

Norge som bærekraftig og innovativt arrangørland

Nasjonal Arrangementsstrategi 2020 - 2030

Innhold

Forord	5
1. Sammendrag	7
2. Bakgrunn for en nasjonal arrangementsstrategi – hva, hvorfor, hvordan?	9
2.1 Arrangementer i Norge i dag	9
2.1.1 Definisjoner og begreper	9
2.1.2 Omfang av arrangementer i Norge	10
2.2 Hvorfor satse på arrangementer? Potensial for Norge og norske aktører.	13
2.3 Hvordan utløse potensial tilknyttet arrangementer?	14
2.3.1 Utløsende faktorer for Norge som arrangørland	14
2.3.2 Visjon og ambisjoner: Norge som arrangørland 2030	15
2.3.3 Utvikling av en nasjonal strategi for arrangementer	16
3. Innsatsområde A: Strategiske veivalg og tydelige retningslinjer	19
3.1 Strategiens prioriteringer for å utløse potensialet: Strategiske veivalg	19
3.1.1 Strategisk veivalg 1: Innovasjon	19
3.1.2 Strategisk veivalg 2: Bærekraft	22
3.2 Anbefalte kriterier for utvikling og valg av arrangementer	24
3.2.1 Grunnleggende forutsetninger	24
3.2.2 Høyt prioriterte kriterier	24
3.2.3 Medium prioriterte kriterier	24
3.2.4 Tilleggsriterier	25
4. Innsatsområde B: Tilrettelegging for å nå målene – gjennom et nasjonalt ressurscenter	26
4.1 Hvorfor tilrettelegge for arrangementsturisme?	27
4.2 Posisjonere og fremme Norge som arrangørland	29
4.3 Aktivisering - utløse potensielle effekter av arrangementer	30
4.4 Evaluering av gjennomførte arrangementer	31
4.5 Finansiering av arrangementer	32
4.5.1 Finansiering av internasjonale arrangementer: søknadsprosess og gjennomføring	33
4.5.2 Finansiering av etablerte og lokale arrangementer	32
4.6 Organisering og finansiering av et nasjonalt ressurscenter	33
5. Konklusjon og tiltak	34



Forord

Regjeringen skrev i sin stortingsmelding om norsk reiseliv «Opplev Norge – unikt og eventyrlig» at «Innovasjon Norge vil, i samarbeid med byene, utvikle en nasjonal arrangementsstrategi for hvordan Norge kan tiltrekke seg internasjonale idretts- og kulturarrangementer som kan gi grunnlag for økt verdiskaping i reiselivsnæringen». Også i regjeringens strategi for Kultur og Reiseliv (2019) fremheves behovet for å utløse synergieffektene mellom arrangementer og Norge som reisemål.

Med dette som utgangspunkt har Innovasjon Norge valgt å involvere idretten, kultursektoren, reiselivsnæringen og det offentlige i prosessen for å utvikle en arrangementsstrategi. Vi ønsker at strategien skal engasjere og kunne benyttes av alle aktørene i arrangementsfæren. Særlig skal denne strategien være en rettesnor for arrangører og destinasjoner som jobber med å tiltrekke nye arrangement og videreutvikle de eksisterende.

Denne nasjonale arrangementsstrategien ser derfor nærmere på hvordan tiltrekke og systematisere arbeidet rundt nye arrangement til Norge, hvordan videreutvikle og bygge kompetanse rundt eksisterende arrangement, og hvordan kommunisere våre arrangementer til et nasjonalt og internasjonalt publikum. Hvordan kan arrangementer bety mer og påvirke fler enn ildsjelene, utøverne og deltagerne i arrangementene?

Strategien har som mål å skape vekst, samhandling og positive synergier mellom kultur, idrett, og næringsliv. Den skal bidra til at Norge og norske aktører får maksimalt igjen for å være vertskap for ulike festivaler, mesterskap og andre arrangementer i hele landet. Den skal også gjøre Norge og norske aktører mer attraktive som vertskap internasjonalt, i kampen om å tiltrekke seg større internasjonale arrangementer.

Vi anbefaler derfor at Norge får på plass en nasjonal struktur og organisering rundt arrangementer, som kan bistå med kompetanse og kunnskap når ildsjeler fra ulike miljøer ønsker å søke om et arrangement, skape et nytt, eller ønsker hjelp med et allerede eksisterende.

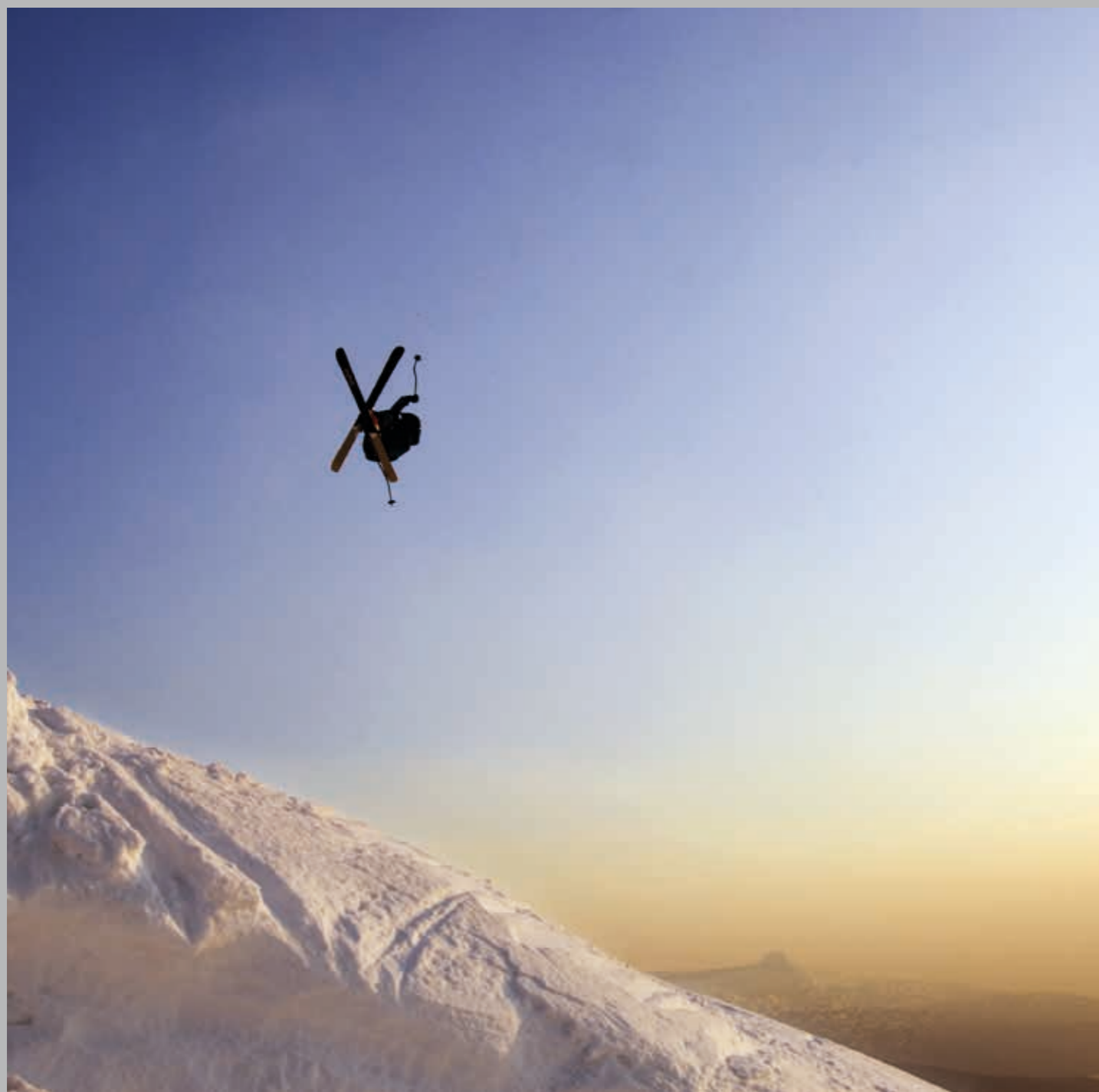
Innovasjon Norge vil gjerne takke alle som har bidratt med innspill til strategien, fra idrett- og kulturarrangører, kommune- og fylkesrepresentanter, reiselivsnæring og andre som har vært involvert. En særlig takk til konsulentfirmaet Burson Cohn & Wolfe (bcw), som har bistått i prosessen med å utvikle Norges første nasjonale arrangementsstrategi.



Bente Bratland Holm
Reiselivsdirektør

1.

Sammendrag



Siden 2009 har Innovasjon Norge støttet flere prosjekter innenfor reiseliv for å finne ut hvordan idrett- og kulturarrangementer kan gi større effekter for destinasjoner og reiselivsnæringen i Norge. «Storbyprosjektet» var det første prosjektet og fokuserte på de større byene i Norge. Fra 2012 var «Arrangements-turismeprojektet» igangsatt med bedriftsnettverksmidler fra Innovasjon Norge og ledet av Norway Convention Bureau (NCB). Dette involverte både større og mindre destinasjoner og aktører i Norge. I februar 2018 ble NCB integrert inn i Innovasjon Norge. I Regjeringens stortingsmelding «Opplev Norge – Unikt og eventyrlig» i 2017 fikk Innovasjon Norge i oppgave å levere en nasjonal arrangementsstrategi for Norge. Også i regjeringens strategi for kultur og reiseliv (juni 2019) var en nasjonal arrangementsstrategi på tiltakslisten.

Arrangementsstrategien har blitt utviklet i samarbeid med idrett, kultur, reiselivsnæring og det offentlige. Det har blitt gjennomført omfattende, åpne workshops, møter, og presentasjoner for mange ulike aktører.

Arrangementer bidrar til næringsaktivitet, arbeidsplasser, og økt turisme til ulike årstider. De bidrar til å utvikle idretten, gir kulturaktører en arena og et publikum, skaper regional og nasjonal stolthet, og bygger Norges merkevare internasjonalt. Potensialet for arrangementer i Norge antas imidlertid å være større enn hva som tas ut i dag. En arrangementsstrategi kan bidra til å utløse dette potensialet ved å tilrettelegge for et mer systematisert og målrettet arbeid rundt arrangementer enn i dag. Det er behov for en mer strategisk tilnærming på lokalt, regionalt og nasjonalt nivå.

Strategien har som overordnet mål at arrangementer i større grad skal bidra til å øke verdiskapingen i Norge innenfor bærekraftige rammer. Strategien skal styrke Norges posisjon som arrangørland ved å legge til rette for å få tildelt flere internasjonale arrangementer, utvikle nye arrangementer og videreutvikle eksisterende arrangementer.

Det er valgt to strategiske retninger for Norge som arrangørland; innovasjon og bærekraft.

