så var inte fallet i år inför, under och efter årets vecka.

### Om Almedalen och Almedalsveckan

- *Antalet artiklar som handlar om Almedalen och Almedalsveckan*

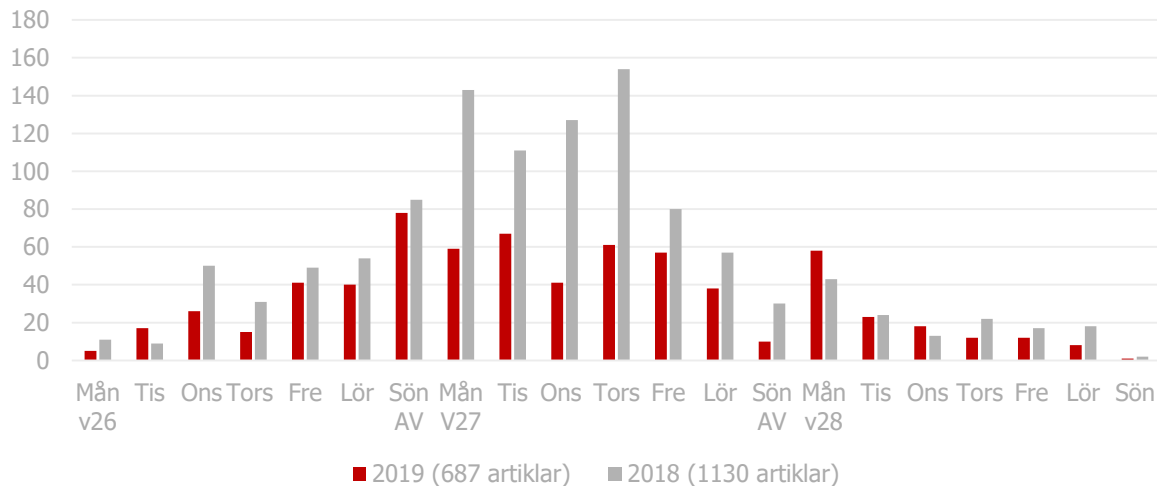
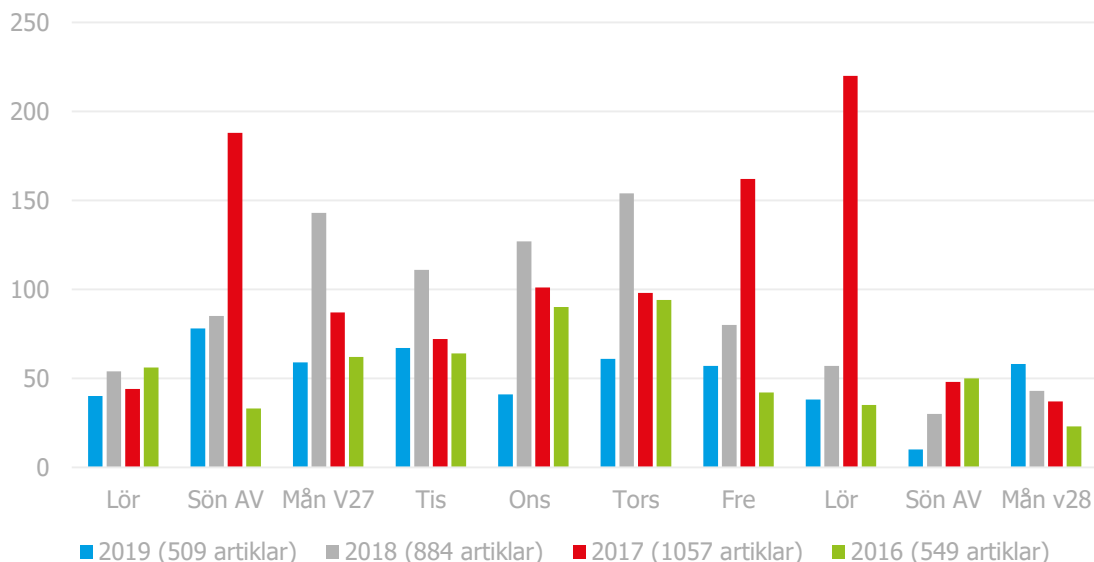


