

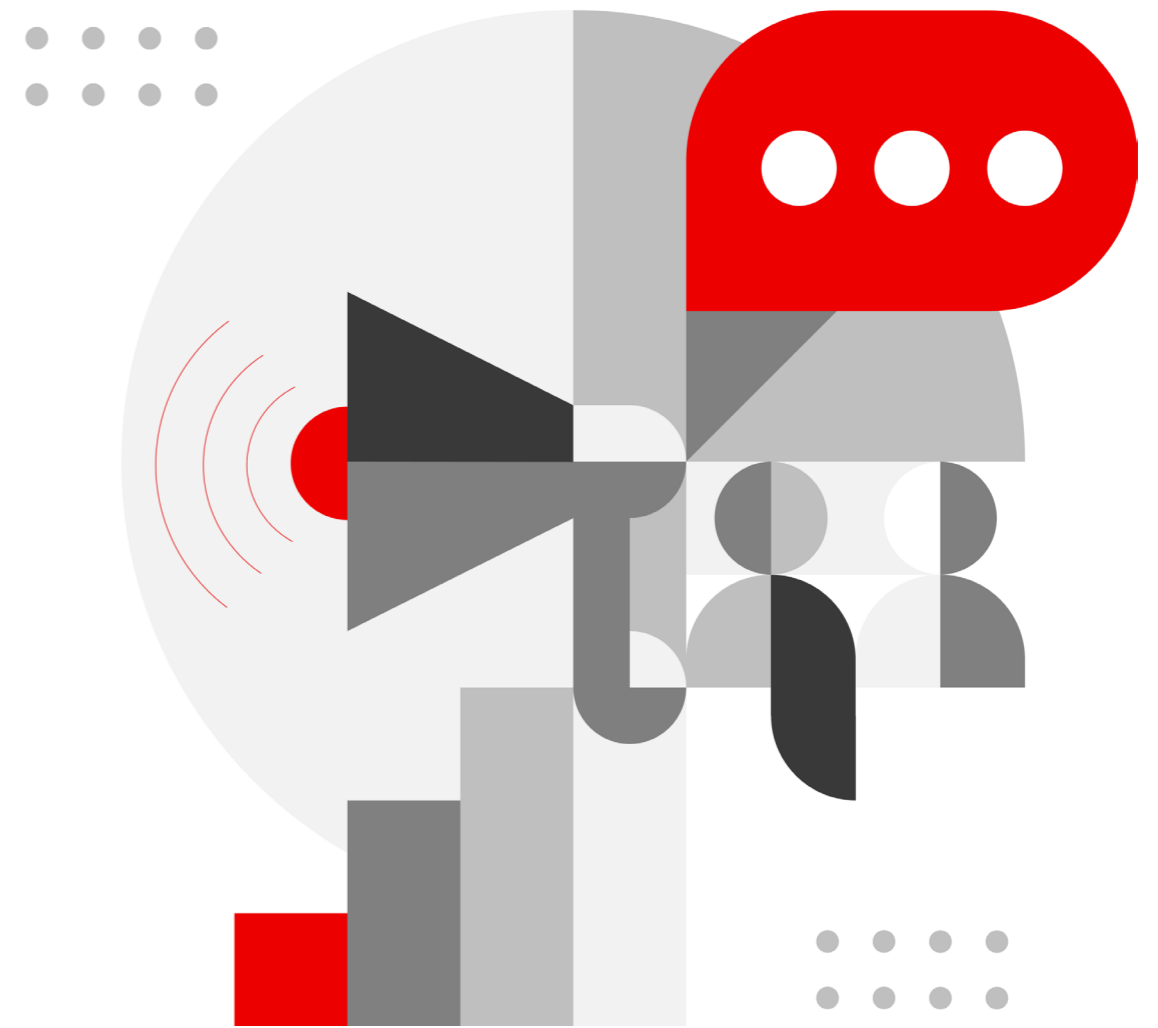
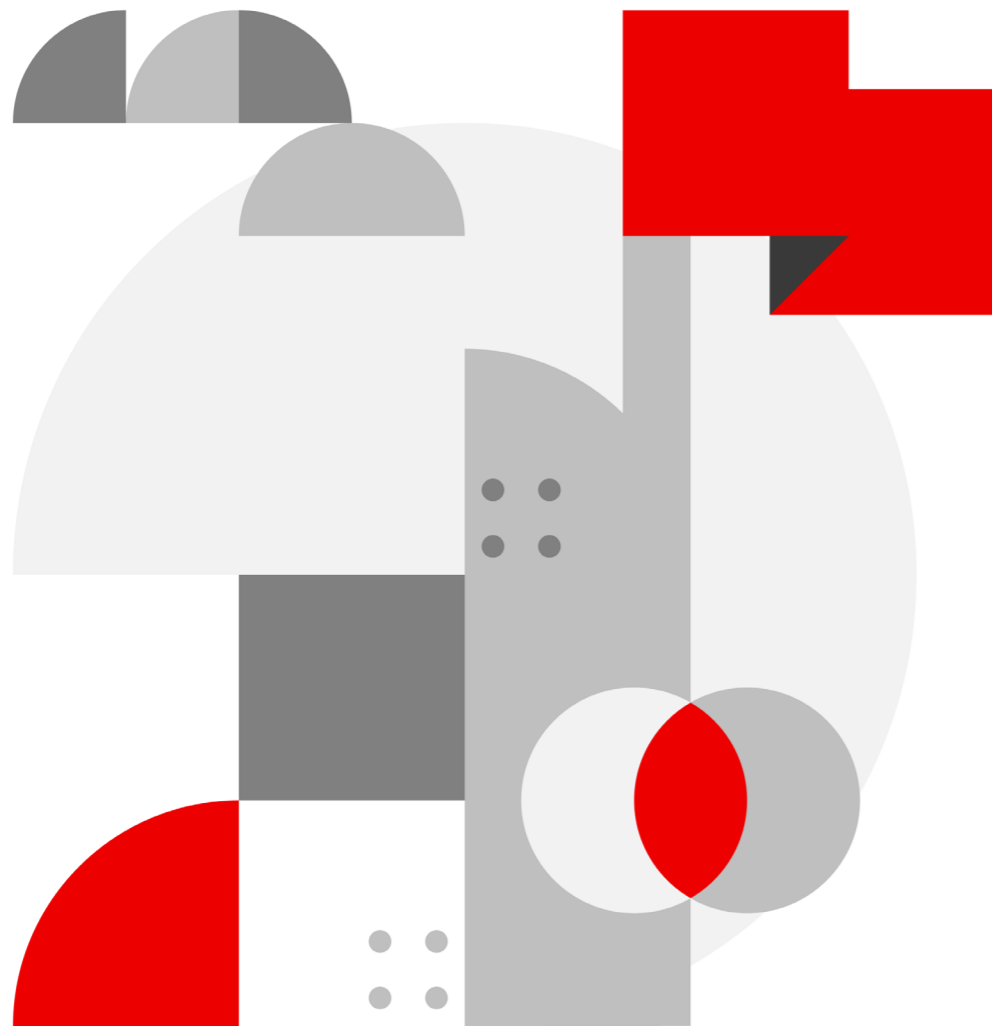
Nasjonal kongresstrategi

Utviklet av Innovasjon Norge og kongressbyene i Norge 2020/2023

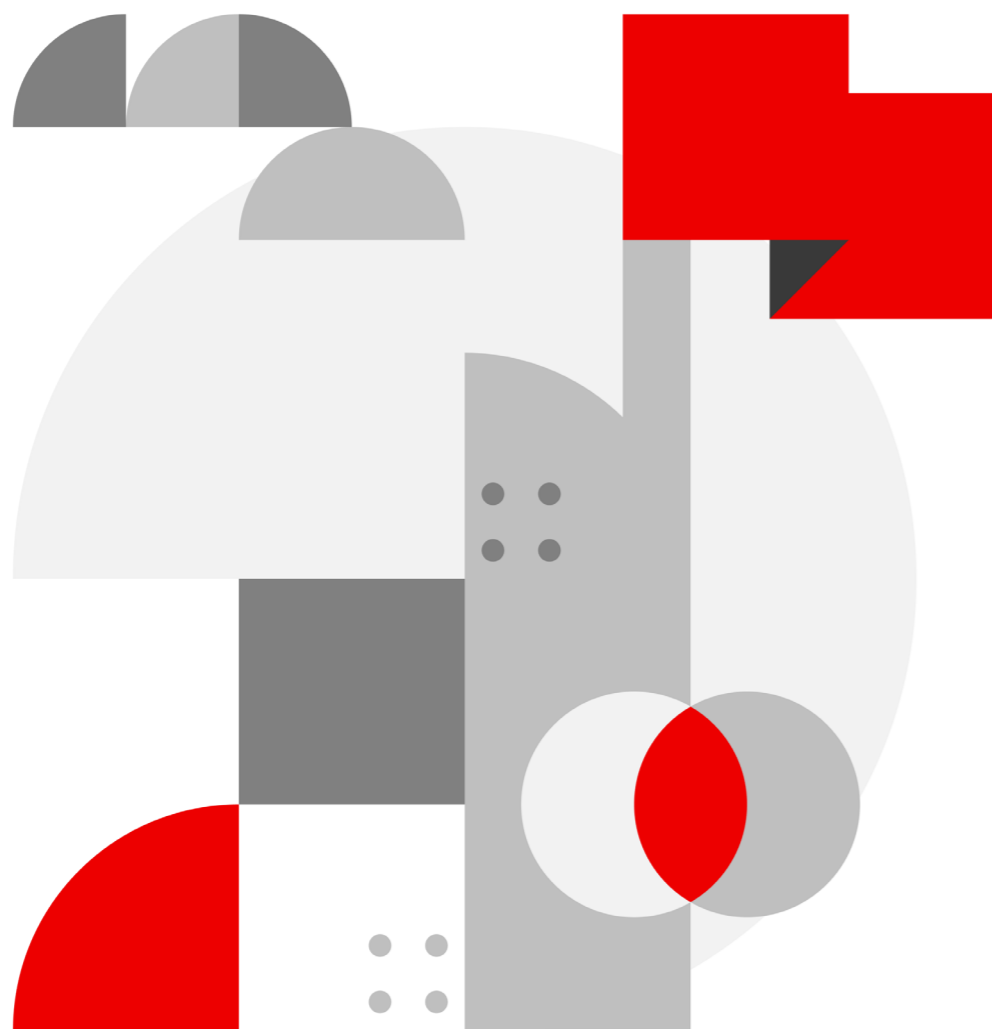


Nasjonal Kongresstrategi 2020

Revidert Nasjonal Kongresstrategi 2023



Nasjonal Kongresstrategi 2020



Innhold

	<u>Innledning</u>	6-7
1.	<u>Bakgrunn og formål</u>	8-11
2.	<u>Situasjonsbeskrivelse kongresser i Norge</u>	12-16
3.	<u>Verdiskapning og mål</u>	18-21
4.	<u>Roller og samhandling</u>	22-25
5.	<u>Prioriterte fagområder</u>	26-27
6.	<u>Konkurransestrategi</u>	28-31
7.	<u>Strategiske innsatsområder i samhandlingen</u>	32-33
8.	<u>Forslag til tiltak</u>	34-37
9.	<u>Konklusjon</u>	38-39
10.	<u>Kilder og intervjuer</u>	40

Innledning

Foto: Sune Eriksen/Tinagent



Denne strategiplanen ble utviklet høst og vinter 2019/20 og før Covid-19 inntraff. I mai 2020 har vi vurdert strategiens relevans i lys av Covid-19-efekter som er kjent per i dag. Vi mener strategien er relevant, og viser vei for arbeidet med internasjonale kongresser til Norge på en god måte. I kapittel 8 har vi kommet med forslag til tiltak før Covid-19 inntraff, og har nå gitt en vurdering av de enkeltstående, foreslåtte, tiltakenes relevans (Forsterket/Nøytral/Redusert).

Når det gjelder målbildet har vi valgt å holde deler av dette åpent inntil videre. Vi antar å se en stor nedgang i antall arrangerte kongresser i 2020. Dersom situasjonen normaliseres fra 2021 vil en del av årets kongresser forflyttes inn i 2021, dersom det passer inn i deres rotasjonsmønster.

Kongresser har en planlegging, søknads-, og gjennomføringshorisont på 3-5 år, slik at årets innsalg vil påvirke årene 2023-2025.

Ifølge Oxford Economics analyse fra april 2020, antas det at nasjonale møter kommer raskest i gang, mest sannsynlig allerede fra 2020. På europeisk nivå vil man vil se et negativt etterslep av ca. 25% færre deltakere i 2021 og 2022 og 5% færre deltakere i 2023, men at man i 2024 er tilbake på 2019 nivå.

Vi vil gjennomføre en revidert gjennomgang av strategien i mai 2021, da konsekvensene av covid-19 for kongressegmentet da vil være tydeligere. Dette vil igjen påvirke tiltakene i arbeidet med å tiltrekke internasjonale kongresser.

1. Bakgrunn og formål

Foto: Dong Zhang



Formålet med strategien er å gi en oversikt over kongressområdet i Norge, dets utviklingsmuligheter og en plan for økt verdiskaping. Strategien er utviklet i samarbeid med kongressbyene som her representerer VisitOslo, VisitBergen, Region Stavanger, VisitTrondheim og VisitTromsø.

Vårt utgangspunkt for dette arbeidet er at kongresser gir vesentlig større verdier til fagmiljøer, regioner og nasjonen, enn den direkte økonomiske verdiskapingen som er resultat av den enkelte kongress. Internasjonalt ledende kongresser bidrar til innovasjon og utvikling, til å synliggjøre og stimulere norske fagmiljøer, samt profilere et ledende og kompetent Norge. Kongresser tiltrekker relevante målgrupper med høy inntekt og utdanning, bidrar til et helårlig reiseliv til Norge og til vekst i skuldersesonger. Historisk har kongresser blitt sett på som en del av reiselivssatsingen i

Norge. Vi mener kongresser best sees i lys av at de styrker og synliggjør fagmiljøer, og slik også Norges internasjonale konkurransekraft.

I utviklingen av planen har en arbeidsgruppe bestående av kongressmiljøet i Innovasjon Norge og representanter fra VisitOslo, Visit Bergen, Region Stavanger, Visit Trondheim samt Visit Tromsø stått for arbeidet. Det er gjort intervjuer med fagmiljøer og arrangører som har gjennomført internasjonale kongresser i Norge.

For øvrig er tilgjengelig innsikt, statistikk og analyser fra nasjonale og internasjonale kilder anvendt og lagt til grunn for strategien.

