

Nasjonal arrangementsstrategi
Workshop



Oslo – 24. oktober 2018

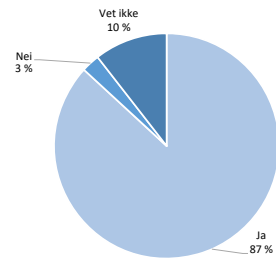


Oslo • 24. oktober 2018



1) Trenger Norge en nasjonal arrangementsstrategi?

Et tydelig behov for en nasjonal arrangementsstrategi!



1) Trenger Norge en nasjonal arrangementsstrategi?

- «Vi stiller sterkere når vi er samlet nasjonalt.»
- «Jeg har jobbet såpass mye med Oslo og Norge som merkevare at jeg kan si at vi takler både å kjøre diversifiserte OG strømlinjeformede arrangement nå. Men da trenger vi en plan.»
- «En samlet nasjonal strategi vil styrke innsalget av Norge som destinasjon og arrangør innenfor idrett, kultur og næringsaktiviteter. Samtidig er det viktig å klarlegge strategier i forhold til statlig støtte og medvirkning.»
- «Erfaringen er at mange kommuner, også bykommuner av en viss størrelse, ikke forstår økonomien i arrangementer. De forstår heller ikke det viktige samspeillet mellom frivillige, næringsliv og det offentlige.»
- «En nasjonal koordinering for valg av sted for større internasjonale arrangement vil være positivt.»
- «Vi trenger et nasjonalt arrangementsbudsjett.»

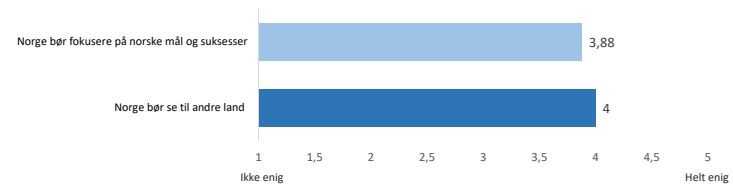


- For å på best mulig måte samhandle med øvrig næringsliv. For økt verdiskapning
- Hva er en ARRANGEMENTSTRATEGI DA? Dere bør forklare HVA dere legger i det, ellers blir tilbakemeldingen usikker.
- Mener også at Innovasjon Norge trenger enn arr. strategi.
- Innenfor idretten er det ofte definert i planer, IPD og handlingsplaner. Dette må settes i system
- Jepp, helt klart. Vi er et knøtteland i global sammenheng, så her er det bare å kline til! Jeg har jobbet såpass mye med Oslo og Norge som merkevare at jeg kan si at vi takler både å kjøre diversifiserte OG strømlinjeformede arrangement nå. Men da trenger vi en plan.
- for å unngå kollisjoner
- Vi trenger en nasjonal arrangementsstrategi om den også er med på å bygge opp om nasjonale og internasjonale arrangementer som allerede finnes i Norge - ikke bare hvordan tiltrekke seg internasjonale arrangementer (ofte type engangseventer)
- Vi trenger et nasjonalt arrangementsbudsjett

- Store arrangementer er avhengig av at vertskommunene er involvert. Erfaringen er at mange kommuner, også bykommuner av en viss størrelse, ikke forstår økonomien i arrangementer. De forstår heller ikke det viktige samspillet mellom frivillige, næringsliv og det offentlige.
- Det er flere grunner til at det er hensiktsmessig med en nasjonal overordnet arrangementsstrategi. For det første er det viktig for å posisjonere Norge strategisk i et stadig tøffere arrangementsmarked der flere nasjoner, byer og regioner bruker store arrangement som virkemiddel til å posisjonere seg og bygge omdømme i lengre perspektiv. En samlet nasjonal strategi vil styrke innsalget av Norge som destinasjon og arrangør innenfor idrett, kultur og næringsaktiviteter. Samtidig er det viktig å klarlegge strategier ift statlig støtte og medvirkning. Pr tid er dette høyst forskjellig, og praksisen kan slå skjevt ut. Innenfor idretten så vi dette med støtten til tre store internasjonale arrangement. Tromsø arrangerte Chess Olympiad og fikk 87 mill. i statlig støtte (hvorav minst 75 mill. var frie midler), mens Sykkel-VM i Bergen fikk 8 mill. i støtte og 30 mill. i kostnadsinndekning på særskilte offentlige kostnader (senere ble denne oppjustert noe til ca. 40 mill.) Begge arrangement ble begrunnet med å promotere Norge som reiselivsdestinasjon. Videre vil det være viktig å tenke helhetlig når man skal definere komparative fortrinn ift regioner. De mange OL initiativ er gode eksempler på en kostnadsbruk som ikke er hensiktsmessig når Norge har nasjonal anlegg, erfaring og kompetanse i eksisterende vintersportsbyer som Oslo, Lillehammer og Trondheim.
- Behov for nasjonal koordinering av større arrangement. En nasjonal koordinering for valg av sted for større internasjonale arrangement vil være positivt.
- Synkroniserer salgsarbeid vil være kostnadsbesparende for Norge. felles merkevare må fortsette, fjellnorge, fjordnorge, temabasert. få med lokalt næringsliv for hvert arrangement. 10/09/201891480625 Det bør i hvert fall være en strategi på regionalt plan
- Vi stiller sterkere når vi er samlet nasjonalt
- Viktig å innse at arrangement er en del av besøksnæringen og skaper vekst innenfor bransjen, setter regioner, byer, kommunen med mer på kartet i forhold til reiseliv.
- Det er behov for strategi og dermed en ryddighet og forutsigbarhet i prioriteringer av arrangement
- Det er heft avgjørende å finne rett ambisjon for Norge, og de lokasjoner som eventuelt skal arrangere noe.

2) I hvilken grad bør Norge se til vellykkede arrangementsstrategier i andre land versus fokusere på egne mål og tidligere suksesser i utviklingen av en nasjonal arrangementsstrategi?

 Ingen klar konsensus om hvorvidt Norge bør se til vellykkede strategier fra andre land eller fokusere på egne mål og suksesser under utviklingen av en arrangementsstrategi.



2) I hvilken grad bør Norge se til vellykkede arrangementsstrategier i andre land versus fokusere på egne mål og tidligere suksesser i utviklingen av en nasjonal arrangementsstrategi?

- «De fleste store, internasjonale arrangementer krever betydelig offentlig medvirkning. Her kan vi ha noe å lære av en del andre, europeiske land.»
- «Det er alltid nyttig å se på andre suksesser og trekke overføringsverdier til egen situasjon, men vi kan sjelden kopiere direkte.»
- «Begge deler er like viktig.»
- «Alle land er forskjellige og vi må ha fokus på vår unikhet.»
- «Ja takk begge deler, lære av best practice er aldri dumt. Og så lage vår egen versjon etter det.»
- «Norge har helt sikkert andre forutsetninger enn andre land, men det å lære av andre er alltid viktig.»



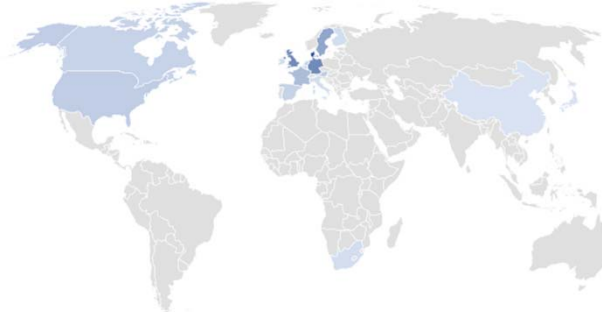
- Tenk best practice
- De fleste store, internasjonale arrangementer krever betydelig offentlig medvirkning. Her kan vi ha noe å lære av en del andre, europeiske land
- Det er lurt å lære av andre
- Vi må se til andre land som at enkelte er jævla gode på å gjøre seg attraktive - gjennom gjennomtenkte arrangement, konferanser og samkjørt branding og markedsføring.
- Det er alltid nyttig å se på andre suksesser og trekke overføringsverdier til egen situasjon, men vi kan sjelden kopiere direkte
- Se til Danmark.
- Begge deler er like viktig. Norge har en solid track rekord innenfor mange områder. OL på Lillehammer i 94, Ski-VM i Trondheim i 97, Ski-VM i Oslo i 2011, VM i Skiskyting i Oslo i 2016 og Sykkel-VM i Bergen i 2017 er alle regnet som mer eller mindre tidenes beste innenfor sine områder. Felles for disse var fantastiske TV-bilder, god pr-verdi for Norge, frivillighet og dugnadsånd, profesjonelle vertskap og et fantastisk norsk idrettspublikum. Samtidig er det viktig å erkjenne at vi innenfor andre områder ikke har den samme erfaringen og kompetansen

som andre nasjoner. Her er det viktig å være ydmyk og hente inspirasjon og beste praksis fra andre nasjoner. For eksempel har Sport Event Denmark over tid satt Danmark i posisjon til å være arrangør av en rekke av verdens største idrettsarrangement, en start av Tour de France og Formel 1 i København er siste tilskudd på en imponerende liste.

- Alle land er forskjellige og vi må ha fokus på vår unikhhet. Vi må skape Bærekraftige arrangementer som ikke "vinner" pga pris og pengebruk. Lese OL og VM arrangementer
- Norge bør utvikle sin egen strategi basert på Norske forhold.
- Man må ta med seg hva andre gjør bra, samtidig som vi gjør oss unike på det vi er gode på.
- Viktig at vi tar hensyn til våre tradisjoner, tradisjonsmat osv
- ja takk begge deler, lære av best practice er aldri dumt. Og så lage vår egen versjon etter det.
- Vi kan alltid lære av andre, men fokuset bør være hvordan Norge skal fremstå
- Ikke nødvendig å finne opp kruttet på nytt, men se også på hvilke ulemper/utfordringer arrangement skaper
- Det er alltid lurt å lære av andre.
- En bør absolutt se på andre land sine gode caser. Hva er norske mål og suksesser? Strategien må åpne for at mer enn de tradisjonelle "Norske" arrangementene kan være både viktige og gode.
- Jeg opplever at Norge i større grad er et mottakerland for forespørsel fra forskjellige forbund og/eller internasjonale aktører som ønsker se på muligheten til å avholde større idrettsarrangement i Norge. Det oppleves at vi heller ikke har strukturen og samarbeid innarbeidet slik at disse henvendelsene blir besvart godt nok eller tilstrekkelig nok. Her kan det være nyttig å se på land som har en klar strategi for å ta en posisjon hvor de i større grad oppsøker arrangementene i stedet for å være mottaker.
- Norge ligger flere år bak andre land, det er nødvendig å se hvordan andre land lykkes, ikke å tilpasse norske mål som ikke fungerer.
- Norge har helt sikkert andre forutsetninger enn andre land, men det å lære av andre er alltid viktig.

3) Hvilke land mener du har gjennomført vellykkede arrangementer?

 Danmark, Storbritania, Tyskland og Sverige regnes som de mest vellykkede arrangørlandene



- Please refer to Excel file – tabs Q5 and Q5 bis for data and comments

4) Hva tror du er grunnen til at disse landene har lyktes med gjennomføringen av sine arrangement?

Trender

1. Viktigheten av erfaring
2. Tett samarbeid med myndigheter
3. God planlegging

- Because I thought it could be interesting to combine the results of this question with the next one: «Why do you think these countries have been successful in hosting even, I have merged both questions – please refer to the Excel file on tabs Q5 and Q5bis
- Kombinasjon: kultur og natur
- Struktur
- De er store og kan logistikk
- De har stor grad av større idrettsarrangementer gjennom hele året. Baserer seg mye på kultur blant folket og interessen i landet. De kommer lettere til enighet
- God støtte til arrangører, for det er jo ikke land som arrangerer, det det offentlige kan gjøre er å legge til rette for gode forhold for arrangering.
- Begynne med få deltakere, bygge suksessivt opp til stort arrangement. Ta vare på eldsjelene!
- De har tilrettelagt godt for gjennomføring Har fokus på nasjonal arrangementsstrategi Profesjonalisert alle ledd vedrørende gjennomføring av store arrangementer

- profesjonalisering
- Bevisst strategi, klare målsetting, bred tankegang, fokus på helheten
- Fremsynethet, åbenhed, format
- Slagkraftig og godt finansiert innsalgsorganisasjon (eks. Sport Event Denmark) med veldig dyktige og kompetente folk.
- God planlegging og økonomiske analyser, sentral beliggenhet midt i Europa.
- God planlegging, tydelige mål, gode egenskaper i å tilpasse "produktet" til brukeren (hvem er vi til for?).
- En betydelig offentlig medvirkning og forståelse for verdien av arrangementet fra starten av.
- Lang erfaring
- de har vært nasjonalt og/eller regionalt forankret
- Oppbygging av arrangementet over flere år + fokus idretten
- Tett samarbeid med myndigheter og idrett / fagmiljøer
- Sexy presentasjon, god økonomisk forankring
- samkjørt identitetsarbeid strategi for næringsutvikling
- offentlig interesse og vilje til å få arrangementer
- Bygget opp årlige festivaler som tiltrekker seg stort internasjonalt publikum.
- Penger og politisk vilje
- Tradisjon og kultur. Tolmodighet i utviklinga.
- Byer har hatt en strategier for samarbeid mellom eventer og reiselivsnæringen
- Godt samspill mellom frivillige, næringsliv og det offentlige. Særlig på offentlig lokalt plan
- De satser ikke nødvendigvis på mega events, men de arrangement som ligger rett under på listen i størrelse. Enklere å få og billigere søknadsprosess.
- Lange tradisjoner
- vet ikke

- VET IKKE
- God planlegging, ser et bredt spekter, tenker kvalitet i alle ledd
- Godt omdømme
- God planlegging og strategisk jobbing over lang tid. Flere har knyttet store idrettsarrangement til større samfunnsutfordringer med hell. Profesjonelle og dyktige arrangører. Sterk statlig støtte er helt vesentlig, ikke minst når krav til sikkerhet og beredskap er sterkt voksende ift det internasjonale sikkerhetsbildet.
- har ikke lykkes!!!
- Gode arrangører, dugnad.
- Norge - Svært vellykket ski Vm 2011. Nasjonal interesse/god planlegging/gjennomføring. Nærhet til folket. Sverige/Tyskland. Kvalitet på planlegging og gjennomføring og stor nasjonal interesse rundt enkelte idretter.
- ser verdien, engasjerte folk
- De har sentrale byer som har arrangements strategi som etterleves. Eks København, Malmø, Gøteborg og Whistler.
- Godt forberedt og er "fremoverlent" og ligger i forkant. De har spisset en del av sine satsinger. 1
- tilrettelegging
- Har proaktivt miljø som i stor grad jobber sammen Fremmer svært profesjonelle byer/steder og aktører
- Detaljer og nytekning
- Godt produkt med kombinasjon av forretning og fritid.
- NA
- Ja si det. Jeg fikk iallfall med meg at de hadde masse frivillige, fra mange land. De hadde fått flotte klær og de viste godt igjen. Og de var stolte av å være med. Flott!
- Satser på det som er spesielt for sitt land/region
- Pris Overkommelig flypriser nok kapasitet på hotell og eventplasser lage pakkeløsninger
- 'Alle' er med å bidra regionalt og nasjonalt

- Grundige forarbeide med tanke på alt som kan skje med flere tusen menneskers tilstedeværelse
- Bedre anlegg - bedre strategi - mer profesjonelle
- Økonomiske ressurser og felles samhold
- Mange års erfaring
- Samarbeide mellom stat, kommune og arrangører. Ikke overprise billetter.
- et ikke
- Kjenner ikke til dette
- Struktur, bevissthet
- Egen arrangementsstrategi
- tydelig strategi, god gjennomføringsevne, store ideer
- Grad av profesjonalitet
- VET IKKE
- Samarbeid i bredde mellom bransjer og komiteer Inkludert og engasjert lokale og nasjonale aktører
- Overordnet plan på nasjonalt nivå
- De jobber med lokal forankring og synergier
- Struktur, tilrettelagt, infrastruktur
- Et særskilt fokus, med tydelig mål for hva de skal oppnå. Dedikerte personer som arbeider etter disse mål, rapporterer og justerer strategien slik at den blir mest mulig bærekraftig.
- God strategi og støtte/oppfølging fra det offentlige.
- Danmark: En tydelig og klar aktør (Sport Event Denmark) som har som sin hovedoppgave å tiltrekke store mesterskap og idrettsarrangement til landet. Sverige: Har større mulitiarenaer som er bygget for å huse forskjellige typer idrettsarrangement.
- God planlegging Realistiske mål

- Høy grad av involvering fra offentlige etater
- Disse land har mer profesjonelle strukturer på plass innen idrett. Særforbundene er større og har mer ressurser, eller de kan være tildelt ressurser hvis de skal arrangere noe.
- Langsiktig tilrettelegging, salg og markedsføring, samt en klar strategi
- En klar plan, gode fasiliteter, god infrastruktur
- Strategi og kompetanseoverføring
- Gode strategier, god gjennomføring
- Helhetlig satsing hvor alle relevante aktører sitter rundt bordet (Politikere, byråkrater, Universiteter, destinasjonsselskaper, næringsforening, etc.). Bunnsolid markedsføring av land og byer. Når nye venues bygges er både kommune, fylke og nasjon med på finansieringen.
- Fokus på plan. Omforent om mål, produkt og virkemiddel.

4) Hva tror du er grunnen til at disse landene har lyktes med gjennomføringen av sine arrangement?

- «God støtte til arrangører, for det er jo ikke land som arrangerer. det eneste det offentlige kan gjøre er å legge forholdene til rette for arrangementsgjennomføring.»
- «Bevisst strategi, klare målsetninger, bred tankegang, fokus på helheten.»
- «Slagkraftig og godt finansiert innsalgsorganisasjon (eks. Sport Event Denmark) med veldig dyktige og kompetente folk.»
- «En betydelig offentlig medvirkning og forståelse for verdien av arrangementet fra starten av.»