1. Innovasjon som strategisk retning gir en mulighet til å fremme Norge internasjonalt som et land for innovasjon, samt oppmuntre og stimulere til innovasjon nasjonalt. Arrangementer gir private og offentlige aktører en arena for å teste og vise frem nye løsninger. En styrket satsing på innovasjon ifm. arrangementer vil gi et nytt perspektiv på arrangementsvertskap og bidra til å stimulere til økt innovasjon.
2. Valget av bærekraft som strategisk retning har som mål å sikre at nye arrangementer i Norge bidrar til økonomisk, sosial og miljømessig bærekraft i større grad. Mange arrangører er i dag opptatte av bærekraft som begrep, men

de bør oppmuntres til å konkretisere sin innsats i større grad. Det er behov for kunnskapsutveksling og mer kompetanse blant arrangører og andre involverte parter på området. Større internasjonale arrangementer som får statlig støtte anbefales å gjennomgå en miljøsertifisering.

Strategien anbefaler to tiltak:

- a. **Kriteriesett:**
Det er utviklet et sett anbefalte kriterier som støtter opp om de strategiske retningene og strategiens hovedmålsettinger. Det anbefales at destinasjoner, arrangører og de som tildeler økonomisk støtte følger de anbefalte kriteriene når et arrangement skal velges og planlegges.
- b. **Opprettelse av nasjonalt ressurscenter:**
For å tilrettelegge for at målene i strategien oppnås, anbefaler Innovasjon Norge at det opprettes et nasjonalt ressurscenter for arrangementer og arrangementsturisme.

Ressurscenteret skal bistå med å tiltrekke internasjonale arrangementer til Norge, blant annet ifm. søknadsprosesser, forhandlinger, og internasjonal markedsføring av Norge som arrangørland. Dette kan bidra til økt koordinering av ulike prosesser og reduserte kostnader samlet sett. I tillegg skal ressurscenteret tilrettelegge for å styrke kompetansen og øke samhandlingen for eksisterende arrangementer og for nye, rullerende arrangementer. Ressurscenteret bør fungere som en erfaringsdatabase over arrangementer i Norge som alle kan lære og dra nytte av.

Ressurscenteret anbefales også å tilrettelegge for å øke de positive ringvirkningene av arrangementer i større grad, både på kortere og lengre sikt. Senteret bør også bidra til at flere arrangementer evalueres etter gjennomføring mht. deres evne til å bidra til økt verdiskaping innenfor bærekraftige rammer, samt til å oppnå flere positive effekter regionalt og lokalt.

Et ressurscenter vil bidra til at Norge som arrangørland samlet sett får utnyttet de disponible midlene bedre, at arrangementer i Norge blir mer bærekraftige, og at Norge blir mer konkurransedyktig internasjonalt. For å sikre at ressurscenteret er tilgjengelig for alle involverte parter, bør finansieringen av senteret i hovedsak være offentlig/statlig, med mindre bidrag fra idrett, kultur og reiseliv og annet næringsliv.

Arrangementer må bidra til et positivt omdømme gjennom nasjonal og internasjonal synlighet.

2.

Bakgrunn for en nasjonal arrangementsstrategi – hva, hvorfor, hvordan?



2.1 Arrangementer i Norge i dag

2.1. Definisjoner og begreper

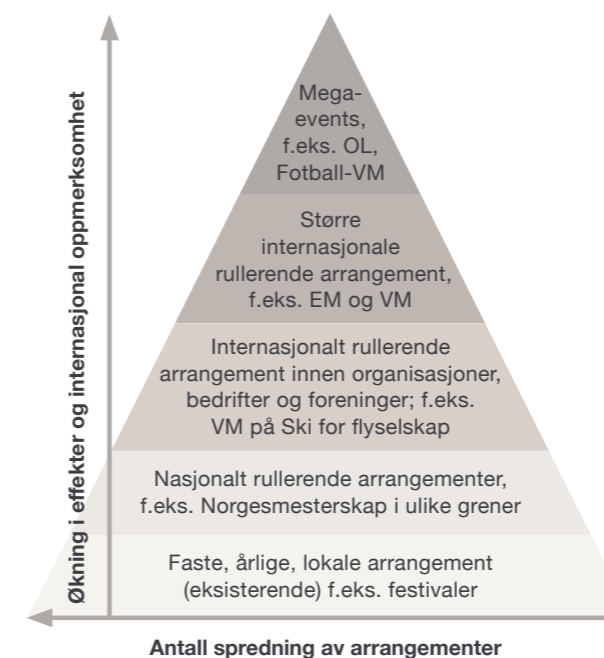
Et arrangement kan defineres som så mangt, alt fra bedriftsfester til de olympiske leker. Et arrangement er en opplevelse, et event, med et start- og et sluttidspunkt. Arrangementer skaper en opplevelse rundt en aktivitet. De er viktige arenaer hvor folk med en felles interesse møtes, utøver eller iakttar sin aktivitet. Deltakerne kan altså være både de utøvende og et publikum, i tillegg til de som legger til rette for arrangementet.

Mange aktører er involvert, tilrettelegger og samarbeider for å skape et godt arrangement. Med arrangør menes de som står for gjennomføringen av arrangementet. Arrangør benytter underleverandører, f.eks. innen teknikk, scene, tidtakings-system, rigg, mat, reklame, transport mm. Gjennomføringen

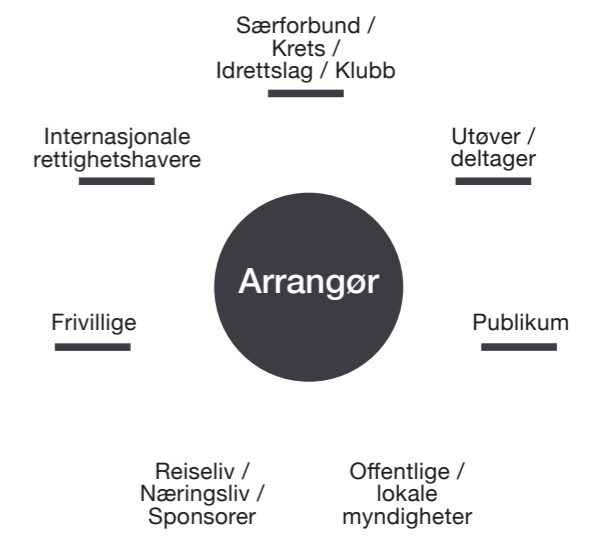
av et arrangement bidrar til omsetning for leverandørene, samtidig er ofte arrangør avhengig av et bredt spekter av leverandører og samarbeidspartnere for å gjennomføre et vellykket arrangement.

Denne strategien retter seg mot kultur- og idrettsarrangementer av regional, nasjonal og internasjonal betydning. Den omfatter både faste, årlige arrangement og internasjonale rullende arrangement som man får tildelt eller søker om å få.

Denne strategien omhandler ikke fagkongresser, konferanser og bedriftsmøter, og heller ikke produktlanseringer, messer eller markeder.



Ulike aktører og interessenter er forklart i figuren under:



Eksempler på ulike typer arrangement:

Faste årlige arrangement, for eksempel:	Enkeltstående arrangement, for eksempel:	Nasjonalt rullende arrangement, for eksempel:	Internasjonale rullende arrangement (EM/VM), for eksempel:
Øyafestivalen	Forestillinger og arrangementer i regi av f.eks. museum.	NM-Veka	EM og VM i ulike idrettsgrener
GladMat festivalen	Konserter, f.eks. Ariana Grande i Telenor Arena	NM innen ulike idrettsgrener	Paraidrett EM og VM i ulike grener
Midnight Sun Marathon	Metallica i Granåsen	NM i Blomsterdekoring	European & World Choir Games
Peer Gynt på Gålå	Sting på Beitostølen	NM i Speiding	EuroPride & WorldPride
Norsk Litteraturfestival	Turner av ulike kompanier innen teater, musikk og dans	Militært NM i ulike grener	Michelin Nordic Guide
Norseman Xtreme Triathlon		NM for Narkotikahunder	VM på ski for flyselskap
Ladies tour of Norway		NM i Brass	World Firefighter Games
Finmarkslopet		NM i Veteranhåndball	Invictus Games



Foto: Over Oslo / Visitnorway.com

Norske festivaler og Norske konsertarrangører

Norske festivaler er en nettverksorganisasjon med noen av landets største kulturfestivaler som medlemmer. Formålet er å styrke den kulturelle festivalens posisjon, gjennom felles kompetanseutvikling, kunnskapsproduksjon og formidling. Gjennom deltakelse i den offentlige politiske debatten, arbeider Norske festivaler med å bedre driftsforholdene for festivaler.

Norske Konsertarrangører er landets største interesseorganisasjon for konsertarrangører og festivaler. NKA legger til rette for kompetansedeling og nettverksbygging i arrangørbransjen, og skaper arenaer der arrangører kan møtes for å lære av hverandre. NKA jobber interessepolitisk for sine medlemmer, og tilbyr faglig opplæringsmateriell, kursing, veiledning og rådgivning. Som medlemsservice hjelper NKA arrangørene med juridiske tjenester, informasjonstiltak, støtte- og utvekslingsordninger, fordelaktige medlemsavtaler, samt å samle inn og spre kunnskap om konsertdrift i bred forstand.

Norges Idrettsforbund og Særforbundenes Fellesorganisasjon

Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité (NIF) er det øverste organ i Norges største folkebevegelse, med rett i underkant av 2.100.000 medlemskap fordelt på ca. 11 000 idrettslag, 17 idrettskretser og 55 særforbund. NIFs visjon er "idrettsglede for alle". Organisasjonen skal være en positiv verdiskaper for individ og samfunn og dermed styrke sin posisjon som folkebevegelse og drivkraft i samfunnet.

Særforbundenes Fellesorganisasjon (SFF) er en medlemsbasert interesseorganisasjon for særforbund og fleridrettsforbund tilsluttet Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité. SFF har som formål å arbeide for et større idrettspolitisk samarbeid mellom særforbundene og legge til rette for gode rammevilkår for særforbundene. SFF har siden 2013 arbeidet med å tilrettelegge for at særforbundene skal få bedre muligheter til å arrangere internasjonale mesterskap i Norge.

2.1.2 Omfang av arrangementer i Norge

Det er en utfordring å få en fullstendig oversikt over arrangementsmarkedet i Norge da ulike arrangementer favner om mange ulike områder.

Ifølge VisitNorway.no arrangeres det mer enn 900 festivaler årlig i Norge innen musikk, mat, film, teater, litteratur, dans, historie og mye mer. I 2018 ble det kartlagt 718 arrangører innen konserter og festivaler i Norge (Telemarkforskning 2019: Engasjement og arrangement) og i 2017 ble det solgt billetter til 28.000 musikkarrangement i Norge.

Innen idretten organiseres konkurranseaktivitetene hovedsakelig gjennom 55 særforbund, som for eksempel Norges Håndballforbund. I tillegg er det ulike lokale arrangementer som ikke er organisert gjennom særforbundene. Det er bredde-, elite- og mosjonsarrangement på alle nivåer, samt kvalifiseringer til disse.