↑ [Innhold 2020](#)
 ↓ [Innhold 2023](#)

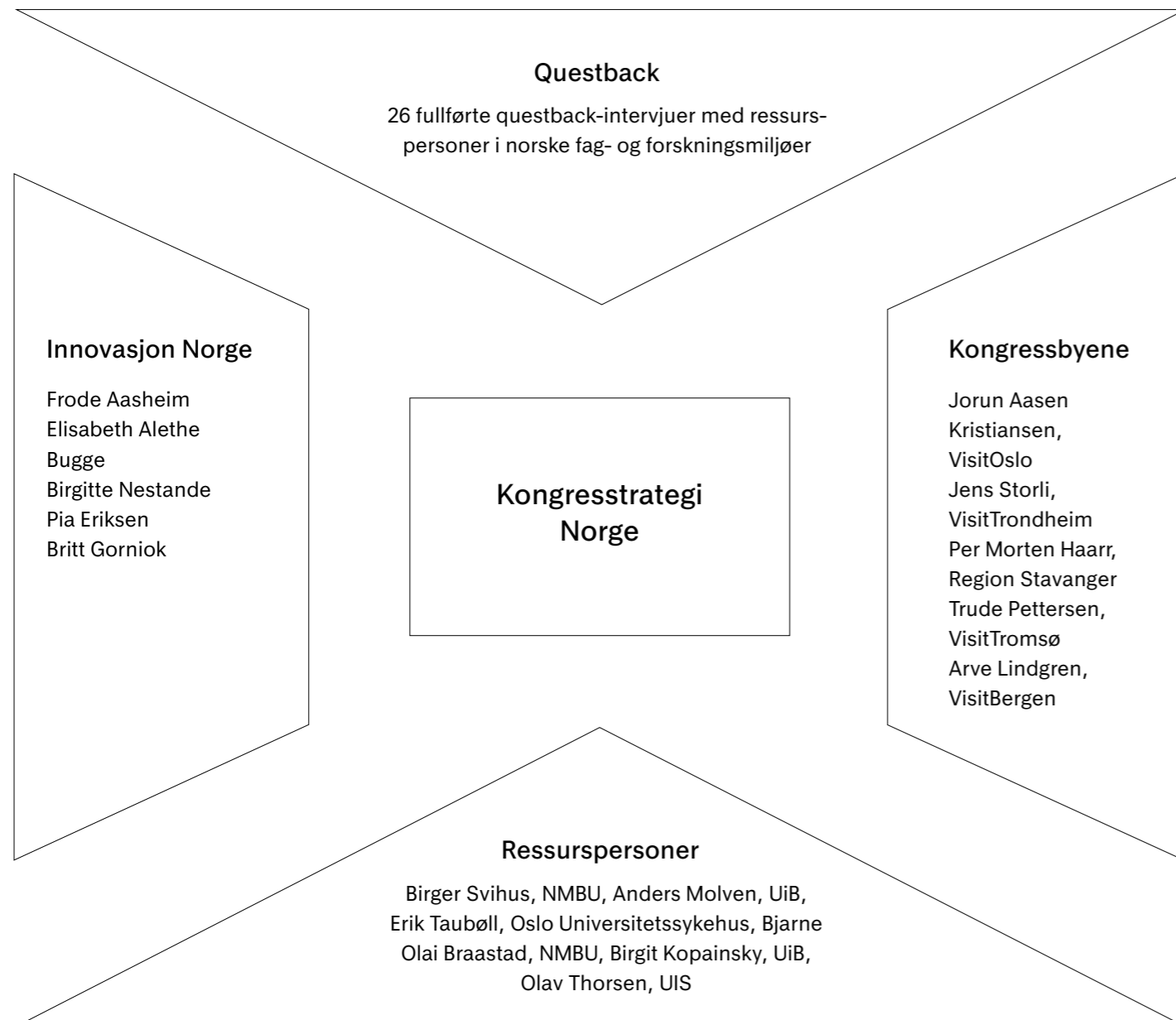
Innovasjon Norges kongresssatsing har som mål å støtte kongressbyene og fagmiljøer, og var tidligere organisert og ledet av Norway Convention Bureau (NCB). NCB har siden 2018 vært en del av Innovasjon Norges innsats og oppgaver innenfor det profesjonelle møtemarkedet (MICE), kongresser og arrangementer. Vi ønsker å styrke effektene av vår innsats sammen med kongressbyene.

Et hovedpoeng har vært å kartlegge behov, og styrke samarbeidet mellom kongressbyene og Innovasjon Norge.

Arbeidet med å tiltrekke større internasjonale kongresser er langsiktig og krever en koordinert og strategisk satsing. Derfor er strategiens perspektiv også relativt langsiktig. Vi har forsøkt å lage en så konkret og handlingsorientert plan som mulig. NCB's inntreden i IN gir anledning til en tyngre og mer strategisk satsing med

koblinger mot Innovasjon Norges øvrige ressursapparat. IN Kongress har arbeidet for å være limet (og døråpner), katalysator (pådriver for aktivitet) og koordinator (initiere samarbeid) i kongress Norge. Det er anerkjent i næringen at det er behov for en nasjonal kongresstrategi som vurderer videre utvikling av kongressområdet og tydelig rollefordeling for å nå større mål, sikre effektiv ressursbruk, samt konkretisere oppgaver, ansvar og utøvelse. I tillegg vil en nasjonal kongresstrategi være et verktøy både for fagmiljøer og næring som ønsker å jobbe med å tiltrekke seg internasjonale kongresser innenfor sitt fagområde – og til sin destinasjon.

Prosjektets mandat har derfor vært å utvikle en nasjonal kongresstrategi, som søker å optimalisere Norges konkurransekraft i det internasjonale kongressmarkedet.



2. Situasjonsbeskrivelse av kongresser i Norge

[↑ Innhold 2020](#)

[↓ Innhold 2023](#)

Eksempler på ulike kongresser med internasjonal deltakelse i Norge:

Deifinisjoner og begreper

Internasjonale kongresser defineres som faglige samlinger innenfor internasjonale organisasjoner og/eller forbund hvor medlemsmassen går på tvers av landegrenser, og som roterer i et geografisk område med deltakelse fra 50 delegater og oppover. Kongresser bidrar til utvikling og synliggjøring. Utvikling ved at ledende fagpersoner treffes, ofte med global representasjon, driver utveksling av kunnskap og danner nye nettverk. Synliggjøring gjennom å bringe fokus på landets ekspertise og posisjon innenfor et gitt fagfelt. Internasjonale kongresser er møter mellom bedrifter, organisasjoner og akademia, men mest av alt er det møter mellom mennesker. Ledende internasjonale kongresser stimulerer til utvikling gjennom møter der man bygger tillit til hverandre som grunnlag for senere interaksjon.

Eksempler på type kongresser

Rene akademiske kongresser er best dokumentert, men det finnes også kongresser innenfor legemiddelindustrien, statlige kongresser (governmental conventions), religiøse kongresser, samt kongresser med tilhørende utstilling/messer. Eksempler på større faste kongresser med utstilling der Norge er konkurransefremtredende, er ONS i Stavanger, NOR-shipping i Oslo, og Aqua Nor/Nor Fishing i Trondheim. Her samles tusenvis av internasjonale fagmiljøer/bedrifter/akademia med global representasjon annethvert år for å dele kunnskap, og lære mer om fremtidens teknologi og utvikling innenfor sine fagområder.

Faste kongresser/messer i Norge (med utstilling)	Internasjonale, roterende kongresser (tildeles etter søknadsprosess i konkurranse med andre land)	Årlige kongresser i Norge
ONS, Stavanger	EAN - European Association of Neurology (6900 deltakere) 2019	Conference on Environmental Psychology, Lillehammer
NOR-Shipping, Oslo	Parabere Forum (400 deltakere) 2019	Arctic Frontiers, Tromsø
Aqua Nor/ Nor Fishing, Trondheim	North Atlantic Native Sheep And Wool Conference (100 deltakere) 2019	Nordisk kvinnekongress, Kristiansand
Nordic Edge, Stavanger	5th International Conference on Fish Telemetry (190 deltakere) 2019	ECIM - Data Management User meeting, Haugesund
North Atlantic Seafood Forum, Bergen	European Conference on Numerical Mathematics and Advanced Applications -ENUMATH- (350 deltakere) 2017	SDG14 – Life Below Water: Conservation and Sustainable Use of the Ocean, Bergen
	World Tunnel Congress (1500 deltakere) 2017	The Nordic Aluminium Casthouse Conference, Arendal
	The 32nd International Congress for School Effectiveness and Improvement (850 deltakere) 2019	The Subsea Operations Conference, Haugesund
	Annual Meeting of the Nordic Council of Shopping Centers - NCSC (350 deltakere) 2019	

Eksempler på ulike kongresser med internasjonal deltakelse i Norge:

Eksempler på større, internasjonale kongresser norske fagmiljøer har vunnet til Norge i perioden 2021-2023:	By	Antall deltakere	År
ECSITE Annual Conference European Network of Science Centres and Museums	Stavanger	1000	2021
10 Congress of the European Operating Room Nurses Association	Stavanger	1000	2021
Nordic Congress on General Practice -NCGP	Stavanger	1000	2021
European Congress on Tropical Medicine and International Health	Bergen	1500	2021
13 International Space Syntax Symposium	Bergen	1000	2021
World Timber Engineering Conference -WCTE17-	Oslo	900	2022
International Ferro-Alloys Congress	Trondheim	450	2022
98 Congress of the European Orthodontic Society -EOS-	Oslo	2200	2022
35 International Electric Vehicle Symposium and Exposition -EVS 35-	Oslo	2000	2022
European Congress on Computational Methods in Applied Sciences and Engineering -ECCOMAS-	Oslo	2000	2022
Arctic Science Summit Week	Tromsø	450	2022
14th International Conference on Paleoceanography	Bergen	800	2022
Conference of the European Association for Potato Research -EAPR-	Oslo	500	2023
21 International Congress of Therapeutic Drug Monitoring & Clinical Toxicology	Oslo	600	2023
European Accounting Association	Bergen	1300	2023

[↑ Innhold 2020](#)

[↓ Innhold 2023](#)

Noen fakta og tendenser

International Congress and Convention Association - ICCA, estimerer at ca 2/3 deler av de større kongressene krever en offisiell søknads-prosedyre fra lokale medlemmer (fagmiljø), men det er en økende tendens at hovedkontoret til den internasjonale organisasjonen har større innflytelse på beslutningsprosessen og valg av sted.

I Europa er de fleste hovedkontorene lokalisert i Brussel, London, Paris, Amsterdam og Genève. Typisk alternerer en internasjonal kongress årlig eller hvert annet år i ulike land og verdensdeler, som ofte

er besluttet basert på søknad fra individuelle byer. Initiativet til å være vertskap kommer ofte fra et lokalt fagmiljø eller nasjonal forening. Dersom lokalt fagmiljø ikke er interessert er det stor sjanse for at kongressen blir lagt til et annet land.

Ofte er det lange beslutningsprosesser og initieringsfasen starter ofte 3-5 år før kongressen finner sted.

Fakta om kongresser i Norge

- Kongressindustrien i Norge har hatt en sunn utvikling med ca 5% årlig økning (varierer noe fra år til år)
- De aller fleste kongresser foregår i Norge utenfor høysesong
- Kongressdelegater har et betydelig høyere forbruk enn andre reisende; 3940 kr i daglig forbruk (MICE undersøkelsen 2016)
- Kongressmarkedet er langsiktig og krever koordinert samhandling og strategisk satsning

Fakta om potensiale for Norge

- På verdensbasis finnes det ca 20.000 roterende internasjonale møter
- 1700 av disse er registrert med norsk lokalt fagmiljø
- 500 av disse er møter med over 500 delegater
- Ca. 500 nordiske møter roterer. Ca 100 av disse har over 300 deltakere.
- Rundt 400 av møtene med norsk lokalt fagmiljø er også registrert med utstilling.
- Rundt 50 internasjonale organisasjoner har sin administrasjon i Norge. De fleste har avholdt kongress i Norge allerede.

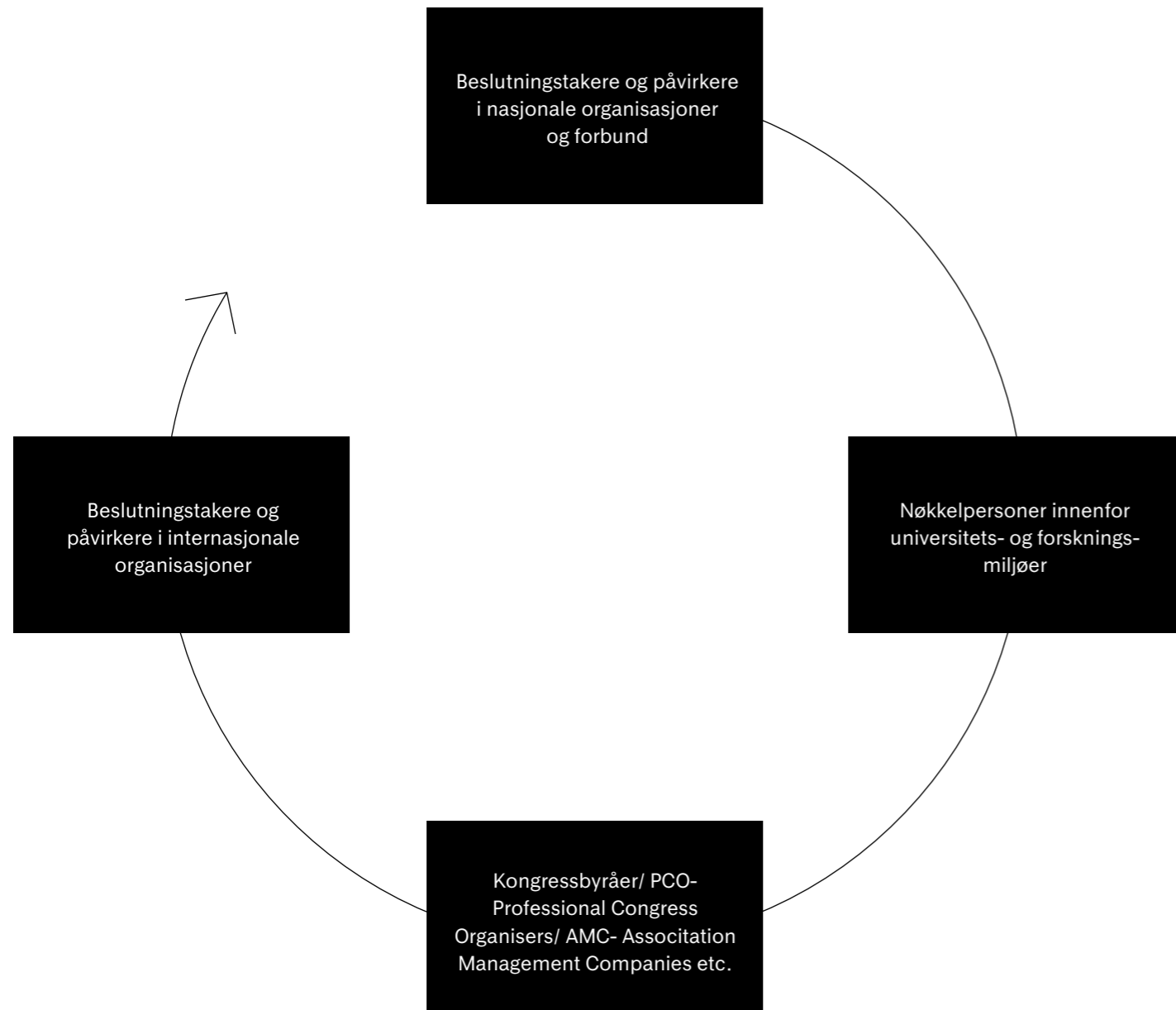
Kongress – Norge 2019

Reiselivsbedrifter i Norge, som jobber med kongressegmentet, har gjennom mange år pekt på økonomiske effekter av å arrangere kongresser. Det er vel dokumentert at det å være vertskap for kongresser fører til økonomisk vekst og ringvirkningseffekter som økt antall arbeidsplasser, flyplass- og ruteutvikling, utvikling av kongressentre, hoteller med konferansekapasitet, samt vekst i øvrig servicebransje. I tillegg kan det bidra til å posisjonere og fremme Norge internasjonalt, og styrke Merkevaren Norge.