- Because I thought it could be interesting to combine the results of this question with the next one: «Why do you think these countries have been successful in hosting even, I have merged both questions – please refer to the Excel file on tabs Q5 and Q5bis
- Kombinasjon: kultur og natur
- Struktur
- De er store og kan logistikk
- De har stor grad av større idrettsarrangementer gjennom hele året. Baserer seg mye på kultur blant folket og interessen i landet. De kommer lettere til enighet
- God støtte til arrangører, for det er jo ikke land som arrangerer, det det offentlige kan gjøre er å legge til rette for gode forhold for arrangering.
- Begynne med få deltakere, bygge suksessivt opp til stort arrangement. Ta vare på eldsjelene!
- De har tilrettelagt godt for gjennomføring Har fokus på nasjonal arrangementsstrategi Profesjonalisert alle ledd vedrørende gjennomføring av store arrangementer

- profesjonalisering
- Bevisst strategi, klare målsetting, bred tankegang, fokus på helheten
- Fremsynethet, åbenhed, format
- Slagkraftig og godt finansiert innsalgsorganisasjon (eks. Sport Event Denmark) med veldig dyktige og kompetente folk.
- God planlegging og økonomiske analyser, sentral beliggenhet midt i Europa.
- God planlegging, tydelige mål, gode egenskaper i å tilpasse "produktet" til brukeren (hvem er vi til for?).
- En betydelig offentlig medvirkning og forståelse for verdien av arrangementet fra starten av.
- Lang erfaring
- de har vært nasjonalt og/eller regionalt forankret
- Oppbygging av arrangementet over flere år + fokus idretten
- Tett samarbeid med myndigheter og idrett / fagmiljøer
- Sexy presentasjon, god økonomisk forankring
- samkjørt identitetsarbeid strategi for næringsutvikling
- offentlig interesse og vilje til å få arrangementer
- Bygget opp årlige festivaler som tiltrekker seg stort internasjonalt publikum.
- Penger og politisk vilje
- Tradisjon og kultur. Tolmodighet i utviklinga.
- Byer har hatt en strategier for samarbeid mellom eventer og reiselivsnæringen
- Godt samspill mellom frivillige, næringsliv og det offentlige. Særlig på offentlig lokalt plan
- De satser ikke nødvendigvis på mega events, men de arrangement som ligger rett under på listen i størrelse. Enklere å få og billigere søknadsprosess.
- Lange tradisjoner
- vet ikke

- VET IKKE
- God planlegging, ser et bredt spekter, tenker kvalitet i alle ledd
- Godt omdømme
- God planlegging og strategisk jobbing over lang tid. Flere har knyttet store idrettsarrangement til større samfunnsutfordringer med hell. Profesjonelle og dyktige arrangører. Sterk statlig støtte er helt vesentlig, ikke minst når krav til sikkerhet og beredskap er sterkt voksende ift det internasjonale sikkerhetsbildet.
- har ikke lykkes!!!
- Gode arrangører, dugnad.
- Norge - Svært vellykket ski Vm 2011. Nasjonal interesse/god planlegging/gjennomføring. Nærhet til folket. Sverige/Tyskland. Kvalitet på planlegging og gjennomføring og stor nasjonal interesse rundt enkelte idretter.
- ser verdien, engasjerte folk
- De har sentrale byer som har arrangements strategi som etterleves. Eks København, Malmø, Gøteborg og Whistler.
- Godt forberedt og er "fremoverlent" og ligger i forkant. De har spisset en del av sine satsinger. 1
- tilrettelegging
- Har proaktivt miljø som i stor grad jobber sammen Fremmer svært profesjonelle byer/steder og aktører
- Detaljer og nytekning
- Godt produkt med kombinasjon av forretning og fritid.
- NA
- Ja si det. Jeg fikk iallfall med meg at de hadde masse frivillige, fra mange land. De hadde fått flotte klær og de viste godt igjen. Og de var stolte av å være med. Flott!
- Satser på det som er spesielt for sitt land/region
- Pris Overkommelig flypriser nok kapasitet på hotell og eventplasser lage pakkelsninger
- 'Alle' er med å bidra regionalt og nasjonalt

- Grundige forarbeide med tanke på alt som kan skje med flere tusen menneskers tilstedeværelse
- Bedre anlegg - bedre strategi - mer profesjonelle
- Økonomiske ressurser og felles samhold
- Mange års erfaring
- Samarbeide mellom stat, kommune og arrangører. Ikke overprise billetter.
- et ikke
- Kjenner ikke til dette
- Struktur, bevissthet
- Egen arrangementsstrategi
- tydelig strategi, god gjennomføringsevne, store ideer
- Grad av profesjonalitet
- VET IKKE
- Samarbeid i bredde mellom bransjer og komiteer Inkludert og engasjert lokale og nasjonale aktører
- Overordnet plan på nasjonalt nivå
- De jobber med lokal forankring og synergier
- Struktur, tilrettelagt, infrastruktur
- Et særskilt fokus, med tydelig mål for hva de skal oppnå. Dedikerte personer som arbeider etter disse mål, rapporterer og justerer strategien slik at den blir mest mulig bærekraftig.
- God strategi og støtte/oppfølging fra det offentlige.
- Danmark: En tydelig og klar aktør (Sport Event Denmark) som har som sin hovedoppgave å tiltrekke store mesterskap og idrettsarrangement til landet. Sverige: Har større mulitiarenaer som er bygget for å huse forskjellige typer idrettsarrangement.
- God planlegging Realistiske mål

- Høy grad av involvering fra offentlige etater
- Disse land har mer profesjonelle strukturer på plass innen idrett. Særforbundene er større og har mer ressurser, eller de kan være tildelt ressurser hvis de skal arrangere noe.
- Langsiktig tilrettelegging, salg og markedsføring, samt en klar strategi
- En klar plan, gode fasiliteter, god infrastruktur
- Strategi og kompetanseoverføring
- Gode strategier, god gjennomføring
- Helhetlig satsing hvor alle relevante aktører sitter rundt bordet (Politikere, byråkrater, Universiteter, destinasjonsselskaper, næringsforening, etc.). Bunnsolid markedsføring av land og byer. Når nye venues bygges er både kommune, fylke og nasjon med på finansieringen.
- Fokus på plan. Omforent om mål, produkt og virkemiddel.

5) Hvilke kriterier bør være med i en nasjonal arrangementsstrategi?

Trender

1. Inntjening og verdiskaping
2. Gjennomtenkte suksesskriterier
3. Arrangementene bør komme hele landet til gode

- Kultur og natur og tradisjoner Norsk i Norge
- Samarbeid, målsetning, bærekraftig, rammevilkår i forhold til offentlige myndigheter
- Aner ikke, synes denne undersøkelsen mangler totalt å sikre at den som svarer vet hva som ligger bak "temaet".
- forankring i hvilke arrangementer man sikter på. Det må være en villighet fra stat og kommune og et samarbeid med aktører med større arrangementbakgrunn. Det må være bærekraftig.
- Mangfold, likestilling, enkle og tydelige kriterier, medvirkning, økt turisme
- Heilårsturisme: Legge arrangement til skuldersong for å auke aktivitet og besøk utanom høgsesong.
- Samfunnsøkonomiske perspektiver Lokal egnethet Mål Kompetanse Kapasitet
- del opp etter typer arrangement. ny arrangement i perioden mai-september er ikke interessant. tenk oktober - april (ledig kapasitet) tenk både by og land Hvordan oppmuntre og ta vare på lokale ildsjeler? Vær tydelig på skillet mellom årlige/biennale arrangement og engangsstunt
- Bærekraft, næringsutvikling, klare kriterier for statlig støtte, anleggsutvikling
- Fremsynethet, åpenhet, format

- Type arrangementer man skal satse på og som er i tråd med norske interesser, styrker (evnt for å styrke lokale idretts-/kulturmiljøer), lokal forankring og engasjement, hvilke som bør finansieres nasjonalt, både kommersielle/ikke-kommersielle, bruk av nasjonal arr.kalkulator (gjennom lokalt/nasjonalt CVB), mfl.
- målgrupper, økonomisk potensial, risiko, betydning for Norge og eller region/sted, størrelse, infrastruktur, "gjenkjøp" dvs om det er gjentakende arrangementer, kundegruppe/besøkende på arrangementene bør sammenfalle med målgrupper vi allerede har og arbeider mot. Synergier opp mot andre deler av reiseliv og/eller annet næringsliv. Mulighet for mersalg, tidspunkt/tidsrom for arrangementene, kapasitet.
- Tydelige svar på følgende: Hvem er strategien laget for / hvem er mottakeren? Hva er målsetningen / hvorfor lages strategien? Hvordan skal strategien kunne benyttes i praksis / vil den være et nyttig verktøy?
- Hva menes med kriterier? Det bør framgå en prioritering av type arrangement, verdi nasjonalt og regionalt, og hva som skal settes av vilkår for at Norge skal være vertskap
- Kvalitet på innhold
- Arrangementet må bidra til et positivt omdømme gjennom nasjonal og internasjonal synlighet. Arrangementet bør gi gir verdiskapning. Arrangementet må bygge opp under Regionenes og byenes strategiske satsingsområder.
- Økonomi /finansiering til grunn for flere arrangement. Organisering og ansvar, gjennomføring og evaluering. Målbart /verdiskapning.
- Lokal forankring
- Mål for arrangementet, økonomisk effekt større enn investeringer Effekter som kommer som følge av arrangementet
- Bør ikke basere seg på hvordan tiltrekke seg internasjonale eventer, heller på hvordan bygge opp under de aktørene som allerede eksisterer i Norge og som arrangerer faste events med potensiale for å tiltrekke seg et større internasjonalt publikum.
- Støtte til at vi kan gjennomføre internasjonale konkurranser
- Inntjening. Verdiskapning. Innvolvering av større delar av Norge, ikke bare de større byene.
- Kriteriene bør bygges på premissene for både på rurale og urbane muligheter og utfordringer
- Ringvirkningsanalyser. Uten en helhetlig forståelse av samfunnsøkonomien får vi lett en følelsesstyrt arrangement. Det

reduserer sannsynligheten for suksess. God forståelse av pengestrømmene og arrangementsøkonomien er avgjørende for å få til samspillet frivillige, næringsliv og det offentlige

- En strategi må ta innover seg både akvisisjon av nye, men like viktig, videreutvikling av eksisterende. Det må gjøres vurderinger rundt suksesskriterier. Er målet internasjonal oppmerksomhet og presse, så er det gitte måkeparametere. Hvis målet er å tiltrekke seg internasjonale turister Til Norge under arrangementene så er virkemidlene noen helt andre.
- Noe ambisiøst spm på dette tidspunktet
- Gode målekriterier på hva som er skusess
- Bærekraft Synergier Involvering
- Komparative fordeler Hvordan bruke Norge som merkevare Gode arenaer i de største byene Kostnadsnivå Sikkerhet
- Følgende kriterier er viktige: - Komparative fortrinn - Erfaring fra tilsvarende arrangement tidligere - Kompetanse og gjennomføringskraft - Regionale planer (for eksempel kulturplaner og idrettsplaner) som solidifiserer sterk støtte - Geografiske hensyn - målet må være at en slik strategi skal styrke alle landsdelene - følgelig viktig å definere hvilke type arrangement som kan være aktuelle for hvilke landsdel - Statlig støtte og langsiktighet
- bærekraftig - gjenbruk - nøkternhet - få tilbake grunnprinsippene
- Tidspunkt, type arrangement. Økonomistyring
- OPS samarbeid. Frivilligheten Idretten Roller/Myndighet/Mandat Bærekraft
- lokal verdiskaping
- Organisering, finansiering, langsiktig og strategisk, markedsføring, informasjon, samarbeid og bærekraftig.
- Forstår ikke spørsmålet.
- Bærekraft Sirkulærøkonomisk tilstrebelse Offentlig tilrettelegging og krav
- Fokus på god tilrettelegging av arrangement - Attraktivt tilbud av opplevelser og natur - Trygghet, sikkerhet og profesjonalitet - Gjestfrihet og matglede
- Årshjul for hele landet så ikke større arrangementer kræsjer. Tematisk stategiske arrangementer så det ikke blir konkurranse mellom de enkelte aktører. Samarbeid.

- Omdømme, verdiskapning, repeterende.
- Hvordan beholde norsk arrangementer i Norge (dvs. ikke lagt utenlands)? 2. Hvordan trekke utenlandske arrangementer til Norge? 3. Hvordan trekke utenlandske gjester til arrangementer i Norge
- Dette er andre bedre på enn meg.
- Bærekraft og tåleevne, klimahensyn
- godt samarbeid på tvers av bransjer, overnatting, arrangementstilbydere og alle andre som tilby produkter og tjenester som kan pakkes inn i et arrangement. Lokale produkter. * godt samarbeid på transport siden, fly, bus, tog, taxi
- Hva er det man ønsker å oppnå med en arrangementsstrategi? Svare på dette vil gi flere kriterier.
- Pris logistikk gjennomførbarhet, tilgjengelighet, kvalitet
- Mål - verdiskapning - utvikling av regional kunnskap
- KPI mål Definerte arrangement i sikte Felles retningslinjer for søknad Felles kriterier for økonomisk bistand
- Være eget, norsk og annerledes enn andre land
- Arena, infrastruktur, overnatting, know how.
- størrelse, evne til å klare seg økonomisk, hvem får statsstøtte, hvem for regional støtte.
- Kjenner ikke til dette
- Bærekraft på alle områder Etterbruk av anlegg Utvikling av logistikk - offentlig kommunikasjon Infrastruktur
- Hvilke arrangementer Norge bør satse på, økonomiske rammebetingelser. Destinasjonsselskaper som motorer inn i satsningen
- Evne til å tenke utenfor boksen Et budsjett tilknyttet arbeidet En sektorovergripende research- og utredningsgruppe Mv
- Profesjonalitet Markedsforstyrrelse Internasjonal fokus
- PRIORITERTE HOVEDARRANGEMENT INNEN KULTUR OG IDRETT. HELE NORGE HELE ÅRET
- Lokal støtte
- Ringvirkninger, potensielle publikum, markedsføring

- Bred forankring
- Infrastruktur Samarbeid på tvers av bransjer
- Sette tydelig mål og delmål. Vi bør være brede i tilnærmingen og gjøre grundig undersøkelser på hva som finnes, ikke bare Norske idretter.
- Har vi hatt arrangementet tidligere, er det en fornuftig samfunnsøkonomisk nytte, vil det gi et løft for arrangør eller sted det skal arrangeres, mangfold
- Rammeverk for en bærekraftig avvikling og planlegging. En organisasjon burde ha overoppsynet med prosjektet som sikrer at forbundene får den hjelpen de trenger til slike avviklinger. Ref Sykkel VM I Bergen. Proffe aktører på gjennomføring Alle involverte parter (forbund, by, næring osv) er tjent med å få arrangementet til byen. Eventuelle tilskudd fra Stat til forbund for å få gjennomført arrangementet. Idretten selv har ikke mye penger.
- Hvem tar beslutningene? Riktig geografisk fordeling. Plan for etterbruk.
- Involvering av offentlige etater Kostnadsdeling Nedprioritering av helkomersielle arrangementer
- Spørsmålet er for generelt. Det vil komme an på hva slags strategi er valgt og hvordan den gjennomføres...
- Hva skal ambisjonen være, nasjonalt og lokalt i de ulike byene? Noen arrangementer koster mye penger, noen er gode økonomiske caser. Hva vil vi med arrangementer? Idrett v.s næring? Hva er viktig? Finansiering av arrangementer? Behov for et nasjonalt organisatorisk ledd som jobber tett sammen med lokal arr.kompetanse. Bygge og utvikle kompetanse på arrangementer
- Arrangement som bygger entusiasme og stor aktivitet. Viktig at arrangementene ikke blir for smale og sære.
- Arrangementkompetanse, eksiterende anlegg, omdømmebyggende for Norge
- Hovedmål må være styring av statlige virkemidler i retning av samfunnsøkonomisk nytte. Det må også skjeles til nytteverdi for berørt aktør i norsk idrett eller i kulturen
- Relevans (for turister, studenter, investorer, selskaper, etc) , målgruppe, nedslagsfelt, antall delegater/seere,
- Tydelig definisjon på ønskede arrangement. Må diskuteres da det avhenger av omfang.

5) Hvilke kriterier bør være med i en nasjonal arrangementsstrategi?

- «Arrangementet må bidra til et positivt omdømme gjennom nasjonal og internasjonal synlighet.»
- «Gode målekriterier på hva som er suksess.»
- «Bærekraft og tåleevne, klimahensyn.»
- «Være eget, norsk og annerledes enn andre land.»
- «Hvem tar beslutningene? Riktig geografisk fordeling. Plan for etterbruk.»



- Kultur og natur og tradisjoner Norsk i Norge
- Samarbeid, målsetning, bærekraftig, rammevilkår i forhold til offentlige myndigheter
- Aner ikke, synes denne undersøkelsen mangler totalt å sikre at den som svarer vet hva som ligger bak "temaet".
- forankring i hvilke arrangementer man sikter på. Det må være en villighet fra stat og kommune og et samarbeid med aktører med større arrangementbakgrunn. Det må være bærekraftig.
- Mangfold, likestilling, enkle og tydelige kriterier, medvirkning, økt turisme
- Heilårsturisme: Legge arrangement til skuldervesong for å auke aktivitet og besøk utanom høgsesong.
- Samfunnsøkonomiske perspektiver Lokal egnethet Mål Kompetanse Kapasitet
- del opp etter typer arrangement. ny arrangement i perioden mai-september er ikke interessant. tenk oktober - april (ledig kapasitet) tenk både by og land Hvordan oppmuntre og ta vare på lokale ildsjeler? Vær tydelig på skillet mellom årlige/biennale arrangement og engangsstunt
- Bærekraft, næringsutvikling, klare kriterier for statlig støtte, anleggsutvikling
- Fremsynethet, åpenhet, format

- Type arrangementer man skal satse på og som er i tråd med norske interesser, styrker (evnt for å styrke lokale idretts-/kulturmiljøer), lokal forankring og engasjement, hvilke som bør finansieres nasjonalt, både kommersielle/ikke-kommersielle, bruk av nasjonal arr.kalkulator (gjennom lokalt/nasjonalt CVB), mfl.
- målgrupper, økonomisk potensial, risiko, betydning for Norge og eller region/sted, størrelse, infrastruktur, "gjenkjøp" dvs om det er gjentakende arrangementer, kundegruppe/besøkende på arrangementene bør sammenfalle med målgrupper vi allerede har og arbeider mot. Synergier opp mot andre deler av reiseliv og/eller annet næringsliv. Mulighet for mersalg, tidspunkt/tidsrom for arrangementene, kapasitet.
- Tydelige svar på følgende: Hvem er strategien laget for / hvem er mottakeren? Hva er målsetningen / hvorfor lages strategien? Hvordan skal strategien kunne benyttes i praksis / vil den være et nyttig verktøy?
- Hva menes med kriterier? Det bør framgå en prioritering av type arrangement, verdi nasjonalt og regionalt, og hva som skal settes av vilkår for at Norge skal være vertskap
- Kvalitet på innhold
- Arrangementet må bidra til et positivt omdømme gjennom nasjonal og internasjonal synlighet. Arrangementet bør gi gir verdiskapning. Arrangementet må bygge opp under Regionenes og byenes strategiske satsingsområder.
- Økonomi /finansiering til grunn for flere arrangement. Organisering og ansvar, gjennomføring og evaluering. Målbart /verdiskapning.
- Lokal forankring
- Mål for arrangementet, økonomisk effekt større enn investeringer Effekter som kommer som følge av arrangementet
- Bør ikke basere seg på hvordan tiltrekke seg internasjonale eventer, heller på hvordan bygge opp under de aktørene som allerede eksisterer i Norge og som arrangerer faste events med potensiale for å tiltrekke seg et større internasjonalt publikum.
- Støtte til at vi kan gjennomføre internasjonale konkurranser
- Inntjening. Verdiskapning. Innvolvering av større delar av Norge, ikke bare de større byene.
- Kriteriene bør bygges på premissene for både på rurale og urbane muligheter og utfordringer
- Ringvirkningsanalyser. Uten en helhetlig forståelse av samfunnsøkonomien får vi lett en følelsesstyrt arrangement. Det

reduserer sannsynligheten for suksess. God forståelse av pengestrømmene og arrangementsøkonomien er avgjørende for å få til samspillet frivillige, næringsliv og det offentlige

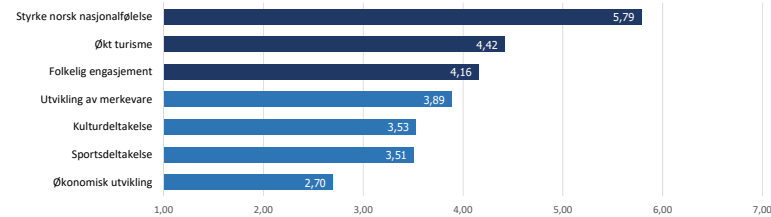
- En strategi må ta innover seg både akvisisjon av nye, men like viktig, videreutvikling av eksisterende. Det må gjøres vurderinger rundt suksesskriterier. Er målet internasjonal oppmerksomhet og presse, så er det gitte måkeparametere. Hvis målet er å tiltrekke seg internasjonale turister Til Norge under arrangementene så er virkemidlene noen helt andre.
- Noe ambisiøst spm på dette tidspunktet
- Gode målekriterier på hva som er skusess
- Bærekraft Synergier Involvering
- Komparative fordeler Hvordan bruke Norge som merkevare Gode arenaer i de største byene Kostnadsnivå Sikkerhet
- Følgende kriterier er viktige: - Komparative fortrinn - Erfaring fra tilsvarende arrangement tidligere - Kompetanse og gjennomføringskraft - Regionale planer (for eksempel kulturplaner og idrettsplaner) som solidifiserer sterk støtte - Geografiske hensyn - målet må være at en slik strategi skal styrke alle landsdelene - følgelig viktig å definere hvilke type arrangement som kan være aktuelle for hvilke landsdel - Statlig støtte og langsiktighet
- bærekraftig - gjenbruk - nøkternhet - få tilbake grunnprinsippene
- Tidspunkt, type arrangement. Økonomistyring
- OPS samarbeid. Frivilligheten Idretten Roller/Myndighet/Mandat Bærekraft
- lokal verdiskaping
- Organisering, finansiering, langsiktig og strategisk, markedsføring, informasjon, samarbeid og bærekraftig.
- Forstår ikke spørsmålet.
- Bærekraft Sirkulærøkonomisk tilstrebelse Offentlig tilrettelegging og krav
- Fokus på god tilrettelegging av arrangement - Attraktivt tilbud av opplevelser og natur - Trygghet, sikkerhet og profesjonalitet - Gjestfrihet og matglede
- Årshjul for hele landet så ikke større arrangementer kræsjer. Tematisk stategiske arrangementer så det ikke blir konkurranse mellom de enkelte aktører. Samarbeid.

