**Utvärdering Örebro 750 år**

**Sammanfattning**  
Femtio år efter Örebros 700-årsjubileum ville Örebro kommun återigen rikta strålkastarna på Örebro och stadens fortsatt positiva utveckling. 2012 gav kommunfullmäktige Örebrokompaniet AB i uppdrag att arrangera projektet. Året efter anställdes projektledaren Sandra Almqvist. Under jubileumsåret samarbetade projektet med över 60 nya och existerande evenemang. Aktiviteterna varierade beroende på evenemang och inkluderade bland annat SM-veckan, Melodifestivalen, Open Art, nationaldagen och invigningen av det ombyggda Konserthuset.

**Jubileumsveckan**Jubileets höjdpunkt var festivalveckan runt Örebro Slott den 10-15 augusti. Det behöver knappast skrivas att veckan blev en monumental succé. Under strålande sol arrangerades 261 programpunkter, varav 43 från de olika scenerna. Dessutom fanns över 50 utställare. Totalt hade veckans sex temadagar 400 000 besökare. Förutom det positiva resultatet på festivalområdet, rapporterade restauranger i centrala Örebro en omsättningsökning på mellan 40 och 140 procent under veckan och i en enkät gav över 90 procent av besökarna veckan betyget 4 eller 5 på en femgradig skala.

**Fakta Jubileumsveckan:**

400 000 besökare

261 programpunkter

Över 50 utställare

43 scenprogrampunkter

53 % /47 % - män vs kvinnor på scenen

80 % av artisterna var lokala

4 scenprogrampunkter syn- och teckentolkades

447 volontärpass

74 volontärer, 17 ferieungdomar, 7 från Komvux

**Ekonomi**

Örebro kommun gick in med totalt 8 miljoner kronor i projektet. Till detta kom 42 partners som bidrog med 5,5 miljoner kronor i sponsorpengar där 1,3 miljoner var för hela året och 4,2 miljoner kronor för jubileumsveckan. Omsättningen blev 13,5 miljoner kronor för hela projektet. Budgeten för såväl jubileumsvecka som hela jubileumsåret var i balans och resultatet var plus 27 000 kronor.

**Jubileumsfonden**

En miljon kronor avsattes i en jubileumsfond där aktörer i Örebro kommun kunde ansöka om finansiellt stöd upp till 100 000 kronor för att arrangera ett evenemang/projekt under 2015. 16 projekt beviljades stöd och arrangerades under hela året. Totalt lockade de 34 239 besökare.

**PR och marknadsföring**

Målgruppen för jubileet fanns i första hand i Örebro och länet, då jubileer av denna typ sällan är mer än regionala angelägenheter. En logotype och grafisk profil togs fram i samarbete med Örebros nya varumärke och därefter producerades en mängd material för att marknadsföra jubileet. Jubileets webbplats, www.orebro750.se hade 162 407 besökare under 2015. Sociala medier var en viktig del i marknadsföringen och #örebro750 och #orebro750 användes för att samla inlägg och bilder i de olika medierna. Sammanlagt följde 10 898 personer Örebro 750:s sociala medier där Facebook hade det största antalet följare på 9 710.

Pressbevakningen gjordes av medieanalysföretaget Meltwater Stockholm och totalt skrevs 333 artiklar om Örebro 750 år och 170 artiklar om Jubileumsveckan. Detta genererade ett PR-värde på totalt 9 miljoner kronor.