Resultatet av dette er at konkurransen om ledende internasjonale kongresser øker. Som i resten av verden, og i våre naboland, er kongress et satsingsområde. En av forutsetningene for videre vekst i kongressmarkedet, er kontinuitet i arbeidet med å rekruttere, stimulere og engasjere forskningsmiljøer til å søke på og arrangere kongresser. Hovedbekymringen tilknyttet dette er at det kan oppleves som

tidkrevende for forskningsmiljøer. I tillegg vil det kunne ta fokus bort fra andre viktige aktiviteter som å søke om forskningsmidler, kursforberedelser og deltakelse i viktige samfunnsdebatter.

Det er dermed viktig å belyse betydningen av, og gevinsten ved å sette i gang dette arbeidet. Dette jobber Innovasjon Norge og kongressbyene med å formidle.



Eksempler på kongresser i Norge

North Atlantic Seafood Forum – Bergen

North Atlantic Seafood Forum, NASF, er en av verdens største og viktigste sjømatkonferanser. I løpet av tre dager samles nærmere 900 toppledere og beslutningstakere innen sjømatnæringen fra over 30 land i Bergen for å bli inspirert og motivert til videre utvikling av den globale sjømatnæringen. Med nærmere 15 ulike sesjoner og godt over 100 foredragsholdere får delegatene en unik innsikt i blant annet konsumenttrender, produksjon, forskning, innovasjon, finans og forvaltning. I tillegg til det faglige er konferansen en fantastisk arena for å møte nye og etablerte forretningsforbindelser i hjertet av Bergen sentrum. I 2021 vil North Atlantic Seafood Forum arrangeres for 16. gang den 9. til 11. mars.



Foto: NASF

Johan Kvalheim, Managing Director North Atlantic Seafood Forum kommenterer:

«Etter at vi valgte å flytte konferansen fra Oslo til Bergen har vi virkelig fått et oppsving. Dette er takket være et godt samarbeid med klyngene, bedrifter og institusjonene i Bergen og langs kysten. Vi jobber tett med både næringslivsaktørene og Havforskningen, Sintef og NCE klyngene. Med god hjelp fra Visit Bergen, Fiskerimuseet og Bergen Kommune har vi gitt delegater fra fjern og nær en enestående mulighet til å vise frem Bergen fra sin beste side både innen kultur, gastronomi og natur. VisitBergen lagde egne virtuelle kart til konferansen med god oversikt over severdigheter og steder for aktiviteter».

Årets konferanse gikk av stabelen 3. til 5. mars og grunnet usikkerheten knyttet til koronaen kom det «kun» nærmere 750 delegater fra 30 land.

Konferansen ble gjennomført i tett dialog med Smittevernseksjonen i Bergen kommune og Radisson Bryggen hadde iverksatt så mange smittevernstiltak i forkant av konferansen at vi fikk heldigvis ingen påvisninger eller smittesituasjoner hos oss. Neste års konferanse skal gå som planlagt, men vi ser også på muligheten for å kjøpe en hybrid løsning for de som ikke tør å ta turen til Norge»

3. Verdiskapning og mål

Visjon og ambisjoner

Norge som kongressland 2030:
Kongresser bidrar til verdensledende fagmiljøer i Norge

Vår felles ambisjon er at Norge skal være en ledende kongressnasjon i Europa, kjent for kongresser som gir mer verdi i form av økt innovasjon, bærekraftige arrangementer og gode opplevelser for deltagerne. For fagmiljøene gir kongressen synlighet, posisjon, koblinger og overrøslingseffekter for ny innovasjon samt mulighet til å knytte til seg de beste talentene i Norge og internasjonalt. For internasjonal arrangør gir kongressen i Norge profesjonell gjennomføring i verdensklasse og eksotiske opplevelser som tilfører arrangementet noe unikt.

I fremtiden jobber vi samlet, langsiktig og systematisk innenfor kongressnæringen med avklarte roller og oppgaver. Og sammen med fagmiljøer, klynger og andre nettverk på den internasjonale arenaen som gjør Norge synlig, annerledes og prioritert arrangør. Spesielt har vi lyktes med å engasjere mange ildsjeler og ambassadører i flere relevante fagmiljøer i Norge.

Vi jobber tett med fagmiljøene for å tiltrekke internasjonale kongresser. Innovasjon Norges apparat og nettverk fungerer både som en pådriver, en ressurs- og kompetanse-partner, og en døråpner. Kongress er viktig for Norge! Næringslivsledere, politikere og ledende miljøer innenfor FoU anerkjenner at en internasjonal kongress som kommer til Norge med sitt fagmiljø har stor verdi for det aktuelle miljøet hjemme, for regionen og nasjonen. Arven etter kongressen gir synergier mellom reiselivsnæring, næringsliv, kultur, idrett, forskning og offentlige instanser, noe som gir nye nettverk og nye relasjoner.

Vi har blitt dyktige til å forstå fagmiljøenes motivasjon og prioriteringer. Vi kobler de rette mennesker og aktiverer kongressen slik at den gir utvikling i fagmiljøet. Vi kobler fagmiljøer, arrangører, hoteller og andre aktører. Vi mobiliserer ressurser slik at nøkkelpersoner kan ta jobben med å gå foran og ta ansvar.

[↑ Innhold 2020](#)

[↓ Innhold 2023](#)

Verdiskapning

Reiselivsbedrifter i Norge, som jobber med kongressegmentet, har gjennom mange år pekt på økonomiske effekter av å arrangere kongresser. Det er vel dokumentert at det å være vertskap for kongresser fører til økonomisk vekst og ringvirkningseffekter som økt antall arbeidsplasser, flyplass- og ruteutvikling, utvikling av kongressentre, hoteller med konferansekapasitet, samt vekst i øvrig servicebransje. I tillegg kan det bidra til å posisjonere og fremme Norge internasjonalt, og styrke Merkevaren Norge.

Resultatet av dette er at konkurransen om ledende internasjonale kongresser øker. Som i resten av verden, og i våre naboland, er kongress et satsingsområde. En av forutsetningene for videre vekst i kongressmarkedet, er kontinuitet i arbeidet med å rekruttere, stimulere og engasjere forskningsmiljøer til å søke på og arrangere kongresser. Hovedbekymringen tilknyttet dette er at det kan oppleves som

tidkrevende for forskningsmiljøer. I tillegg vil det kunne ta fokus bort fra andre viktige aktiviteter som å søke om forskningsmidler, kursforberedelser og deltakelse i viktige samfunnsdebatter.

Det er dermed viktig å belyse betydningen av, og gevinsten ved å sette i gang dette arbeidet. Dette jobber Innovasjon Norge og kongressbyene med å formidle.

Foto: Mikita Karasiou



Mål

Vår overordnede målsetning for årene som kommer er at Norge styrker sin posisjon innenfor prioriterte fagfelt gjennom internasjonalt posisjonierende kongresser. Dette vil måles ved statistikk på internasjonale kongresser innenfor de prioriterte fagfeltene, samt antall ambassadører innen de prioriterte fagfeltene.

Måleparametre:

- Innen 2030 skal verdiskapingen som følge av internasjonale kongresser økes fra 1 milliard kroner i året til 2 milliarder kroner i året.
- Dokumentere at kongresser skaper verdi for hele Norge.
- Kongresstrategien beskriver hvordan dette skal oppnås, samt hva som måles for å dokumentere verdiskaping verdsatt til 2 milliarder kroner.
- Måle og dokumentere ringvirkningseffekter og indirekte effekter som følge av internasjonale kongresser, antatt for ca. 4 milliarder kroner.

Dette innebærer en del endringer i hvordan kongressnæringen bør arbeide med å tiltrekke internasjonale kongresser. Det må vurderes nærmere hvilke typer kongresser vi retter oss mot, hvilke målgrupper, hvilken type systematisert innsats og argumentasjon som benyttes. For å beskrive dette har arbeidsgruppen utviklet følgende målpyramide, som resulterer i en ambisiøs beskrivelse av hvordan vi jobber for å nå målet.

Målpyramide

I målpyramiden settes KPI'er på følgende tre nivåer:

- Indikasjoner på kongressers bidrag til å skape verdensledende fagmiljøer i Norge
- Direkte økonomiske og målbare effekter
- Estimerte ringvirkningseffekter

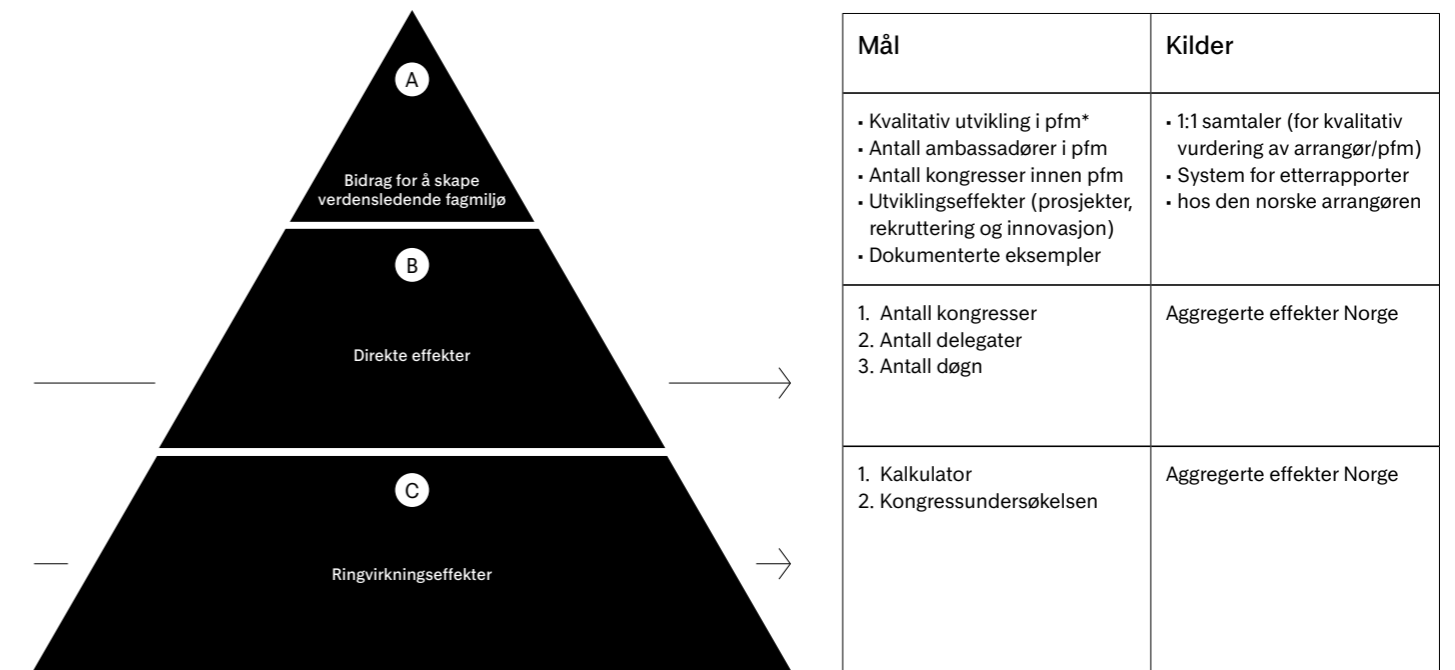
Mål	Kilder
Kongressbyenes måleparameter samsvarer med de nasjonale	
Regionale effekter 1. Antall kongresser 2. Antall delegater 3. Antall døgn	(Statistikken), ICCA, UIA mm, typer kongresser (ref prioriterte fagmiljø)
1. Kalkulator 2. Kongressundersøkelse	• Frivillighet • Medieoppmerksomhet • Transport til/fra • Goodwill • Merkebareeffekter

[↑ Innhold 2020](#)

[↓ Innhold 2023](#)



Foto: Joshua Ness



4. Roller og samhandling

[↑ Innhold 2020](#)

[↓ Innhold 2023](#)

Historisk har Innovasjon Norges (tidligere NCB's) bidrag til kongressbyene vært å bidra med innsikt, research og statistikk, tilføre kompetanse, skape møteplasser, bidra med finansiering av aktiviteter, styrke synligheten av det kongressbyene allerede gjør, samt arbeide for et konstruktivt miljø og samhold som bidrar til at Norge står sammen.

En kartlegging blant kongressbyene i Norge viser at de opplever samarbeidet med Innovasjon Norge Kongress som bra, men det bør og kan styrkes. Det er spesielt på tre områder samarbeidet oppleves å ha større potensiale:

1. **Strategi;** Innovasjon Norge ventes å føre an, legge en nasjonal strategi og koordinere nasjonale krefter. Her forventes det at det gjøres tydelige prioriteringer.
2. **Rolleavklaringer;** Hva gjøres av Innovasjon Norge Kongress, og hva gjøres av kongressbyene. Herunder å styrke kunnskapen om Innovasjon Norges bredere verktøykasse.
3. **Økt innsats mot fagmiljøer;** Fremtidsrettet innsikt om trender og bevegelser i fagmiljøene, samt økt kunnskap om regionale fagmiljøer. Herunder også samarbeid med de norske næringsklyngene.

Det oppleves som naturlig at IN Kongress fører an, legger en nasjonal strategi, og koordinerer kongressbyene når det gjelder posisjonering og tiltak.