Større internasjonale mesterskap i Norge 2016 - 2025:

- HellRX VM i Rallycross, Stjørdal (årlig)
- EM i Styrkeløft 2016, Førde
- VM i Skiskyting 2016, Oslo
- Ungdoms-OL 2016, Lillehammer
- Word Cup Skøyter 2017, Stavanger

- Sykkel-VM 2017, Bergen
- World Gym for Life 2017, Oslofjord Convention Center
- EM i Terrensykling 2019, Lillehammer
- EM i Karate 2019, Stavanger
- EM Friidrett for lag 2019, Sandnes
- VM i Hoppetau 2019, Oslofjord Convention Center
- World Mixed Doubles og World Senior Curling Championships 2019, Stavanger
- VM i Orientering 2019, Østfold
- Nordisk mesterskap i Karate 2020, Stavanger
- EM Håndball for herrer 2020, Trondheim
- EM Håndball for damer 2020, Stavanger, Trondheim, Oslo
- VM i Styrkeløft 2020, Stavanger
- VM på Skøyter 2020, Hamar
- VM i Maratonpadling 2020, Bærum
- VM i Bandy for damer 2020, Oslo
- VM i Bryting 2021, Oslo
- Para-VM Vinter 2021, Lillehammer
- EM Brass Band 2023, Stavanger
- VM Håndball damer 2023 (Sverige, Danmark og Norge. Arrangørsteder i Norge ikke bestemt)
- VM på Ski 2025, Trondheim (Trondheim er eneste søkerby. Formell avgjørelse i mai 2020).



Foto: Lars-Erik Blenne Lien / nxtri.com

Isklar Norseman Xtreme Triathlon tilrettelegger for turisme og forskningsprosjekter

Isklar Norseman Xtreme Triathlon har flere nyskapende og interessante aspekter, bla. samarbeid med Leger uten Grenser og hvordan arrangementet jobber med å bidra til mer oppmerksomhet rundt og aktivitet i lokalsamfunnene hvor den 226 kilometer lange konkurransen ferdes. Eidfjord og Rjukan er ikke lenger bare vertskap for en konkurranse, men vel så mye blitt opplevelsesdestinasjoner for verdens triatleter. Norseman har også i flere år hatt et samarbeid med forskere fra Idrettshøyskolen, Oslo Universitetssykehus og Sykehuset i Vestfold. Arrangementet tester deltagerens

fysiske grenser til det maksimale og har de siste årene hatt flere forskningsprogrammer innen blodprøver, temperatur, Omega-3 og lungefunksjon. Målet er å forstå mer om hvordan kroppen reagerer under ekstreme forhold.

2.2 Hvorfor satse på arrangementer? Potensiale for Norge og norske aktører.

Det er flere grunner til at Norge og norske aktører bør være vertskap for arrangementer:

- **Verdiskaping i norsk økonomi:**
Arrangementer kan føre til økt turisme og mer aktivitet i reiselivsnæringen.
Arrangementer kan bidra til å posisjonere og fremme Norge internasjonalt, og dermed styrke Norge som merkevare. Det kan gi økt salg av norske varer utenlands.
Arrangementer kan bidra til å samle ulike sektorer rundt felles målsettinger og dermed motivere til mer effektivsamhandling mellom disse, også i andre sammenhenger.
- **Regional utvikling:** Arrangementer kan gi flere tilreisende til en region, og bidrar slik til sesongutvikling, lønnsomhet og arbeidsplasser i reiselivsnæringen og for lokale leverandører. Varer og tjenester kjøpes ofte lokalt for å kunne gjennomføre arrangementet. Arrangementer kan gi økt samhandling mellom lokale aktører, og skaper ofte et stort engasjement, og de kan bidra til stedsutvikling i form av merkevarebygging.
- **For idrett:** Arrangementer gir idretten en plattform for rekruttering og gir utøvere inspirasjon og en mulighet til å vise seg frem. Arrangementet er på den måten et verktøy til utvikling for forbund, klubb og idrettskrets. Det å skulle arrangere et større mesterskap i fremtiden kan også fremme anleggsutvikling.

- **For kultursektor:** Konserter, festivaler og utstillinger gir utøvere og artister en scene og en arena hvor de kan formidle sitt budskap, sin kunstform og sitt produkt. Kulturarrangementer kan bidra til økt omsetning blant kulturaktørene og vekke mer interesse for kulturfeltet lokalt og regionalt. Både idrett- og kulturarrangement kan være en plattform for rekruttering av frivillige.

Dette er viktige årsaker til at Norge bør være vertskap for arrangementer. Noen av effektene vil komme mer eller mindre uavhengig av hvilken innsats som gjøres, men de ulike områdene kan og bør påvirkes for å styrke effektene for Norge.

Festivaler som viktige møteplasser for lokalsamfunn og turisme i distriktene

En doktorgrad fra Universitetet i Stavanger har belyst hvordan festivaler i rurale områder, kan være viktige for utviklingen av turisme og et gode for de lokale samfunnene rundt. Doktorgraden forsket blant annet på festivalenes rolle som katalysator for nye produktutviklinger innen reiseliv og arrangement, festivalenes rolle som identitetsmarkører for å styrke en tradisjonell identitet i samfunnet, og at nye ideer skapes på festivaler gjennom møter mellom turister og lokalbefolkningen.

Ringvirkingsanalyse av kulturfestivaler i Oppland

Østlandsforskning publiserte i oktober 2019 en rapport om økonomiske ringvirkninger av 8 kulturfestivaler i Oppland. Rapporten dokumenterer at festivalene er attraktive for det lokale publikum, at det er en stor andel frivillige involvert i festivalene, men at sysselsettingseffekten av festivalene er lav. Festivalene er et virkemiddel for regional utvikling. Det er et potensial for økt verdiskaping i regionen ved at arrangør kjøper flere varer og tjenester i regionen enn utenfor. Det er et økt publikumspotensial til festivalene og muligheter for større synergier og samarbeid mellom festivalene.

2.3 Hvordan utløse potensial tilknyttet arrangementer?

2.3.1 Utdringer for Norge som arrangørland

Tilbakemeldinger fra internasjonale forbund viser at Norges omdømme som arrangør av kultur- og idrettsarrangementer er godt. Norge oppfattes som velorganisert, pålitelig og troverdig, blant annet fordi norske arrangører oppfattes som gode på planlegging, mobilisering og profesjonell gjennomføring. Et annet fortrinn er at Norge oppfattes som vennlig, et land som får deltakere og publikum til å føle seg velkomne, noe som motiverer til gjensbesøk. En strategisk utvikling av Norge som arrangementsland gir derfor mulighet for å utvikle Norge som reisemål, også utenfor høysesong. Det kan bidra til å skape verdier og arbeidsplasser i norsk økonomi.

Aktører i Norge mener det er et uforløst potensial for verdiskaping innenfor arrangementsområdet. Norge har ingen «one-stop-shop» for internasjonale forbund og arrangører som ser Norge som mulig vertskap for fremtidige arrangementer. Dette gjør at Norge og norske aktører oppfattes som mer komplisert å forholde seg til enn mange andre aktører og land, noe som svekker Norges posisjon og konkurranseevne internasjonalt.

I motsetning til land som Danmark, New Zealand, Canada, Japan og USA har ikke Norge en nasjonal struktur som kan ivareta destinasjonenes og arrangørenes samlede behov for kompetanseoverføring og koordinering. Norske destinasjoner kan av og til konkurrere om de samme arrangementene, eller

ulike arrangement innen samme forbund, noe som er ressurskrevende. I Norge er det også mer uklart hvor og hvordan man kan hente offentlig støtte til arrangementer og hvilke kriterier som ligger til grunn for å få tildelt støtte.

For mange norske destinasjoner er det viktigere å utvikle eksisterende arrangementer enn å tiltrekke seg nye internasjonale arrangementer. Det er derfor viktig for destinasjonene å bygge kompetanse, slik at de mer effektivt kan videreutvikle sine arrangementer, samt søke på nye, om ønskelig.

I Norge finnes det ikke et felles system som sørger for å ivareta kompetansen etter avsluttet arrangement. I forbindelse med større mesterskap blir det ofte laget verktøy for å håndtere arrangementets behov, som enkelt kan tilpasses et nytt arrangement og nye arrangører. Dette gjøres ikke systematisk i dag, og verktøy som dette burde vært innhentet til gode for flere.

Bevisst strategi,
klare målsettinger,
avlet tankegang,
fokus på helheten

2.3.2. Visjon og ambisjoner: Norge som arrangørland 2030

I 2030 bidrar arrangementer i Norge til verdiskaping innenfor bærekraftige rammer. Det er samtidig forståelse for at idretts- og kulturaktører har egne målsettinger med sine arrangementer.

Idretts- og kulturaktører samarbeider med reiseliv, øvrig næringsliv og det offentlige med å tiltrekke og utvikle idrett- og kulturarrangementer som er innovative, bærekraftige og som skaper verdier for Norge. Arrangementer stimulerer til innovasjon, og næringslivet er bevisst på at arrangementer gir mulighet til å vise frem og utvikle nye produkter og tjenester. Suksesshistoriene brukes for å mobilisere og engasjere arrangører til å øke innovasjonsgraden ytterligere i sine arrangementer.

Norge er posisjonert internasjonalt som et innovativt vertskapsland, som gjennomfører profesjonelle og bærekraftige arrangementer med tydelige verdier til grunn. Et sterkt omdømme som arrangørnasjon bidrar til å styrke Norges merkevareplattform og overordnede omdømme internasjonalt. Norske destinasjoner har erfart at arrangementer bidrar til å bygge deres omdømme som reisemål. Arrangementer er en del av opplevelsesnæringen lokalt og bidrar til stedsutvikling, helårige arbeidsplasser i Norge, utvidede sesonger for reiselivsnæringen og til økt lønnsomhet.

I tillegg lykkes aktørene godt med å hente ut synergier fra sitt samarbeid, og slik at kunnskap, kompetanse og erfaringer deles i stor grad på tvers av sektorene. Arrangører, destinasjoner, kommuner, fylkeskommuner, idrett og kultur tilrettelegger for de riktige arrangementene i Norge gjennom et nasjonalt organ. Dette letter hverdagen og effektiviserer ressursbruken til arrangørene betraktelig. Et nasjonalt system for finansiering av og søking om arrangementer er etablert, noe som kommer involverte aktører i hele Norge til gode.

Det er et sterkt fokus på å aktivere og evaluere effektene av arrangementer, både de direkte og indirekte. Dette er kunnskap som aktivt benyttes av interessenter i valget av de riktige arrangementene å søke om og hvilke eksisterende arrangementer som bør videreutvikles. Dette er kunnskap som utvikles og deles av en nasjonal enhet.