Diagram: *Antalet artiklar om Almedalsveckan innan, under och efter för de senaste två åren.*

Diagrammet visar att fokus på Almedalsveckan och indirekt Gotland är mycket stort i de svenska medierna innan, under och efter veckan. De artiklar som direkt handlade om veckan var under veckorna 26 till 28 närmare 700 stycken varav drygt 500 i samband med veckan.

- *Antalet artiklar som handlar om Almedalen och Almedalsveckan 2017-2019*





- *Antalet artiklar som direkt tar upp Almedalsveckan under åttadagarsveckan*

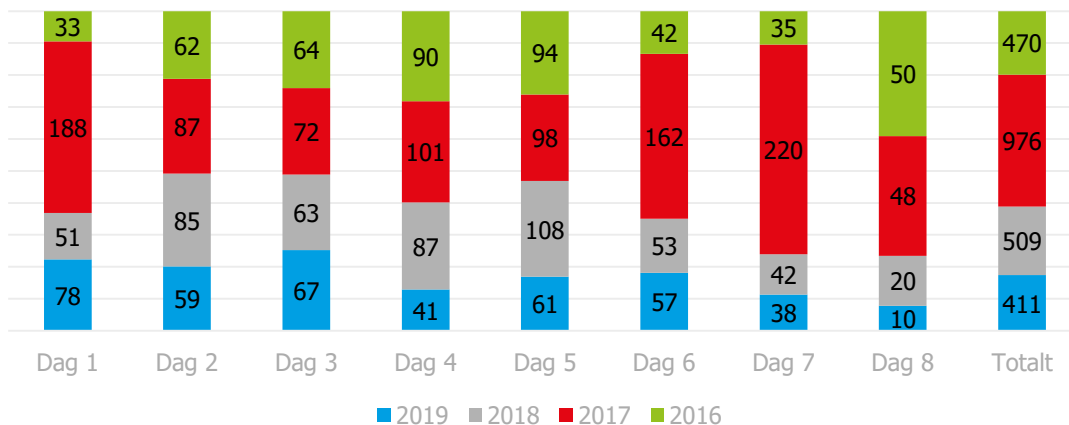


Diagram: *Antalet artiklar om Almedalsveckan specifikt (Almedalsarrangemanget) under veckan*

Andelen artiklar 2019 ligger ungefär på samma nivå som 2016, men klart under 2017 och 2018. Detta kan främst förklaras av den stora andel artiklar under dessa två år som fokuserade på antidemokratiska organisationers närvaro på en demokratisk mötesplats.

- *Antal artiklar per månad*

	Jan	Feb	Mars	April	Maj	Juni	Juli	Aug	Totalt
<b>2019</b>	47	48	86	98	146	362	564	93	1 423
<b>2018</b>	208	68	189	91	311	322	1 028	377	2 594
<b>2017</b>	31	101	72	262	285	577	1 193	121	2 642
<b>2016*</b>	0	0	0	0	0	116	703	62	881

\* Almedalsveckan började använda medieverktyget 2016, osäkert hur detta påverkade första delen av året vad gäller mätning.