Foto: Elisabeth Tønnessen, ONS



Innovasjon Norge Kongress Roller og hovedoppgaver

- **Strategiutvikler:** Ha et nasjonalt overordnet overblikk. Prioritere fagmiljøer, måle og følge opp med tiltak slik at kongressarbeidet beveger seg i retning i henhold til prioriteringer og langsiktig målsetting.
- **Pådriver for utvikling og vekst:** Være en katalysator for nye samarbeidspartnere. Samle næring, prioriterte fagmiljøer og kongressbyer med formål å engasjere fagmiljøer, bevisstgjøre og påvirke initiativtakere/ambassadører. Felles agenda er at flere engasjerer seg og blir ambassadører for å invitere til kongress innenfor de prioriterte fagområdene.
- **Relasjoner og samarbeid med «mulighetsområdene» og klyngene:** Prioritere fagmiljøer, identifisere nasjonale ledende fagpersoner, identifisere potensielle kongresser innenfor de prioriterte fagmiljøene.
- **Ressurs – og kompetansestøtte:** Være en ressurs i å bistå og støtte initiativ mot prioriterte fagmiljøer. Være en relevant sparringspartner for eksisterende og «nye» partnere som ønsker å jobbe med kongress. Være ansvarlig for nasjonale målinger og rapportering som kongressstatistikk og verdiskaping.
- **Kobling mot fagmiljøer:** Være døråpner til foreninger/forskningssentre/fagmiljøer, nasjonalt og internasjonalt
- **Koordinering av aktiviteter:** Tilrettelegge for prioriterte aktiviteter mot relevante fagmiljøer hjemme og aktiviteter internasjonalt.
- **Talerør for kongressaktørene opp mot relevante departementer, myndigheter og andre viktige politiske miljøer.**
- **Presse- og kommunikasjonsarbeid på nasjonalt nivå.**

Kongressbyene/ Conventionbyråene

Roller og hovedoppgaver

- **Kartlegging:** Kartlegge og holde oversikt med aktuelle kongresser i egen by og identifisere nøkkelperson som kan ta vertskapsrollen og stå som søker.
- **Kobling:** Koble regionale fagmiljøer/nøkkelperson med riktige kongresser. Koble nøkkelperson med arrangører, hoteller, PCOer (Professional Congress Organisers) med flere.
- **Prosjektledelse:** Prosjektleder og innsalg, lede arbeidet med søknaden (Bid management), sette sammen og koordinere team i regionen, gi råd og benytte tidligere erfaringer.
- **Markedsføring:** Markedsføring av region/by som kongressby samt convention byråets tjenester, markedsføring av kongressen når den er vunnet og når den vil bli gjennomført.
- **Stimulere til lengre oppholdstid for kongressdeltakerne** med gode pre- eller post-turforslag, gi forslag om for eksempel, teknisk besøk til relevante bedrifter som gir merverdi for kongressdeltakeren.
- **Jobbe aktivt med å etablere og vedlikeholde ambassadør-program lokalt.**

Fagmiljøene

Roller og hovedoppgaver

- Bruke kongress som et verktøy for å:
- Fremme forskningsresultater
 - Rekruttere til fagfeltet
 - Styrke fagfeltets posisjon internasjonalt
 - Utvikle nye allianser/samarbeid/økosystemer
 - Arbeidet med å tiltrekke seg internasjonale kongresser blir en del av stragien til universitetene.
 - Bruker ambassadørrollen til å formidle betydningen av kongress i sine fagmiljøer.
 - Være en pådriver og motivator i fagmiljøet til å påta seg vertskapsrollen for en internasjonal kongress.

Innovasjon Norge Kongress

1. Strategiutvikler
2. Pådriver for utvikling og vekst
3. Relasjoner og samarbeid med «mulighetsområdene» og klyngene
4. Ressurs og kompetansestøtte
5. Kobling mot fagmiljøer
6. Koordinering av aktiviteter

Fagmiljøene

1. Innspill til muligheter
2. Advisory board

Innovasjon Norge

1. Verktøykasse i bredde
2. Distriktskontorene
3. Internasjonalt nettverk

Kongressbyer, Conventionbyrå oa

1. Kartlegging av kongresser
2. Koblinger mot fagmiljø
3. Prosjektledelse
4. Markedsføring

↑ [Innhold 2020](#)

↓ [Innhold 2023](#)

Eksempler på kongresser i Norge

ONS i Stavanger

ONS er en av verdens viktigste møteplasser for den internasjonale energibransjen, som avholdes annethvert år i Stavanger. Det er stiftelsen ONS som er arrangør og arrangementet består i dag av en konferanse, en utstilling og en festival, og tiltrekker seg nærmere 70 000 besøkende (2018) fra 100 land!

Da det ble oppdaget olje og gass i Nordsjøen, kom behovet for en møteplass for selskapene i denne nye industrien. ONS ble arrangert for første gang i 1974, og har mer enn 40 år med stolt historie. ONS er en ideell stiftelse, og ble etablert av Stavanger bystyre, Statoil, Stavanger Forum og Norsk Petroleumsforening. Stiftelsen ONS er en verdensledende organisasjon som legger til rette for diskusjoner og samarbeid om energi, teknologi og innovasjon. Bærekraft er kjernen i virksomheten deres, med tro på at fremtiden for bærekraftig energi bygges på skuldrene til olje- og gassindustrien. Gjennom det globale nettverket av næring-

slivsledere, innovatører og politikere jobber ONS for å forme og påvirke det fremtidige energisamfunnet.

ONS har satt den norske energibransjen på kartet og mange norske selskaper og bedrifter har blitt hjulpet ut i verden etter møter på arrangementet i Stavanger.

«ONS betyr enormt mye også for næringslivet i Stavanger. I tillegg til de økonomiske ringvirkningene som kommer reiselivet til gode, så er det en viktig arena for oss når vi jobber frem nye internasjonale møteplasser. Vi inviterer alltid nøkkelpersoner og samarbeidspartnere til Stavanger under ONS for å vise vår evne til å arrangere store og komplekse arrangementer. Verdien av slike fagmesser i Norge betyr utrolig mye for internasjonaliseringen av norsk næringsliv»

Convention Director Per Morten Haarr, Region Stavanger.

Foto: ONS



5. Prioriterte fagområder



Foto: Snøhetta/Mir

↑ [Innhold 2020](#)
 ↓ [Innhold 2023](#)

Å jobbe mot internasjonale organisasjoner og fagmiljøer er svært ressurskrevende, og resultatene har lang tidshorison. Henvendelser mot disse vil først være effektivt når de norske fagmiljøene og organisasjoner med en sterk og anerkjent posisjon ute har blitt bearbeidet i Norge. Det anbefales å spille på lag med prioriteringer allerede gjort i klyngesatsingene, i Forskningsrådet og Innovasjon Norge, og prioriterte områder innenfor Merkevaren Norge. Oppgaven blir derfor å bidra til at lederne i disse leddene i Norge har et mer bevisst forhold til kongress som virkemiddel for å styrke fagfeltets posisjon internasjonalt.

Våre primære målgrupper blir derfor ledere, faglig anerkjente personer og ildsjeler innenfor prioriterte fagområder i Norge.

Nedenfor har vi identifisert de mest aktuelle fagområdene som skal prioriteres, som er et resultat av;

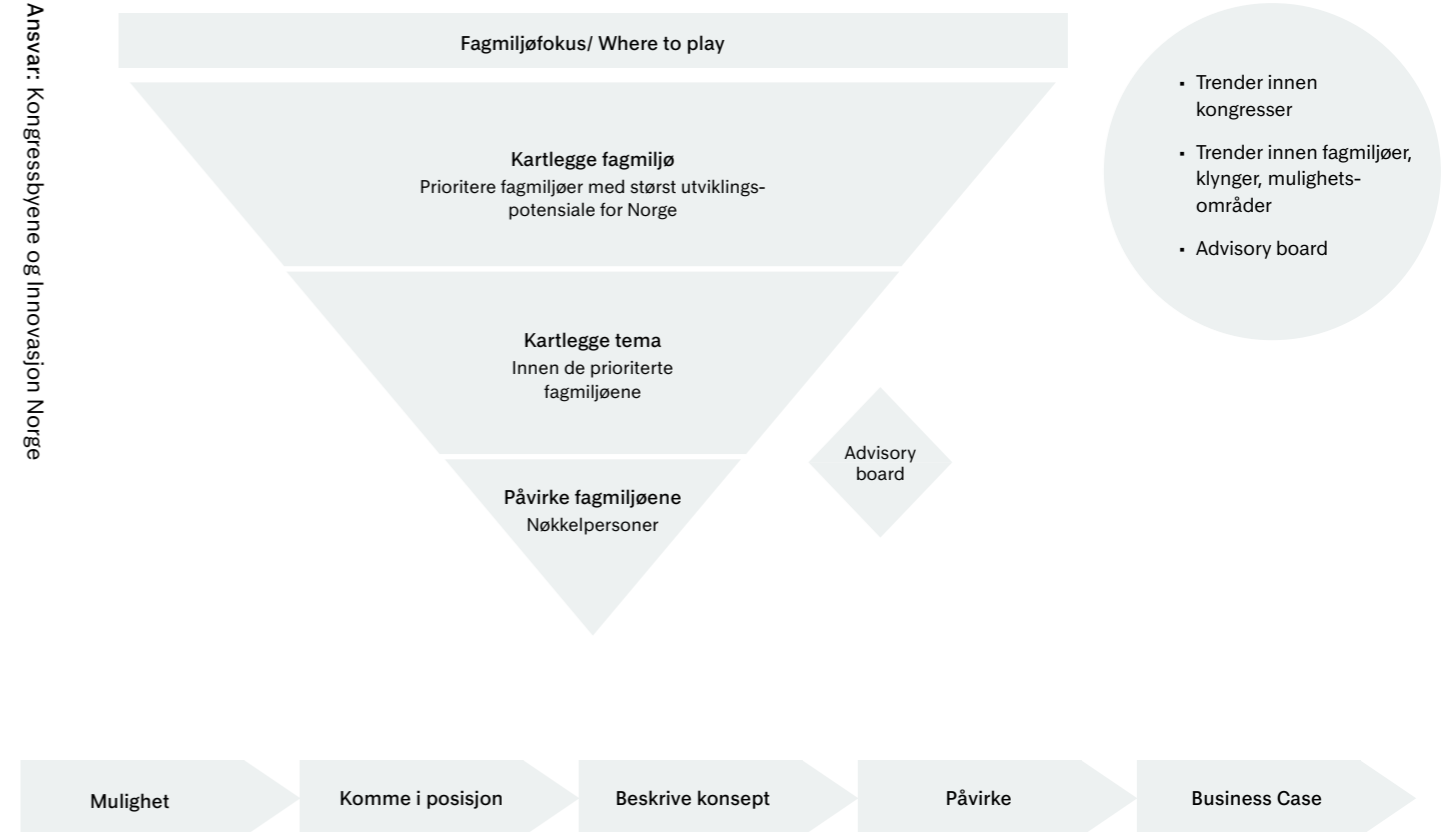
- Allerede prioriterte, norske fagmiljøer i det private/offentlige samarbeidet (klyngene, mulighetsområdene m.m.)
- Fagområder som er løftet frem av regionene for øvrig.
- Innspill i prosjektet fra kongressbyene.

I sum gir dette følgende prioritering:

- Ren energi
- Helse og velferd
- Den maritime industrien
- Havrommet
- Sjømat og sjømatproduksjon
- Bioøkonomi
- Teknologiutvikling

Utover å kartlegge kongressmuligheter i det brede, skal IN Kongress øke innsatsen mot disse prioriterte fagmiljøene. Rollen blir å fasilitere, støtte og ta initiativ til å komme i posisjon sammen med fagmiljøene. Kongresstrategien skal prioritere aktivering av ledere innenfor disse fagfeltene som har direkte eller indirekte påvirkningskraft. Dette vil bidra til at kongressatsingene spiller på lag med - og høster synergieffekter av annen innsats i privat og offentlig ressursapparat. På denne måten blir kongressatsingen en mer integrert del av etablerte nettverk og økosystemer.

Ansvar: Kongressbyene og Innovasjon Norge



Samarbeid: Kongressbyene, Innovasjon Norge og fagmiljøene

6. Konkurransestrategi

Det er viktig å forstå driverne i fagmiljøene bedre og hvordan disse kan påvirkes. Vi må forstå hva som er viktig og hva som er avgjørende for de enkelte fagmiljøene. Vi må synliggjøre og markedsføre hvorfor man bør invitere til kongress, uten spesielt å fokusere på reiseliv. Effekten vil likevel komme reiselivs-Norge til gode.

Vi må vite hvem som er de sentrale og effektive påvirkerne og vi må engasjere flere, også i flere av de prioriterte fagmiljøene.

Ledere innenfor de prioriterte fagfeltene er ikke først og fremst opptatt av kongresser eller hotellsenger, men av fagfeltets posisjon og progresjon. Hva vil en internasjonal kongress bety for dem, for universitetet/selskapet og for fagfeltet? For å forstå driverne i fagmiljøene bedre legger vi til grunn internasjonale case studier/undersøkelser, egne erfaringer samt intervjuer med fagmiljøer som har erfaring fra å arrangere kongress.

Foto: Evangeline Shaw



Fagmiljøene Nøkkelen til vekst i kongressmarkedet

A) JMIC (Joint Meeting Industry Council) har gjort en rekke undersøkelser på akademiske kongresser og hva som er driverne og motdriverne for å arrangere internasjonal kongress.

I studien *Value of Meeting Case Studies* nevnes 4 ulike typer positiv innvirkning på miljøet i fasen fra initiering og frem til kongressen er gjennomført:

1. **Vertskapet/forskeren:** Ønske om tilføring av kunnskap, markedsføre sitt arbeid, eller være del av den globale eliten.
2. **Initiering, planlegging og interne beslutningsprosesser:** Søknadsprosess, lobbying i internasjonale forskningsmiljøer. Programmering og konferanse konsept, allokering av ressurser og fasiliteter, mobilisering av internasjonalt forskningsmiljø, etterlysning av foredrag/posters etc.
3. **Gjennomføringsfasen:** Logistikk, infrastruktur, byråkrati (som f.eks. visum for delegater fra hele verden), konferanse-elementer, keynotes, parallelle sesjoner, paneldebatter, networking-aktiviteter, ekstern kommunikasjon/markedsføring etc.
4. **Oppfølging:** Sikre innhold for resultater generert i kongressen og nettverket. Publisering av forskningsresultater, evaluering av måloppnåelse, institusjonalisere kunnskap samlet gjennom kongressen.

Det er tydelig at fagmiljøenes involvering er helt essensiell for at en kongress legges til Norge, og at jobben med å ta en sterkere posisjon starter her.