Foto: Geir Stian A. Larsen / Finnmarkløpet



Sport Event Denmark

Sport Event Denmark (SED) har siden opprettelsen i 1995 vært avgjørende for å søke og vinne flere store arrangementer til Danmark, i nært samarbeid med idretten og destinasjonene. SED er hovedsakelig finansiert gjennom staten, Danske Loterispil og Klasselotteriet. Organisasjonen er not-for-profit og bidrar til å finansiere søknadsprosesser, forhandle avgifter med internasjonale forbund og tildeler økonomisk støtte til gjennomføringen av arrangementer. I 2019 tildelte SED økonomisk støtte til 16 ulike arrangementer, både søknadsprosesser, ekstrabevilgninger, støtte til gjennomføring og underskudds garanti. Arrangementene som fikk støtte i 2019 ble gjennomført i 2018, 2019 og planlagt gjennomført frem til 2025.

Global Sports Impact Report

Global Sports Impact (GSI) Report er et resultat av Global Sports Impact prosjektet som utarbeides av SportCal som er et byrå. GSI prosjektet har utviklet en metode for å måle effektene som følger av arrangementer for en region. Det måles effekter på økonomi, reiseliv, arrangementsopplevelsen, media, sosiale medier, sponsormidler, idretten, sosiale effekter, bærekraft og arv. Rapporten publiseres årlig og den analyserer, sammenligner og måler store arrangementer og deres effekter gjennom GSI prosjektets metode. Ifølge Global Sports Index Report 2018 ligger Norge på en 22. plass på GSI Ranking for tildelte arrangementer i verden. Danmark ligger på 9. plass på samme rangering. På GSI Nations Index 2018 som måler gjennomførte arrangementer per år ligger Norge på 24 plass på rangeringen, og på Future GSI Nations Index – Top 10 (2019-2025) ligger Danmark på 10. plass, mens Japan, Kina og USA topper rangeringen.

2.3.3. Utvikling av en nasjonal strategi for arrangementer
Norway Convention Bureau har siden 2012 ledet en satsing på arrangementsturisme i Norge. Satsingen var finansiert av destinasjonsselskapene i Norge og med bedriftsnettverksmidler fra Innovasjon Norge. Målsettingen har vært å få flere internasjonale idrett- og kulturarrangementer som øker besøkstrafikk til destinasjonene. I februar 2018 ble Norway Convention Bureau en integrert del av Innovasjon Norge og Visit Norway.

I Regjeringens stortingsmelding «Opplev Norge – Unikt og eventyrlig» i 2017 fikk Innovasjon Norge i oppgave å levere en nasjonal arrangementsstrategi for Norge. I stortingsmeldingen står det: «En strategisk utvikling av arrangementsturisme kan gi et reisemål grunnlag for mer helårsturisme og økt verdiskaping i bred forstand, i både nærings- og samfunnsnivå. Innovasjon Norge vil, i samarbeid med byene, utvikle en nasjonal arrangementsstrategi for hvordan Norge kan tiltrekke seg internasjonale idretts- og kulturarrangementer som kan gi grunnlag for økt verdiskaping i reiselivsnæringen.» (s. 42)

I regjeringens strategi for Kultur og Reiseliv (2019) står det også: «5.4 Tiltak: Regjeringa vil legge til rette for å utvikle Noreg som reisemål basert på kulturarrangement. Regjeringa har gitt Innovasjon Noreg i oppdrag å legge fram ein nasjonal arrangementsstrategi, mellom anna for å utvikle Noreg som arrangementsbasert reisemål.» (s. 66) og «6.2: Ei koordinert marknadsføring av Noreg som kulturdestinasjon. (...) Særleg i samband med store kultur- og reiselivsarrangement er eit godt samarbeid mellom norske aktørar viktig for å utløse synergieffektane. Mange av arrangementa har eit betydeleg potensial for omdømme- og merkevarebygging, og kan bidra til å auke interessa for Noreg som reisemål» (s. 73).

Arbeidet med en nasjonal arrangementsstrategi
I oktober 2018 begynte arbeidet med en nasjonal arrangementsstrategi. Arbeidet ble ledet av Innovasjon Norge, med bistand fra det internasjonale konsulentselskapet Burson, Cohn & Wolfe (bcw). Det ble opprettet en styringsgruppe bestående av:

- Region Stavanger, ved Anette Larsen Bognø
- Trøndelag Fylkeskommune, ved Per Lund
- Arena Oslo, ved Tormod Olsen
- Norges Idrettsforbund, ved Niels Røine og Torstein Busland
- Særforbundenes Fellesorganisasjon, ved Terje Jørgensen
- Innovasjon Norge, ved Bente Holm, Frode Aasheim, Bjørn Krag Ingul og Birgitte Nestande

Det var et sterkt fokus på at strategiprosessen skulle være så inkluderende og involverende som mulig. Det ble gjennomført tre åpne workshops med tilsammen over 100 deltagere for å få et så godt grunnlag som mulig og for å skape eierskap og engasjement hos interessentene. Det ble sendt ut spørreundersøkelser i etterkant av workshopene som også ga verdifull innsikt, og det har blitt oppfordret å komme med innspill til strategien. Det har blitt gjennomført fire møter med styringsgruppen mellom oktober 2018 og april 2019, samt flere møter og diskusjoner med enkeltaktører frem til november 2019.

En nasjonal strategi vil styrke innsalget av Norge som destinasjon og arrangør innenfor idrett og kultur

Under workshopene tok diskusjonene utgangspunkt i følgende spørsmål:

1. Hvorfor bør Norge være vertskap for arrangementer?
2. Hvilke strategiske retninger bør prioriteres?
Hvilke veivalg og kriterier kan bidra til å utløse potensialet ved norske arrangementer?
3. Hvordan bør Norge tilrettelegge for nye og etablerte arrangementer?



Foto: Rune Dahl / Arctic Race of Norway

Mål for Norge: Viktigste overordnede mål de kommende år				
Mål for arrangementer: Viktigste områder hvor arrangementer kan bidra til de overordnede målene				
Hvilke: Tilnærminger				
Aktiviteter: Innen kultur- og idrettsområdet	Tidspunkt: Sesongmessig fokus eller bestemte år?	Type arrangement: Store etablerte / nye, rullerende / faste?	Rekkefølge: Strategisk tilnærming fra for eksempel flere små til ett stort?	
Hvordan: Gjennomføring				
Struktur: Hvem skal involveres og hvordan organisere arbeidet?	Kommunikasjon: Hva er hovedbudskapet om arrangementer i Norge?	Evaluering: Systemer for evaluering før og etter?	Aktivering: Sikre at arrangementer bidrar til at målene nåes?	Finansiering: Av nye eller eksisterende arrangementer?

Arctic Race of Norway (ARN) og Hyundai

Hyundai, som leverte samtlige 120 følgebiler til Arctic Race of Norway 2019 hadde et ønske om å benytte elbiler under arrangementet. Det var en utfordring med mangelfull ladeinfrastruktur så ARN kontaktet lokale kraftleverandører i Nord-Norge, som sammen utviklet en mobil løsning for lading av elbilene under rittet. I 2019 var 46 av 120 biler elbiler, med mål om at om tre år vil samtlige biler være elbiler. For ARN er det viktig å bidra til en positiv utvikling for Nord-Norge. De mobile ladestasjonene som ble brukt under sykkelrittet skal også benyttes under andre idrett- og kulturarrangementer i landsdelen.

Michelin Nordic Guide til Trondheim 2020

I juli 2019 ble det annonsert at Michelin Nordic Guide ble lagt til Trondheim i februar 2020. Arrangementet deler ut Michelin-stjerner til restauranter i de nordiske landene, og det følger mye oppmerksomhet rundt arrangementet. Det vil være viktig for Trondheim å se på hvordan dette arrange-

mentet kan ha en større og langsiktig effekt for matnæringen, reiselivsnæringen, merkevarebyggingen av Trondheim og samarbeidet mellom de ulike aktørene lokalt. Jonas Andre Nåvik, eier og restaurantseier ved Fagn som har en stjerne i Michelin-guiden, mener det er bra for hele regionen at utdelingen nå kommer til Trondheim. Han ser frem til å få enda flere matinteresserte på besøk til byen han selv bor og jobber i. - «Det er bare å kvesse knivene og jobbe på. Jeg tenker at jeg må holde stjerna!» sier han i et intervju til Godt.

Arena Oslo:

Arena Oslo er en næringsutviklende klynge med 46 medlemmer. Klyngen er et aktivt nettverk som skal bidra til økt samarbeid på tvers av næringer, kunnskapsdeling, innovasjon og bærekraft. Slagordet beskriver formålet til bedriften; The Smart Event City, og skal gjøre byen smartere ved å identifisere muligheter og utvikle Oslo som event by. Arena Oslo er en del av Norwegian Innovation Clusters.

3.

Innsatsområde A: Strategiske veivalg og tydelige retningslinjer



3.1 Strategiske veivalg for å utløse potensialet ved arrangementer

De strategiske veivalgene skal være virkemidler for å nå strategiens overordnede mål.

Hvis Norge og norske arrangører skal lykkes med å tiltrekke seg nye internasjonale arrangementer i et svært konkurranseutsatt marked, er det behov for å differensiere Norge fra våre konkurrenter. Det er behov for å kommunisere våre fokusområder og fortrinn som arrangør tydeligere, både nasjonalt, for å skape engasjement blant lokale aktører, og internasjonalt, når Norge søker om nye arrangementer.

Innovasjon og bærekraft er valgt ut som strategiske prioriteringer. De to retningene er valgt med utgangspunkt i behovet for å:

1. Styrke og synliggjøre koblingen mellom Norges og arrangementers målsettinger.
2. Styrke arrangører og destinasjoners evne til å bidra til å nå de felles nasjonale målene.
3. Gi et nytt og oppfrisket perspektiv og målsettinger til arrangementsvertskap

Det vil være viktig å bistå idrettens og kulturens egen satsing på arrangementer. Idretten og kulturen har egne mål for sine arrangementer, og forutsetningene for å lykkes vil være best når dette tas hensyn til slik at de vil kunne nå sine egne definerte mål. Da vil de i større grad kunne bidra til det nasjonale målet om økt verdiskaping ved å fremme og stimulere til innovasjon.

3.1.1 Strategisk veivalg 1: Innovasjon

Gjennom workshops og spørreundersøkelsene har begrepet «innovasjon» blitt etablert som en strategisk idé, og et verktøy blant de involverte aktørene. Ved å benytte idrett- og kulturarrangement som en plattform for å fremme innovasjon, kan Norge posisjoneres internasjonalt som et innovativt land, og stimulere og oppmuntre til ytterligere innovasjon nasjonalt. I tillegg kan innovasjon tilføre enkeltarrangører og deres samarbeidspartnere langvarige og verdifulle gevinster. Det kan bidra til å nå både Norges, idrettens og kulturens målsettinger.

Hva er Innovasjon:

EU definerer innovasjon som: «Innovasjon er prosessen som leder til et nytt eller forbedret produkt, eller tiltak som vil forbedre tjenester eller løse samfunnsmessige behov. Det handler om å tilføre samfunnet økonomisk verdi enten konkret eller for eksempel gjennom effektivisering av prosesser».