- Omdømme, verdiskapning, repeterende.
- Hvordan beholde norsk arrangementer i Norge (dvs. ikke lagt utenlands)? 2. Hvordan trekke utenlandske arrangementer til Norge? 3. Hvordan trekke utenlandske gjester til arrangementer i Norge
- Dette er andre bedre på enn meg.
- Bærekraft og tåleevne, klimahensyn
- godt samarbeid på tvers av bransjer, overnatting, arrangementstilbydere og alle andre som tilby produkter og tjenester som kan pakkes inn i et arrangement. Lokale produkter. * godt samarbeid på transport siden, fly, bus, tog, taxi
- Hva er det man ønsker å oppnå med en arrangementsstrategi? Svare på dette vil gi flere kriterier.
- Pris logistikk gjennomførbarhet, tilgjengelighet, kvalitet
- Mål - verdiskapning - utvikling av regional kunnskap
- KPI mål Definerte arrangement i sikte Felles retningslinjer for søknad Felles kriterier for økonomisk bistand
- Være eget, norsk og annerledes enn andre land
- Arena, infrastruktur, overnatting, know how.
- størrelse, evne til å klare seg økonomisk, hvem får statsstøtte, hvem for regional støtte.
- Kjenner ikke til dette
- Bærekraft på alle områder Etterbruk av anlegg Utvikling av logistikk - offentlig kommunikasjon Infrastruktur
- Hvilke arrangementer Norge bør satse på, økonomiske rammebetingelser. Destinasjonsselskaper som motorer inn i satsningen
- Evne til å tenke utenfor boksen Et budsjett tilknyttet arbeidet En sektorovergripende research- og utredningsgruppe Mv
- Profesjonalitet Markedsforstyrrelse Internasjonal fokus
- PRIORITERTE HOVEDARRANGEMENT INNEN KULTUR OG IDRETT. HELE NORGE HELE ÅRET
- Lokal støtte
- Ringvirkninger, potensielle publikum, markedsføring

- Bred forankring
- Infrastruktur Samarbeid på tvers av bransjer
- Sette tydelig mål og delmål. Vi bør være brede i tilnærmingen og gjøre grundig undersøkelser på hva som finnes, ikke bare Norske idretter.
- Har vi hatt arrangementet tidligere, er det en fornuftig samfunnsøkonomisk nytte, vil det gi et løft for arrangør eller sted det skal arrangeres, mangfold
- Rammeverk for en bærekraftig utvikling og planlegging. En organisasjon burde ha overoppsynet med prosjektet som sikrer at forbundene får den hjelpen de trenger til slike utviklinger. Ref Sykkel VM I Bergen. Proffe aktører på gjennomføring Alle involverte parter (forbund, by, næring osv) er tjent med å få arrangementet til byen. Eventuelle tilskudd fra Stat til forbund for å få gjennomført arrangementet. Idretten selv har ikke mye penger.
- Hvem tar beslutningene? Riktig geografisk fordeling. Plan for etterbruk.
- Involvering av offentlige etater Kostnadsdeling Nedprioritering av helkommersielle arrangementer
- Spørsmålet er for generelt. Det vil komme an på hva slags strategi er valgt og hvordan den gjennomføres...
- Hva skal ambisjonen være, nasjonalt og lokalt i de ulike byene? Noen arrangementer koster mye penger, noen er gode økonomiske caser. Hva vil vi med arrangementer? Idrett v.s næring? Hva er viktig? Finansiering av arrangementer? Behov for et nasjonalt organisatorisk ledd som jobber tett sammen med lokal arr.kompetanse. Bygge og utvikle kompetanse på arrangementer
- Arrangement som bygger entusiasme og stor aktivitet. Viktig at arrangementene ikke blir for smale og sære.
- Arrangementkompetanse, eksiterende anlegg, omdømmebyggende for Norge
- Hovedmål må være styring av statlige virkemidler i retning av samfunnsøkonomisk nytte. Det må også skjeles til nytteverdi for berørt aktør i norsk idrett eller i kulturen
- Relevans (for turister, studenter, investorer, selskaper, etc) , målgruppe, nedslagsfelt, antall delegater/seere,
- Tydelig definisjon på ønskede arrangement. Må diskuteres da det avhenger av omfang.

6) Hvorfor vil det være gunstig for Norge å være vertskap for arrangement?

Styrket nasjonalfølelse, turismeutvikling og folkelig engasjement er rangert som hovedgevinstene ved å gjennomføre flere arrangementer



- Vere relevant. Her burde man slippe å dra bort noe.
- Det mest meningsløse vi kan gjøre er å arrangere OL. Skap aktivitet som bygger samfunn og varige verdier
- Mangler "internasjonal anseelse«
- Rimeligere å delta hjemme enn borte
- Alternativene var ikke presise nok, så skal utdype. Store arrangement skaper entusiasme, begeistring og positiv kraft som skaper varige verdier og løft. Kompetanseløftet og løftet innenfor frivilligheten blir ofte institusjonalisert og fører således til fremvekst av nye arrangement. Dette skaper igjen positive ringvirkninger innenfor økonomi, folkehelse og byutvikling. For Norge som nasjon er arrangement en viktig del av merkevaren som gjør Norge anerkjent i internasjonal idrett og kultur. Følgelig er det viktig å bygge videre på denne statusen ved å påta seg nye arrangement, noe som er helt avgjørende for å bygge kompetanse og frivillighet for nye generasjoner. Betydningen av det folkelige engasjementet og frivilligheten skaper som sagt langvarige positive effekter. Samtidig vet vi at store arrangement skaper økt interesse rundt for eksempel en idrett. Håndball-VM i 93 på hjemmebane gav for eksempel et stort løft for jentehåndballen som man har nytt godt av i 25 år. De økonomiske ringvirkningene gjelder både på kort og lengre sikt, herunder økt promotering av Norge som reiselivsdestinasjon.

- Med økt turisme mener jeg ikke asiater. Innovasjon Norge må slutte å bruke masse midler på å få så mange kinesere hit. Sats nærmere, særlig på nordmenn. Få nordmenn til å delta på arrangement, sport og kultur.
- arrangementer i Norge må jo bære seg selv økonomisk. Samfunnet kan ikke sponse dette. Tilskudd er ok, men kostnadene må bæres av flere.
- Vanskelig å sette noen over andre
- Kan også gi mulighet for anleggsutvikling, intergreringsarbeid, rekruttering, utvikling av organisasjon og mennesker
- Det er her veldig viktig å si at denne rangeringen ikke kan representere alle arrangementer. Noen arrangementer er mye mer kommersielt interessante, mens andre er mer interessant av hensyn til merkevarebygging og nasjonal følelse. Eksempel på dette er to arrangementer som har vært i Tromsø: Sjakk OL og Europamesterskapet i Bridge. Det ene kostet nasjonen nesten 90 MNOK, mens det andre gav nasjonen stor økonomisk gevinst. Årsaken er selvsagt kostnadene ved arrangementet og potensialet til omsetning.

6) Hvorfor vil det være gunstig for Norge å være vertskap for arrangement?

Trender

1. Store arrangementer kan gi store løft til enkeltidretter
2. Arrangementene bør legge grunnlaget for varig verdiskaping
3. Økt turisme

- Vere relevant. Her burde man slippe å dra bort noe.
- Det mest meningsløse vi kan gjøre er å arrangere OL. Skap aktivitet som bygger samfunn og varige verdier
- Mangler "internasjonal anseelse«
- Rimeligere å delta hjemme enn borte
- Alternativene var ikke presise nok, så skal utdype. Store arrangement skaper entusiasme, begeistring og positiv kraft som skaper varige verdier og løft. Kompetanseløftet og løftet innenfor frivilligheten blir ofte institusjonalisert og fører således til fremvekst av nye arrangement. Dette skaper igjen positive ringvirkninger innenfor økonomi, folkehelse og byutvikling. For Norge som nasjon er arrangement en viktig del av merkevaren som gjør Norge anerkjent i internasjonal idrett og kultur. Følgelig er det viktig å bygge videre på denne statusen ved å påta seg nye arrangement, noe som er helt avgjørende for å bygge kompetanse og frivillighet for nye generasjoner. Betydningen av det folkelige engasjementet og frivilligheten skaper som sagt langvarige positive effekter. Samtidig vet vi at store arrangement skaper økt interesse rundt for eksempel en idrett. Håndball-VM i 93 på hjemmebane gav for eksempel et stort løft for jentehåndballen som man har nytt godt av i 25 år. De økonomiske ringvirkningene gjelder både på kort og lengre sikt, herunder økt promotering av Norge som reiselivsdestinasjon.

- Med økt turisme mener jeg ikke asiater. Innovasjon Norge må slutte å bruke masse midler på å få så mange kinesere hit. Sats nærmere, særlig på nordmenn. Få nordmenn til å delta på arrangement, sport og kultur.
- arrangementer i Norge må jo bære seg selv økonomisk. Samfunnet kan ikke sponse dette. Tilskudd er ok, men kostnadene må bæres av flere.
- Vanskelig å sette noen over andre
- Kan også gi mulighet for anleggsutvikling, intergreringsarbeid, rekruttering, utvikling av organisasjon og mennesker
- Det er her veldig viktig å si at denne rangeringen ikke kan representere alle arrangementer. Noen arrangementer er mye mer kommersielt interessante, mens andre er mer interessant av hensyn til merkevarebygging og nasjonal følelse. Eksempel på dette er to arrangementer som har vært i Tromsø: Sjakk OL og Europamesterskapet i Bridge. Det ene kostet nasjonen nesten 90 MNOK, mens det andre gav nasjonen stor økonomisk gevinst. Årsaken er selvsagt kostnadene ved arrangementet og potensialet til omsetning.

6) Hvorfor vil det være gunstig for Norge å være vertskap for arrangement?

- «Store arrangement skaper entusiasme, begeistring og positiv kraft som skaper varige verdier og løft. Kompetanseløftet og løftet innenfor frivilligheten blir ofte institusjonalisert og fører således til fremvekst av nye arrangement.»
- «For Norge som nasjon er arrangement en viktig del av merkevaren som gjør Norge anerkjent i internasjonal idrett og kultur.»
- «Arrangementer i Norge må jo bære seg selv økonomisk. Samfunnet kan ikke sponse dette. Tilskudd er ok, men kostnadene må bæres av flere.»
- «Skap aktivitet som bygger samfunn og varige verdier.»
- «Store arrangement skaper økt interesse rundt for eksempel en idrett. Håndball-VM i 93 på hjemmebane ga for eksempel et stort løft for jentehåndballen som man har nytt godt av i 25 år.»

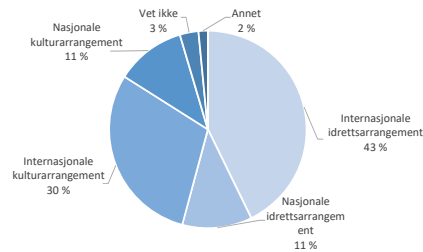


- Vere relevant. Her burde man slippe å dra bort noe.
- Det mest meningsløse vi kan gjøre er å arrangere OL. Skap aktivitet som bygger samfunn og varige verdier
- Mangler "internasjonal anseelse«
- Rimeligere å delta hjemme enn borte
- Alternativene var ikke presise nok, så skal utdype. Store arrangement skaper entusiasme, begeistring og positiv kraft som skaper varige verdier og løft. Kompetanseløftet og løftet innenfor frivilligheten blir ofte institusjonalisert og fører således til fremvekst av nye arrangement. Dette skaper igjen positive ringvirkninger innenfor økonomi, folkehelse og byutvikling. For Norge som nasjon er arrangement en viktig del av merkevaren som gjør Norge anerkjent i internasjonal idrett og kultur. Følgelig er det viktig å bygge videre på denne statusen ved å påta seg nye arrangement, noe som er helt avgjørende for å bygge kompetanse og frivillighet for nye generasjoner. Betydningen av det folkelige engasjementet og frivilligheten skaper som sagt langvarige positive effekter. Samtidig vet vi at store arrangement skaper økt interesse rundt for eksempel en idrett. Håndball-VM i 93 på hjemmebane gav for eksempel et stort løft for jentehåndballen som man har nytt godt av i 25 år. De økonomiske ringvirkningene gjelder både på kort og lengre sikt, herunder økt promotering av Norge som reiselivsdestinasjon.

- Med økt turisme mener jeg ikke asiater. Innovasjon Norge må slutte å bruke masse midler på å få så mange kinesere hit. Sats nærmere, særlig på nordmenn. Få nordmenn til å delta på arrangement, sport og kultur.
- arrangementer i Norge må jo bære seg selv økonomisk. Samfunnet kan ikke sponse dette. Tilskudd er ok, men kostnadene må bæres av flere.
- Vanskelig å sette noen over andre
- Kan også gi mulighet for anleggsutvikling, intergreringsarbeid, rekruttering, utvikling av organisasjon og mennesker
- Det er her veldig viktig å si at denne rangeringen ikke kan representere alle arrangementer. Noen arrangementer er mye mer kommersielt interessante, mens andre er mer interessant av hensyn til merkevarebygging og nasjonal følelse. Eksempel på dette er to arrangementer som har vært i Tromsø: Sjakk OL og Europamesterskapet i Bridge. Det ene kostet nasjonen nesten 90 MNOK, mens det andre gav nasjonen stor økonomisk gevinst. Årsaken er selvsagt kostnadene ved arrangementet og potensialet til omsetning.

7) Basert på ditt svar på spørsmål 6, hvilke typer arrangement kan mest effektivt oppnå den fordel du rangerte som nr. 1?

Internasjonale sports- og kulturarrangementer kan mest effektivt oppnå fordel



- Er et arrangement knyttet til kultur og sport? Ikke messer og faglig innhold mulig?
- Idrettsarrangement bidrar til økt folkehelse, engasjement og stolthet. Idrettsarr. bidrar også med rekruttering til idretten.
- Topp og bredde....
- Vanskelig å uttale seg om. Dette bør strategien seie noko om.
- Kulturdeltakelse skaper plattformen for det unike Norge, som igjen gir attraksjonsverdien internasjonalt. Folkelig engasjement gir en nedenfra-opp bygging, som skaper bærekraftige arrangementer forankret i folket og lokal kultur.
- Norge er fullt av kulturarrangement og festivaler. Litt usikker på om det er plass til flere? Kanskje arbeider for bedre kvalitet og mer internasjonale kulturarrangement?
- Det er liten tvil om at internasjonale idrettsarrangement har den største eksponeringsverdien ift det internasjonale publikummet. For eksempel gav Sykkel-VM i Bergen og regionen rundt unik Norgesreklame. Samtidig vet vi at Eurovision har store muligheter ift kulturlivet. For reiselivet er kultursatsing med festivaler viktig fordi de skaper økt turisme og aktivitet av årlig karakter. Derfor er disse også svært viktig å løfte frem i en nasjonal

arrangementsstrategi. Innenfor idretten finner vi årlige arrangement som World Cup på ski og Arctic Race of Norway på sykkel som de fremste eksempler.

- Historisk sett de arrangement som har skapt mest engasjement i folket.
- Internasjonale kulturarrangement selger nok Norge og norske produkter bedre enn idrettsarrangement. Vi snakker da om mat, musikk, historie osv
- Jeg var så heldig å være tilskuer under Norges OL på Lillehammer. Det viser at vi kan arrangere, og at vi kan gjøre det på vår måte. Jeg vil ha nytt OL til Norge, og vi må ta oss råd til det.
- Internasjonale forretningskonferanse også
- Her leger jeg til grunn at det finnes mange kommersielle idretts- og kulturarrangementer.
- Hvorfor er ikke kongress et valg?

7) Basert på ditt svar på spørsmål 6, hvilke typer arrangement kan mest effektivt oppnå den fordelen du rangerte som nr. 1?

- «Idrettsarrangement bidrar til økt folkehelse, engasjement og stolthet. Idrettsarrangement bidrar også med rekruttering til idretten.»
- «Kultur deltakelse skaper plattformen for det unike Norge, som igjen gir attraksjonsverdi internasjonalt. Folkelig engasjement gir en nedenfra og opp-bygging, som skaper bærekraftige arrangementer forankret i folket og lokal kultur.»
- «Vanskelig å uttale seg om. Dette bør strategien seie noko om.»
- «Norge er fullt av kulturarrangement og festivaler. Litt usikker på om det er plass til flere?»
- «Historisk sett de arrangement som har skapt mest engasjement i folket.»
- «Internasjonale kulturarrangement selger antakelig Norge og norske produkter bedre enn idrettsarrangement.»