Studien peker på følgende hovedargumenter vedrørende vertskapsrollen:

- For den individuelle forskeren: synlighet, karrieresprang, økt prosjektledererfaring og invitasjon til å snakke på andre kongresser.
- For selve institusjonen/universitetet: synlighet og promotering, rekruttering, tilgang på nye midler, styrke internt nettverk, inntjeningsmuligheter.
- Barrieren er uklare mål og kost-/nytte verdi, kompetanse, tid og ressurser.

B) Hovedargumenter fra intervju med fagmiljøene I forbindelse med strategiprojektet ble det gjennomført kvalitative en-til-en intervjuer med sentrale og ledende personer i fagmiljøer som har arrangert internasjonale kongresser. I tillegg er det gjennomført en kvantitativ questback undersøkelse i samme miljø.

Følgende hovedfunn fremkommer i forbindelse med å arrangere internasjonal kongress i Norge:

Personlige, institusjonelle og samfunnsmessige drivere:

- Stor betydning for utvikling, innovasjon og stimulering av fagområdet.
- Opplevd merverdi ved å velge Norge: Norge gjennomfører profesjonelt, tilbyr eksotiske tilleggsopplevelser og har et høyt faglig nivå.
- Faglig innhold er det sentrale, destinasjon er sekundært.
- Personlig anerkjennelse og posisjonering.
- Synliggjøring av regionen og fagmiljøet.
- Ambisjoner om innovasjon og utvikling blir sterkere, herunder forskningssamarbeid.
- Kongressbyene (Convention Bureauene) gir betydelig støtte i søknadsarbeidet der ildsjelene har liten arrangementsmessig erfaring.

Fremtidsrettede drivere:

- Faglige motiver vil bety enda mer i fremtiden på bekostning av fritids- og opplevelsesorienterte drivere hos kongressdeltagerne og deres bedrift/organisasjon, som betaler kostnaden ved deltagelse.
- Et godt beskrevet og presentert konsept, teamet bak, samt tillit til profesjonell gjennomføring, beskrives som viktige årsaker til at kongresser legges til Norge.
- Beslutninger om hvor den arrangerende organisasjonen velger å legge kongressen kan i stor grad påvirkes, men ikke alltid.
- Garantifond er ikke direkte savnet, men oppleves som en styrke i planleggingsfasen.
- Aspekter knyttet til bærekraft oppleves som viktige og ventes å bli enda viktigere fremover.
- Kongresser kan i liten grad erstattes av streamingløsninger. Verdien av personlige møter kan ikke erstattes.
- Som oftest er en fagorganisasjon helt sentral i kongressarbeidet. Tidvis også en næringsaktør, men sistnevnte kan også stå i veien, da næringsaktøren er kommersiell.

- ↑ [Innhold 2020](#)
- ↓ [Innhold 2023](#)

Eksempler på kongresser i Norge

European Academy of Neurology i Oslo 2019

EAN – European Academy of Neurology er fellesforeningen for nasjonale nevrologiforeninger i Europa. Norsk Nevrologisk Forening har i flere år prøvd å få denne store kongressen til Norge. I 2019 lyktes de, og over 6900 nevrologer og andre fagfolk fra hele verden kom til Oslo for å delta på kongressen som fant sted på Norges varemesse.

Anne Hege Aamodt, leder for Norsk nevrologisk forening sier i en artikkel til Dagens Medisin:

«Norge har et sterkt fagmiljø og det var på tide at vi får vist fram dette også med det internasjonale miljøet på besøk her hjemme. Det vil styrke våre internasjonale nettverk og styrke norsk deltakelse i internasjonalt samarbeid».

Hvorfor Oslo?

Norsk nevrologi har markert seg internasjonalt med profilerte norske personer, og har en sterk tradisjon i Norge sier Erik Taubøll - leder av den nasjonale organisasjonskomiteen og overlege og Prof. I Neurologisk avdeling, Rikshospitalet. Blant de viktigste kriteriene for at Oslo ble valgt trekker han frem:

«Ved siden av å ha god oversikt over økonomien for kongressen, var et sterkt faglig nevrologisk miljø i Norge som også har vært aktive innen organisasjonen avgjørende for at valget falt på Oslo. Bred nasjonal støtte bak søknaden også fra regjeringen og at alle landets nevrologiske avdelinger fra alle helseregioner inkludert alle universitetsavdelinger stod bak søknaden, gjorde at Norge ble sett på som en seriøs aktør».

Støtten fra reiselivet har også vært avgjørende, og da spesielt støtten fra VisitOslo og fra Norges Varemesse som har bidratt med å hjelpe til med søknadsprosessen og utarbeidelse av kongressøknaden. De har holdt kontakt opp mot EAN sentralt og hatt totaloversikt over reservasjoner på hoteller. Med de kravene som nå gjelder for søknader til kongresser i denne størrelsesorden hadde det rett og slett ikke vært mulig for oss som fagpersoner å levere inn en søknad som oppfylte alle nødvendige krav uten denne støtten.

Andre betydninger EAN kongressen vil ha for fagmiljøet i Norge:

Erik Taubøll nevner at det betyr enormt mye for samling av miljøet på landsbasis, og at det har fått alle regioner til å stå sammen. Det har vært en møteplass for alle fagfelt på samme tid og sted, og viser at også Norge *kan!* Det har vært en viktig inspirasjon for forskning, og har vært sentralt i forhold til å involvere mange, og ikke minst mange yngre kollegaer. Dette ble nevrologiens svar på Lillehammer OL!

EAN i Oslo ble en stor suksess og vertskapet i Oslo ble lovprist fra internasjonal arrangør til å være en profesjonell partner å jobbe sammen med.

Viktigste drivere for å få kongress til Norge	Motdrivere (årsaker til at vi ikke får kongress til Norge)
<ul style="list-style-type: none"> • Ledende fagmiljø står bak • Sterkt faglig innhold • En søknad med støtte og forpliktelse på høyt nivå • God og profesjonell tilrettelegging og gjennomføring • Planlegging og langsiktig proaktiv påvirkning • Tilrettelegging for utvikling/ innovasjon • At egen ekstrainnsats tilbakebetales med anerkjennelse 	<ul style="list-style-type: none"> • Kostnader: Oppfatninger om høyt kostnadsnivå i Norge • Langt å reise, dels med mellomlandinger • Mindre aksept for tidsbruk • Kaldt; grunnet kostnadsnivå forsøkes kongresser lagt utenfor høysesong. • Vanskelig å kombinere med varm ferie • Ikke dokumentert støtte fra ledende fagmiljø, næringsliv eller departement

7. Strategiske innsatsområder i samhandlingen

[↑ Innhold 2020](#)

[↓ Innhold 2023](#)

Fagmiljøene

Basert på erfaringer og med forankring i ovenstående undersøkelser er følgende tiltak nødvendige:

Mellom Innovasjon Norge og Kongressbyene

Basert på erfaringer og med forankring i ovenstående undersøkelser er følgende tiltak nødvendige:

I Norge:

1. Strukturere de prioriterte sektorer og fagmiljøer som danner grunnlag for Kongress-satsingen
2. Forstå det enkelte fagmiljøet og driverne innenfor dette.
3. Identifisere sentrale ressurspersoner innen miljøene her hjemme som kan påvirke, som for eksempel forbund, foreninger, kommersielle aktører med flere. Herunder løfte innsatsen opp mot instituttledere.
4. Igangsette kommunikasjonsplan som inkluderer verktøy som viser verdiskapingspotensial ved å arrangere internasjonal kongress, som for eksempel faglig posisjon, effekter for fagmiljøet med mer.
5. Øke bevisstheten rundt langsiktige effekter av en kongress.
6. Effektivt system for støtteordninger og/eller garantier.

Internasjonalt:

1. Styrke Merkevaren Norge som et innovativt og bærekraftig land.
2. Bruke ambassadører, koblinger via klynger og bedriftenes inngang er til internasjonale påvirkere.

Vi har identifisert følgende fem strategiske innsatsområder for å nå målsetningene:

1. Jobbe konkret og fokusert gjennom fagmiljøer.
2. Styrke måling og dokumentasjon av effekt.
3. Jobbe operativt gjennom etablerte miljøer og nettverk
4. Markedsføre gjennom caser og dokumentasjon rettet mot prioriterte fagmiljøer
5. Bidra til risikoreducerende finansieringsmodell



8. Forslag til tiltak

Foto: Headway



Innsatsområde	Tiltak 2020- 2030 nevnt i strategiplanen	Sett i lys av koronasituasjonen er tiltakene forsterket/ nøytrale eller redusert
Fagmiljøfokus	<p>Målet er å jobbe systematisk sammen med ledende fagmiljøer for å få internasjonale kongresser til Norge, ved å:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifisere prioriterte fagmiljøer • Identifisere ildsjeler: instituttledere, dekaner, fakultetsledere og rektorer • Forstå det enkelte fagmiljøet og driverne innenfor dette. • Etablere ambassadørprogram • Utvikle kommunikasjonsverktøy som bidrar til forståelse av kongress for fagmiljøene • Advisory Board 	<p>Forsterket</p> <p>Fagmiljøfokus med de tiltakene som er skissert blir viktigere i årene fremover.</p> <p>Ferie-/fritids-reiselivet er rammet hardt, fagmiljøene er operative som før, lederskikkelser er tilgjengelige og kongressarbeidet er langsiktig og i det lange løp, mindre påvirket av C-19.</p> <p>Vi tror på flere kongresser, men færre deltakere fremover grunnet antatt redusert mobilitet. Dette kan gi en vekst i markedet.</p>
Måling og dokumentasjon	<p>Behov for å styrke dokumentasjon av verdiskaping og effekter av kongresser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulere strategiske mål mot målbildet: Verdiskaping for fagmiljø og næringsliv • Utvikle målpyramide • Oppdatere kongressundersøkelsen • Innsamling av kongresstatistikk • Beslutte bruk av data og deling 	<p>Nøytral</p> <p>Behovet for dokumentasjon og styrket rapportering er like viktig nå som før C-19.</p> <p>Målbildet vil endres som følge av koronasituasjonen. Dersom man antar at normalsituasjonen først er tilbake i 2024 mister man en vekstfase på 2-3 år. Fokus på kvalitative mål til situasjonen er klarere. Krav til dokumentasjon om verdiskaping forsterkes for å sikre satsing hos kongressbyene og IN.</p>
Operative aktiviteter	<ul style="list-style-type: none"> • Utnytte INs arenaer og nettverk, regionskontorer og klynger • Jobbe mot universiteter og høyskolesystemenes strukturer og møteplasser • Utvikle aktivitetsplan sammen med kongress-Norge 	<p>Forsterket</p> <p>Budskapet om gevinsten ved å holde internasjonale kongresser og å knytte seg tett på internasjonale nettverk forsterkes i situasjoner som denne. Destinasjonsselskapene får antakeligvis ikke flere ressurser etter denne krisen. Dermed er det desto viktigere å få flere i IN-systemet til å tenke kongress, bevisstgjøre flere universiteter og ressurspersoner i klyngene, og utvikle en effektiv og målrettet aktivitetsplan med kongress-Norge.</p>

Innsatsområde	Tiltak 2020 - 2030 nevnt i strategiplanen	Sett i lys av koronasituasjonen er tiltakene forsterket/ nøytrale eller redusert
Operative aktiviteter	<ul style="list-style-type: none"> • Utnytte INs arenaer og nettverk, regionskontorer og klynger • Jobbe mot universiteter og høyskolesystemenes strukturer og møteplasser • Utvikle aktivitetsplan sammen med kongress-Norge 	<p>Forsterket</p> <p>Budskapet om gevinsten ved å holde internasjonale kongresser og å knytte seg tett på internasjonale nettverk forsterkes i situasjoner som denne. Destinasjonsselskapene får antakeligvis ikke flere ressurser etter denne krisen. Dermed er det desto viktigere å få flere i IN-systemet til å tenke kongress, bevisstgjøre flere universiteter og ressurspersoner i klyngene, og utvikle en effektiv og målrettet aktivitetsplan med kongress-Norge.</p>
Markedsføring	<ul style="list-style-type: none"> • Å bruke markedsføring aktivt for å påvirke beslutningsprosesser, i forhold til internasjonale organisasjoner, arrangører og norske ledende fagmiljøer. • Kommunikasjonsstrategi og plan • Markedsføring mot politikere og fagmiljøer, samt mot prioriterte Associations internasjonalt, som defineres sammen med Advisory Board. 	<p>Forsterket</p> <p>C-19-situasjonen har satt kongresser på vent. Både de som skulle vært gjennomført i 2020 og beslutninger om kongresser fremover i tid. Dette gir muligheter for å komme i nye posisjoner.</p> <p>Eksempel kan være ikke-besluttede / usikre kongresser lagt til destinasjoner i risikosoner, der Norge nå kan komme i posisjon. Det at det er generell tillit til Norge kommer nå i vår favør.</p>
Finansieringsmodell	<p>Et uttrykt behov fra arrangører om en form for finansiell sikkerhet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utvikle en finansieringsmodell som involverer interessenter fra alle miljøer; næring, forskning, universiter, reiseliv med flere. • Dialog med relevante departementer om potensialet ved kongresser og fordeler med en garantiordning. • Oversikt- og innsikt i relevante støtteordninger for fagmiljøer som kan søke om å være arrangør for internasjonale kongresser. 	<p>Forsterket</p> <p>I hovedsak grunnet økt usikkerhet rundt finansiering, svekket økonomi hos en del arrangører og organisasjoner.</p> <p>Utvidet samarbeid og dialog med flere departementer/ sektorer.</p>

Nor-Fishing

Nor-Fishing har siden 1960 vært et viktig nasjonalt og internasjonalt møtested for fiskerinæringen, og er i dag en av verdens ledende messer for fiskeriteknologi. De siste årene har Nor-Fishing samlet rundt 19.000 besøkende fra opptil 60 nasjoner.

Fiskerinæringen har hatt en voldsom utvikling i løpet av disse årene, og teknologi, prosesser og tjenester knyttet til fangst, foredling, transport og salg blir vist på Nor-Fishing. Alle de viktigste fiskerinasjonene er til stede enten som utstillere, besøkende eller i offisielle delegasjoner. I tillegg arrangeres det en rekke seminarer, konferanser, presentasjoner, foredrag og debatter under messen.

Messen har blitt den viktigste møteplassen for å treffe kollegaer, likesinnede, kunder, leverandører, vitenskapsmenn, forskere og offentlige tjenestemenn. For å legge forholdene til rette for nettverksbygging, arrangeres det også en rekke sosiale arrangementer, som festmiddager, mottagelser, studentdag og sjømatkvelder. I 2020 arrangeres Nor-Fishing som en digital messe 18 – 20 august.