Å benytte innovasjon som et strategisk verktøy og en retning vil bety:

- **Å fremme Norge som et sted for innovasjon (internasjonalt)**
Det satses på å posisjonere Norge som en pionér for innovative og bærekraftige løsninger i større grad. Arrangementer er et godt verktøy for å tiltrekke oppmerksomhet, og kan brukes for å demonstrere kompetanse på ulike områder. Det kan påvirke folks oppfatning om Norge, norske produkter og bedrifter.
- **Å oppmuntre og stimulere til innovasjon (nasjonalt)**
Arrangementer gir også private og offentlige aktører en mulighet til å teste eller vise frem nye produkter, teknologier, eller nye måter å gjøre ting på. Det kan også bety nye samarbeidsformer mellom arrangører og privat næringsliv som sammen kan utvikle nye og mer effektive løsninger. Det vil kunne redusere utgiftene og øke inntektene for de involverte partene.

Norge som arrangørland kan bidra til økt innovasjon innen disse tre hovedområder:

1. Sosialt

Sosial innovasjon defineres ifølge Store Norske leksikon som en samlebetegnelse for tiltak der det utvikles nye løsninger hvor de substansielle forbedringene i samfunnet anses viktigere enn kommersielle resultater i seg selv. Idrett- og kulturarrangementer kan bidra til å diversifisere Norges tilnærming til sosial innovasjon, men ikke minst posisjonere og vise frem nye løsninger. Dette inkluderer programmer og ideer som omhandler for eksempel integrering, frivillige og inkludering.

2. Økonomisk

Arrangementer kan gi en plattform og arena for oppstartsbedrifter og små- og mellomstore bedrifter hvor de kan teste og vise frem sine løsninger og gi de nye forretningsmuligheter. I

flere land i verden er også arrangementer en katalysator for å skape innovasjons-hub'er – og Norge bør spille en rolle innen denne voksende sektoren.

3. Miljø

Norge er en pionér innen fornybar energi og miljøteknologi og det investeres i å finne smarte løsninger på miljøutfordringer. Arrangementer kan være en plattform for å promotere, vise og teste morgendagens løsninger innen miljøutfordringer.

Dersom arrangementsstrategien og en nasjonal satsing klarer å tilrettelegge for, og stimulere til økt innovasjon innen disse tre områdene vil det kunne bidra til nye og flere effekter, og økt verdiskaping innen bærekraftige rammer. Det vil kunne stimulere og påvirke arrangører til å tenke nytt når det gjelder sitt arrangement.

Foto: Sune Eriksen / Region Stavanger



Foto: Alexis Berg / The Arctic Triple

Arctic Race of Norway (ARN) og Bufetat, Region Nord

Siden 2015 har Bufetat og ARN hatt en samarbeidsavtale hvor Bufetat benytter arrangementet som en plattform for å øke rekruttering av fosterhjem. Til vanlig har Bufetat i gjennomsnitt 7,4 henvendelser per uke om å bli fosterhjem. Uka under og etter arrangementet i 2019 fikk Bufetat til sammen 37 henvendelser. I Nord-Norge økte antall henvendelser med 153%, men for avdelingen i Sortland, hvor arrangementet var, var økningen på 400%. «Behovet for fosterhjem er størst for tenåringer. Vi vet at vurderingstiden om å bli fosterhjem kan variere fra måneder til flere år. De fleste venter lenge før de tar kontakt. ARN har tydeligvis blitt en åpen og trygg arena for å kontakte oss. Samarbeidet med Arctic Race of Norway er også med på å bryte ned fordommer rundt temaet fosterhjem og barnevern, og bidrar til større åpenhet. Det kan være med på å gjøre hverdagen lettere for barnevernsbarn», sier Pål Christian Bergstrømi Bufetat, region Nord.



Le Tremplin: verdens første idrett og innovasjons inkubator, Paris

Le Tremplin, som oversettes til springbrett, er verdens første inkubator for idrett og innovasjon, og samler 60 idrettsrelaterte start-ups og 30 større bedrifter innen mentorprogrammer, workshoper, konferanser og arrangementer. Målet er å gi gründere et miljø for å stimulere til vekst og innovasjon innen idrett og industrien som leverer varer og tjenester til idretten. En slik inkubator åpner dørene for gründere og gir nye og større forretningsmuligheter, også for idretten. Norwegian Sport Tech Federation ble etablert i 2019 og kan være en naturlig samarbeidspartner for et slikt prosjekt i Norge.

Mobilise og VM på Ski 2011

I forbindelse med VM i Nordiske Grøner 2011 i Oslo ble det utviklet et system for å rekruttere, håndtere, drive med opplæring og kommunisere med de 2500 funksjonærene under arrangementet. Systemet fungerte utmerket, og de fikk raskt henvendelser fra andre arrangører. Det førte til at Mobilise ble etablert som eget selskap i 2011 og de har i dag kontor i Oslo og Stockholm, og 6 ansatte. De har ca. 100 aktive kunder, blant annet Øyafestivalen, World Cup Holmenkollen, Vasaloppet, Bergen Kommune, EM i Håndball 2020, Nobel instituttet, VM i Skiskyting og Kirkens Nødhjelp. Mobilise har utviklet portaler for festivaler, sport, valg og crew-håndtering.

3.1.2 Strategisk veivalg 2: Bærekraft

Bærekraftig utvikling defineres som «utvikling som imøtekommer behovene til dagens generasjon uten å redusere mulighetene for kommende generasjoner til å dekke sine behov» (Brundtlandrapporten, 1987).

Bærekraftige prinsipper og mål om en bærekraftig utvikling bør ligge til grunn i alle handlingsplaner og strategier som utvikles i dag, også for arrangementer i Norge.

En nasjonal strategi skal bidra til å sikre at nye arrangementer i Norge bidrar til økonomisk, sosial og miljømessig bærekraft. I kombinasjon med et fokus på innovasjon bør arrangementer kunne være en plattform for å teste nye løsninger som kan gi nye effekter. Arrangører i Norge bør påvirkes og oppmuntres til å gjøre sine arrangementer mer bærekraftige, samtidig som de utfordres til å vurdere samarbeidspartnere også ut fra deres evne til å gjøre arrangementet mer bærekraftig.

Mange arrangører i Norge jobber aktivt med bærekraftsperspektivet og det er en økt bevisstgjøring om at bærekraft innebærer både økonomi, samfunn og miljø. Samtidig er nok mange arrangører mest opptatt av den tekniske gjennomføringen av sitt arrangement og å oppnå gode økonomiske resultater. En nasjonal satsing på arrangementer bør bidra til å utfordre dette i større grad.

I Norge er det per dags dato ikke krav til for eksempel miljøsertifisering av arrangement, og mange lener seg på anlegg og arena for å minimere de negative effektene som kan oppstå på miljøet. Det finnes flere organisasjoner, som for eksempel Miljøfyrtårn, som kan sertifisere arrangementer, og flere er i dag sertifisert. Arrangører i Norge anbefales å benytte Standard Norges ti råd for bærekraftige arrangement og større internasjonale arrangement med statlig støtte bør gjennomgå en form for miljøsertifisering.

Arrangører bør oppfordres til å se til FNs Bærekraftsmål som et verktøy for å videreutvikle sitt eget arrangement. Ski Tour 2020 (World Cup Langrenn) har etapper fra Østersund, Åre, Storlien-Meråker til Trondheim, og er et eksempel på hvordan man som arrangør kan ta for seg bærekraftsmålene og benytte de i praksis. Her har de gjort en rekke tiltak innen flere av bærekraftsmålene, bla. obligatorisk tog mellom etappene for utøvere, samme distanse for menn og kvinner, fossilfri løypepreparering og utdanningsprogram for unge frivillige. Flere arrangører benytter bærekraftsmålene som grunnlag for en bærekraftstrategi. Eksempler på dette er Norway Cup og Holmenkollen Skifestival.

Standard Norge,
10 råd for bærekraftige arrangement



Foto: Joakim Mangen / Vinjerock

Oslo Bislett Games

Etter 29 år som hovedsponsor for Bislett Games trakk ExxonMobil seg i 2016, noe som førte til at Bislett Games måtte snu seg rundt i jakten på nye sponsorer og samarbeid. De inngikk et samarbeid med Storebrand og miljøbevegelsen ZERO og sammen har de snudd alle steiner på jakt etter måter å redusere CO2-utslippene knyttet til arrangementet. Dette arbeidet har blant annet ført til at arrangementet har blitt Miljøfyrtårn og i 2017 reduserte de utslipp innen transport med 49% ved bruk av fossilfrie transportmidler, samt EL-buss, trikk og tog. I tillegg til kildesortering, har Bislett Stadion solcellepanel på taket for å kutte strømforbruk. Bislett Alliansen jobber aktivt for å forbedre sitt bærekraftarbeid gjennom ISO standarden for bærekraftige arrangement 20121.

Vinjerock: Festival med en tydelig miljøprofil

Vinjerock er en musikkfestival som går over tre dager i juli hvert år. Festivalen har i tillegg til et rikt konsertprogram, aktiviteter i fjellheimen og fokus på gode lokale matvarer. I tillegg er festivalen miljøfyrtårnsertifisert, og har en tydelig miljøprofil. «Vinjerock skal vera ein musikkfestival som blir gjennomført med minimal påverknad på nærliggande natur. Å halde til i eit nabolag med Jotunheimen og dei høgste fjelltoppane i Nord-Europa, massive isbrear og krystallklare fjellvatn gir oss både forpliktingar og inspirasjon. Vinjerock skal vera ein leiende aktør i Norge på å arrangere festivalopplevingar i naturen, og i pakt med naturen.»

3.2 Anbefalte kriterier for utvikling og valg av arrangementer

Større internasjonale arrangementer har ofte en lang tidshorison fra søknadsprosess og planlegging, til gjennomføring og evaluering. Søknads- og planleggingsfasen kan skape innovasjon og nye samarbeid regionalt og nasjonalt, og dette bør stimuleres til i større grad. Det bør i sees til kriteriesettet fra begynnelsen av planleggingsfasen slik at det er mulig å påvirke effektene arrangementet vil gi Norge, og at arbeidet prioriteres i henhold til betydning for måloppnåelse

3.2.1 Grunnleggende forutsetninger

Arrangementer skal følge norske lover og prinsipper som åpenhet, likestilling, godt styresett og anti-doping. Dette er forutsetninger som bør følges i tildelingsprosesser av internasjonale, rullerende arrangement. Selv om mange rettighetshavere har forbedret deres prosess for valg av vertsbyer og regioner for sine arrangementer, er det fortsatt eksempler hvor dette ikke er tilfelle. For eksempel bør dette bety at internasjonale idrettsarrangementer som ikke følger retningslinjer innen dopingreglement fra World Anti-Doping Agency (WADA) og Antidoping Norge, ikke vil få offentlig støtte.

Dette er en forutsetning for arrangementer som enten søkes om eller etableres i Norge, og å ha dette som en forutsetning er allerede en innovasjon i seg selv. Det er viktig å vise frem Norges verdier på dette området.