### Värdet av artiklarna om Almedalsveckan

- *Bedömning av artiklarnas värde*

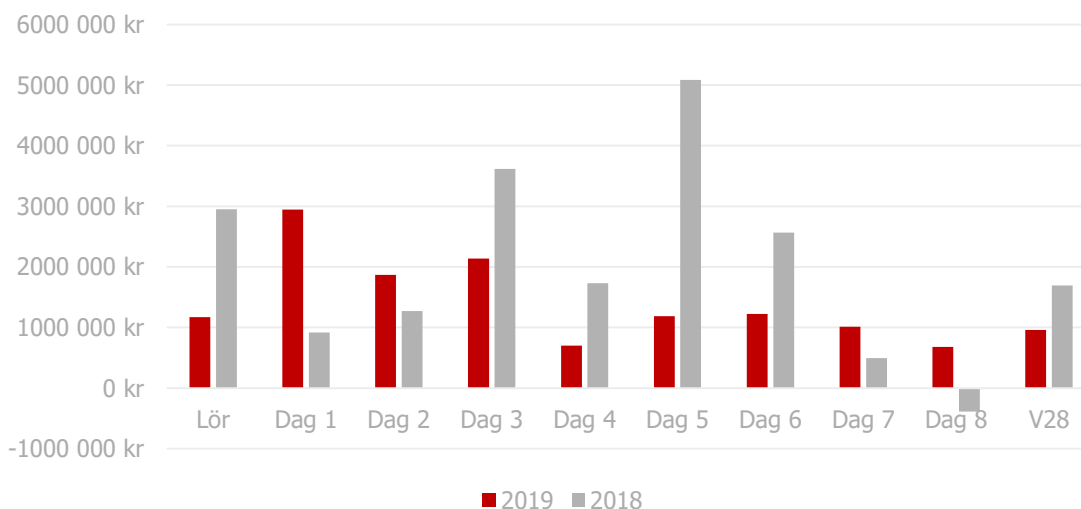


Diagram: *Bedömning av artiklarnas värde*

Utifrån mediananalysföretaget Retrievers värdering är medievärdet där Almedalsveckan nämns direkt drygt 17 miljoner kronor för perioden 24 juni till 14 juli, sett endast utifrån själva åttadagarsveckan är värdet närmare 12 miljoner. Detta ligger något under förra årets värdering och även under värdet av 2016 års medieexponering. Det som skiljer sig från 2016 är att det skrevs mer om Almedalsveckan i år efter veckan än för tre år sedan.

## 9. Beredskap och säkerhet

Sammanfattningsvis kan sägas att årets Almedalsvecka genomfördes som planerat, utan några större incidenter. De förberedelser som gjordes i form av samverkansmöten, riskanalys, beredskapsplan och iordningställande av krisledningslokaler med mera är nödvändiga pro-aktiva åtgärder för att kunna hantera eventuella samhällsstörningar.

Under veckan genomfördes dagliga samverkansmöten med företrädare från de politiska partierna och berörda myndigheter, såsom Länsstyrelsen, Försvarsmakten, Polisen, bevakningsbolag med flera, för att ha en samlad daglig lägesbild.

Samarbetet med polismyndighetens delar fungerade tillfredsställande, både vad gäller planeringen inför årets vecka samt under själva veckan.

Ett ökat antal väktare var engagerade under årets vecka bl a i samband med ”lock-down” vilket fungerade bra. Berörda bevakningsbolag bör dock involveras tidigare i arbetet. Bland annat bör informationsmöte genomföras med all, av Region Gotland, inhyrd personal i avslutning till att veckan inleds.

Röda Korsets Första-hjälpen-gruppers arbete under veckan är mycket värdefullt för att öka den upplevda tryggheten.

Närvaron av antidemokratiska organisationer var inte lika påtaglig under årets vecka som under de två föregående. De polisiära inslagen var mer synliga och även mer proaktiva än tidigare år vilket resulterade i en lugn vecka med endast 14 anmälningar om brott kopplat till evenemanget. Detta kan jämföras med 38 anmälningar under fjolårets vecka.

Den upplevda känslan av trygghet bedöms ha stärkts utifrån de utvärderingar och enkät-svar som kommit Region Gotland tillhanda.

## 10. Offentliga rummet

I det offentliga rummet ingår i stort sett allt det som besökarna upplever när de går längs gatorna i Visby innerstad.

### Trafik och säkerhet

Inför årets vecka har handläggningen av trafikdispenser effektiviserats och e-tjänsten förbättrats. Möten hölls med transportörer, leverantörer och boende i innerstan under våren för att informera om de motortrafikförbud som gäller under Almedalsveckan.