- Er et arrangement knyttet til kultur og sport? Ikke messer og faglig innhold mulig?
- Idrettsarrangement bidrar til økt folkehelse, engasjement og stolthet. Idrettsarr. bidrar også med rekruttering til idretten.
- Topp og bredde....
- Vanskelig å uttale seg om. Dette bør strategien seie noko om.
- Kultur deltakelse skaper plattformen for det unike Norge, som igjen gir attraksjonsverdien internasjonalt. Folkelig engasjement gir en nedenfra-opp bygging, som skaper bærekraftige arrangementer forankret i folket og lokal kultur.
- Norge er fullt av kulturarrangement og festivaler. Litt usikker på om det er plass til flere? Kanskje arbeider for bedre kvalitet og mer internasjonale kulturarrangement?
- Det er liten tvil om at internasjonale idrettsarrangement har den største eksponeringsverdien ift det internasjonale publikummet. For eksempel gav Sykkel-VM i Bergen og regionen rundt unik Norgesreklame. Samtidig vet vi at Eurovision har store muligheter ift kulturlivet. For reiselivet er kultursatsing med festivaler viktig fordi de skaper økt turisme og aktivitet av årlig karakter. Derfor er disse også svært viktig å løfte frem i en nasjonal

arrangementsstrategi. Innenfor idretten finner vi årlige arrangement som World Cup på ski og Arctic Race of Norway på sykkel som de fremste eksempler.

- Historisk sett de arrangement som har skapt mest engasjement i folket.
- Internasjonale kulturarrangement selger nok Norge og norske produkter bedre enn idrettsarrangement. Vi snakker da om mat, musikk, historie osv
- Jeg var så heldig å være tilskuer under Norges OL på Lillehammer. Det viser at vi kan arrangere, og at vi kan gjøre det på vår måte. Jeg vil ha nytt OL til Norge, og vi må ta oss råd til det.
- Internasjonale forretningskonferanse også
- Her leger jeg til grunn at det finnes mange kommersielle idretts- og kulturarrangementer.
- Hvorfor er ikke kongress et valg?

8) Hvilke fordeler kan din organisasjon/destinasjon oppnå ved å ha en vellykket nasjonal arrangementsstrategi?

Trender

1. Økt inntjening, særlig i perioder hvor det vanligvis er lite omsetning
2. Hevet kompetansenivå og kompetansedeling
3. Positive ringvirkninger for næringslivet

- National fokus
- Forutsigbare rammevilkår Bedre økonomi Videreutvikling
- Usikker.
- økt forretningsmuligheter i perioder hvor det ellers er stille. Ekspansjon i potensielle internasjonale segmenter innenfor idrett.
- Styrket synlighet, troverdighet og motivasjon
- Auka omsetning / besøk i skuldervesong
- Kostnadsbesparende og mulighet for kompetansedeling vedrørende innhenting av potensielle arrangement
- Verktøy i lokalsamfunnsutvikling
- Forutsigbart akkvisisjonsarbeid, del av strategiplan ikke ad hoc, næringsutvikling, langsiktig planlegging
- vanskelig å si. har aldri set / hørt om en sånn strategi før. Men spendt på å høre nærmere
- Økt politisk engasjement og forpliktelser, kompetanse og forhåpentligvis bedre rammevilkår/finansiering av både innsalgsprosessene og selve arrangementene

- økt besøk fra internasjonale gjester Mer oppmerksomhet og styrket merkevare
- Hente kunnskap og lære fra andre aktører/organisasjoner som organiserer arrangement.
- Strategien må ha en klar prioritering som gjør det enklere for lokale arrangører å vite på forhånd hva man kan forvente av nasjonal medvirkning, og bidra til redusert arbeidsomfang for regionale søkere.
- Gode opplevelser for innbyggerne
- Vi kan lettere oppfattes som en seriøs arrangør, samt det kan være lettere å få tildelt arrangement dersom en har en strategi.
- Engasjement, økt verdiskaping ved å være vertskap for arrangmenet.
- Forbedret omdømme - utvikle heia kultur
- Stabelitet
- LEVEDYKTIGHET GJENNOM OMSKIFTELIGE TIDER. Vi trenger nye forretningsmodeller også, og vi trenger flere som forstår hva vi gjør og hva vil, og mer samarbeid gjennom hele året med andre store nasjonale arenaer.
- At vi kommer inn i et system som bistår og har forpliktelser
- Dersom det satses på eksisterende arrangementer i Norge vil vi kunne få hjelp til å tiltrekke oss et større internasjonalt publikum.
- Evnen til å by på og å gjennomføre EM og VM
- Større verdiskaping. Utvidelse av sesong.
- Utnytte lokal ressurs til det beste for lokalsamfunnet og for tilreisende. Videreutvikle det som er forankret lokalt og samtidig ha strategier for hvordan det leverer internasjonalt. Strategi muliggjør planlegging for flerbruksanlegg som gagnar et mangfold av aktører, dette er spesielt viktig i rurale områder med færre ressurs /publikum.
- Bedre ringvirkninger, større forståelse for idrettene, bedre samspill mellom frivillig, næringsliv og det offentlige. Se spm. 6/19
- For oss er det viktig med fokus på arrangement og hvilke ringvirkninger dette har for reiselivet og handel. Statusen til arrangement vil heves og vi vil tilføres kompetanse gjennom økt internasjonalisering.

- Gjøre Norge mer kjent og styrke merkevare
- vet ikke
- Tiltrekke oss bedre kvalitet på innhold
- Langsiktige investeringer som vil gi gode synergier
- Økt offentlig satsing på å markedsføre Norge som konferansedestinasjon
- Min by og region fikk et stort løft da byen samlet seg bak å være Europeisk kulturby i år 2000. Mange av tiltakene ble institusjonalisert og ressurspersoner er idag fremtredende i ledende offentlige posisjoner, noe som har gitt et varig løft for kulturlivet. For idretten markerte Sykkkel-VM i 2017 et markant løft for idretten og frivilligheten, men det foreligger ikke gode arrangementsplaner for regionen utover ambisjoner på en rekke felt. En nasjonal arrangementsstrategi vil både sette krav til byen og regionen ift å måtte ta en sterkere satsing på dette felt, samtidig som det vil bygge oppunder eksisterende planer og gi nye muligheter som man i dag ikke har definert eller klart å realisere.
- merkevarebygging, bygge stolthet,
- Økt deltagelse, bedre økonomi
- Forutsigbarhet og god dialog med offentlige myndigheter.
- Større/flere arrangementer, flere tilreisende, lokalt engasjement som igjen øker verdiskapingen lokalt, og glade deltagere og lokalbefolkning
- Er del av strategi satsingen. Strategien må omhandle hele Norge!
- Flere besøkende - økt verdiskaping.
- Felles språk og forankring i samarbeid med det offentlige. felles strategi gjør det lettere å samarbeide
- Norge mer attraktivt som destinasjon for alle typer arrangement. Sterke posisjon blant internasjonale konferanser og kongresser som flyttes rundt i verden.
- Økonomisk. Oppmerksomhet. Utvikling.
- Økt trafikk
- Bevissthet. Det blir enklere å promotere oss og tekke arrangementer til vår region.

- Stavanger har lang vei å gå. Her satses bare på hotell og cruise. Har ingen sans for denne cruisesatsingen - lite inntekter til Stavanger, og mye forsøpling.
- Fordeler for reiseliv/turisme og næringsutvikling
- At flere tør å satse på å lage sin egen bedrift og å tjene penger/betale skatt.
- Flytilbudet til regionen vil bli forsterket.
- Får flere store internasjonale arrangement til Norge, øker vår trafikk med gjester
- Stolthet - godt for næringslivet - godt for idretten !
- Flere arrangement til destinasjonen
- Markedsføre arrangement
- Det kommer an på hvordan strategien blir.
- eksponering. økonomi, rekruttering
- Økt oppmerksomhet og kjennskap
- Flere arrangører, bedre markedsføring, midler til utvikling av infrastruktur, mer forståelse generelt omkring arrangement (goodwill). Økt omsetning hos næringsaktører innenfor besøksnæringen
- En samlet destinasjon med klare mål for hvilke arrangementstyper man skal jobbe for å få inn.
- Større synlighet og rikere, mer internasjonal kulturell kontekst
- Kunne få flere internasjonale arrangementer innen mat og drikke til Norge
- TYDELIGERE PRIORITERINGER LOKALT OG NASJONALT, MINDRE ENERGI PÅ Å LØFTE SITT EGET KANDIDATUT NASJONALT. KAMPEN STÅR UTENLANDS.
- Økt omsetning
- Mer effektiv ressursutnyttelse
- Fokus på arrangement på nasjonalt nivå, vil bidra til fokus på arrangementssatsingen på lokalt/regionalt nivå.
- Økonomisk utvikling på perioder som ikke er gode. Merkevaren blir kjent internasjonalt

- Større fokus, gir større muligheter for vår organisasjon. Vi vil tiltrekke oss arrangement som vi ikke drømte om var mulig og skape økonomisk vekst.
- Tydelighet på prioritering og støtte til arrangementet
- Ved å kunne ha og bidra til en nasjonal arrangementsstrategi vil vi kunne internt fjerne tvil for hva det er forventet at vår organisasjon skal bidra med. I dag blir dette løst fra gang til gang og prosessen tar som oftest lengre tid enn nødvendig fordi en strategi må lages fra grunnen av hver gang.
- Kvalitetsstempel. Fordele belastningene Få med alle deler av landet
- En mer strømlinjeformet måte å arrangere på. Like forutsetninger over hele landet.
- Å kunne jobbe målrettet mot arrangementer som har en høyere sannsynlighet å få støtte.
- Flere RIKTIGE arrangementer til Tromsø
- At risikoen ved å påta seg større arrangement reduseres.
- Økt oppmerksomhet om arrangement som bidrag til destinasjonsutvikling.
- Muligheter for tett samarbeid med aktører som sammen med oss vil ha nytte av arrangementet
- Bidra til store regionale ringvirkninger
- Større attraktivitet og identitet

8) Hvilke fordeler kan din organisasjon/destinasjon oppnå ved å ha en vellykket nasjonal arrangementsstrategi?

- «Styrket synlighet, troverdighet og motivasjon.»
- «Økte forretningsmuligheter i perioder hvor det ellers er stille. Ekspansjon i potensielle internasjonale segmenter innenfor idrett.»
- «Strategien må ha en klar prioritering som gjør det enklere for lokale arrangører å vite på forhånd hva man kan forvente av nasjonal medvirkning, og bidra til redusert arbeidsomfang for regionale søkere.»
- «Økt oppmerksomhet om arrangement som bidrag til destinasjonsutvikling.»
- «Bidra til store regionale ringvirkninger.»
- «Stolthet - godt for næringslivet - godt for idretten!»



- National fokus
- Forutsigbare rammevilkår Bedre økonomi Videreutvikling
- Usikker.
- økt forretningsmuligheter i perioder hvor det ellers er stille. Ekspansjon i potensielle internasjonale segmenter innenfor idrett.
- Styrket synlighet, troverdighet og motivasjon
- Auka omsetning / besøk i skuldervesong
- Kostnadsbesparende og mulighet for kompetansedeling vedrørende innhenting av potensielle arrangement
- Verktøy i lokalsamfunnsutvikling
- Forutsigbart akkvisisjonsarbeid, del av strategiplan ikke ad hoc, næringsutvikling, langsiktig planlegging
- vanskelig å si. har aldri set / hørt om en sånn strategi før. Men spendt på å høre nærmere
- Økt politisk engasjement og forpliktelser, kompetanse og forhåpentligvis bedre rammevilkår/finansiering av både innsalgsprosessene og selve arrangementene

- økt besøk fra internasjonale gjester Mer oppmerksomhet og styrket merkevare
- Hente kunnskap og lære fra andre aktører/organisasjoner som organiserer arrangement.
- Strategien må ha en klar prioritering som gjør det enklere for lokale arrangører å vite på forhånd hva man kan forvente av nasjonal medvirkning, og bidra til redusert arbeidsomfang for regionale søkere.
- Gode opplevelser for innbyggerne
- Vi kan lettere oppfattes som en seriøs arrangør, samt det kan være lettere å få tildelt arrangement dersom en har en strategi.
- Engasjement, økt verdiskaping ved å være vertskap for arrangmenet.
- Forbedret omdømme - utvikle heia kultur
- Stabelitet
- LEVEDYKTIGHET GJENNOM OMSKIFTELIGE TIDER. Vi trenger nye forretningsmodeller også, og vi trenger flere som forstår hva vi gjør og hva vil, og mer samarbeid gjennom hele året med andre store nasjonale arenaer.
- At vi kommer inn i et system som bistår og har forpliktelser
- Dersom det satses på eksisterende arrangementer i Norge vil vi kunne få hjelp til å tiltrekke oss et større internasjonalt publikum.
- Evnen til å by på og å gjennomføre EM og VM
- Større verdiskaping. Utvidelse av sesong.
- Utnytte lokal ressurs til det beste for lokalsamfunnet og for tilreisende. Videreutvikle det som er forankret lokalt og samtidig ha strategier for hvordan det leverer internasjonalt. Strategi muliggjør planlegging for flerbruksanlegg som gagnar et mangfold av aktører, dette er spesielt viktig i rurale områder med færre ressurs /publikum.
- Bedre ringvirkninger, større forståelse for idrettene, bedre samspill mellom frivillig, næringsliv og det offentlige. Se spm. 6/19
- For oss er det viktig med fokus på arrangement og hvilke ringvirkninger dette har for reiselivet og handel. Statusen til arrangement vil heves og vi vil tilføres kompetanse gjennom økt internasjonalisering.

- Gjøre Norge mer kjent og styrke merkevare
- vet ikke
- Tiltrekke oss bedre kvalitet på innhold
- Langsiktige investeringer som vil gi gode synergier
- Økt offentlig satsing på å markedsføre Norge som konferansedestinasjon
- Min by og region fikk et stort løft da byen samlet seg bak å være Europeisk kulturby i år 2000. Mange av tiltakene ble institusjonalisert og ressurspersoner er idag fremtredende i ledende offentlige posisjoner, noe som har gitt et varig løft for kulturlivet. For idretten markerte Sykkkel-VM i 2017 et markant løft for idretten og frivilligheten, men det foreligger ikke gode arrangementsplaner for regionen utover ambisjoner på en rekke felt. En nasjonal arrangementsstrategi vil både sette krav til byen og regionen ift å måtte ta en sterkere satsing på dette felt, samtidig som det vil bygge oppunder eksisterende planer og gi nye muligheter som man i dag ikke har definert eller klart å realisere.
- merkevarebygging, bygge stolthet,
- Økt deltagelse, bedre økonomi
- Forutsigbarhet og god dialog med offentlige myndigheter.
- Større/flere arrangementer, flere tilreisende, lokalt engasjement som igjen øker verdiskapingen lokalt, og glade deltagere og lokalbefolkning
- Er del av strategi satsingen. Strategien må omhandle hele Norge!
- Flere besøkende - økt verdiskaping.
- Felles språk og forankring i samarbeid med det offentlige. felles strategi gjør det lettere å samarbeide
- Norge mer attraktivt som destinasjon for alle typer arrangement. Sterke posisjon blant internasjonale konferanser og kongresser som flyttes rundt i verden.
- Økonomisk. Oppmerksomhet. Utvikling.
- Økt trafikk
- Bevissthet. Det blir enklere å promotere oss og tekke arrangementer til vår region.

- Stavanger har lang vei å gå. Her satses bare på hotell og cruise. Har ingen sans for denne cruisesatsingen - lite inntekter til Stavanger, og mye forsøpling.
- Fordeler for reiseliv/turisme og næringsutvikling
- At flere tør å satse på å lage sin egen bedrift og å tjene penger/betale skatt.
- Flytilbudet til regionen vil bli forsterket.
- Får flere store internasjonale arrangement til Norge, øker vår trafikk med gjester
- Stolthet - godt for næringslivet - godt for idretten !
- Flere arrangement til destinasjonen
- Markedsføre arrangement
- Det kommer an på hvordan strategien blir.
- eksponering. økonomi, rekruttering
- Økt oppmerksomhet og kjennskap
- Flere arrangører, bedre markedsføring, midler til utvikling av infrastruktur, mer forståelse generelt omkring arrangement (goodwill). Økt omsetning hos næringsaktører innenfor besøksnæringen
- En samlet destinasjon med klare mål for hvilke arrangementstyper man skal jobbe for å få inn.
- Større synlighet og rikere, mer internasjonal kulturell kontekst
- Kunne få flere internasjonale arrangementer innen mat og drikke til Norge
- TYDELIGERE PRIORITERINGER LOKALT OG NASJONALT, MINDRE ENERGI PÅ Å LØFTE SITT EGET KANDIDATUT NASJONALT. KAMPEN STÅR UTENLANDS.
- Økt omsetning
- Mer effektiv ressursutnyttelse
- Fokus på arrangement på nasjonalt nivå, vil bidra til fokus på arrangementssatsingen på lokalt/regionalt nivå.
- Økonomisk utvikling på perioder som ikke er gode. Merkevaren blir kjent internasjonalt

- Større fokus, gir større muligheter for vår organisasjon. Vi vil tiltrekke oss arrangement som vi ikke drømte om var mulig og skape økonomisk vekst.
- Tydelighet på prioritering og støtte til arrangementet
- Ved å kunne ha og bidra til en nasjonal arrangementsstrategi vil vi kunne internt fjerne tvil for hva det er forventet at vår organisasjon skal bidra med. I dag blir dette løst fra gang til gang og prosessen tar som oftest lengre tid enn nødvendig fordi en strategi må lages fra grunnen av hver gang.
- Kvalitetsstempel. Fordele belastningene Få med alle deler av landet
- En mer strømlinjeformet måte å arrangere på. Like forutsetninger over hele landet.
- Å kunne jobbe målrettet mot arrangementer som har en høyere sannsynlighet å få støtte.
- Flere RIKTIGE arrangementer til Tromsø
- At risikoen ved å påta seg større arrangement reduseres.
- Økt oppmerksomhet om arrangement som bidrag til destinasjonsutvikling.
- Muligheter for tett samarbeid med aktører som sammen med oss vil ha nytte av arrangementet
- Bidra til store regionale ringvirkninger
- Større attraktivitet og identitet

9) På hvilke måter kan din organisasjon/destinasjon bidra til utviklingen av en vellykket nasjonal arrangementsstrategi?