3.2.2 Høyt prioriterte kriterier

- **Fleksibilitet - Arrangementer bør ha rom for innovative løsninger**

Når arrangementer i Norge skal brukes som et verktøy for å fremme og stimulere til innovasjon må det være mulig å forhandle med rettighetshavere om å finne rom for innovative løsninger. Det kan være å organisere arrangementet på nye måter, åpne opp for nye samarbeidspartnere eller se på hvordan arrangementet kan benyttes på andre områder enn opprinnelig tenkt, slik at det også skaper verdier for flere aktører.

VM i Bryting 2009 i Herning, Danmark og VM i Bryting 2021 i Oslo

Herning var vertskap for VM i Bryting i 2009 og så på arrangementet som en måte å øke innsatsen mot, og integreringen av, flyktninger i og rundt Herning, hovedsakelig fra Afghanistan, Iran og Irak hvor bryting er nasjonalidrett. Det ble utviklet flere programmer for å engasjere disse ofte utestengte gruppene, inkludert kvinner som ikke var integrert i utgangspunktet, og den generelle evalueringen av innsatsen var svært positiv. Norges Bryteforbund skal arrangere VM i Oslo i 2021, og et av målene er å benytte arrangementet som en arena for økt inkludering og integrering.

- **Bærekraft - Arrangementer bør ha et bærekraftperspektiv**

Det er en risiko for at arrangementer kan ha en negativ påvirkning på økonomien i prosjektet, miljø eller menneskene som er involvert. Det vil derfor være nødvendig å velge arrangementer som har et bærekraftperspektiv, og som tar sikte på å oppnå eller styrke økonomisk lønnsomhet, samfunnsmessige effekter og som håndterer klima- og miljøhensyn på en innovativ måte.

3.2.3 Medium prioriterte kriterier

- **Lokalt engasjement - Arrangementer bør gi muligheter for sterkt lokalt engasjement og regional betydning**
Idrettsklubbene, den lokale kulturinitiativtakeren, miljøet rundt, samt et lokalt eierskap er essensielt for at et arrangement skal lykkes. Den beste måten å sikre at arrangementet får positive ringvirkninger er å aktivt involvere lokale interessenter som privat næringsliv, men også frivillige. Det er derfor viktig at de gis mulighet til å bli involvert i organiseringen av arrangementet. Lokalsamfunnet må føle eierskap til disse arrangementene. Det vil også være viktig å vurdere betydningen har for regionen, økonomisk og for de engasjerte miljøene.
- **Relevans og oppmerksomhet - Arrangementer bør være relevante og ha betydning for en større gruppe interessenter, eller svært relevante for en mindre gruppe**
Arrangementer bør ha potensial til å vekke interesse for et større publikum, eller være svært relevante for et mindre publikum. For å nå et større publikum bør et arrangement kunne skape oppmerksomhet i media. Imidlertid kan det være riktig å vurdere arrangementer som vil nå et mindre publikum, gitt muligheten til å kapitalisere på innovasjon rettet mot denne gruppen.



Foto: Tommy Skauen / Norges Bryteforbund

- **Tidspunkt - Arrangementer bør foregå utenfor høysesong**
Norge er et populært turistmål, og belastning på viktige tjenester som transport og overnatting er i perioder stor. Samtidig er dette tjenester som er svært viktig for gjennomføring av arrangementer, så man bør tilstrebe at disse legges utenom høysesong. Ved å balansere antall besøkende vil også turismen bli mer bærekraftig samt at arrangementer i større grad kan bidra til sesongutvikling utenfor høysesong.

3.2.4 Tilleggskriterier

- **Kontinuitet - Arrangementer bør allerede være etablerte, men fokusere på nye måter å organisere dem**
Generelt er det lettere å innovere når arrangementer allerede er etablert, fordi de allerede har en opparbeidet tillitt mellom samarbeidspartnere, sponsorer og reiselivsnæring. Det vil være synligere å fremme innovasjon i et allerede etablert arrangement. For en destinasjon vil det gi en viss kontinuitet gjennom årene og forsterker muligheten til å utvikle langsiktige effekter. Når det jobbes mot å tiltrekke nye arrangementer bør de andre kriteriene vektas tyngre.

- **Synergi - Arrangementer bør utfylle hverandre og skape en synergieffekt**
Hvert arrangement bør utfylle hverandre på en måte som skaper synergieffekter og reell merverdi. En måte å gjøre dette på er å sikre at arrangementer virkelig passer inn i strategien og bidrar til de overordnede målene for innovasjon. "Helheten er større enn summen av delene".

Arrangementsmarkedet er svært dynamisk, og noen arrangementer vil ikke møte en eller noen av disse kriteriene, men de kan, for ulike lokale eller regionale grunner, gi en attraktiv ad-hoc mulighet. Det bør derfor være mulig å bestemme seg for å være vert for et arrangement av denne typen som et unntak, men nøkkelen er å erkjenne at arrangementet er et unntak og ikke passer inn i den overordnede strategien.

4.

Innsatsområde B: Tilrettelegging for å nå målene – gjennom et nasjonalt ressurscenter



4.1 Hvorfor et nasjonalt ressurscenter?

For å lykkes med å få flere internasjonale arrangementer til Norge og utløse potensialet i nasjonale arrangementer, må det tilrettelegges for en effektiv satsing som støtter opp om nasjonale og lokale mål. Resultatet vil bli best når alle drar i samme retning.

Det tar tid å bygge arrangementskunnskap både for samfunnet, de som arrangerer og de som skal besøke arrangementet. Derfor blir langsiktighet og forutsigbarhet viktig.

Det er et behov for å styrke arrangører og destinasjoners evne til å bidra til å nå de felles nasjonale målene. Det er rom for å fremme Norges posisjon som vertskap for internasjonale arrangementer ytterligere, samtidig som samhandlingen mellom og kompetansen blant de ulike aktørene involvert i arrangementer må styrkes. Dette kan bidra til å utvikle og utløse mer av potensialet i hvert arrangement og redusere kostnadene ved det.

Det anbefales derfor å opprette et nasjonalt ressurscenter som skal legge til rette for arrangementer i Norge og styrke samhandling og kompetansen mellom de ulike aktørene. Et ressurscenter vil stimulere til vekst gjennom innovasjon innen arrangementer, og vil kunne bidra til målsettingen om økt verdiskaping innen bærekraftige rammer.

Et nasjonalt ressurscenter vil i hovedsak tjene to formål:

Formål nr. 1 - Tiltrekke internasjonale arrangementer:

Nasjonalt:

- Bistå ved nasjonale og internasjonale søknadsprosesser.
- Kan gi råd ved forhandlinger av arrangement.

Internasjonalt:

- Markedsføring Norge som arrangørland.
 - Være et kontaktpunkt for internasjonale aktører som vurderer Norge som fremtidig arrangørland.
- Formål nr. 2 - Tilrettelegge for å styrke kompetanse, utvikling og samhandling nasjonalt:**
- Stimulere og tilrettelegge for kompetanseheving.
 - Økt samhandling mellom de ulike aktørene.
 - Utarbeide en erfaringsdatabase over arrangement i Norge.
 - Konkretisere handlingsplaner og verktøy for evaluering og aktivisering av arrangement.
 - Gi råd og opplyse arrangører om mulige miljøsertifiseringer for arrangementer, samt sparringspartner for tiltak rettet mot bærekraft i arrangementer.

Etableringen av et nasjonalt ressurscenter for arrangementer og arrangementsturisme vil ha en betydning for flere aktører. Et nasjonalt ressurscenter vil kunne bidra til å kvalitetssikre søknadsprosesser og også benytte selve prosessen til å koble arrangør opp mot aktuelle innovasjonsmiljøer og samarbeidspartnere. På denne måten vil også søknadsprosessen kunne bidra til utvikling, kompetanseheving og kunnskapsutveksling og stimulere til innovasjon.

Gjennom kompetansedeling og kunnskapsoverføring vil arrangører kunne unngå å gjøre de samme feilene igjen, samt gi hverandre gode eksempler og inspirere til etterfølgelse. Arbeidet vil kunne settes i system i større grad gjennom et nasjonalt ressurscenter, som vil ha fokus på hele Norge, hele året. Dette i samsvar med nasjonale handlingsplaner for reiseliv, de ulike sektorene, samt gjeldende kultur- og idrettspolitikk.

Ressurscenteret vil fungere som en minnebank for arrangementer og bidra til å samle evalueringer, undersøkelser, statistikk og ressurser til nytte for alle. Ressurscenteret bør etablere en felles verktøykasse for arrangører i Norge. Siden arrangementer i stor grad er prosjektbasert, forsvinner ofte kunnskapen etter arrangementene. Målet må være at ressurscenteret kan samle disse erfaringene og verktøyene til nytte for alle. Alle byer og regioner skal ha lik tilgang til å samarbeide med ressurscenteret.

Hele Norge, hele året.

Ifølge en rapport av Burson Cohn & Wolf vil et nasjonalt ressurscenter kunne føre til effektivisering og økonomiske gevinster. Et nasjonalt ressurscenter vil kunne bidra til å redusere de samlede kostnadene knyttet til arrangementer ved å:

1. Inneha internasjonal markedskunnskap, nettverk og erfaring, som gjøres tilgjengelig for norske forbund som forhandler om arrangementer og markedsrettigheter.
2. Forhandle flere arrangementer parallelt for flere destinasjoner i Norge.
3. Være en nøytral partner, uten direkte tilknytning til internasjonale forbund, noe som kan være nyttig i forhandlinger om markedsrettigheter. Et ressurscenter vil ikke være på virket av andre faktorer enn å sikre en så god avtale for Norge som mulig.
4. Koordinere søknadsprosesser nasjonalt, og internasjonalt, for å sikre at det ikke brukes unødvendig mye ressurser lokalt. I tillegg vil et ressurscenter kunne koordinere markedsaktiviteter internasjonalt, noe som gjør at destinasjoner og forbund vil kunne benytte ressursene bedre.
5. Bli en foretrukket og kjent partner internasjonalt, når det skjer raske endringer internasjonalt og et forbund er på utkikk etter et land eller by som kan ta på seg et arrangement på kort varsel.

Potensielle økonomiske gevinster ved et nasjonalt ressurscenter:

1. Kompetanseoverføring som kan spare kostnader og øke inntekter for arrangør.
2. Effektiv aktivering av arrangement vil kunne sikre større effekter for flere.
3. Å utvikle og sikre et system for evaluering vil kunne styre satsingen i større grad, samt bidra til å unngå samme feil flere ganger.
4. Gjennom å mobilisere og koordinere næringsliv og mulige sponsorer.

Vi må unngå at det vert nytta mykje ressursar til intern konkurranse mellom ulike byar/regionar i Norge og samstundes ivareta dei beste lokale initiativa!