Aqua Nor

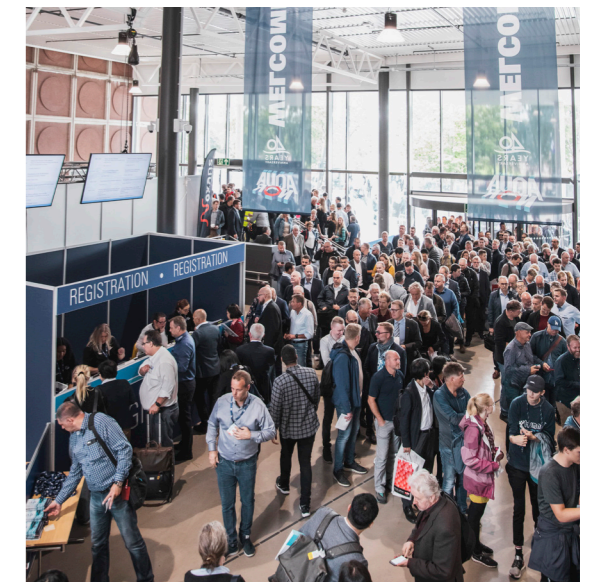
Oppdrettsteknologimessen Aqua Nor arrangeres også av Stiftelsen Nor-Fishing, og alternerer med Nor-Fishing hvert annet år.

Aqua Nor begynte beskjedent i 1979, da man arrangerte et seminar som ga noen produsenter anledning til å stille ut sin teknologi. To år senere ble «Oppdrett '81» arrangert i Trondheim, og deretter har messen blitt avviklet hvert annet år.

Aqua Nor er i dag verdens største og viktigste messe for oppdrettsteknologi. Den trekker ca. 700 utstillere fra omkring 30 land, og blir besøkt av rundt 25 000 – 30 000 personer fra 75 land. Offisielle delegasjoner fra mange land har de siste årene besøkt Aqua Nor for å knytte kontakter med norske myndigheter så vel som norske utstyrslleverandører.

I løpet av messen blir det også arrangert en mengde korte seminarer og mini-konferanser som trekker et stadig økende publikum.

Foto: Aqua Nor



9. Konklusjon

Norge bør ha gode forutsetninger for å komme styrket ut av Covid-19-krisen. Norge har et omdømme for å være profesjonelle, strukturerte og forutsigbare i form av politisk ledelse, innsyn og ansvarlighet. I tillegg har vi en stabil økonomi med oljefondet og verdenskjent velferdsstandard. Norge anses også som en profesjonell aktør for små og større arrangementer og har tillitt i markedet.

Andre kriterier som vil være sentrale i fremtiden er et sterkt og profesjonelt helsevesen. Et moderne samfunn med infrastruktur der plass og rom vil være et krav. Høydigitaliserte samfunn, med minst mulig fysisk berøring, er nødvendige faktorer internasjonale arrangører, så vel som deltakere, vil kreve for å føle seg trygge på at kongressen gjennomføres forsvarlig.

Norge oppfyller alle ovennevnte kriterier, noe som vil styrke norske fagmiljøers internasjonale posisjon til å være vertskap for fremtidige fagkongresser, spesielt med tanke på den usikkerheten rundt pandemien verden per dags dato står overfor. Suksesskriteriene for å få flere internasjonale kongresser til Norge og derav økt verdiskaping, er at norske fagmiljøer,

kongress-Norge (derav reiselivsbedrifter som jobber med kongress) og Innovasjon Norge har en langsiktig og godt forankret satsing og jobber sammen. Dette betyr at et av de viktige tiltakspunktene i strategien er å bidra til at ledere innenfor prioriterte fagområder har et mer bevisst forhold til kongress som virkemiddel for å styrke fagfeltets posisjon internasjonalt.

Innovasjon Norges overordnede strategi har som mål at norske bedrifter skal være en del av løsningen på globale utfordringer og at Innovasjon Norge skal ta de beste norske bedriftene ut i verden. Med dette til grunn kan vi si at Innovasjon Norges arbeid på kongressområdet også skal bidra til å ta norske fagmiljøer ut i verden.

Med en felles innsats og langsiktig samarbeid vil dette kunne bidra til at Norge synliggjør sine spydspisser og får internasjonal anerkjennelse gjennom verdensledende fagmiljøer, styrker Merkevarer Norge og øker verdiskapingen til Norge.



Eksempler på kongresser i Norge

World Conference on Timber Engineering (WCTE) til Oslo i 2022

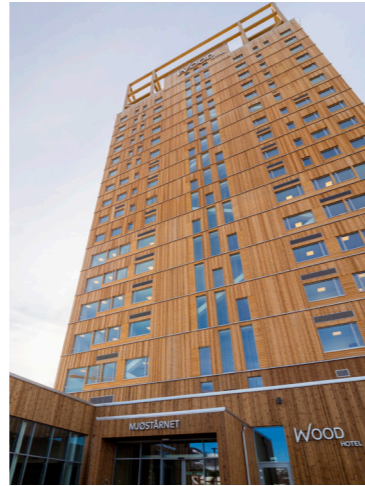


Foto: Moelven

Norge gikk av med seieren om å arrangere verdens mest prestisjefylte konferanse for ingeniørvitenskap i tre i 2022.

«Det er en stor glede å få World Conference on Timber Engineering (WCTE) til Oslo i 2022», sier initiativtaker Kristine Nore, som er forskning og utviklingssjef ved Splitkon.

Seks land deltok i konkurransen om den anerkjente konferansen. WCTE er verdens ledende forskningsforum og det mest prestisjefylte internasjonale arrangementet innen tre-konstruksjoner. Konferansen holdes annent hvert år i ulike verdensdeler og hvert sjette år i Europa. Konferansen er en viktig møteplass for forskere, ingeniører, arkitekter, entreprenører, myndigheter, leverandører og produsenter. I 2022 er det Oslo sin tur å arrangere den anerkjente konferansen. Innovasjon Norge har delfinansiert utviklingen av den norske søknaden.

Viktig for fagmiljøet

– Konferansen gir oss en fantastisk anledning til å samle hele det norske akademiske miljøet slik at vi kan bygge opp et enda sterkere nasjonalt fagmiljø innen tre. Vi skal benytte denne anledningen til å utvikle det norske miljøet. Arrangementet blir en katalysator for å definere hva vi er og skal være gode på i Norge og dyrke det bedre, sier Nore.

– Denne konferansen vil gi oss muligheter på mange plan, både internt på universitetene og forskningsinstituttene og på et overordnet nasjonalt plan. Jeg håper også at konferansen inspirerer mange unge til å velge studier som er relevante for norsk treindustri, sier professor Anders Q. Nyrud ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) som er vertsinstusjon for konferansen på vegne av de ledende forskningsmiljøen innen trebygg.

Et unikt utstillingsvindu

Innovasjon Norge har gjennom oppdrag fra Landbruks og matdepartementet og Nærings- og fiskeridepartementet hatt en målrettet satsing på innovativ bruk av tre.

«Det at Norge har vunnet konkurransen om å arrangere WCTE vil bety svært mye for en vekstnæring med mål om både økt verdiskaping og bidrag til store reduksjoner av klimagassutslipp», sier Krister Moen, seniorrådgiver innen skog og bioøkonomi i Innovasjon Norge.

Verden etterspør i økende grad bærekraftige løsninger for konstruksjoner, og den norske kompetansen i bruk av tre kan bli en verdi-full eksportvare. At Norge blir vertsnasjon for verdens mest prestisjefylte trekonferanse gjør at Norge får et unikt utstillingsvindu og internasjonale partnere i bransjen.

– Arbeidet frem mot å være vertsnasjon i 2022 vil samle næringen og skape et sterkt samarbeid om felles mål. Vi ser frem til å bidra med å skape de gode arenaene og utnytte dette fantastiske mulighetsvinduet for norsk byggenæring – og ikke minst norsk skog- og trenæring, sier Moen i Innovasjon Norge.

Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU), med professor Anders Q. Nyrud i spissen, står som vertsinstusjon bak søknaden sammen med Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo (AHO), Norges Teknisk-Naturvitenskapelige Universitet (NTNU), Bergen Arkitektthøgskole (BAS), OsloMET, NIBIO, Treteknisk, Splitkon og VisitOslo.

VisitOSLO har hatt et tett samarbeid med fagmiljøet og vært med i utarbeidelsen av kongresssøknaden, herunder valg av riktig konferansested.

«Det har vært en stor glede å jobbe sammen med fagmiljøet om å vinne WCTE til Oslo i 2022. En stor takk spesielt til Treteknisk, Splitkon og NMBU. Det betyr mye å samarbeide med engasjerte fagpersoner, som har et omfattende internasjonalt nettverk og et brennende engasjement for sitt fagfelt»

Jorun Aasen Kristiansen, Prosjektleder Kongress, VisitOSLO Convention Bureau.

[↑ Innhold 2020](#)

[↓ Innhold 2023](#)

10. Kilder

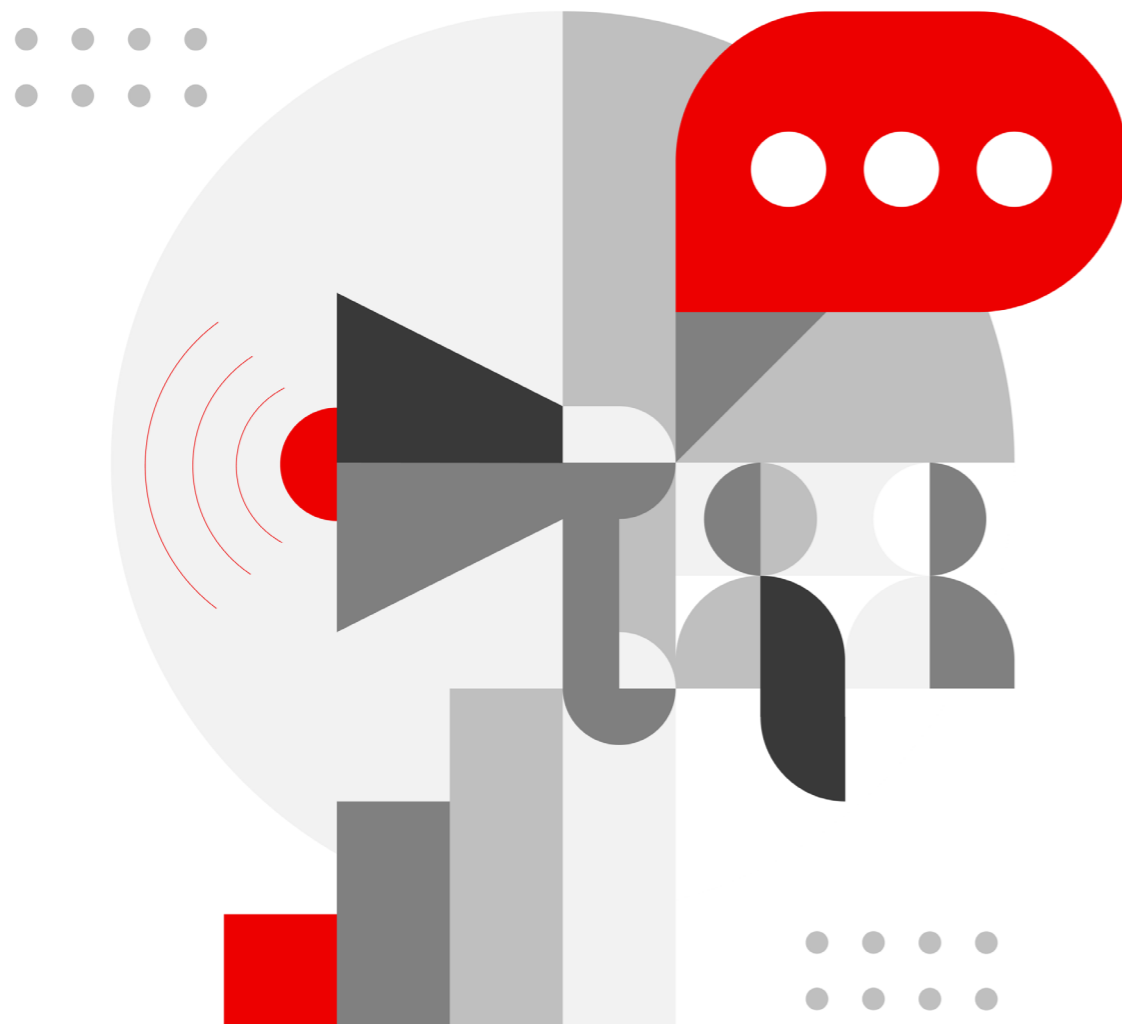
- 2019 meetings & events future trends, by CWT Meetings and Events
- Business Events Legacies, by JMIC (Joint Meeting Industry Council)
- Country Report Norway, by SIS International Research
- How Canadas National Meetings strategy is driving regional economic growth, by Skift, Canada Business Events and Destination Canada
- International association meetings: bidding and decision-making, by ICCA
- Playing to win – How strategy really works, by A.G. Lafley and Roger L. Martin
- The Future of Associations: vision, capabilities and leadership for a changing world, by Ross Dawson
- The Manifesto for a New Generation of Meetings and Conventions, by Greg Oats, Skift
- The Future of Meetings & Events Spaces: 'A Living Case Study' (White Paper), by Long Beach Convention & Visitors Bureau
- UIA International Meetings Statistics Report 2019
- Value of Meetings Case Studies Series, by JMIC (Joint Meeting Industry Council)

Intervjuer/ egne undersøkelser:

- Prof. Birger Svihus, Norges Miljø- og biovitenskapelige universitet, NMBU
- Prof. Anders Molven, Universitetet i Bergen
- Prof. II, Overlege Erik Taubøll, Oslo Universitetssykehus - Rikshospitalet
- Bjarne Olai Braastad, Norges Miljø- og biovitenskapelige universitet, NMBU
- Prof. Birgit Kopainsky, Universitetet i Bergen
- Researcher, Olav Thorsen, Universitetet i Bergen

Kvantitativ questback undersøkelse til ca 100 fagpersoner som tidligere har vært vertskap for internasjonale kongresser.

