



Vägen till ett lyckat arrangemang

1. **PLATS OCH UPPLÄGG** – Börja med att hitta den lokal/scen som ni tror är bäst anpassad utifrån vilken slags konsert ni planerar att genomföra. Kom ihåg att störst inte alltid är bäst. Ibland gör sig ett mindre mer intimt ställe bättre och känns mer välkomnande. Om det är ett större ställe, se efter möjligheterna att skärma av lokalen om ni inte kommer att fylla hela lokalen.
2. **FÖRBEREDELSE** – Ett ordentligt förberedelsearbete underlättar och gör hela arbetet mycket roligare och mindre stressigt. Var gärna ute i god tid för att planera allt från arrangemangets innehåll, upplägg och marknadsföring till ekonomi, teknik och personal. Försök göra en så realistisk budget som möjligt. I de fallen det går, ha gärna en backup-plan redan i planeringsstadiet. Utse nyckelpersoner med tydliga ansvarsområden och gärna en projektledare med ansvar för att sammankalla arrangörsgruppen och hålla koll på helheten.
3. **PLANERING** – Ett klassiskt fel som många gör är att fylla schemat med för många akter utan att räkna med tiden som går åt att rigga om emellan, så kallad changeover. Det är en svår men viktig balansgång att hålla i gång ett program utan stress men undvika för långa pauser mellan akterna. Se gärna till att det spelas passande musik även under change-over för att behålla stämningen. Viktigt är också att artisterna är informerade om vikten att hålla sig till sin speltid för att undvika förseningar.
4. **TEKNIK** – Har ni med er egen ljud- och ljusanläggning, se till att anpassa den efter lokalens storlek. Om ni planerar att använda lokalens utrustning, se till att få kontakt med ansvarig ljudtekniker för att få information om hur tekniken fungerar. Om ni använder er av lokalens tekniker under själva arrangemanget se till att hen fått information om artisternas önskemål om placering på scen och vilken utrustning de använder, så kallad stage-plot. Det gäller såklart även om ni har egen tekniker. Om ni planerar att erbjuda artisterna någon form av backline, dvs. trummor, förstärkare, högtalarlådor m.m. se till att ha en förteckning över denna som ni förser artisterna med i god tid innan arrangemanget så att de kan planera vad de eventuellt behöver ta med sig eller låna på stället.
5. **MOTTAGANDE** – Se till att artisterna i god tid fått information om alla viktiga tider, som när de förväntas vara på plats, så kallad get-in tid, soundcheck, mat, spelschemat, när dörrarna öppnar osv. Utse en person som ansvarar för att ta emot artisterna när de kommer och visar dem runt på plats. Ännu bättre blir det om ni innan har skyltat tydligt på spelstället. Ett trevligt mottagande kommer definitivt få artisterna på bättre humör och förhoppningsvis leda till ett fantastiskt framträdande. Ställ gärna fram lite tilltugg och bjud på kaffe/dryck medan artisterna gör sig hemmastadda. Om en loge finns, informera om att detta rum endast är till för artisterna. Se gärna till att rummet nyttjas av artisterna som ska upp just för tillfället då man ofta behöver lite tid ifred för att hamna i rätt stämning innan man går upp på scen. Detsamma gäller även efter spelningen då det är trevligt om artisten som precis gått av scenen kan få några minuter ifred ifall så önskas. Det brukar även uppskattas om det finns tillgång på vatten och handdukar på scenen.



6. **TILLSTÅND** – För alla utomhusarrangemang och vissa inomhusarrangemang kan ni behöva söka polistillstånd. Ta i god tid reda på om detta gäller för just ert arrangemang. Om ni arrangerar tillsammans med ABF finns en deltagarförsäkring som gäller i händelse av olycka. Kolla med er lokalavdelning vad som gäller just hos er. När det gäller ljudvolymen är det enligt Socialstyrelsen 90 dB som gäller vid arrangemang med barn under 13 år närvarande. Vid endast vuxen publik så är det 100 dB som gäller.
7. **STIM** – STIM (Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå) är en ideell organisation som ser till att låtskrivare får betalt när deras verk framförs inför publik. Som arrangör har ni ett ansvar att rapportera ert arrangemang till STIM för att artisterna ska kunna få ersättning. Det är viktigt att reda ut innan arrangemanget vem som är huvudarrangör och därmed ansvarig för STIM-rapporteringen. Om ni gör arrangemanget tillsammans med ABF sköter ABF den biten, likaså om ni samverkar med kommunen. Huvudarrangör rapporterar till STIM genom att skaffa en licens och konto på [STIM.se](https://www.stim.se/) och sedan redovisar datum och plats för arrangemanget, vilka artister som spelade samt antal besökare och eventuella biljettintäkter. Läs mer på: <https://www.stim.se/>
8. **GAGE** – Gage är ett annat ord för den ersättning en artist får för sin medverkan på arrangemanget. ABF arbetar för ett levande musikliv och vill självklart att alla musiker och artister ska få ersättning för att man spelar. Har ni en budget som täcker in gage för artister är det i så fall jättebra! Gage är alltid en överenskommelse som går att förhandla mellan er som bokare och artist där ni behöver ta hänsyn till ert budgetutrymme. På Musikerförbundets webbplats <https://www.musikergage.se/> hittar ni musikbranschens riktmärken för vad som är en skälig nivå för ersättning. Det är dock inte ett måste att betala ersättning till artister utan det beror helt på storleken på arrangemanget, hur etablerade artisterna är och er erfarenhet som arrangörer. Om arret är kostnadsfritt får ni inte någon inkomst från biljettintäkter och behöver då hitta pengar till gage någon annanstans, till exempel från projekt- eller arrangemangsstöd. Det är vanligt att artister inte får någon ekonomisk ersättning för mindre arrangemang med artister som ännu ej är etablerade. Då kan ni i stället fundera på hur ni kan göra det så bekvämt som möjligt för artisterna genom att till exempel erbjuda mat, reseersättning, sovplats och liknande.
9. **MARKNADSFÖRING** – Se till att ni i tidigt skede har material för marknadsföring färdigt att sprida. Försök hitta något som är unikt för just ert arrangemang! Förutom den obligatoriska affischen gör gärna färdiga annonser i format anpassade till de olika sociala plattformarna, Facebook, Instagram, TikTok. Detta för att få så många som möjligt att sprida informationen om ert fantastiska arrangemang. Se även till att de inblandade artisterna kör intensiva kampanjer på sina respektive plattformar.

För mer fördjupad kunskap om arrangörskap finns ABFs arrangörshandbok – **Gör det tillsammans** att hitta här: <https://www.abf.se/musikverkstan/>