4.2 Posisjonere og fremme Norge som arrangørland

Norge ønsker å styrke sitt omdømme som et innovativt arrangørland nasjonalt og internasjonalt. I dag er det ingen felles kommunikasjonsstrategi som omhandler arrangementer i Norge. Det er behov for å koordinere og styrke budskapet om at arrangementer er en plattform for å drive frem og vise innovative løsninger. Hovedbudskapet om innovasjon er det samme for et nasjonalt og internasjonalt publikum:

- På internasjonalt nivå: motivere og overbevise målgruppen om å velge Norge som arrangørland fordi det gir en mulighet til å teste og demonstrere innovasjon innen arrangementer.
- På nasjonalt nivå: bevisstgjøre og motivere målgruppen om viktigheten av idrett- og kulturarrangement for å bidra til økt innovasjon. Målet er å vise at en slik tilnærming kan stimulere og fremme innovasjon i Norge.

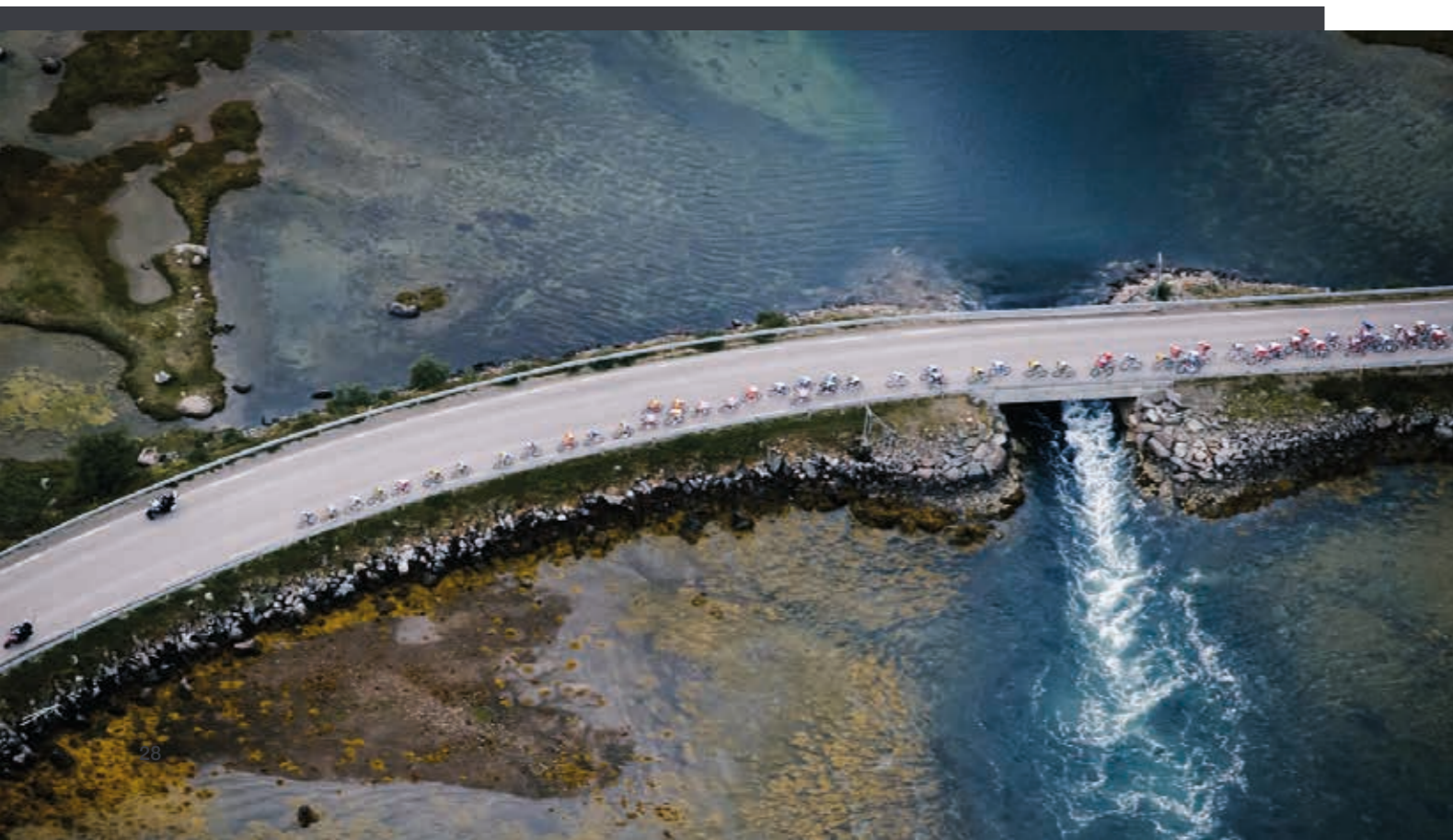
Innovasjon Norge har utarbeidet en ny merkevareplattform for Norge internasjonalt, hvor budskapene som skal kommuniseres er:

- **Pioneering sustainability**
- **Powered by nature**
- **Built on equal opportunities**
- **North of the ordinary**

Disse budskapene kan benyttes og utvikles når man kommuniserer Norge som et innovativt arrangørland. Arrangementer vil dermed kunne bidra til å styrke Norges posisjon og omdømme internasjonalt.

Da ressurscenteret skal jobbe internasjonalt med å posisjonere Norge, bør det gis et internasjonalt navn som fremmer Norge og samtidig er enkel å identifisere som enheten ansvarlig for arrangementer. Flere alternativer har vært diskutert, og «Event Norway» er det foretrukne alternativet for interessentene som har vært involvert i denne prosessen.

Skal vi nå et internasjonalt marked må vi kunne fortelle historien bak arrangementene, hvis ikke kunne de funnet sted hvor som helst



Sommerfesten på Giske 2019

Under sommerfesten på Giske kunne publikum i 2019 betale inngangsbilletten med en pose søppel som var plukket på stranden i nærmiljøet. Initiativet kom fra festivalen som samarbeidet med Sparebanken Møre og Plastfritt Hav. Denne historien vil kunne bidra til å bygge Norges omdømme som et miljøfokuset arrangørland, som evner å tenke nytt, samtidig som festivalen bidrar til å sette søkelys på problematikken rundt plast i havet.

Singapores arrangementsstrategi

Da Singapore besluttet å satse på arrangementer var innsatsen sterkt knyttet mot en endret posisjonering av Singapore med fokus på å vise byen som et sted som kunne endre og transformere ting. De store arrangementene som ble holdt i Singapore ble dermed benyttet som en plattform for å demonstrere denne endingen og TV kommentatorene ble gitt informasjon og muligheter til å snakke om de større, generelle endringene i Singapore. Som et ledd i denne strategien ønsket ikke Singapore å ha OL, men var heller vertskap for det første Youth Olympic Games, og valgte det første natt-racet til Formula One i stedet for et normalt F1 arrangement.

4.3 Aktivering - utløse potensielle effekter av arrangementer

Aktivering kan enkelt defineres som å oppnå en ny og større effekt av arrangementer for Norge, regionalt og lokalt, utover de direkte effektene av arrangementet. Ofte er det ikke nok å gjennomføre arrangementet og forvente effekter, de må aktivt og målrettet bearbeides før, under og etter arrangementet har funnet sted. Konkrete prosjekter må utvikles og prioriteres for å oppnå de resultatene man ønsker. For en region bør arrangementer være en helhetlig prosess hvor flere bidrar til å nå de samme målene, og ikke kun et prosjekt med en start og sluttdato.

Det er ofte en utfordring å prioritere aktivering da det ikke er bevilget midler i budsjettet, eller man må omprioritere etter som arrangementet nærmer seg. Partnerskapene som formes i en søknadsprosess vedvarer ofte ikke til gjennomføringen av arrangementet, og i tillegg er det vanskelig å måle effektene av arrangementer.

Som en konsekvens av dette bør et Event Norway spille en viktig rolle i å sette aktivering i fokus. Slik vil tiltak for aktivering være prosessbasert, og ikke prosjektbasert, ettersom Event Norway bør ha en funksjon og rolle for alle arrangementer i Norge. Dette vil bidra til bedre utnyttelse av arrangementene og verdiene de skaper, og sørge for igangsetting av prosjekter i en tidligere fase slik at man benytter mulighetene arrangementet gir maksimalt.

Videre bør det utvikles en norsk modell med aktivering som hovedelement. I dag er det bare noen få land som har lyktes i å utvikle en modell for å aktivere sine arrangementer; f.eks. Storbritannia, Danmark og Australia. Utvikling av en slik modell gir en mulighet til å posisjonere Norge som en leder innen dette feltet.



Foto: Stein B. Olsen / Visit Lillehammer

4.4 Evaluering av gjennomførte arrangementer

Målet med å evaluere et arrangement er å dokumentere effektene av arrangementet, samt å kunne påvirke utviklingen av arrangementer i Norge. Derfor bør evalueringen se på om arrangementet har bidratt til å fremme innovasjon internasjonalt, og/ eller stimulere til innovasjon nasjonalt, samt bidratt til verdiskaping. Prinsippene for evaluering er at alt som måles har betydning, er målbar og er påvirkbart.

Et evalueringssystem for arrangementer i Norge bør omhandle to hovedområder:

- Måling av kortvarige effekter som: økonomiske effekter, publikum og deltakelse innen idrett- og kultur, mm.
- Måling av langsiktige effekter som: aktivering, fremme og stimulere til innovasjon, og verdiskaping for Norge. Dette er mer komplisert enn de kortvarige effektene, men desto viktigere å måle.

Det nasjonale ressurscenteret bør inneha kompetanse og de nødvendige verktøy for å klare å måle effektene, og bør være en kompetansepartner for arrangører i hele Norge innen evaluering av arrangement.

Ungdoms-OL 2016 på Lillehammer

Da Lillehammer ble tildelt Ungdoms-OL 2016 forpliktet de seg til å etablere et Olympic Legacy Center på Lillehammer. Senteret er finansiert av Kulturdepartementet og fikk en million kroner i støtte fra International Olympic Committee (IOC). Senteret som åpnet i desember 2017 har som mål å ivareta arven etter OL i 1994 og Ungdoms-OL, og støtte opp om utvikling av unge utøvere, de arrangerer treningsleirer og kompetansedeling rundt olympiske vinteridretter. Senteret er etablert under Olympiatoppen og benytter blant annet The Youth Olympic Village som IOC støttet med €13,5 millioner til Ungdoms-OL på Lillehammer.

Ungdoms-OL 2020 i Lausanne

Lausanne skal være vertskap for Ungdoms-OL 2020 og har i den forbindelse lansert flere programmer for å hovedsakelig markedsføre byen spesifikt mot unge mennesker fra hele verden og rettet mot utdanningsmuligheter innen hotell, business og kunst og kultur. De har involvert unge talenter fra Lausanne i gjennomføringen av arrangementet, og byen vil bli presentert som en kul by å studere, bo og leve i, med mål om å tiltrekke flere internasjonale studenter.