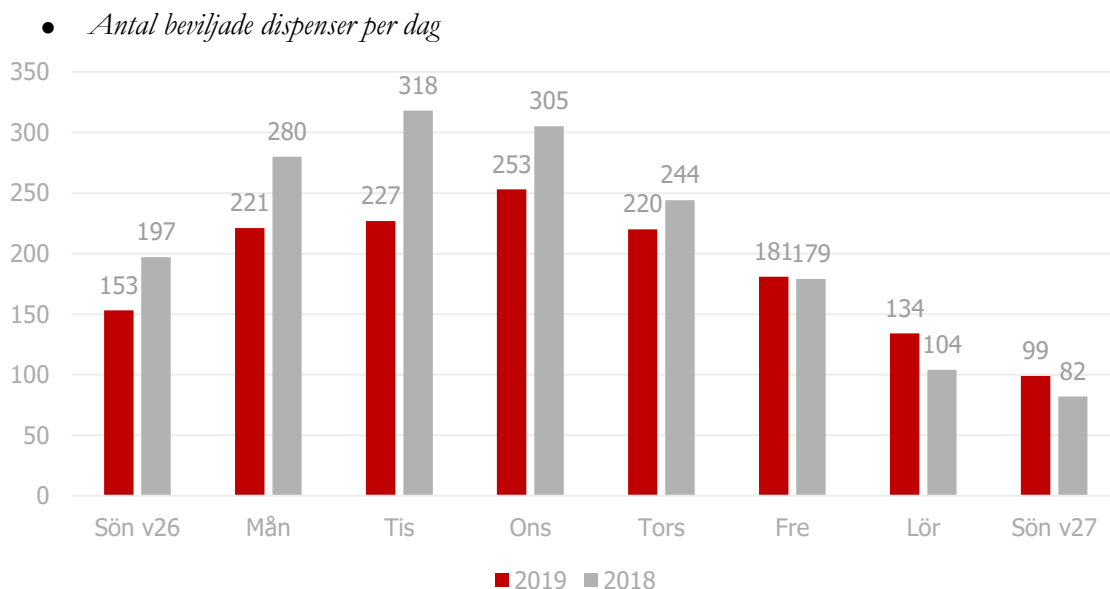


Diagram: *Antal beviljade dispenser per dag med jämförelse mellan 2018 och 2019*

481 övergripande ansökningar om dispens beviljades, vilket kan jämföras med 420 för 2018. En dispens kan innehålla flera fordon, flera chaufförer och för flera dagar. Flest dispenser gavs för in- och utkörning under onsdagen, till skillnad från förra året då tisdagen var den dag med flest dispenser.