Trender

1. Dele kompetanse
2. Dele erfaring
3. Bidra med lokalkunnskap

- Kunnskap rundt valg
- Dele erfaringer Nettverksbygging
- Usikker
- I mindre grad. Besøknæringen kan dog basere seg på de tilbakemeldingene vi får fra aktørene som bor hos oss og hva vi opplever som viktig for de. Det vi videre kan bidra med er best practice fra næringen i andre land vi er operative i
- Erfaring
- Erfaringar frå utvikling av bl.a. XtremEidfjord og Hardanger Matkulturfestival
- Deling av kompetanse vedrørende fagområdet
- Vi kan si noe om betydningen av lokale, årlige/faste arrangement for lokalsamfunnet, både økonomisk, identitetsmessig og for image
- Pådriver, tilrettelegger, kunnskap, erfaring, fasilitator,
- Usikker. Men jeg er åpen for dette

- Tydelige kriterier, bidra med godt tallgrunnlag, presise formuleringer, engasjere lokalt, spre det gode budskap, oppfølging av strategiarbeidet og henvise til det i fremtidig salgsarbeid, bidra med lokale utviklede strategier, nettverk og nøkkelpersoner.
- Møter, delegasjoner, markedsføring mm
- Bidra med erfaring fra tidligere arrangement,
- Med kunnskap om hvilke arrangement som kan ha best effekt for vår region, hva som gjør det vanskelig å være arrangør i dag, og hva som skal til for å få vellykkede arrangement.
- Bidra med erfaring i fra egne arrangement
- Vi kan bidra med erfaring i og med at vi ofte arrangerer eller er medarrangør i internasjonale arrangement.
- Kan være samarbeidspartner med andre organisasjoner og arrangører. Som vil gavne idretten + innbyggere. Kan være tilrettelegger/forvalter
- Bidra med vår erfaring -
- Erfaring
- Med over 50 års tradisjon, folk som har jobbet med å tiltrekke seg besøkende fra hele verden samt engasjere deltakere fra hele Norge, så har vi nok en viss peiling :-)
- arrangementskompetanse
- Vi er en aktør som arrangerer festival hvert år, og som har potensiale til å tiltrekke seg et enda større internasjonalt publikum til Norge. Bidrar gjerne med vår erfaring og ekspertise inn i arbeidet.
- Luftsport - Norge har gode forutsetninger med mye ledig luftrom, for å arrangere EM og VM i luftsportgrener
- Tilby noko særeige. Noko som er off the beaten track.
- Besluttende myndigheter, arrangementer og reiselivsnæringen må ha oppdatert kunnskap. Samarbeidsstrategier særlig mellom arrangører og reiselivsnæringen.
- Vi kan arbeide for at våre internasjonale særidrettsforbund legger EM, VM og idrettskongresser til Norge.
- Vi kan bidra med kunnskap om ringvirkninger, hvordan utvikle helhetlige opplevelser, også i randsonen av selve

arrangementet. Jeg mener det er svært viktig at vi holder fokus på det som bygger opp under merkevaren Norge og kan fortelle noe om oss som folk. Vårt DNA, hel ved, solid, tillit og trygt. Det er verdier som internasjonale gjester ikke forstår omfanget av før de besøker Norge.

- Faglig
- vet ikke
- Kunnskap og kompetanse om teknologo både som innhold og som driver
- Dele erfaring
- Samarbeide med andre kompeleterende organisasjoner
- Den nevnte erfaring og kompetanse innenfor kultur, idrett og næring gir destinasjonen enkelte særskilte komparative fortrinn. Disse vil bli en klar styrke i en norsk overordnet arrangementsstrategi.
- vi har arenaer og har en kompakt region, korte avstander, krever ikke mye transport som ofte er for dyrenede ved slike arrangementer
- Som en god arrangør.
- Kompetanse og erfaring
- Engasjere besøksnæringen, samarbeid mellom arrangør og besøksnæring -bo, spise, reise og gjøre, inkludert shopping!
Koordinere mellom arrangør, besøksnæring og kommune - Infrastruktur
- Delta aktivt i utviklingen og synliggjøring av muligheter.
- Delta på arena som skal utvikle strategien.
- Innspill, stilmulering og fasilitering av samarbeid
- Vi er tilkoblet opp til flere internasjonale klustere/organisasjoner hvor vi jobber tett med andre land. Blant annet IAPCO og Ascone. Dette gir oss unikt innblikk i hva andre land gjør.
- Fordele jobber, delta, mangfold.
- Bedre flyrutetilbud
- Dele våre allerede eksisterende strategier og videreutvikle disse.

- Min organisasjon kan være med og bidra økonomisk, og med tilrettelegging.
- Fremheve det vår region har å by på, sette i kontakt med relevant nettverk, gi støtte til regionale prosjekter
- Opplæring Kunnskapsdeling
- Sammen med regionen kan vi bidra til analyser og kunnskap til flyselskap slik at rutetilbudet kan bli bedre.
- Bidrar med en viktig del som er hotell og logistikk rundt dette, bidra med løsninger
- Vi er stor arrangør og kan således mye om optimalisering, effektuttakelse mm
- Delta aktivt
- Lojale til destinasjon av arrangement sted
- Fortsette å arrangere. Fortsette å vokse med hjelp av tilreisende deltagere.
- med vår kompetanse bidra til gjennomføring
- Tilrettelegge for felles arrangement
- Støtte opp under prosess, komme med forslag
- Kompetanse og villig til å delta i prosessen.
- Stille vår spisskompetanse til rådighet på feltet kunst- og kulturutveksling og generell kompetanseheving
- Bidra med innsikt og erfaringer fra www.ostevm.no
- DELTA MED KOMPETANSE I PROSESSEN BIDRA MED KONKRETE FORSLAG I PROSESS IMPLEMENTERE STRATEGI LOKALT KUNNSKAP BÅDE PÅ KULTUR, IDRETT OG TEKNOLOGI/KUNNSKAP
- Merverdi og god opplevelse
- Bruke den erfaringen vi har
- Bidra med erfaringer og ønsker fra arrangementer i egen region (store og små)
- Hospitality, samarbeid med andre bransjer
- Etablere forum for erfaringsutveksling, møtes aktivt for å forsterke kompetansen. Utvikle arenaer og møteplasser internasjonalt som har effekt på konvertering.

- Gi innspill og dele av erfaringer vi har hatt
- Vi kan hjelpe til med å legge et rammeverk for innkvartering av deltakere og også tilby haller for avvikling til de sportsgrener innendørs som passer I str. Det kan også være oppgaver I denne sammenheng som vi kan ta på oss sammen med andre reiselivsaktører for å bedre sy sammen et samlet produkt og tilbud om det passer strategien.
- Personer med erfaring fra arrangementer kan bidre med gode momenter. De er representert i hele landet, har mange medlemmer.
- Komme med innspill og deltagelse i workshop
- Vi har erfaring fra tidligere arbeid med arrangement, lokal kunnskap om infrastruktur og idrettsmiljøer på destinasjons nivå og gode relasjoner med reiselivsnæringen.
- Viktige innspill til hva Tromsø ønsker, og være tydelig på begrensninger. I tillegg vil det alltid ligge et potensiale for fremtiden, dette potensialet må vi så spilt inn.
- Med innspill og kompetanse som organisasjonen besitter.
- Bidra til forankringen.
- Innrette vår virksomhet til et samarbeid om prioriteringer for å samordne våre mål med nasjonale mål
- Kompetanse og risikoavlastning (venue)
- Definere krav til teknisk gjennomføring og bistand til gjennomføring

9) På hvilke måter kan din organisasjon/destinasjon bidra til utviklingen av en vellykket nasjonal arrangementsstrategi?

- «Deling av kompetanse vedrørende fagområdet.»
- «Besluttende myndigheter, arrangementer og reiselivsnæringen må ha oppdatert kunnskap.»
- «Vi kan bidra med kunnskap om ringvirkninger, hvordan utvikle helhetlige opplevelser, også i randsonen av selve arrangementet.»
- «Dele våre allerede eksisterende strategier og videreutvikle disse.»
- «Fremheve det vår region har å by på, sette i kontakt med relevant nettverk, gi støtte til regionale prosjekter.»
- «Etablere forum for erfaringsutveksling, møtes aktivt for å forsterke kompetansen.»



- Kunnskap rundt valg
- Dele erfaringer Nettverksbygging
- Usikker
- I mindre grad. Besøknæringen kan dog basere seg på de tilbakemeldingene vi får fra aktørene som bor hos oss og hva vi opplever som viktig for de. Det vi videre kan bidra med er best practice fra næringen i andre land vi er operative i
- Erfaring
- Erfaringar frå utvikling av bl.a. XtremEidfjord og Hardanger Matkulturfestival
- Deling av kompetanse vedrørende fagområdet
- Vi kan si noe om betydningen av lokale, årlige/faste arrangement for lokalsamfunnet, både økonomisk, identitetsmessig og for image
- Pådriver, tilrettelegger, kunnskap, erfaring, fasilitator,
- Usikker. Men jeg er åpen for dette

- Tydelige kriterier, bidra med godt tallgrunnlag, presise formuleringer, engasjere lokalt, spre det gode budskap, oppfølging av strategiarbeidet og henvise til det i fremtidig salgsarbeid, bidra med lokale utviklede strategier, nettverk og nøkkelpersoner.
- Møter, delegasjoner, markedsføring mm
- Bidra med erfaring fra tidligere arrangement,
- Med kunnskap om hvilke arrangement som kan ha best effekt for vår region, hva som gjør det vanskelig å være arrangør i dag, og hva som skal til for å få vellykkede arrangement.
- Bidra med erfaring i fra egne arrangement
- Vi kan bidra med erfaring i og med at vi ofte arrangerer eller er medarrangør i internasjonale arrangement.
- Kan være samarbeidspartner med andre organisasjoner og arrangører. Som vil gavne idretten + innbyggere. Kan være tilrettelegger/forvalter
- Bidra med vår erfaring -
- Erfaring
- Med over 50 års tradisjon, folk som har jobbet med å tiltrekke seg besøkende fra hele verden samt engasjere deltakere fra hele Norge, så har vi nok en viss peiling :-)
- arrangementskompetanse
- Vi er en aktør som arrangerer festival hvert år, og som har potensiale til å tiltrekke seg et enda større internasjonalt publikum til Norge. Bidrar gjerne med vår erfaring og ekspertise inn i arbeidet.
- Luftsport - Norge har gode forutsetninger med mye ledig luftrom, for å arrangere EM og VM i luftsportgrener
- Tilby noko særeige. Noko som er off the beaten track.
- Besluttende myndigheter, arrangementer og reiselivsnæringen må ha oppdatert kunnskap. Samarbeidsstrategier særlig mellom arrangører og reiselivsnæringen.
- Vi kan arbeide for at våre internasjonale særidrettsforbund legger EM, VM og idrettskongresser til Norge.
- Vi kan bidra med kunnskap om ringvirkninger, hvordan utvikle helhetlige opplevelser, også i randsonen av selve

arrangementet. Jeg mener det er svært viktig at vi holder fokus på det som bygger opp under merkevaren Norge og kan fortelle noe om oss som folk. Vårt DNA, hel ved, solid, tillit og trygt. Det er verdier som internasjonale gjester ikke forstår omfanget av før de besøker Norge.

- Faglig
- vet ikke
- Kunnskap og kompetanse om teknologo både som innhold og som driver
- Dele erfaring
- Samarbeide med andre kompeleterende organisasjoner
- Den nevnte erfaring og kompetanse innenfor kultur, idrett og næring gir destinasjonen enkelte særskilte komparative fortrinn. Disse vil bli en klar styrke i en norsk overordnet arrangementsstrategi.
- vi har arenaer og har en kompakt region, korte avstander, krever ikke mye transport som ofte er for dyrenede ved slike arrangementer
- Som en god arrangør.
- Kompetanse og erfaring
- Engasjere besøksnæringen, samarbeid mellom arrangør og besøksnæring -bo, spise, reise og gjøre, inkludert shopping!
Koordinere mellom arrangør, besøksnæring og kommune - Infrastruktur
- Delta aktivt i utviklingen og synliggjøring av muligheter.
- Delta på arena som skal utvikle strategien.
- Innspill, stilmulering og fasilitering av samarbeid
- Vi er tilkoblet opp til flere internasjonale klustere/organisasjoner hvor vi jobber tett med andre land. Blant annet IAPCO og Ascone. Dette gir oss unikt innblikk i hva andre land gjør.
- Fordele jobber, delta, mangfold.
- Bedre flyrutetilbud
- Dele våre allerede eksisterende strategier og videreutvikle disse.

- Min organisasjon kan være med og bidra økonomisk, og med tilrettelegging.
- Fremheve det vår region har å by på, sette i kontakt med relevant nettverk, gi støtte til regionale prosjekter
- Opplæring Kunnskapsdeling
- Sammen med regionen kan vi bidra til analyser og kunnskap til flyselskap slik at rutetilbudet kan bli bedre.
- Bidrar med en viktig del som er hotell og logistikk rundt dette, bidra med løsninger
- Vi er stor arrangør og kan således mye om optimalisering, effektuttagelse mm
- Delta aktivt
- Lojale til destinasjon av arrangement sted
- Fortsette å arrangere. Fortsette å vokse med hjelp av tilreisende deltagere.
- med vår kompetanse bidra til gjennomføring
- Tilrettelegge for felles arrangement
- Støtte opp under prosess, komme med forslag
- Kompetanse og villig til å delta i prosessen.
- Stille vår spisskompetanse til rådighet på feltet kunst- og kulturutveksling og generell kompetanseheving
- Bidra med innsikt og erfaringer fra www.ostevm.no
- DELTA MED KOMPETANSE I PROSESSEN BIDRA MED KONKRETE FORSLAG I PROSESS IMPLEMENTERE STRATEGI LOKALT KUNNSKAP BÅDE PÅ KULTUR, IDRETT OG TEKNOLOGI/KUNNSKAP
- Merverdi og god opplevelse
- Bruke den erfaringen vi har
- Bidra med erfaringer og ønsker fra arrangementer i egen region (store og små)
- Hospitality, samarbeid med andre bransjer
- Etablere forum for erfaringsutveksling, møtes aktivt for å forsterke kompetansen. Utvikle arenaer og møteplasser internasjonalt som har effekt på konvertering.

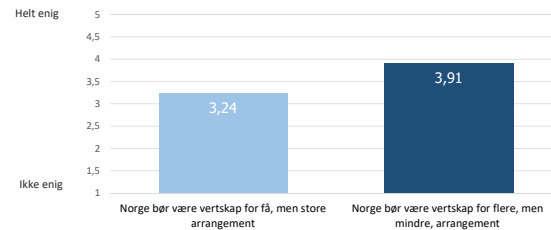
- Gi innspill og dele av erfaringer vi har hatt
- Vi kan hjelpe til med å legge et rammeverk for innkvartering av deltakere og også tilby haller for avvikling til de sportsgrener innendørs som passer I str. Det kan også være oppgaver I denne sammenheng som vi kan ta på oss sammen med andre reiselivsaktører for å bedre sy sammen et samlet produkt og tilbud om det passer strategien.
- Personer med erfaring fra arrangementer kan bidre med gode momenter. De er representert i hele landet, har mange medlemmer.
- Komme med innspill og deltagelse i workshop
- Vi har erfaring fra tidligere arbeid med arrangement, lokal kunnskap om infrastruktur og idrettsmiljøer på destinasjons nivå og gode relasjoner med reiselivsnæringen.
- Viktige innspill til hva Tromsø ønsker, og være tydelig på begrensninger. I tillegg vil det alltid ligge et potensiale for fremtiden, dette potensialet må vi så spilt inn.
- Med innspill og kompetanse som organisasjonen besitter.
- Bidra til forankringen.
- Innrette vår virksomhet til et samarbeid om prioriteringer for å samordne våre mål med nasjonale mål
- Kompetanse og risikoavlastning (venue)
- Definere krav til teknisk gjennomføring og bistand til gjennomføring

10) Bør Norge være vertskap for få store arrangement, eller flere mindre arrangement?



En lite flertall av respondentene foretrekker flere, mindre arrangementer

NB: Svaret på dette spørsmålet står i motsetning til svaret på spørsmål 7 om hvilke typer arrangementer som mest effektivt kan oppnå fordeler for Norge (hvor respondentene svarte internasjonale sports- og idrettsarrangementer).



- dette kommer helt an på hva et lite land er kapabelt til å gjøre med det som investeres. Er det vintersport for eksempel, vil mange anlegg kunne brukes, antall hoteller som blir bygget trenger økt turisme etc.
- Mulegheit for å fordele mindre arrangement over heile landet, mindre arrangement = mindre risiko.
- Store arrangement tar enormt med ressurser, og er som regel fort glemt. Tiltrekker seg personer med store egoer og det ligger lite realverdier igjen. Ref sykkel VM Små "grå" arrangement er motsatt.
- Ikke enten eller-må jobbe etter klare kriterier som er avklart på forhånd. Bærekraft. Bruke de verktøy som i dag finnes.
- begge dele
- Norge har engasjerte miljøer og kapasitet til å jobbe med begge segmentene, både store og små avhengig av det lokale miljøet. Få store er viktige prestisjearrangementer å jobbe med, men også de middels store fyller hotellene. Ja takk, begge deler!
- Norge bør kunne være vertskap for både små og store arrangement!
- Det ene bør ikke utelukke det andre. Flere, mindre arrangement med internasjonalt og nasjonalt format foregår nesten kontinuerlig over hele landet. Men i dag er det ingen systematikk eller kunnskapsoverføring som kobler

disse arrangementene.

- De mindre arr. Vil gi flere muligheten til å delta.
- Ikke enig i enten eller. tullete spørsmål
- Norge bør først og fremst satse på norske faste arrangementer med internasjonal appell.
- Norge bør arrangere store arrangement der de er forankret i det Norge vil være god/unik på. Slik at ressurser som benyttes får optimal gjenbruk. Mange små arrangementer er viktig for kunnskapsbygging, inspirasjon og være en del av noe større.
- Dette er helt avhengig av samspillet mellom frivillige, næringsliv og offentlig på lokalt plan. Noen steder er vi klare, andre steder må vi begynne med små arrangement og utvikle gradvis. Vår forbund organiserer 19 grener innen tre internasjonale idrettsforbund. Mye å ta av
- Dette er ikke et enten - eller slik spm indikerer. Begge deler går hånd i hånd, og det ene utelukker ikke det andre. Begge deler er også like viktig.
- ja takk begge deler
- For å få store arrangement må man som regel gjennomføre flere mindre arrangement så dette henger sammen.
- Store arrangementer dersom en holder et lavbudsjett og ser på etterbruk
- I en bærekraftig kontekst ville det ikke være nødvendig å velge.
- Ja takk, begge deler:-)
- Flere mindre omfatter flere interesser og fagfelt.
- Ja takk, begge deler. Men det er vel mest realistisk å få flere men mindre arrangement. Vi er jo et lite land, med få innbyggere.
- Satse på det som er spesielt, nasjonalt, kulturelt, regionalt
- Ja takk begge deler, avhengig hvor i landet disse legges. dette kan fint kombineres.
- Fokuset bør være at arrangementene blir fordelt i landet og ikke kun ender opp i Oslo.
- Går fint an å kombinere dette.

- Det kommer ann på!
- Innvistering må ses på i sammenheng med ringvirkninger dette medfører
- Usikker på hva som definerer et stort arrangement
- Hva er stort og hva er lite? Hvorfor trenger det ene å ekskludere det andre?
- Spørsmålet burde være hvor ofte vi skal ha store, og små arrangementer, ikke om vi skal satse på eller en annen type. Og hva regnes som et stort arrangementet siden Norge har ikke kapasitet til å ta imot et mega arrangement uansett?
- Jeg mener Norge vil få størst effekt av flere mindre arrangementer tilpasset norske forhold. Men fra tid til annen bør vi ta på oss større arrangementer, dog ikke arrangementer som går utover kulturens, eller idrettens utvikling.
- Det er trolig større kost/nytte av flere arrangementer som er mindre enn megaarrangementene (OL/PL). Dette bør analyseres grundig.
- Små arrangementer må i tilfelle være motivert av muligheten for å få et stort arrangement

10) Bør Norge være vertskap for få store arrangement, eller flere mindre arrangement?