Revidert Nasjonal Kongresstrategi 2023



Innhold

Del 1 Strategisk fundament (2020-2025)

1.	<u>Bakgrunn og formål</u>	46-47
2.	<u>Verdiskapning og mål</u>	48-51
3.	<u>Roller og samhandling</u>	52-55
4.	<u>Strategiske innsatsområder i samhandlingen</u>	56-57

Del 2 Strategirevisjon (2023-2027)

1.	<u>Erfaringer med strategiarbeid</u>	60
2.	<u>Endringsfaktorer</u>	61
3.	<u>Bærekraft og bærekraftige arrangementer</u>	62
4.	<u>Koblinger mot den nasjonale reiselivsstrategien</u>	63
5.	<u>Oppdatering av drivere og motdrivere</u>	64
6.	<u>Hva er det hensiktsmessig å samarbeide om?</u>	65
7.	<u>Roller og samhandling</u>	66

Del 3 Tiltaksplan (2023-2027)

68-71

Del 1

Strategisk fundament (2020-2025)

Foto: Marie Peyre



1. Bakgrunn og formål

Høsten og vinter 2019/20 gjennomførte kongressbyene i Norge, under fasilitering av Innovasjon Norge et omfattende arbeid med å utvikle en strategiplan for kongressområdet som både hadde til hensikt å peke ut en langsiktig utviklingsretning og å konkretisere felles tiltak. Strategiplanen, som munnet ut i dokumentet «Nasjonal Kongresstrategi» ble utviklet før Covid-19 inntraff, men en vurdering i 2022 la til grunn at strategiens hovedpunkter fortsatt var relevant, og viser vei for arbeidet med internasjonale kongresser til Norge på en god måte. Det ble videre signalisert at en revisjon av strategien var nødvendig innen relativt kort tid. Dette er ikke en ny strategiplan. Men både interne utviklingstrekk og ikke minst samfunns- messige og markedsmessige endringer etter Covid-19 og gjennom 2022 gjør at tidspunktet for en revisjon av strategien er godt. For å sikre dynamikk og fange opp endringer og utviklingstrekk, vil strategiarbeidet for kongressområdet følge en rullerende struktur med oppdatert handlingsplan annenhvert år både ift langsiktige prioriteringer og kortsiktige tiltak.

Slik skal vi sikre stødig kurs ift omstilling, relevans og utvikling og samtidig utnytte markedsmuligheter på kort sikt. Året 2022 har vært spesielt. Med unormalt store endringer. Det har skjedd større endringer i makrobildet som har gitt markedseffekter allerede på kort sikt og som var umulige å forutse da strategien ble utviklet i 2019/20. Dette gjør strategirevisjonen spesielt viktig. Strukturen i den reviderte strategiplanen er gjenkjennbar fra «Nasjonal kongresstrategi», men er bygget noe om. I hovedsak har den reviderte

strategiplanen tre hoveddeler:

- A: Strategifundamentet (de langsiktige beslutningene fra «Nasjonal kongresstrategi» som varer ved).
- B: Strategirevisjon 2023 – 2027 (Oppdatert innsikt, endringstrekk, prioriteringer og hovedgrep)
- C: Tiltaksplan 2023-27

Formålet med strategien er å gi en oversikt over kongressområdet i Norge, dets utviklingsmuligheter og en plan for hvordan økt verdiskaping på området skal kunne skje. Strategien er utviklet i samarbeid med kongressbyene høst-vinter 2022/23.

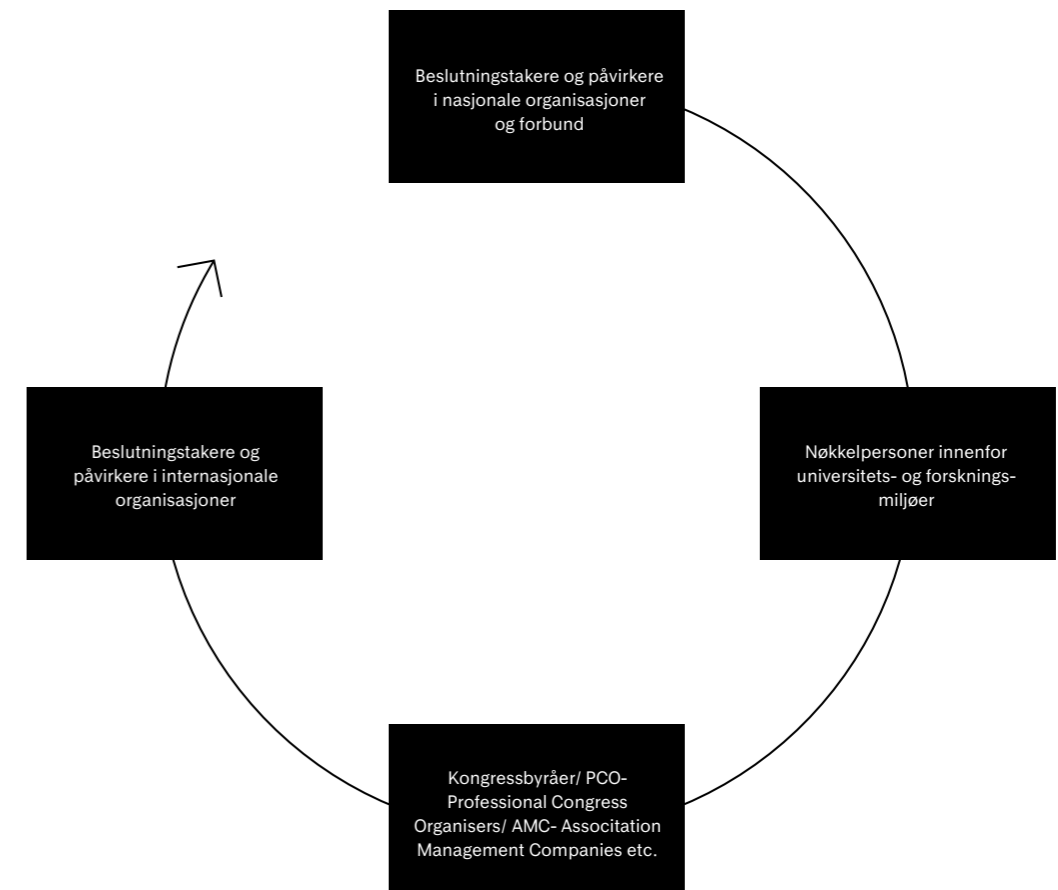
Vårt utgangspunkt er at kongresser gir vesentlig større verdi til fagmiljøer, regioner og nasjonen enn den direkte verdiskapingen i gjennomføringen av den enkelte kongress. Internasjonalt ledende kongresser bidrar til å synliggjøre og stimulere norske fagmiljøer, til innovasjon og utvikling, samt til synliggjøring av ledende kompetanse i Norge. Det er også slik at kongresser tiltrekkes relevante målgrupper (høy inntekt og utdanning), bidrar til et helårlig besøk og dermed til vekst i skuldersesonger. Historisk har kongresser blitt sett på som en del av reiselivssatsingen i Norge. Vi tror kongresser best sees i lys av styrking og synliggjøring av fagmiljøer og med det Norges internasjonale konkurransekraft.

[↑ Innhold 2020](#)

[↑ Innhold 2023](#)

Arbeidet for å tiltrekke større internasjonale kongresser er langsiktig og krever en koordinert strategisk satsing. Kongresser har en planlegging, søknads-, og gjennomføringshorisont på 3-5 år, slik at årets innsalg vil påvirke årene 2026-2028.

Strategiens oppgave er å optimalisere Norges konkurransekraft i det internasjonale Kongressmarkedet.



2. Verdiskapning og mål

Kongresser bidrar til verdensledende fagmiljøer i Norge (målbilde)

Vår felles ambisjon er at Norge skal være en ledende kongressnasjon i Europa, kjent for kongresser som gir mer verdi i form av økt innovasjon, bærekraftige arrangementer og gode opplevelser for deltagerne. For fagmiljøene gir kongressen synlighet, posisjon, koblinger og overrøsingseffekter for ny innovasjon samt mulighet til å knytte til seg de beste talentene i Norge og internasjonalt. For internasjonal arrangør gir kongressen i Norge profesjonell gjennomføring i verdensklasse og eksotiske opplevelser som tilfører arrangementet noe unikt.

I fremtiden jobber vi samlet, langsiktig og systematisk innenfor kongressnæringen med avklarte roller og oppgaver. Og sammen med fagmiljøer, klynger og andre nettverk på den internasjonale arenaen som gjør Norge synlig, annerledes og prioritert arrangør. Spesielt har vi lyktes med å engasjere mange ildsjeler og ambassadører i flere relevante fagmiljøer i Norge. Vi jobber tett med fagmiljøene for å tiltrekke internasjonale kongresser. Innovasjon Norges apparat og nettverk fungerer både som en pådriver, en ressurs- og kompetanse-partner, og en døråpner. Kongress er viktig for Norge! Næringslivsledere, politikere og ledende miljøer innenfor FoU anerkjenner at en internasjonal kongress som kommer til Norge med sitt fagmiljø har stor verdi for det aktuelle miljøet hjemme, for regionen og nasjonen. Arven etter kongressen gir synergier mellom reiselivsnæring, næringsliv, kultur, idrett, forskning og offentlige instanser, noe som gir nye nettverk og nye relasjoner.

Vi har blitt dyktige til å forstå fagmiljøenes motivasjon og prioriteringer. Vi kobler de rette mennesker og aktiverer kongressen slik at den gir utvikling i fagmiljøet. Vi kobler fagmiljøer, arrangører, hoteller og andre aktører. Vi mobiliserer ressurser slik at nøkkelpersoner kan ta jobben med å gå foran og ta ansvar.

Det er viktig å forstå driverne i fagmiljøene bedre og påvirke disse. Vi må forstå hva det betyr å markedsføre det enkelte fagmiljø og hva som gir top of mind innen dette. Hvorfor kongress? Ikke hvorfor Norge. Vi må vite hvem som er de sentrale og effektive påvirkere, vi må engasjere flere og i flere av de prioriterte fagmiljøene. Ledere innen de prioriterte fagfeltene er ikke først og fremst opptatt av kongresser eller hotellsenger, men av fagfeltets posisjon og progresjon. Hva vil en internasjonal kongress bety for de, for universitetet / selskapet og for fagfeltet. For å forstå driverne i fagmiljøene bedre legger vi til grunn internasjonale case studier / undersøkelser, egne erfaringer samt intervjuer med fagmiljø som har erfaring fra å arrangere kongress.

[↑ Innhold 2020](#)

[↑ Innhold 2023](#)

Verdiskapning

Reiselivsbedrifter i Norge, som jobber med kongressegmentet, har gjennom mange år pekt på økonomiske effekter av å arrangere kongress. Det er vel dokumentert at det å være vertskap for kongresser fører til økonomisk vekst og ringvirkningseffekter som økt antall arbeidsplasser, flyplass- og ruteutvikling, utvikling av kongressentre, hoteller med konferansekapasitet, samt vekst i øvrig servicebransje.

I tillegg kan det bidra til å posisjonere og fremme Norge internasjonalt, og styrke Merkevaren Norge.

Resultatet av dette er at konkurransen om ledende internasjonale kongresser øker. Som i resten av verden, inkludert våre naboland, er kongress et satsingsområde. En av forutsetningene for videre vekst i kongressmarkedet, er kontinuitet i arbeidet med å rekruttere, stimulere og engas-

jere forskningsmiljøer til å søke på og arrangere kongresser. Hovedbekymringen tilknyttet dette er at det kan oppleves som tidkrevende for forskningsmiljøer. I tillegg vil det kunne ta fokus bort fra andre viktige aktiviteter som å søke om forskningsmidler, kursforberedelser og deltakelse i viktige samfunnsdebatter.

Det er dermed viktig å belyse betydningen av, og gevinsten ved å sette i gang dette arbeidet. Dette jobber Innovasjon Norge og kongressbyene med å formidle.

Foto: Field Productions



Mål

Vår overordnede målsetning for årene som kommer er at Norge styrker sin posisjon innenfor prioriterte fagfelt gjennom internasjonalt posisjonerte kongresser. Dette vil måles ved statistikk på internasjonale kongresser innenfor de prioriterte fagfeltene, samt antall ambassadører innen de prioriterte fagfeltene.

Måleparametre:

- Innen 2030 skal verdiskapingen som følge av internasjonale kongresser økes fra 1 milliard kroner i året til 2 milliarder kroner i året.
- Dokumentere at kongresser skaper verdi for hele Norge.
- Kongresstrategien beskriver hvordan dette skal oppnås, samt hva som måles for å dokumentere verdiskaping verdsatt til 2 milliarder kroner.
- Måle og dokumentere ringvirkningseffekter og indirekte effekter som følge av internasjonale kongresser, antatt for ca. 4 milliarder kroner.

Dette innebærer en del endringer i hvordan kongressnæringen bør arbeide med å tiltrekke internasjonale kongresser. Det må vurderes nærmere hvilke typer kongresser vi retter oss mot, hvilke målgrupper, hvilken type systematisert innsats og argumentasjon som benyttes. For å beskrive dette har arbeidsgruppen utviklet følgende målpyramide, som resulterer i en ambisiøs beskrivelse av hvordan vi jobber for å nå målet.

Målpyramide

I målpyramiden settes KPI'er på følgende tre nivåer:

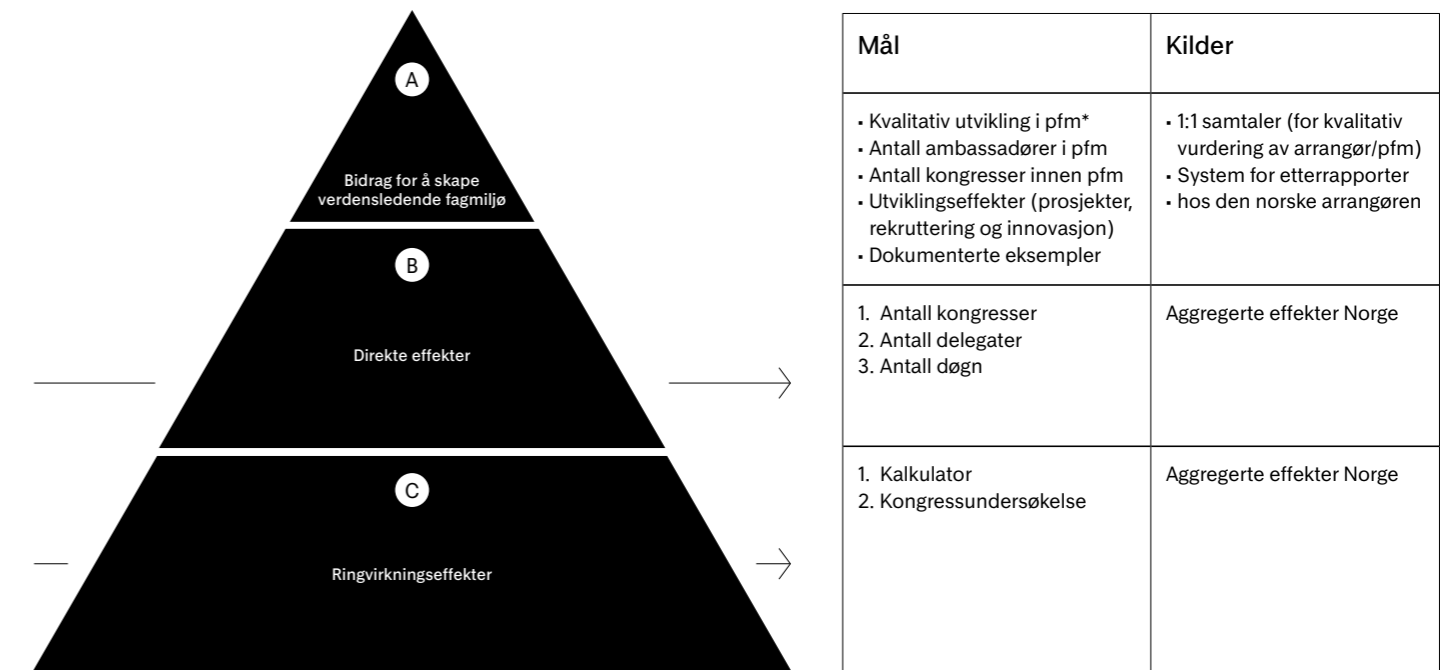
- Indikasjoner på kongressers bidrag til å skape verdensledende fagmiljøer i Norge
- Direkte økonomiske og målbare effekter
- Estimerte ringvirkningseffekter

Mål	Kilder
Kongressbyenes måleparameter samsvarer med de nasjonale	
Regionale effekter 1. Antall kongresser 2. Antall delegater 3. Antall døgn	(Statistikken), ICCA, UIA mm, typer kongresser (ref prioriterte fagmiljø)
1. Kalkulator 2. Kongressundersøkelse	• Frivillighet • Medieoppmerksomhet • Transport til/fra • Goodwill • Merkebareeffekter

- ↑ [Innhold 2020](#)
- ↑ [Innhold 2023](#)



Foto: BIG/Vestre



3. Roller og samhandling

Historisk har Innovasjon Norges (tidligere NCB`s) bidrag til kongressbyene vært å bidra med innsikt, research og statistikk, tilføre kompetanse, skape møteplasser, bidra med finansiering av aktiviteter, styrke synligheten av det kongressbyene allerede gjør, samt arbeide for et konstruktivt miljø og samhold som bidrar til at Norge står sammen.