- *Antal beviljade dispenser per dag i relation till antal evenemang*

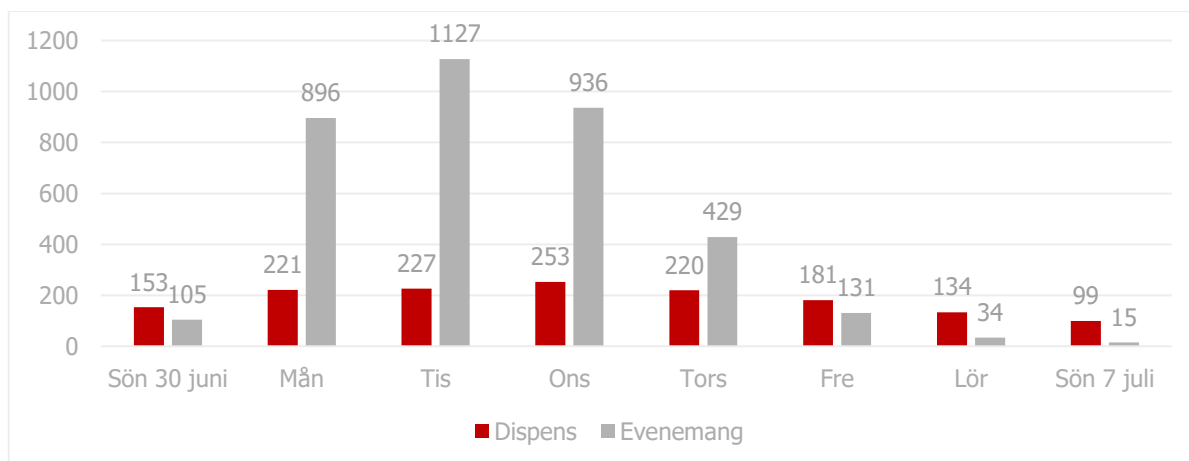


Diagram: *Antal beviljade dispenser per dag jämfört med antalet evenemang i det officiella programmet*

Totalt utfärdades 1 488 dagsdispenser för in- och utkörning i det fordonsfria området under veckan. Motsvarande antal i fjol var 1 709 dispenser. Vid jämförelse med förra året märks en svag trend i relationen mellan antalet dispenser och antalet evenemang. 2019 gick det fler evenemang per inpassering/dispens, vilket kan tolkas som att serviceleverantörerna har effektiviserat sina körningar.

Säkerheten stod i fokus även under 2019. De lösningar som har använts under tidigare år har fungerat tillfredsställande så de användes också under årets vecka. Rörliga fordonshinder användes vid Packhusplan, Strandvägen och Strandpromenaden.

Det höjdes ingen kritik i år att det saknades parkeringsplatser, det som har kommit som förslag är att de tillfälliga handikapparkeringsplatserna behöver vara placerade närmare Almedalen. Inför Almedalsveckan informerades gotlänningarna om trafikförbud och dess påverkan via media och via P4 Gotlands trafikinformation.

### Markupplåtelse

Intresset för markupplåtelse var något mindre än i fjol när det var valår. Totalt uppläts markplats till 138 organisationer, vilket kan jämföras med de två senaste åren, 204 organisationer 2018 och 176 som fick markupplåtelse 2017.

- *Antal arrangörer med markupplåtelse per dag*

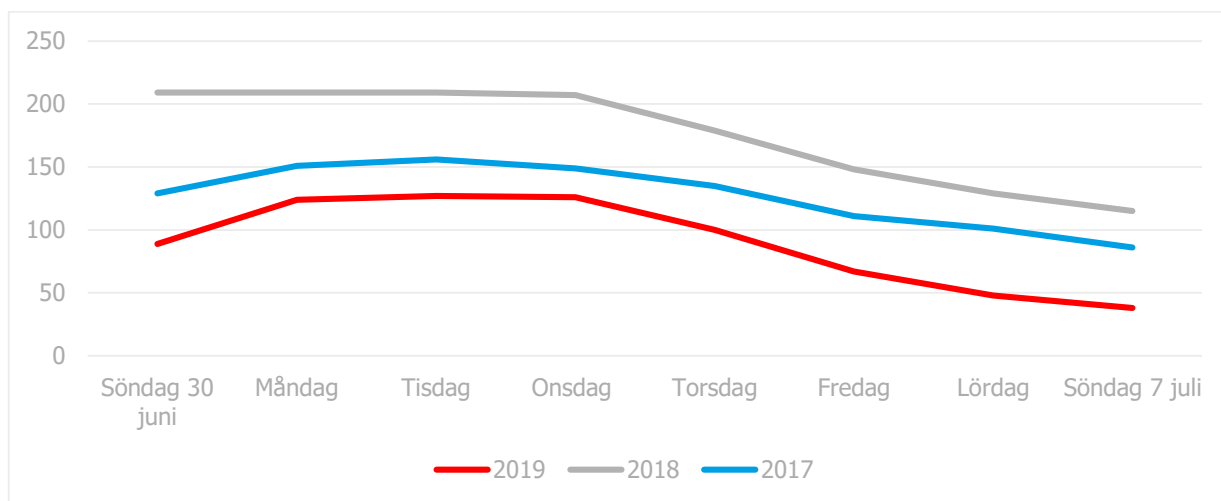


Diagram: *Antal arrangörer med markupplåtelse per dag under de två senaste åren*

Ytan som disponerades i Almedalsområdet under Almedalsveckan 2019 var 12 686 m<sup>2</sup> vilket kan jämföras med 11 392 m<sup>2</sup> 2018. I snitt har varje arrangör fått upplåtelse för 54,2 m<sup>2</sup> för 2018. Detta kan jämföras med ett snitt på 55,8 m<sup>2</sup> för 2018. Det betyder att arrangörer fortfarande väljer större ytor.