- «Norge bør kunne være vertskap for både små og store arrangement!»
- «Flere, mindre arrangement med internasjonalt og nasjonalt format foregår nesten kontinuerlig over hele landet. Men i dag er det ingen systematikk eller kunnskapsoverføring som kobler disse arrangementene.»
- «Mulighet for å fordele mindre arrangement over heile landet, mindre arrangement = mindre risiko.»
- «Store arrangement tar enormt med ressurser, og er som regel fort glemt.»
- «Store arrangementer dersom en holder et lavbudsjett og ser på etterbruk.»
- «Ja takk, begge deler. Men det er vel mest realistisk å få flere men mindre arrangement. Vi er jo et lite land, med få innbyggere.»
- «Det er trolig større kost/nytte av flere arrangementer som er mindre enn megaarrangementene (OL/PL). Dette bør analyseres grundig.»



- dette kommer helt an på hva et lite land er kapabelt til å gjøre med det som investeres. Er det vintersport for eksempel, vil mange anlegg kunne brukes, antall hoteller som blir bygget trenger økt turisme etc.
- Mulegheit for å fordele mindre arrangement over heile landet, mindre arrangement = mindre risiko.
- Store arrangement tar enormt med ressurser, og er som regel fort glemt. Tiltrekker seg personer med store egoer og det ligger lite realverdier igjen. Ref sykkel VM Små "grå" arrangement er motsatt.
- Ikke enten eller-må jobbe etter klare kriterier som er avklart på forhånd. Bærekraft. Bruke de verktøy som i dag finnes.
- begge dele
- Norge har engasjerte miljøer og kapasitet til å jobbe med begge segmentene, både store og små avhengig av det lokale miljøet. Få store er viktige prestisjearrangementer å jobbe med, men også de middels store fyller hotellene. Ja takk, begge deler!
- Norge bør kunne være vertskap for både små og store arrangement!
- Det ene bør ikke utelukke det andre. Flere, mindre arrangement med internasjonalt og nasjonalt format foregår nesten kontinuerlig over hele landet. Men i dag er det ingen systematikk eller kunnskapsoverføring som kobler

disse arrangementene.

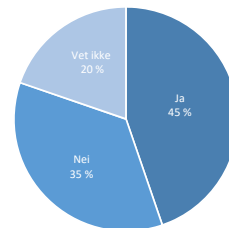
- De mindre arr. Vil gi flere muligheten til å delta.
- Ikke enig i enten eller. tullete spørsmål
- Norge bør først og fremst satse på norske faste arrangementer med internasjonal appell.
- Norge bør arrangere store arrangement der de er forankret i det Norge vil være god/unik på. Slik at ressurser som benyttes får optimal gjenbruk. Mange små arrangementer er viktig for kunnskapsbygging, inspirasjon og være en del av noe større.
- Dette er helt avhengig av samspillet mellom frivillige, næringsliv og offentlig på lokalt plan. Noen steder er vi klare, andre steder må vi begynne med små arrangement og utvikle gradvis. Vår forbund organiserer 19 grener innen tre internasjonale idrettsforbund. Mye å ta av
- Dette er ikke et enten - eller slik spm indikerer. Begge deler går hånd i hånd, og det ene utelukker ikke det andre. Begge deler er også like viktig.
- ja takk begge deler
- For å få store arrangement må man som regel gjennomføre flere mindre arrangement så dette henger sammen.
- Store arrangementer dersom en holder et lavbudsjett og ser på etterbruk
- I en bærekraftig kontekst ville det ikke være nødvendig å velge.
- Ja takk, begge deler:-)
- Flere mindre omfatter flere interesser og fagfelt.
- Ja takk, begge deler. Men det er vel mest realistisk å få flere men mindre arrangement. Vi er jo et lite land, med få innbyggere.
- Satse på det som er spesielt, nasjonalt, kulturelt, regionalt
- Ja takk begge deler, avhengig hvor i landet disse legges. dette kan fint kombineres.
- Fokuset bør være at arrangementene blir fordelt i landet og ikke kun ender opp i Oslo.
- Går fint an å kombinere dette.

- Det kommer ann på!
- Innvistering må ses på i sammenheng med ringvirkninger dette medfører
- Usikker på hva som definerer et stort arrangement
- Hva er stort og hva er lite? Hvorfor trenger det ene å ekskludere det andre?
- Spørsmålet burde være hvor ofte vi skal ha store, og små arrangementer, ikke om vi skal satse på eller en annen type. Og hva regnes som et stort arrangementet siden Norge har ikke kapasitet til å ta imot et mega arrangement uansett?
- Jeg mener Norge vil få størst effekt av flere mindre arrangementer tilpasset norske forhold. Men fra tid til annen bør vi ta på oss større arrangementer, dog ikke arrangementer som går utover kulturens, eller idrettens utvikling.
- Det er trolig større kost/nytte av flere arrangementer som er mindre enn megaarrangementene (OL/PL). Dette bør analyseres grundig.
- Små arrangementer må i tilfelle være motivert av muligheten for å få et stort arrangement

11) Bør en nasjonal arrangementsstrategi gjelde alle arrangement hele året, eller arrangement i en spesiell tidsperiode, eksempelvis avgrenset til årstid el.l.?



Meningene er delte, men flest respondenter mener at Norges arrangementsstrategi bør ha et sesongfokus



- Høst vinter vår
- Bør ikke bgerenses til tidsperioder men gjelde for hele året.
- vinterperiodene
- Svarer man ja på hele året eller spesiell periode? En nasjonal arrangementsstrategi bør være så generell at den ikke bli demotiverende. Det er arrangørene som besitter komeptansen til å lage gode arrangement, en nasjonal arrangementsstrategi bør virke samlende og støttende for arrangørene.
- Skuldervesongar, som jo er forskjellig årstid etter kvar i landet det er.
- oktober - april. Da er det ledig kapasitet
- Vi kan ikke styre den internasjonale kalenderen i særlig grad. Viktigere med type arrangementet og ikke når de arrangeres
- Alle arrangement hele året, men fyller opp i lavsesong når mulig.
- spørsmål og svaralternativer gir ikke mening. Jeg mener at det bør være en arrangementstrategi for hele året. OM jeg svarer ja ser det ut som om jeg mener at det skal være for en bestemt tidsperiode og svarer jeg nei så

ser en ikke av spørsmålet om jeg sier nei til en helårlig strategi eller nei til en spesiell tidsperiode/årstid el.

- Inkonsekvent spørsmålsformulering. JA - den bør gjelde alle arrangement hele året, men også hvilke arrangement som bør satses på i hvilken årstid. For reiselivet sin del er sommeren krevende, da det er stor trafikk uten arrangement, og mange små festivaler er viktige lokalt.
- 11/19 er et enten/eller-spørsmål og kan ikke besvares med ja eller nei... Mitt svar er: hele året.
- Bør være fokus på hele året - ift å skape flere helårs arbeidsplasser innen reiselivsnæringen
- Da tror jeg kanskje jeg har misforstått startegi - skal ikke dette være et veilende dokument, ikke et tvingende dokument? Den bør være lett å anvende uavhengig av årstid
- avhenger av type arrangement
- September - April
- Hele året. Utfordringen ligger i å velge hvilke arrangementer som skal tas med i strategien.
- Motstridene spørsmål. Hele året
- Skuldersesong.
- Spørsmålet over inneholder to spørsmål, så hva svarer man eg på her?
 - bør gjelde alle arrangement, hele året
- Vinterhalvåret
- En nasjonal arrangementsstrategi må favne om hele året og være av langsiktig karakter i et 10-20 års perspektiv.
- Hele året
- Helårsarrangement.
- Tror det er viktig å ikke gape over for mye på en gang. Sterkt fokus på å lykkes med utvalgte perioder, så kan man velge å utvide.
- Dårlig formulert spørsmål: hva svarer vi ja eller nei på?
- Vanskelig å vite hva som menes med "ja" og "nei" grunnet spørsmålets formulering

- Se på statistikk hvor det er hull i belegg på overnattingside, og prøve å fylle dem.
- Hele året
- Vår/sommer
- vinter og vår
- Hele året!
- HELE ÅRRET
- Veldig blurry spørsmål... Hele året er svaret.
- Ved å svare ja, så mener jeg arrangementsstrategien bør gjelde hele året
- Til de perioder hvor reiselivsnæringen kan tilby en lavere pris enn de normalt tilbyr corporate markedet. Om sportsarrangement må velges på bekostning av foretningstrafikk vil det bli en lang vei å gå for å forsvare dette økonomisk.
- Vi bør satse på mer enn ski og snø. Få med mangfoldet.
- Hele året
- Hele året
- Ja, hele året.
- Hele året

11) Bør en nasjonal arrangementsstrategi gjelde alle arrangement hele året, eller arrangement i en spesiell tidsperiode, eksempelvis avgrenset til årstid e.l.l.?

- «Utfordringen ligger i å velge hvilke arrangementer som skal tas med i strategien.»
- «Vi kan ikke styre den internasjonale kalenderen i særlig grad. Viktigere med type arrangementet og ikke når de arrangeres.»
- «Skuldresesongar, som jo er forskjellig årstid etter kvar i landet det er.»
- «Tror det er viktig å ikke gape over for mye på en gang. Sterkt fokus på å lykkes med utvalgte perioder, så kan man velge å utvide.»
- «En nasjonal arrangementsstrategi bør være så generell at den ikke blir demotiverende.»
- «Til de perioder hvor reiselivsnæringen kan tilby en lavere pris enn de normalt tilbyr corporate-markedet.»

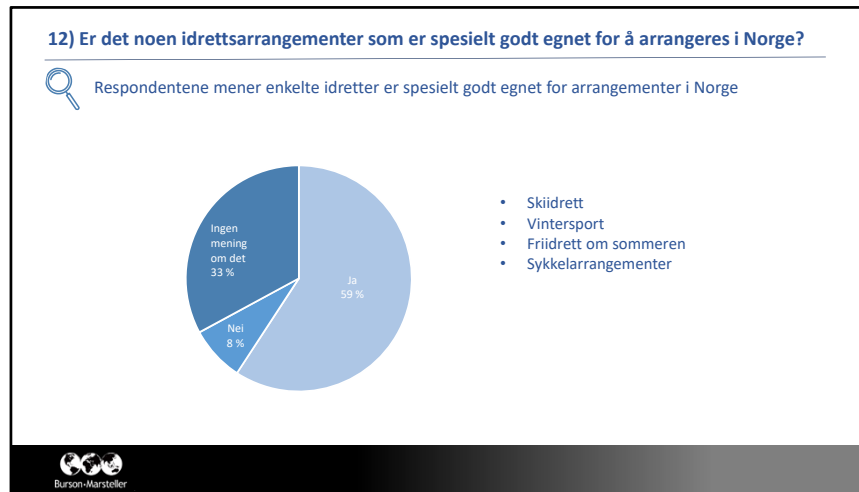


- Høst vinter vår
- Bør ikke bgerenses til tidsperioder men gjelde for hele året.
- vinterperiodene
- Svarer man ja på hele året eller spesiell periode? En nasjonal arrangementsstrategi bør være så generell at den ikke bli demotiverende. Det er arrangørene som besitter komeptansen til å lage gode arrangement, en nasjonal arrangementsstrategi bør virke samlende og støttende for arrangørene.
- Skuldresesongar, som jo er forskjellig årstid etter kvar i landet det er.
- oktober - april. Da er det ledig kapasitet
- Vi kan ikke styre den internasjonale kalenderen i særlig grad. Viktigere med type arrangementet og ikke når de arrangeres
- Alle arrangement hele året, men fyller opp i lavsesong når mulig.
- spørsmål og svaralternativer gir ikke mening. Jeg mener at det bør være en arrangementstrategi for hele året. OM jeg svarer ja ser det ut som om jeg mener at det skal være for en bestemt tidsperiode og svarer jeg nei så

ser en ikke av spørsmålet om jeg sier nei til en helårlig strategi eller nei til en spesiell tidsperiode/årstid el.

- Inkonsekvent spørsmålsformulering. JA - den bør gjelde alle arrangement hele året, men også hvilke arrangement som bør satses på i hvilken årstid. For reiselivet sin del er sommeren krevende, da det er stor trafikk uten arrangement, og mange små festivaler er viktige lokalt.
- 11/19 er et enten/eller-spørsmål og kan ikke besvares med ja eller nei... Mitt svar er: hele året.
- Bør være fokus på hele året - ift å skape flere helårs arbeidsplasser innen reiselivsnæringen
- Da tror jeg kanskje jeg har misforstått startegi - skal ikke dette være et veilevende dokument, ikke et tvingende dokument? Den bør være lett å anvende uavhengig av årstid
- avhenger av type arrangement
- September - April
- Hele året. Utfordringen ligger i å velge hvilke arrangementer som skal tas med i strategien.
- Motstridene spørsmål. Hele året
- Skuldersesong.
- Spørsmålet over inneholder to spørsmål, så hva svarer man eg på her?
 - bør gjelde alle arrangement, hele året
- Vinterhalvåret
- En nasjonal arrangementsstrategi må favne om hele året og være av langsiktig karakter i et 10-20 års perspektiv.
- Hele året
- Helårsarrangement.
- Tror det er viktig å ikke gape over for mye på en gang. Sterkt fokus på å lykkes med utvalgte perioder, så kan man velge å utvide.
- Dårlig formulert spørsmål: hva svarer vi ja eller nei på?
- Vanskelig å vite hva som menes med "ja" og "nei" grunnet spørsmålets formulering

- Se på statistikk hvor det er hull i belegg på overnattingside, og prøve å fylle dem.
- Hele året
- Vår/sommer
- vinter og vår
- Hele året!
- HELE ÅRRET
- Veldig blurry spørsmål... Hele året er svaret.
- Ved å svare ja, så mener jeg arrangementsstrategien bør gjelde hele året
- Til de perioder hvor reiselivsnæringen kan tilby en lavere pris enn de normalt tilbyr corporate markedet. Om sportsarrangement må velges på bekostning av foretningstrafikk vil det bli en lang vei å gå for å forsvare dette økonomisk.
- Vi bør satse på mer enn ski og snø. Få med mangfoldet.
- Hele året
- Hele året
- Ja, hele året.
- Hele året



- Vinteraktiviteter sykkelrytting kating Paragliding
- Vintersport
- Vinter OL og VM og EM i diverse grener under denne perioden. Vi kan kanskje også arrangere større ekstremспорт arrangementer som også bidrar til Norgesreklame. Seiling og sykkeløp, Sjakk og e-sport (gaming)
- Blant annet Friidrettsarrangement Langrenngrener Skihopp
- Der hvor vi i dag har tilfredsstillende anlegg. Vi må ikke komme i den situasjon at vi bygger store anlegg for et mesterskap som vi ikke trenger i hverdagen.
- Sykkel (ny velodrom og fantastiske naturlige løyper langs fjord og fjell), Skøyter (WC skøyter i Sørmarka Arena en suksess), klatring (WC innendørs), Kunstløp (3 skøytehallar rad på Forumområdet i Stavanger), x-trial og motorsport (aktivt miljø), turn (mange gode haller for større arrangement, kampsport (karate aktivt miljø og nå OL-gren, judo for økt fokus, mange ulike grener med økt fokus, mfl) , orientering, e-sport (aktivt miljø), vintersport (ski, hopp, bob, hockey mfl), terrengløp, friidrett (middels str pga små arenaer), styrkeløft, Fitness, cheersport, hestesport, paraidretter (stor bredde), samt utvikling av større sommerleire og turneringer (à la Norway Cup). Norske miljøer drar ofte ut i Europa, men trekker sjelden miljøene til Norge sommerstid.

- Mtp. arrangementskompetanse vil Norge kunne arrangere de fleste typer idrettsarrangement, men klima og anleggssituasjon setter noen føringer og/eller begrensinger. Sammenlignet med verden, vil selvsagt vinteridretter være mer naturlig å arrangere i Norge.
- De store vinteridrettsarrangementene er Norge svært gode på, og vi bør fortsette å arrangere.
- Vinteridrett
- Ski- og hallidretter
- Friidrett, ski både sommer og vinter, sykling. Arrangement hvor den norske natur kan utnyttes
- Båtsport
- Ironman (som vi arrangerer)
- Luftsport - Norge har unikt mye ukontrollert luftrom som er tilgjengelig
- Ballidretter. De fleste skibaserte arrangementene. Idrettsarrangement forankret i friluftslivsaktiviteter som toppskikjøring, hundekjøring, kiting.
- Internasjonal båtsport (alle klasser) Internasjonal snøscootercross Internasjonal Trial Internasjonal Speedway Flere om vi utvikler idrettsarenene
- Skisport
- Vinteridrett
- Norge har komparative fortrinn som følger: Nordiske grener og skiskyting - Oslo, Trondheim og Lillehammer (Vikersund i tillegg for skiflyging og Narvik ift Alpin-VM) - Norge bør jevnlig søke VM innenfor disse idrettene samt påny søke Vinter-OL, men da må man lokalisere til Oslo, Lillehammer og Hamar - men bygge ishockeyhaller i Trondheim, Oslo og Bergen slik at storbyene får et løft. Alt Tromsø også. Skøyter - Hamar og Stavanger Håndball - De store byene med Trondheim i spissen (Bergen og Oslo trenger by-arenaer) - ligger mesterskap inne her, men hva med yngre VM? Sykkel - VM blir regnet som tidenes beste, Arctic Race of Norway gir enorm promotering av Nord-Norge - i Sør-Norge har vi Tour des Fjords, Tour of Norway og Ladies Tour of Norway - her bør Norge utvikle etapperittene videre og søke en Tour de France start Innenfor friidrett er Bislett Games et godt arrangement av årlig karakter som er svært viktig for den idretten - her er også nivået man jobber med Ellers er det store deltakerdrevne arrangement som er viktig - Birken, Bergen City Marathon,

Oslo Marathon med flere

- ski, vm, OL, NM Ishockey - VM både voksne og yngre Håndball - VM og EM (damer og herrer)
- Styrkeløft, hallidretter
- Vinteridrettsarrangement
- De fleste?
- Sommer og vinteridretter basert på klima og egnede anlegg.
- Vinterarrangement.
- Fristende å si vinterarrangement, men Norge har egentlig forutsetninger for å arrangere det meste, så fremt det ikke er fysiske begrensninger. Og vi fremstår som svært profesjonelle på arrangør siden.
- Utendørs pga mangel på idrettsanlegg.
- Vinteridretter, men også friidrett om sommeren
- Vinteraktiviteter, som langrenn, hopp, skiskyting, mm
- Idrett knyttet til vintersport og natursport
- Vinteridretter, naturrelaterte, sykkel, roing, kajakk, bordtennis
- Større arrangement som VM og EM, samt OL.
- Hinderløp, triatlon
- Vintersport og sommeridrett som ikke krever for store arenaer som man ikke kan forsvare etterbruken av
- vintersport i sin alminnelighet
- Ja vinter og sommeridretter vi er kjente med.
- OL, VM I IDRETTER VI ER STERKE
- Alpint Langrenn Skiskyting Roing Sykling Fotball (ref. Norway Cup) Maraton løp
- Sykkel
- Her er det viktig i første runde å være åpne så vi ikke låser oss.

- Vinteridretter
- Arrangementer som kan gjennomføres med eksisterende infrastruktur er spesielt godt egnet for Norge.
- Arrangementer tilpasset våre anlegg og med den kapasitet vi kan tilby. Her er kanskje vintersport-arrangementer mest passende
- Vinteridrett
- Vi er rustet til større utendørs arrangement

12) Er det noen idrettsarrangement som er spesielt godt egnet for å arrangeres i Norge?