The North Sea Endurance Exercise Study (NEEDED) og Nordsjørittet

NEEDED er et forskningsstudium og et samarbeidsprosjekt mellom Nordsjørittet og hjertemedisinsk avdeling ved Stavanger Universitetssykehus med forskning på plutselig hjertestans blant idrettsutøvere og mosjonister. NEEDED er særlig designet for å lete etter sammenheng mellom markører for hjerteskatte og mosjonsidrett. Man vet fra tidligere forskning at idrettsutøvere slipper ut hjerteskatte-markører etter hard fysisk belastning, og denne forskningen

viser at man kan bruke disse blodprøvene til å finne skjult hjertesykdom på kort og lang sikt. Nordsjørittet og NEEDED ønsker å fremme folkehelse og øke kunnskap om mosjonsidrett og hjertesykdom. NEEDED har fått internasjonal anerkjennelse og følger deltakere i inntil 20 år, noe som er helt unikt i verdenssammenheng.

4.5 Finansiering av arrangementer

Finansiering omhandler finansiering av internasjonale søknadsprosesser og støtte til gjennomføring av arrangementer, samt finansiering av faste, lokale arrangementer.

Økonomisk støtte til søknadsprosessen og gjennomføring av arrangementer er ofte et spleiselag mellom forbund, kommune, fylkeskommune, sponsorer og i noen tilfeller staten. Det er viktig å være bevisst på at det som oftest er offentlige midler inne i arrangementene, og at det vil være viktig å forsøke å spare offentlige midler der det er mulig, gjennom å benytte den tilgjengelige kompetansen og ekspertisen.

Det finnes et stort potensial i å tiltrekke arrangementer som ikke forventer eller har behov for offentlig støtte. Dette er arrangementer som norske aktører bør arbeide mot i større grad.

4.5.1. Finansiering av internasjonale arrangementer: søknadsprosess og gjennomføring

Søknadsprosessene ved større internasjonale mesterskap er ofte langvarige og svært kostnads- og ressurskrevende. Det er i dag ingen statlig støtteordning for forbund eller organisasjoner som har behov for økonomisk støtte for å søke på internasjonale idrett- og kulturarrangementer. Å ha et system på plass for tildeling av midler til søknadsprosesser vil minske risikoen for særlig mindre forbund. En slik ordning vil gjøre terskelen lavere for forbund og organisasjoner å søke på et internasjonalt arrangement.

I oktober 2019 kunngjorde Kulturdepartementet en prøveordning for arrangementsstøtte. Formålet med ordningen er å gi søkere med begrenset kommersielle inntektsmuligheter mulighet til å søke om tilskudd til å arrangere internasjonale mesterskap innenfor idrett eller fysisk aktivitet i Norge. Det kan søkes om tilskudd til mesterskap både for funksjonsfriske og for personer med nedsatt funksjonsevne. Tilskuddsordningen er åpen for frivillige, medlemsbaserte organisasjoner, eller arrangementselskap eid av slike organisasjoner, som ønsker å arrangere europa- eller verdensmesterskap på seniornivå i Norge. Dette vil være en viktig tilskuddsordning for forbund som ønsker å arrangere store mesterskap i Norge. I 2019 ble det gjennom denne ordningen gitt tilskudd til VM i Bryting 2021, VM i Orientering 2019, VM i Maratonpadling 2020, VM i Bandy for kvinner 2020, i tillegg til

RAW AIR (kvinner), Arctic Race of Norway, X-Games og Internasjonale sykkelritt.

I statsbudsjettet for 2020 ble det lagt frem forslag på støtte til internasjonale sykkelritt, X-Games, RAW AIR (kvinner) og Arctic Race of Norway, totalt 41 millioner kroner i statlig støtte. I tillegg vil tilskuddsordningen tildele midler til arrangementer etter søknadsfristen 1. februar 2020.

Internasjonale rullende arrangement innen idrett- og kultur som gjennomføres av bedrifter og foreninger, som for eksempel World Firefighter Games hvor brannmenn fra hele verden konkurrerer, vil kunne tilføre stor verdi for destinasjoner og regioner, og ikke minst i form av kompetanseheving og inspirasjon for de det gjelder. Denne type arrangement vil stort sett ikke kvalifisere for statlig støtte, men bør benytte seg av verktøy og kompetanseheving gjennom ressurscenteret.

4.5.2. Finansiering av etablerte og lokale arrangementer

Støtte til lokale arrangementer i dag er ofte et spleiselag med støtte fra offentlige aktører og privat næringsliv lokalt der arrangementet finner sted. Det er noen få faste idrettsarrangement som får støtte over statsbudsjettet. Det anbefales å se på hvordan disse i større grad kan være en driver for å fremme og stimulere til innovasjon, og om disse kan være en form for pilot-arrangement for ressurscenteret.

Innen produksjon og formidling av profesjonelle kunst- og kulturtiltak er det etablert gode tilskuddsordninger både for bl.a. arrangører og festivaler over hele landet. Disse ordningene forvaltes av Norsk Kulturråd, og har som formål å gjøre ulike kunstuttrykk av høy kvalitet tilgjengelig for flest mulig. Ressurscenteret skal ikke se på finansiering av disse, men heller hvordan ressurscenteret kan bidra til økt kompetanse og samhandling mellom aktørene.

Økonomisk og/eller tjenesteytende støtte fra private virksomheter bør vurderes for både internasjonale rullende arrangementer og faste, lokale arrangementer. Innovasjon er viktig for mange bedrifter og det er derfor et stort potensial for samarbeid, både i form av finansielle investeringer eller tjenester.

ulike danske byer. En by alene ville ikke klart å forhandle frem en slik avtale, men siden Sport Event Denmark arbeider for flere ulike byer kunne de forhandle frem en avtale som inkluderte flere arrangementer for flere byer.

4.6 Organisering og finansiering av et nasjonalt ressurscenter

Det er to alternativer å organisere et nasjonalt ressurscenter på:

1. En selvstendig enhet:
 - Vil sikre selvstendighet fra andre organer.
 - Et styre som sikrer prioriteringene og oppgavene til ressurscenteret.
 - Vil være mer kostnadskrevende å etablere og drifte, og sårbart for kutt i støtte.
2. En avdeling under regjeringens eksisterende virkemiddelapparat:
 - Vil kunne benytte eksisterende systemer til daglig drift
 - Benytte kunnskap og kapasiteter gjennom ansatte innen eksisterende selskap, som regionskontorer og utekontorer
 - Vil kunne etablere et rådgivende organ, med beslutningsmyndighet over prioriteringer
 - Risiko å bli dratt inn i andre prosesser innen samme enhet

Det vil være hensiktsmessig at driften av ressurscenteret er hovedsakelig finansiert av staten, mens næringen finansierer ulike aktiviteter. Dette vil sikre at flest mulig vil kunne benytte seg av ressurscenteret.

Foto: Sportograf / Grenserittet

Internasjonalt er tilsvarende ressurscenter som dette ofte finansiert direkte gjennom staten og nasjonale turistmyndigheter, og/eller gjennom et samarbeid med nasjonale myndigheter, idrett og reiselivsnæring. Eksempler på dette er Sport Event Denmark som finansieres gjennom myndigheter, byene og idretten. Event Scotland er en integrert del i Visit Scotland som er heleid av myndighetene. New Zealand Major Events er en avdeling under Ministry of Business, Innovation & Employment. Canada Sport Tourism Alliance er heleid av reiselivsnæringen og byene i Canada.

Det er viktig at dette arbeidet blir konkretisert raskt og et organ à la Event Norway blir etablert, slik at vi kommer raskt i gang med å utnytte og forsterke arrangementskompetansen i Norge.



5.

Konklusjon og tiltak



Idrett- og kulturarrangementer har et uforløst potensial til å bidra til økt verdiskaping for Norge. Arrangementer kan øke antall tilreisende til en region, bidra til økt deltagelse innen idrett og kultur, økt nasjonal stolthet, lokalt engasjement, og bidra til stedsutvikling.

Ved å benytte innovasjon som en strategisk retning vil Norge få et konkurransefortrinn og bidra til å posisjonere Norge internasjonalt. Arrangementer i Norge bør i større grad være bærekraftige og ressurscenteret skal bidra til dette. Når kommuner og fylkeskommuner tildeler økonomisk støtte bør de anvende kriteriene i strategien og dermed påvirke arrangører i en mer innovativ og bærekraftig retning.

Et nasjonalt ressurscenter for arrangementer og arrangements-turisme vil effektivisere satsingen og sikre bedre utnyttelse av ressursene. Det vil kunne spare kostnader for Norge samt gi økt verdiskaping. Et ressurscenter vil forenkle hverdagen til arrangører, øke motivasjonen og senke terskelen for å påta seg internasjonale arrangementer til Norge.

Prosessen med å utvikle denne arrangementsstrategien har involvert interessenter fra idrett, kultur, reiselivsnæring og offentlige instanser, og innhold og retning i strategien reflekterer diskusjonene som har blitt gjennomført i løpet av 2018 og 2019. I samråd med styringsgruppen og involverte interessenter anbefaler Innovasjon Norge at det:

A. Iverksettes kriterier i tråd med strategiske veivalg og grunnleggende forutsetninger

De anbefalte kriteriene beskrevet i kapittel 4 støtter opp om de strategiske retningene og måloppnåelsen for Norge. Det anbefales at destinasjoner, arrangører og de som tildeler økonomisk støtte følger de anbefalte kriteriene når et arrangement skal velges og planlegges. Det anbefales også at private sponsorer og tilretteleggere anvender kriteriesettet da det vil øke effektene av arrangementer i Norge.

Å iverksette de anbefalte kriteriene vil føre til økt innovasjon og bærekraft innen arrangementer og større ringvirkninger for Norge.

B. Opprettes et nasjonalt ressurscenter, som skal;

Formål nr. 1: Tiltrekke internasjonale arrangementer:

Nasjonalt:

- Bistå ved nasjonale og internasjonale søknadsprosesser
- Kan gi råd ved forhandlinger av arrangement

Internasjonalt:

- Markedsføring og posisjonering av Norge som arrangørland
- Være et kontaktpunkt for internasjonale aktører som vurderer Norge som fremtidig arrangørland

Formål nr. 2: Tilrettelegge for å styrke kompetanse, utvikling og samhandling nasjonalt:

- stimulere og tilrettelegge for kompetanseheving
- økt samhandling mellom de ulike aktørene
- utarbeide en erfaringsdatabase over arrangementer i Norge
- utarbeide vektningssystemer og sjekklister med de anbefalte kriteriene som fundament
- konkretisere handlingsplaner og verktøy for evaluering og aktivering av arrangement
- Gi råd og opplyse arrangører om mulige miljøsertifiseringer for arrangementer, samt sparringspartner for tiltak rettet mot bærekraft i arrangementer.

En styrket satsing på arrangement gjennom et nasjonalt ressurscenter vil kunne bidra til økt verdiskaping for Norge.



Innovasjon Norge
Postboks 448 Sentrum 0104 Oslo
Telefon 22 00 25 00
Post@innovasjon norge.no