I slutet av veckan var det flertalet tält som stod tomma och markplatser som hade lämnats.

### Renhållning

Renhållningen under veckan fungerade mycket bra. De enda kommentarer som gavs var att det fanns en oklarhet hur och var soppsäsar/sorteringen från Almedalen efter partiets dag skulle lämnas.

### Service i området

#### *Toaletter*

Fler toaletter fanns i området i år, vilket var uppskattat av besökarna. I arbetet med att göra Almedalsveckan tillgänglig för alla installerades även i år en lift i en handikapptoilet på Wisby Strand.

### ***Skyltar och karta***

Kartan som togs fram inför förra årets vecka, användes och det underlättade för besökarna.

### ***Trådlös uppkoppling***

Det fria WiFi som erbjöds besökaren mycket mer stabilt i år än tidigare år.

## **11. Arrangörslogotypen**

Under våren lanserades en arrangörslogotyp för arrangörer och andra aktörer som är med och skapar den demokratiska mötesplatsen.

Syftet med den officiella arrangörslogotypen var att stärka de värden som Almedalsveckan i grunden står för. Logotypen är för organisationer som vill vara tydliga med sin medverkan i veckan, sitt samhällsengagemang och bidrag till det officiella programmet.



Arrangörslogotypen var tänkt att användas av organisationer, vilka uppfyller Almedalsveckans kriterier för att medverka i det officiella programmet, och som ställer sig bakom de givna riktlinjerna för logotypen.

Almedalsveckans arrangörslogotyp står för grundläggande värden såsom demokrati, yttrandefrihet, öppenhet, tillgänglighet och ömsesidig respekt. Arrangörslogotypen kunde användas före, under och efter Almedalsveckan i all kommunikation. Arrangörslogotypen fanns att ladda ned i flera olika färgställningar, både som enfärgad och flerfärgad. Inför varje nytt år uppdateras logotypen.

Av de tillfrågade arrangörerna som svarade på enkäten var det 33,9 procent som svarade att de kände till arrangörslogotypen och av dessa har 31,3 procent (57 respondenter) även använt logotypen i sin kommunikation.

Inför Almedalsveckan 2019 laddades logotypen ned direkt från hemsidan 41 gånger (antalet epostmeddelande med länk till nedladdningen) och via skickad länk till 8 arrangörer.

## **12. Synpunkter från omvärlden**

Under de senaste två åren har röster höjts angående antidemokratiska organisationers närvaro på en demokratisk arena. Dessa synpunkter var inte lika märkbara inför, under och efter årets Almedalsvecka. Det berodde till stor del på att det inte inkom några ansökningar från antidemokratiska organisationer att få markupplåtelse. Den ansökan som inkom om att hålla torgmöte hanterades av polismyndigheten utifrån de regler som gäller inom Almedalsområdet.

I samband med att RFSL:s beslut att inte närvara vid årets Almedalsvecka blev publikt tog kritiken gentemot Almedalsveckan och Region Gotland fart. Deras beslut att inte närvara handlade inte om att någon annan organisation fått klartecken att finnas med utan det baserades på RFSL:s upplevelse att samhället inte hade agerat tillräckligt tydligt sedan förra årets vecka.

Region Gotland tog i samband med detta ställningstagande, det slutliga beslutet att gå in som medarrangör i Mångfaldsparaden tillsammans med RFSL Gotland. Ett beslut som kan ses som en del i det samarbete dessa två har sedan en längre tid tillbaka.