- «De store vinteridrettsarrangementene er Norge svært gode på, og vi bør fortsette å arrangere dem.»
- «Fristende å si vinterarrangement, men Norge har egentlig forutsetninger for å arrangere det meste, så fremt det ikke er fysiske begrensninger.»
- «Der hvor vi i dag har tilfredsstillende anlegg. Vi må ikke komme i den situasjon at vi bygger store anlegg for et mesterskap som vi ikke trenger i hverdagen.»
- «Sykkel (ny velodrom og fantastiske naturlige løyper langs fjord og fjell).»
- «Luftsport - Norge har unikt mye ukontrollert luftrom som er tilgjengelig.»
- «Sommer- og vinteridretter basert på klima og egnede anlegg.»
- «Her er det viktig i første runde å være åpne slik at vi ikke låser oss.»



- Vinteraktiviteter sykkelrytting kating Paragliding
- Vintersport
- Vinter OL og VM og EM i diverse grener under denne perioden. Vi kan kanskje også arrangere større ekstremспорт arrangementer som også bidrar til Norgesreklame. Seiling og sykkeløp, Sjakk og e-sport (gaming)
- Blant annet Friidrettsarrangement Langrenngrener Skihopp
- Der hvor vi i dag har tilfredsstillende anlegg. Vi må ikke komme i den situasjon at vi bygger store anlegg for et mesterskap som vi ikke trenger i hverdagen.
- Sykkel (ny velodrom og fantastiske naturlige løyper langs fjord og fjell), Skøyter (WC skøyter i Sørmarka Arena en suksess), klatring (WC innendørs), Kunstløp (3 skøytehallar rad på Forumområdet i Stavanger), x-trial og motorsport (aktivt miljø), turn (mange gode haller for større arrangement, kampsport (karate aktivt miljø og nå OL-gren, judo for økt fokus, mange ulike grener med økt fokus, mfl) , orientering, e-sport (aktivt miljø), vintersport (ski, hopp, bob, hockey mfl), terrengløp, friidrett (middels str pga små arenaer), styrkeløft, Fitness, cheersport, hestesport, paraidretter (stor bredde), samt utvikling av større sommerleire og turneringer (à la Norway Cup). Norske miljøer drar ofte ut i Europa, men trekker sjelden miljøene til Norge sommerstid.

- Mtp. arrangementskompetanse vil Norge kunne arrangere de fleste typer idrettsarrangement, men klima og anleggssituasjon setter noen føringer og/eller begrensinger. Sammenlignet med verden, vil selvsagt vinteridretter være mer naturlig å arrangere i Norge.
- De store vinteridrettsarrangementene er Norge svært gode på, og vi bør fortsette å arrangere.
- Vinteridrett
- Ski- og hallidretter
- Friidrett, ski både sommer og vinter, sykling. Arrangement hvor den norske natur kan utnyttes
- Båtsport
- Ironman (som vi arrangerer)
- Luftsport - Norge har unikt mye ukontrollert luftrom som er tilgjengelig
- Ballidretter. De fleste skibaserte arrangementene. Idrettsarrangement forankret i friluftslivsaktiviteter som toppskikjøring, hundekjøring, kiting.
- Internasjonal båtsport (alle klasser) Internasjonal snøscootercross Internasjonal Trial Internasjonal Speedway Flere om vi utvikler idrettsarenene
- Skisport
- Vinteridrett
- Norge har komparative fortrinn som følger: Nordiske grener og skiskyting - Oslo, Trondheim og Lillehammer (Vikersund i tillegg for skiflyging og Narvik ift Alpin-VM) - Norge bør jevnlig søke VM innenfor disse idrettene samt påny søke Vinter-OL, men da må man lokalisere til Oslo, Lillehammer og Hamar - men bygge ishockeyhaller i Trondheim, Oslo og Bergen slik at storbyene får et løft. Alt Tromsø også. Skøyter - Hamar og Stavanger Håndball - De store byene med Trondheim i spissen (Bergen og Oslo trenger by-arenaer) - ligger mesterskap inne her, men hva med yngre VM? Sykkel - VM blir regnet som tidenes beste, Arctic Race of Norway gir enorm promotering av Nord-Norge - i Sør-Norge har vi Tour des Fjords, Tour of Norway og Ladies Tour of Norway - her bør Norge utvikle etapperittene videre og søke en Tour de France start Innenfor friidrett er Bislett Games et godt arrangement av årlig karakter som er svært viktig for den idretten - her er også nivået man jobber med Ellers er det store deltakerdrevne arrangement som er viktig - Birken, Bergen City Marathon,

Oslo Marathon med flere

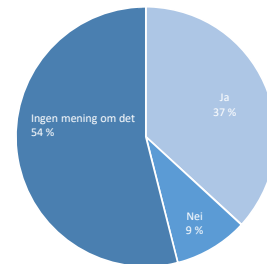
- ski, vm, OL, NM Ishockey - VM både voksne og yngre Håndball - VM og EM (damer og herrer)
- Styrkeløft, hallidretter
- Vinteridrettsarrangement
- De fleste?
- Sommer og vinteridretter basert på klima og egnede anlegg.
- Vinterarrangement.
- Fristende å si vinterarrangement, men Norge har egentlig forutsetninger for å arrangere det meste, så fremt det ikke er fysiske begrensninger. Og vi fremstår som svært profesjonelle på arrangør siden.
- Utendørs pga mangel på idrettsanlegg.
- Vinteridretter, men også friidrett om sommeren
- Vinteraktiviteter, som langrenn, hopp, skiskyting, mm
- Idrett knyttet til vintersport og natursport
- Vinteridretter, naturrelaterte, sykkel, roing, kajakk, bordtennis
- Større arrangement som VM og EM, samt OL.
- Hinderløp, triatlon
- Vintersport og sommeridrett som ikke krever for store arenaer som man ikke kan forsvare etterbruken av
- vintersport i sin alminnelighet
- Ja vinter og sommeridretter vi er kjente med.
- OL, VM I IDRETTER VI ER STERKE
- Alpint Langrenn Skiskyting Roing Sykling Fotball (ref. Norway Cup) Maraton løp
- Sykkel
- Her er det viktig i første runde å være åpne så vi ikke låser oss.

- Vinteridretter
- Arrangementer som kan gjennomføres med eksisterende infrastruktur er spesielt godt egnet for Norge.
- Arrangementer tilpasset våre anlegg og med den kapasitet vi kan tilby. Her er kanskje vintersport-arrangementer mest passende
- Vinteridrett
- Vi er rustet til større utendørs arrangement

13) Er det noen kulturarrangement som er spesielt godt egnet for å arrangeres i Norge?



Respondentene identifiserer ikke ett spesifikt kulturarrangement som ville være spesielt godt egnet for Norge



- Arr. rundt navn som; Munch. Ibsen. Grieg.
- Europride Kulturhovedstader Musikkfestivaler
- Festivaler hvor vi kan kombinere og samspille med andre opplevelser, og gjerne forsterke disse.
- Kor, korps og eksempelvis Brass-band mesterskap (eks. EM 2023 til Stavangerregionen). Mange tilreisende, engasjerte miljøer, store "lag" og erfarne arrangører.
- Sommerfestivaler, Tall Ships Races og liknende.
- Viking / historie og festival
- Musikkfestivaler
- Det bør satses på noen store norske festivaler og arrangører med internasjonalt potensiale.
- Utendørsspel som kommuniserer Norge og friluftsliv. Musikkfestivaler som arrangeres i skulder sesong i rurale områder, gjerne med høyt internasjonalt nivå. Festivaler som arrangeres på små steder, der stedet / naturen er med på å gi en unik opplevelse.
- Autentiske opplevelser myntet på kulturarv kombinert med nytolkning. Skal vi nå et internasjonalt marked må vi

også kunne forrelle historien bak arrangementene hvis ikke kunne det funnet sted hvor som helst.

- Festivaler og biennaler som kombinerer kultur og natur
- Bærekraft og teknologi
- Alle kulturarrangement bør være godt egnet
- Tall Ships Races besøker jevnlig flere norske byer og gir store regionale løft Musikkfestivaler skaper store arrangement mange steder i landet
- Europeisk kulturhovedstad, festivaler, historiske spill etc
- Mener egentlig litt det samme her. Vi har forutsetninger til arrangere det meste. Her bør det heller være fokus på hva vi har mest fokus på å selge gjennom arrangementet; hva er viktig for oss å vise frem.
- Kunstbiennaler bør vi jo få til. Teaterfestivaler.
- Spel med historisk sus. Konserter med flere gode artister.
- Mat, "oppdagelsesreiser"/tur
- relatert til naturen. konserterer, opera

13) Er det noen kulturarrangement som er spesielt godt egnet for å arrangeres i Norge?

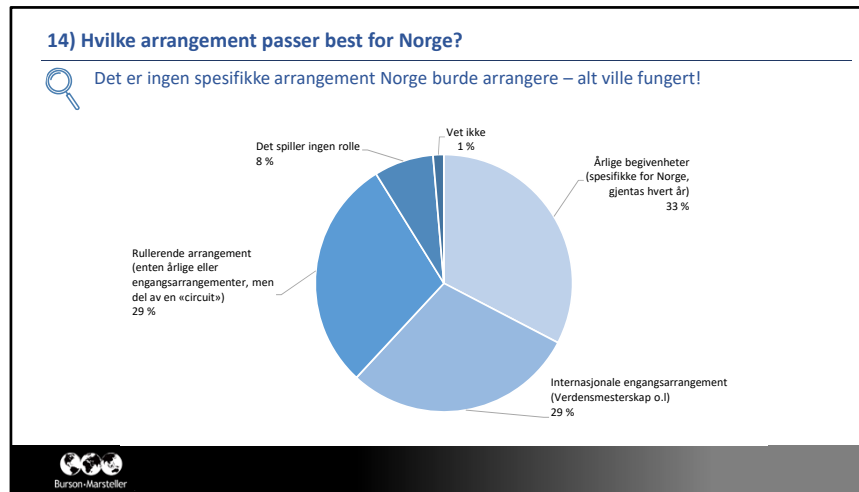
- «Vi har forutsetninger for å arrangere det meste.»
- «Her bør det heller være fokus på hva vi har mest fokus på å selge gjennom arrangementet; hva er viktig for oss å vise frem.»
- «Arrangementer rundt navn som; Munch, Ibsen, Grieg.»
- «Musikkfestivaler som arrangeres i skuldersesong i rurale områder.»
- «Skal vi nå et internasjonalt marked må vi kunne fortelle historien bak arrangementene, hvis ikke kunne de funnet sted hvor som helst.»
- «Bærekraft og teknologi.»
- «Europeisk kulturhovedstad.»



- Arr. rundt navn som; Munch. Ibsen. Grieg.
- Europride Kulturhovedstader Musikkfestivaler
- Festivaler hvor vi kan kombinere og samspille med andre opplevelser, og gjerne forsterke disse.
- Kor, korps og eksempelvis Brass-band mesterskap (eks. EM 2023 til Stavangerregionen). Mange tilreisende, engasjerte miljøer, store "lag" og erfarne arrangører.
- Sommerfestivaler, Tall Ships Races og liknende.
- Viking / historie og festival
- Musikkfestivaler
- Det bør satses på noen store norske festivaler og arrangører med internasjonalt potensiale.
- Utendørsspel som kommuniserer Norge og friluftsliv. Musikkfestivaler som arrangeres i skulder sesong i rurale områder, gjerne med høyt internasjonalt nivå. Festivaler som arrangeres på små steder, der stedet / naturen er med på å gi en unik opplevelse.
- Autentiske opplevelser myntet på kulturarv kombinert med nytolkning. Skal vi nå et internasjonalt marked må vi

også kunne forrelle historien bak arrangementene hvis ikke kunne det funnet sted hvor som helst.

- Festivaler og biennaler som kombinerer kultur og natur
- Bærekraft og teknologi
- Alle kulturarrangement bør være godt egnet
- Tall Ships Races besøker jevnlig flere norske byer og gir store regionale løft Musikkfestivaler skaper store arrangement mange steder i landet
- Europeisk kulturhovedstad, festivaler, historiske spill etc
- Mener egentlig litt det samme her. Vi har forutsetninger til arrangere det meste. Her bør det heller være fokus på hva vi har mest fokus på å selge gjennom arrangementet; hva er viktig for oss å vise frem.
- Kunstbiennaler bør vi jo få til. Teaterfestivaler.
- Spel med historisk sus. Konserter med flere gode artister.
- Mat, "oppdagelsesreiser"/tur
- relatert til naturen. konserterer, opera



- Hva kan vi få ut av arrangementene er viktigst.
- De årlige arrangementene er viktige å ivareta for de kan inngå i en langsiktig turismesatsing og som er et godt grunnlag (arrangørkompetansen lokalt/regionalt) mot både kommuner, frivillige, leverandører og lignende (mer og mer profesjonelle for hvert år), men disse er også gode miljøer for å søke om rullerende arrangementer (type sjakk, sykkel og lignende.) Spesifikke arrangementer som er verken idrett eller kultur er også viktige å få innunder strategien i en egen kategori: eks. e-sport, sjakk og yrkesrettede fagevents, bilutstillinger og den type "odde" arrangementer, men som gjerne har en kobling mot fagmiljøer og lignende.
- Norge bør kunne arrangere et stort spekter av arrangementer, med god variasjon i innhold og størrelse.
- Det tar tid å bygge arrangementskunnskap både for samfunnet, de som arrangerer og de som skal besøke arrangementet. Derfor blir langsiktighet og forutsigbarhet viktig.
- Helt avhengig av kategori. VM i Formula 2 i Tønsberg er arrangert for 5. året på rad. Alt er avhengig av samspillet, økonomien, og slitasjen mellom frivillige, næringsliv og offentlig
- Man må satse på alle områder om man skal ha en nasjonal arrangementsstrategi. De store idrettsbegivenhetene som Vinter OL, VM i Nordiske Grener, Alpint, Skøyter og Skiskyting, Sykkel-VM og VM i Håndball må man søke

om på kontinuerlig basis Årlige arrangement er viktig for å bygge kompetanse, erfaring og læring - disse må underbygges og satses på.

- Disse to henger sammen da men ikke normalt sett ikke får store internasjonale engangsarrangement uten også å ha rullende arrangement.
- Vanskelig å svare på. Tenker man idrett, så rulleres det mellom nasjoner. Men innenfor kultur kan det være årlig, og at arrangement satses på og reklameres for. Husk også å tilrettelegge for bobiler - ikke bare hotell.
- Blir egentlig feil å svare noe som helst her. Noen arrangementer kan være fint å ha årlig eller rullerende mens andre større bør arrangeres en gang i blant.
- Her finnes noen bedre enn andre innenfor hver kategori. Som hovedregel mener jeg at MEGA-events kanskje ikke er det første vi skal satse på i Norge
- Være offensiv for å få nye arrangement så lenge en strategi tilsier det. Skape tradisjon innenfor et eller flere felt er også viktig

14) Hvilke arrangement passer best for Norge?

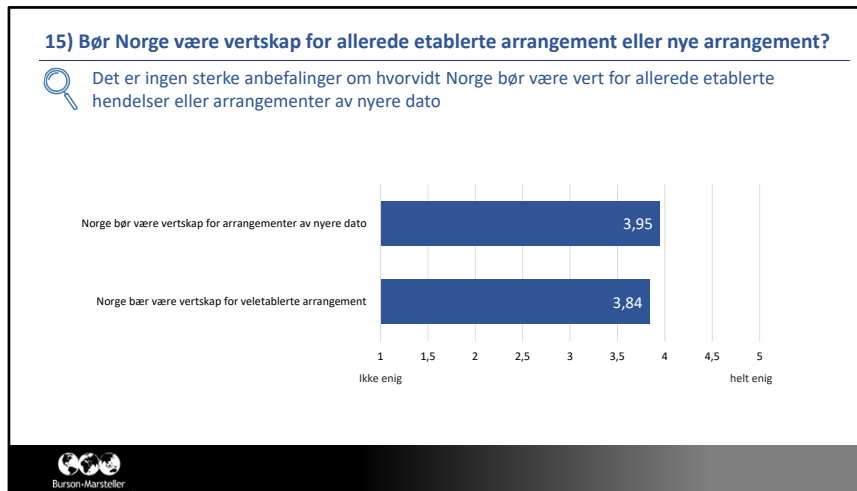
- «Hva vi kan få ut av arrangementene er viktigst.»
- «De årlige arrangementene er viktige å ivareta for de kan inngå i en langsiktig turismesatsing»
- «Spesifikke arrangementer som verken er idrettslige eller kulturelle, er også viktige å få innunder strategien i en egen kategori: eks. e-sport, sjakk og yrkesrettede fagevents, bilutstillinger og den type "odde" arrangementer.»
- «Det tar tid å bygge arrangementskunnskap både for samfunnet, de som arrangerer og de som skal besøke arrangementet. Derfor blir langsiktighet og forutsigbarhet viktig.»
- «Alt er avhengig av samspillet, økonomien, og slitasjen mellom frivillige, næringsliv og offentlig.»
- «Være offensiv for å få nye arrangement så lenge en strategi tilsier det. Skape tradisjon innenfor et eller flere felt er også viktig.»



- Hva kan vi få ut av arrangementene er viktigst.
- De årlige arrangementene er viktige å ivareta for de kan inngå i en langsiktig turismesatsing og som er et godt grunnlag (arrangørkompetansen lokalt/regionalt) mot både kommuner, frivillige, leverandører og lignende (mer og mer profesjonelle for hvert år), men disse er også gode miljøer for å søke om rullerende arrangementer (type sjakk, sykkel og lignende.) Spesifikke arrangementer som er verken idrett eller kultur er også viktige å få innunder strategien i en egen kategori: eks. e-sport, sjakk og yrkesrettede fagevents, bilutstillinger og den type "odde" arrangementer, men som gjerne har en kobling mot fagmiljøer og lignende.
- Norge bør kunne arrangere et stort spekter av arrangementer, med god variasjon i innhold og størrelse.
- Det tar tid å bygge arrangementskunnskap både for samfunnet, de som arrangerer og de som skal besøke arrangementet. Derfor blir langsiktighet og forutsigbarhet viktig.
- Helt avhengig av kategori. VM i Formula 2 i Tønsberg er arrangert for 5. året på rad. Alt er avhengig av samspillet, økonomien, og slitasjen mellom frivillige, næringsliv og offentlig
- Man må satse på alle områder om man skal ha en nasjonal arrangementsstrategi. De store idrettsbegivenhetene som Vinter OL, VM i Nordiske Grener, Alpint, Skøyter og Skiskyting, Sykkel-VM og VM i Håndball må man søke

om på kontinuerlig basis Årlige arrangement er viktig for å bygge kompetanse, erfaring og læring - disse må underbygges og satses på.

- Disse to henger sammen da men ikke normalt sett ikke får store internasjonale engangsarrangement uten også å ha rullende arrangement.
- Vanskelig å svare på. Tenker man idrett, så rulleres det mellom nasjoner. Men innenfor kultur kan det være årlig, og at arrangement satses på og reklameres for. Husk også å tilrettelegge for bobiler - ikke bare hotell.
- Blir egentlig feil å svare noe som helst her. Noen arrangementer kan være fint å ha årlig eller rullerende mens andre større bør arrangeres en gang i blant.
- Her finnes noen bedre enn andre innenfor hver kategori. Som hovedregel mener jeg at MEGA-events kanskje ikke er det første vi skal satse på i Norge
- Være offensiv for å få nye arrangement så lenge en strategi tilsier det. Skape tradisjon innenfor et eller flere felt er også viktig



- Veletablerte arrangement kan ha for mye preg av å være en egen forretningside, som meler sin egen kake. Ref IOC Utvikling av nye arrangement bygger trolig mer samfunn, sterkere identitetsutvikling osv
- begge dele
- Norge bør være vertskap for både veletablerte og nye arrangement.
- Ja takk. Vi bør være vertskap for eksisterende arrangement, men vi bør også gå foran og ta på oss arrangement som er nye, og som kan bygge opp aktivitet på nye områder.
- Ta vare på de etablerte og tilrettelegge for nye
- Igjen avhengig av kategori
- Begge deler er viktig - man må følge med i tiden og være ydmyk ift nye trender i samfunnet.
- Norges som stor idrettsnasjon har et ansvar for å være vertskap for årlige arrangement og positiv til nye arrangement.
- Norge ligger i dag bak som vertskap innenfor eks e-sport arrangementer. At vi ikke henger med på det nye trekker ned innovativitets opplevelsen av norge som merkevare.

- Ser ikke begrensningen
- Ja takk, begge deler.
- Ja takk begge deler igjen
- Ikke legg begrensninger på dette før man har påstartet arbeid
- Bør ha en god mix
- Bør ikke være et problem med en kombinasjon
- Igjen, ønsker jeg ikke å ekskludere det ene fremfor det andre. men en vektning ifht barene over vil for meg være fornuftig.
- Vi må tørre å satse nytt.
- Her tror jeg på en god kombo

15) Bør Norge være vertskap for allerede etablerte arrangement eller nye arrangement?

- «Vi bør være vertskap for eksisterende arrangement, men vi bør også gå foran og ta på oss arrangement som er nye, og som kan bygge opp aktivitet på nye områder.»
- «Ta vare på de etablerte og tilrettelegg for nye.»
- «Begge deler er viktig - man må følge med i tiden og være ydmyk i forhold til nye trender i samfunnet.»
- «Norge ligger i dag bak som vertskap innenfor eksempelvis e-sport arrangementer. At vi ikke henger med på det nye trekker ned opplevelsen av Norge som innovativ merkevare.»
- «Her tror jeg på en god kombo.»

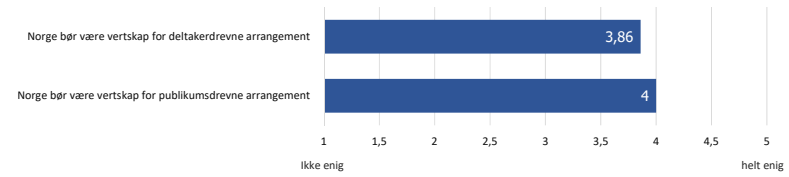


- Veletablerte arrangement kan ha for mye preg av å være en egen forretningside, som meler sin egen kake. Ref IOC Utvikling av nye arrangement bygger trolig mer samfunn, sterkere identitetsutvikling osv
- begge dele
- Norge bør være vertskap for både veletablerte og nye arrangement.
- Ja takk. Vi bør være vertskap for eksisterende arrangement, men vi bør også gå foran og ta på oss arrangement som er nye, og som kan bygge opp aktivitet på nye områder.
- Ta vare på de etablerte og tilrettelegg for nye
- Igjen avhengig av kategori
- Begge deler er viktig - man må følge med i tiden og være ydmyk ift nye trender i samfunnet.
- Norges som stor idrettsnasjon har et ansvar for å være vertskap for årlige arrangement og positiv til nye arrangement.
- Norge ligger i dag bak som vertskap innenfor eks e-sport arrangemter. At vi ikke henger med på det nye trekker ned innovativitets opplevelsen av norge som merkevare.

- Ser ikke begrensningen
- Ja takk, begge deler.
- Ja takk begge deler igjen
- Ikke legg begrensninger på dette før man har påstartet arbeid
- Bør ha en god mix
- Bør ikke være et problem med en kombinasjon
- Igjen, ønsker jeg ikke å ekskludere det ene fremfor det andre. men en vektning ifht barene over vil for meg være fornuftig.
- Vi må tørre å satse nytt.
- Her tror jeg på en god kombo

16) Bør Norge være vertskap for publikumsdrevne arrangement (eksempelvis Bislett Games) eller deltakerdrevne arrangement (eksempelvis Oslo Maraton)?

Norge burde arrangere både elite-/tilskuer- og grasrot-/deltakerbaserte arrangement



16) Bør Norge være vertskap for publikumsdrevne arrangement (eksempelvis Bislett Games) eller deltakerdrevne arrangement (eksempelvis Oslo Maraton)?

- «Hvorfor begrense seg på dette? Lytt til og støtt ildsjeler og initiativtakere.»
- «Avhenger av type arrangement og verdiskapningen.»
- «Å finansiere ferdige kommersielle pakker som for eksempel X-games, ASO sitt Arctic Race osv er å kaste penger ut av vinduet til arrangører som bruker mildt sagt tvilsomme beregninger for å vise sitt unike bidrag til markedsføringen av landet og regionen arrangementet foregår i.»
- «Disse to typer arrangement hører egentlig mye sammen og arrangeres ofte av samme organisasjoner.»
- «De publikumsdrevne arrangementene er avhengige av å være svært attraktive.»



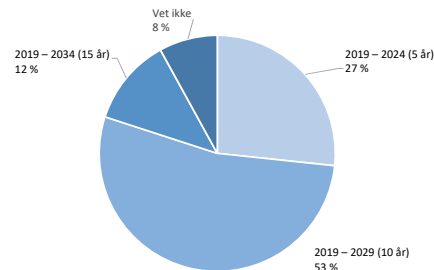
- Begge deler!
- Hipp som happ. Men å finansiere ferdige kommersielle pakker som feks X-games, ASO sitt Arctic Race osv er å kaste penger ut av vinduet til arrangører som bruker mildt sagt tvilsomme beregninger for å vise sitt unike bidrag til markedsføringen av landet og regionen arrangementet foregår i . Det er bondefangeri.
- Dette er to forskjellige markeder. Og vi vil ha begge deler. Arrangementet er en mulighetens arena, men det må jobbes målrettet og strukturert.
- begge dele. hvorfor begrense seg på dette ? Lyt til og støt ildsjele og initiativtakere. Så ordner det seg
- Avhenger av type arrangement og verdiskapningen. Eks er VM sjakk et aktuelt arrangement pga Norway Chess og erfaren arrangør, stor publisitet, men få utøvere. Mer merkevarebygging enn verdiskapning. Slike arrangementer bør kanskje ha en større nasjonal støtte fra eks. Innovasjon Norge pga merkevarebyggingen, mens mesterskap og lignende. med stor verdiskapning bør få mer næringsmessig støtte (kommuner, fylke og department).
- Ja - begge deler - er komplementært
- Ja, hvis tilretteleggingen ikke gir negative konsekvenser for lokalsamfunnet.

- Igjen avhengig av kategori. Minst risiko i deltakerdrevne arrangement.
- Begge deler er like viktig.
- Disse to typer arrangement hører egentlig mye sammen og arrangeres ofte av samme organisasjoner.
- Ser ingen grunn til å måtte velge
- Samme her
- Man kan være mer variert og nå flere ved publikumsdrevne arrangement
- Bli smalt med deltakerdrevne, for eksempel Oslo maraton. Jeg reiser aldri igjen til Oslo hvis det er denne type arrangement i byen (som ikke-deltaker).
- ja takk begge deler
- Kan ikke forstå at det er noe motsetningsforhold på disse to. Begge deler kan fint både prioriteres og gjennomføres
- For min bransje er det mest lukrativt med de deltakerdrevne arrangementene. Denne er mer sikker i forhold til trafikk. De publikumsdrevne er avhengig av å være svært attraktive.
- Det vil variere veldig i forhold til hva slags arrangementet det er snakket om og hvor i Norge de arrangeres.
- Publikum krever ofte dyre arenaer og er sårbart økonomisk, "deltakere er penger i kassa"

17) Hvilken tidsperiode bør Norges nasjonale arrangementsstrategi dekke?



Norges arrangementsstrategi burde dekke en 10-årsperiode (2019 – 2029)



- Viktig med evaluering
- I forhold til store mesterskap er det langsiktig planlegging.
- Strategien bør være over en forholdsvis lang periode, men med en planlagt korrigering for endringer etter for eksempel 5 år.
- Strategien bør være langsiktig, men ikke så langt frem i tid at den blir utdatert før den er ferdig laget.
- Den bør ha lang varighet da søknadsperioden for de største, internasjonale arrangementene kan være veldig lang. Men det må legges inn rullering f.eks. hvert 5 år, for å fange opp det som ikke fungerer, justeringer for endringer, nyheter, etc.
- Bør ikke være lenger enn 5 år ved første strategi - men kan være en mulighet for revidering og forlengelse - om den er i riktig retning.
- langsiktighet key. 10 er egentlig ingenting
- EM, VM og tilsvarende tildeles MANGE år i forveien
- Revideres/Rulleres etter 5 år. Ingen strategi varer evig

- Den overordnede strategien må mene noe om en norsk OL søknad, følgelig bør den ha et langsiktig perspektiv. Tilsvarende vet vi at det er ca. 10 år mellom hver gang man får arrangere VM i håndball - det tilsier at horisonten må være 2029 eller 2034.
- Strategien bør rullere hvert 4/5 år.
- hvordan verden ser ut om 10 år er tøff å spå.
- Jeg mener man her bør tenke langsiktig, og heller ha en mulighet for en revidering underveis.
- Vanskelig å se veldig langt fram - i en verden der ting skjer fort, og endres raskt.
- Smart spesialisering - mulighet til å endre, justere og forbedre underveis, satse på det vi har nå, ikke gape over for langt frem i tid. Følge med på utviklingen.
- Store arrangementer tar lang tid å innarbeide, så dette er langtidsarbeid.
- Langsiktig, målrettet arbeid kreves for å lykkes
- Langsiktighet er viktig, så kan planen revideres årlig.
- Strategien bør være på 10-15 år men bør kunne justeres underveis basert på erfaringer som gjøres.
- 5 år blir for kort tidsperspektiv.
- Arrangementer henger sammen med utvikling av gode arenaer. Dette tar tid. I tillegg må det bygges erfaring og kompetanse lokalt.
- Det kan med fordel legges planer både for en lang og en kortere periode. Så kan kortere planer rulleres oftere.
- Verden endres så raskt at det blir meningsløst å ha en strategi som skal gjelde mer enn 5 år

17) Hvilken tidsperiode bør Norges nasjonale arrangementsstrategi dekke?

- «I forhold til store mesterskap er det langsiktig planlegging som gjelder.»
- «Strategien bør dekke en forholdsvis lang periode, men med en planlagt korrigerende for endringer etter for eksempel fem år.»
- «Strategien bør være langsiktig, men ikke så langt frem i tid at den blir utdatert før den er ferdig laget.»
- «Vanskelig å se veldig langt fram – i en verden der ting skjer fort, og endres raskt.»
- «Store arrangementer tar lang tid å innarbeide, så dette er langtidsarbeid.»



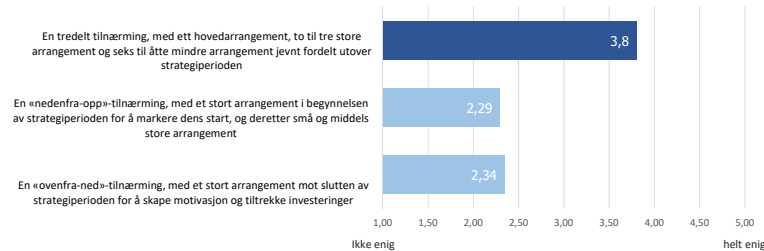
- Viktig med evaluering
- I forhold til store mesterskap er det langsiktig planlegging.
- Strategien bør være over en forholdsvis lang periode, men med en planlagt korrigerende for endringer etter for eksempel 5 år.
- Strategien bør være langsiktig, men ikke så langt frem i tid at den blir utdatert før den er ferdig laget.
- Den bør ha lang varighet da søknadsperioden for de største, internasjonale arrangementene kan være veldig lang. Men det må legges inn rullering f.eks. hvert 5 år, for å fange opp det som ikke fungerer, justeringer for endringer, nyheter, etc.
- Bør ikke være lenger enn 5 år ved første strategi - men kan være en mulighet for revidering og forlengelse - om den er i riktig retning.
- langsiktighet key. 10 er egentlig ingenting
- EM, VM og tilsvarende tildeles MANGE år i forveien
- Revideres/Rulleres etter 5 år. Ingen strategi varer evig

- Den overordnede strategien må mene noe om en norsk OL søknad, følgelig bør den ha et langsiktig perspektiv. Tilsvarende vet vi at det er ca. 10 år mellom hver gang man får arrangere VM i håndball - det tilsier at horisonten må være 2029 eller 2034.
- Strategien bør rullere hvert 4/5 år.
- hvordan verden ser ut om 10 år er tøff å spå.
- Jeg mener man her bør tenke langsiktig, og heller ha en mulighet for en revidering underveis.
- Vanskelig å se veldig langt fram - i en verden der ting skjer fort, og endres raskt.
- Smart spesialisering - mulighet til å endre, justere og forbedre underveis, satse på det vi har nå, ikke gape over for langt frem i tid. Følge med på utviklingen.
- Store arrangementer tar lang tid å innarbeide, så dette er langtidsarbeid.
- Langsiktig, målrettet arbeid kreves for å lykkes
- Langsiktighet er viktig, så kan planen revideres årlig.
- Strategien bør være på 10-15 år men bør kunne justeres underveis basert på erfaringer som gjøres.
- 5 år blir for kort tidsperspektiv.
- Arrangementer henger sammen med utvikling av gode arenaer. Dette tar tid. I tillegg må det bygges erfaring og kompetanse lokalt.
- Det kan med fordel legges planer både for en lang og en kortere periode. Så kan kortere planer rulleres oftere.
- Verden endres så raskt at det blir meningsløst å ha en strategi som skal gjelde mer enn 5 år

18) Hvilken tilnærming til arrangementsvertskap er den mest effektive?



En tredelt tilnærming vurderes som den mest effektive tilnærmingen til arrangementsvertskap



- Det bør være med en strategi for hvordan utvikle hundretalls av lokale arrangement by/land med regional/nasjonal/internasjonal attraksjonskraft, som aktivt stimulerer til samarbeid mellom profesjonelle aktører, det politiske (kommune/fylke/stat) systemet og frivillig sektor/ildsjeler
- it depends
- Kunne gjerne hatt et "vet ikke" alternativ her...
- stort på starten, store og små i midten og stort på slutten
- Man bør passe seg for å satse på store engangsarrangementer som er ressurskrevende og gir få varige ringvirkninger. Heller satse på å bygge opp og ivareta faste arrangementer og aktører i Norge.
- Forbundene er de som vil kunne gjennomføre arrangement, og må hjelpes med planer og midler
- Helt avhengig av kategori og forutsetninger. Krever både topp-down og bottom-up i fleste tilfeller
- "Vet ikke" burde vært svaralternativ her.
- Dette er helt beroende på hvilket arrangement man satser på innenfor hvilke bransje. Skal Norge arrangere Vinter-OL igjen er det helt avgjørende med jevnlig VM og World Cup på veien dit. Tilsvarende er de årlige

sykkel-arrangementene helt avgjørende for å kunne søke Tour de France start i fremtiden om det er ønskelig.

- vanskelig å spå hva som er tilgjengelig å gå etter og hvordan tilrettelegging kan stimulere initiativ -
- Vanskelig å si. Arrangementene henger ikke sammen på en slik måte som spr impliserer.
- Skjønte ikke spørsmålet
- Forslag 3 virker vanskelig å gjennomføre i praksis .
- Er usikker på om man ved inngangen til et arbeid med en nasjonal strategi skal være så spesifikk. Konkretisering av mål, identifisering av virkemidler og initiale prioriteringer vil trolig gi gode svar på disse spørsmålene.

18) Hvilken tilnærming til arrangementsvertskap er den mest effektive?

- «Man bør passe seg for å satse på store engangsarrangementer som er ressurskrevende og gir få varige ringvirkninger. Heller satse på å bygge opp og ivareta faste arrangementer og aktører i Norge.»
- «Forbundene er de som vil kunne gjennomføre arrangement, og må hjelpes med planer og midler»
- «Helt avhengig av kategori og forutsetninger. Krever både top-down og bottom-up i de fleste tilfeller.»
- «Dette er helt beroende på hvilket arrangement man satser på innenfor hvilken bransje. Skal Norge arrangere Vinter-OL igjen, er det helt avgjørende med jevnlig VM og World Cup på veien dit.»
- «Konkretisering av mål, identifisering av virkemidler og initiale prioriteringer vil trolig gi gode svar på disse spørsmålene.»



- Det bør være med en strategi for hvordan utvikle hundretalls av lokale arrangement by/land med regional/nasjonal/internasjonalt attraksjonskraft, som aktivt stimulerer til samarbeid mellom profesjonelle aktører, det politiske (kommune/fylke/stat) systemet og frivillig sektor/ildsjeler
- it depends
- Kunne gjerne hatt et "vet ikke" alternativ her...
- stort på starten, store og små i midten og stort på slutten
- Man bør passe seg for å satse på store engangsarrangementer som er ressurskrevende og gir få varige ringvirkninger. Heller satse på å bygge opp og ivareta faste arrangementer og aktører i Norge.
- Forbundene er de som vil kunne gjennomføre arrangement, og må hjelpes med planer og midler
- Helt avhengig av kategori og forutsetninger. Krever både topp-down og bottom-up i fleste tilfeller
- "Vet ikke" burde vært svaralternativ her.
- Dette er helt beroende på hvilket arrangement man satser på innenfor hvilke bransje. Skal Norge arrangere Vinter-OL igjen er det helt avgjørende med jevnlig VM og World Cup på veien dit. Tilsvarende er de årlige

sykkel-arrangementene helt avgjørende for å kunne søke Tour de France start i fremtiden om det er ønskelig.

- vanskelig å spå hva som er tilgjengelig å gå etter og hvordan tilrettelegging kan stimulere initiativ -
- Vanskelig å si. Arrangementene henger ikke sammen på en slik måte som spr impliserer.
- Skjønte ikke spørsmålet
- Forslag 3 virker vanskelig å gjennomføre i praksis .
- Er usikker på om man ved inngangen til et arbeid med en nasjonal strategi skal være så spesifikk. Konkretisering av mål, identifisering av virkemidler og initielle prioriteringer vil trolig gi gode svar på disse spørsmålene.

19) Har du andre kommentarer?

- «Jeg håper virkelig at arbeidet med en nasjonal arrangementsstrategi bærer frem, og det hadde vært særdeles spennende å få jobbet videre med dette. Lykke til videre i prosessen!»
- «Lytt til alle de som har erfaring fra store nasjonale og ikke minst internasjonale arrangementer. Inviter de til en egen workshop.»
- «En slik strategi må kommuniseres godt og være kjent av de som trenger det.»
- «Kom i gang med arbeidet :-»



Burson-Marsteller