En kartlegging blant kongressbyene i Norge viser at de opplever samarbeidet med Innovasjon Norge Kongress som bra, men det bør og kan styrkes. Det er spesielt på tre områder samarbeidet oppleves å ha større potensiale:

1. **Strategi;** Innovasjon Norge ventes å føre an, legge en nasjonal strategi og koordinere nasjonale krefter. Her forventes det at det gjøres tydelige prioriteringer.
2. **Rolleavklaringer;** Hva gjøres av Innovasjon Norge Kongress, og hva gjøres av kongressbyene. Herunder å styrke kunnskapen om Innovasjon Norges bredere verktøykasse.
3. **Økt innsats mot fagmiljøer;** Fremtidsrettet innsikt om trender og bevegelser i fagmiljøene, samt økt kunnskap om regionale fagmiljøer. Herunder også samarbeid med de norske næringsklyngene.

Det oppleves som naturlig at IN Kongress fører an, legger en nasjonal strategi, og koordinerer kongressbyene når det gjelder posisjonering og tiltak.



Innovasjon Norges roller og hovedoppgaver

Strategiutvikler:

Ha et nasjonalt overordnet overblikk. Prioritere fagmiljøer, måle og følge opp med tiltak slik at kongressarbeidet beveger seg i retning i henhold til prioriteringer og mål.

Pådriver utvikling og vekst:

Være en katalysator for nye samarbeidspartnere. Samle næring, prioriterte fagmiljøer og kongressbyer med formål om å engasjere fagmiljøer, bevisstgjøre og påvirke initiativtakere (ambassadører). Felles agenda er at flere engasjerer og blir ambassadører for å invitere til kongress innenfor de prioriterte fagområdene.

Relasjoner og samarbeid med «mulighetsområdene / klyngene»:

Prioritere fagmiljøer, identifisere nasjonale ledende fagpersoner, identifisere potensielle kongresser innen de prioriterte fagmiljøene.

Ressurs – og kompetanse støtte:

Være en ressurs i forhold til bistå og støtte initiativ mot prioriterte fagmiljøer. Være en relevant sparringspartner for eksisterende og 'nye' partnere som ønsker å jobbe med kongress. Være ansvarlig for nasjonale målinger og rapportering. Eks. statistikk, verdiskaping.

Kobling mot fagmiljøer:

Være døråpner til foreninger/forskningssentre/fagmiljøer nasjonalt og internasjonalt.

Kobling mot departementene:

Være en pådriver for å gjøre strategien kjent i relevante departement

Koordinering av aktiviteter:

Være et instrument og tilrettelegger for prioriterte aktiviteter mot relevante fagmiljøer hjemme og aktiviteter internasjonalt.

Kongressbyenes / Conventionbyråenes roller og hovedoppgaver

Kartlegging:

Kartlegge og holde oversikt med aktuelle kongresser og identifisere nøkkelperson som kan ta vertskapsrollen og stå som søker.

Kobling:

Koble regionale fagmiljø / nøkkelperson med riktige kongresser. Koble nøkkelperson med arrangører, hoteller, PCOer (Professional Congress Organisers) mm.

Prosjektledelse:

Prosjektleder og innsalg, lede søknadsprosessen, sette sammen og koordinere team i regionen, skrive søknad, rådgiver og erfaringsoverføring

Markedsføring:

Markedsføring av region / by på generell basis og som kongressby samt convention byråets tjenester, markedsføring av kongressen (at den er vunnet / kommer til byen)

Taktisk:

Stimulere /påvirke til lengre oppholdstid for kongressdeltakeren eks med teknisk besøk for å forlenge oppholdet.

[↑ Innhold 2020](#)

[↑ Innhold 2023](#)

Fagmiljøenes roller og hovedoppgaver

Bruke kongress som et verktøy for å:

- Fremme sine forskningsresultater
- Rekruttere til fagfelt
- Styrke fagfeltets posisjon internasjonalt
- Utvikle nye allianser/samarbeid/økosystem

Bruke ambasadør rollen til å formidle viktigheten av kongress i sine fagmiljøer.

- Være en pådriver og motivasjon til å påta seg vertskapsrollen for en internasjonal kongress.

- Arbeidet rundt å tiltrekke seg internasjonale kongresser blir en del av strategien til universitetene.



Basert på erfaringer og med forankring i strategigruppen, er følgende tiltak nødvendige:

I Norge:

1. Strukturere opp de prioriterte sektorer og fagmiljøer som danner grunnlag for kongresssatsingen
2. Forstå det enkelte fagmiljøet og driverne innen dette.
3. Identifisere de sentrale ressurspersoner innen miljøene her hjemme som kan påvirke (associations, kommersielle aktører mm), herunder løfte innsatsen opp mot instituttledere
4. Lage kommunikasjonsplan som inkluderer verktøy med verdiskapingspotensial ved en internasjonal kongress (faglig posisjon, effekter for fagmiljøet mm)
5. Øke bevisstheten rundt hva en kongress kan bidra til
6. Effektivt system for støtteordninger / garantier

Internasjonalt:

1. Styrke merkevaren Norge som et innovativt og bærekraftig land
2. Bruke ambassadører, koblinger via klynger og bedriftenes innganger til internasjonale påvirkere

4. Strategiske innsatsområder for samhandlingen

Vi har identifisert følgende 5 strategiske innsatsområder for å nå målsetningene og målbildet. Disse er:

1. Jobbe konkret og fokusert gjennom fagmiljøer.
2. Styrke måling og dokumentasjon av effekt.
3. Jobbe operativt gjennom etablerte miljøer og nettverk.
4. Markedsføre gjennom cases og dokumentasjon rettet mot prioriterte fagmiljøer.
5. Bidra til risikoreducerende finansieringsmodell.

Å jobbe mot internasjonale organisasjoner og fagmiljøer er svært ressurskrevende og resultatene har lang tidshorison. Henvendelser mot disse vil først være effektivt når de norske fagmiljøene og selskaper med sterke og anerkjente posisjoner ute har blitt bearbeidet i Norge. Det anbefales å spille på lag med prioriteringer allerede gjort i klyngesatsingene, prioriteringer i Forskningsrådet og Innovasjon Norge og prioriterte fagområder for å styrke Merkevaren Norge. Oppgaven blir derfor å bidra til at lederne i disse leddene (i Norge) har et mer bevisst forhold til kongress som virkemiddel for å styrke fagfeltets posisjon internasjonalt.

Våre primære målgrupper blir derfor ledere, faglige anerkjente personer og ildsjeler innen prioriterte fagområder i Norge. Nedenfor har vi identifisert de mest aktuelle fagområdene vi skal prioritere.

Denne prioriteringen er et resultat av;

- Allerede prioriterte norske fagmiljøer i det private / offentlige samarbeidet (klyngene, mulighetsområdene mm)
- Fagområder som er løftet frem av regionene for øvrig
- Innspill i prosjektet fra kongressbyene

[↑ Innhold 2020](#)

[↑ Innhold 2023](#)

I sum gir dette følgende prioritering:

- Ren energi
- Helse og velferd
- Den maritime industrien
- Havrommet
- Sjømat og sjømatproduksjon
- Bioøkonomi

Utover å kartlegge kongressmuligheter i det brede, skal IN Kongress øke innsatsen mot disse prioriterte fagmiljøene. Rollen blir å fasilitere, støtte og ta initiativ for å komme i posisjon sammen med fagmiljøene. Kongresstrategien skal prioritere aktivisering av ledere innen disse fagfeltene som har direkte eller indirekte påvirkningskraft. Dette vil bidra til at kongressatsingen spiller på lag med- og høster synergieffekter av annen innsats i privat og offentlig ressursapparat. På denne måten blir kongressatsingen en mer integrert del av etablerte nettverk og øko systemer.

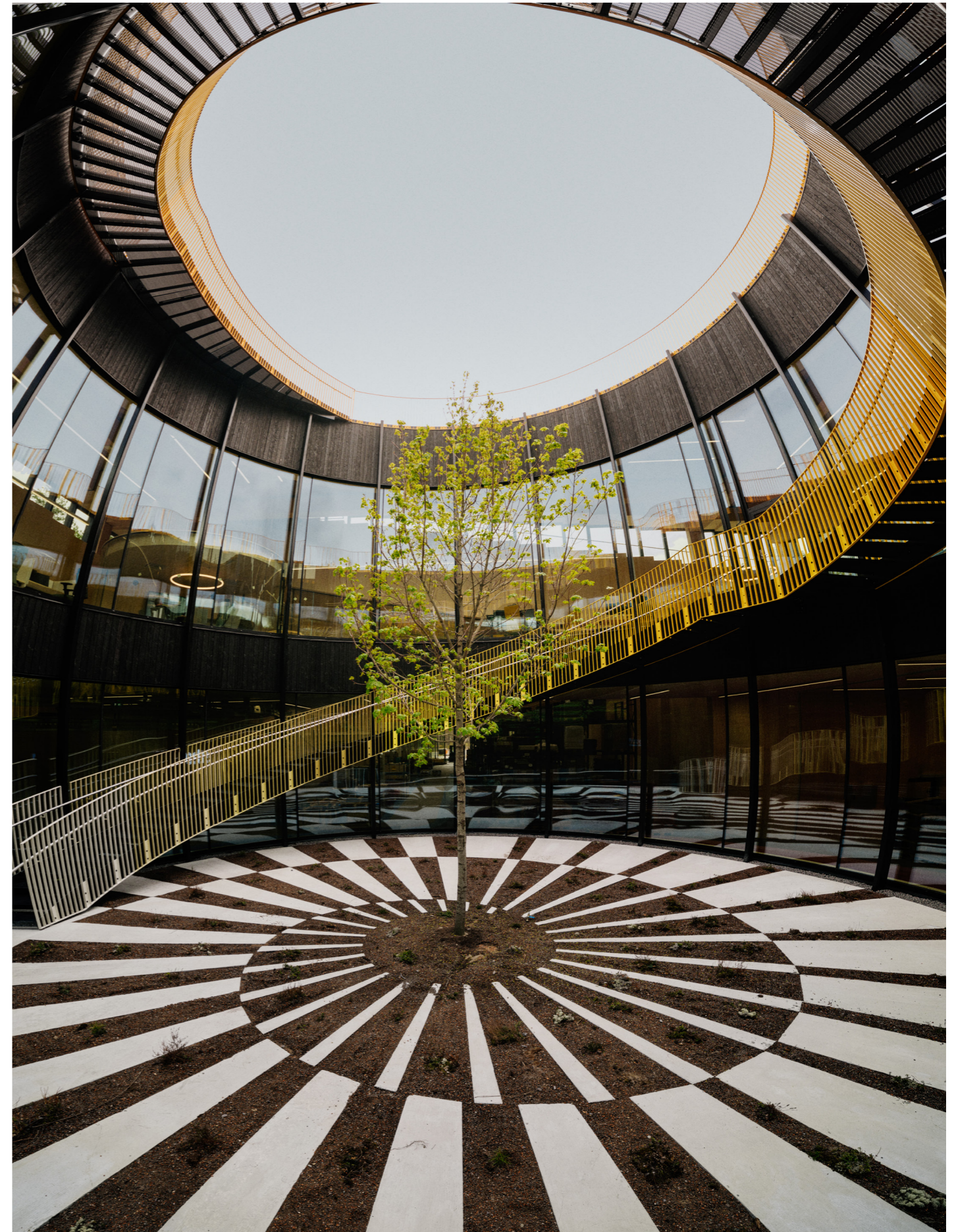
Foto: Sverre Hjørnevik



Del 2

Strategirevisjon (2020-2025)

Foto: Einar Aslaksen



1. Erfaringer med strategiarbeidet

Dette er ikke en ny strategiplan. Men både interne utviklingstrekk og ikke minst samfunnsmessige og markedsmessige endringer etter Covid-19 og gjennom 2022 gjør at tidspunktet for en revisjon av strategien er godt. Strategiplanen, som munnet ut i dokumentet «Nasjonal Kongresstrategi» ble utviklet før Covid-19 inntraff, men en vurdering i 2022 la til grunn at strategiens hovedpunkter fortsatt var relevant, og viser vei for arbeidet med internasjonale kongresser til Norge på en god måte. Det ble videre signalisert at en revisjon av strategien var nødvendig innen relativt kort tid. Året 2022 har vært spesielt, med unormalt store endringer. Det har skjedd større endringer i makrobildet som har gitt markedseffekter allerede på kort sikt og som var umulige å forutse da strategien ble utviklet i 2019/20.

Tilbakemelding fra kongressbyene om strategi og samarbeid perioden 2019-22:

1. Strategiarbeidet fra 2019/2020 har hatt stor verdi for kongressbyene og har dannet grunnlag for og gitt retning under Covid-19 perioden.
2. Dialog og oppfølging under Covid-19 (2020/21) har holdt gruppen samlet og gitt motivasjon og dannet en grunnstruktur for arbeidet i en vanskelig periode
3. Det er sterk motivasjon for samhandling mellom de norske kongressbyene de kommende årene
4. Det er ønskelig at Innovasjon Norge fortsetter (evt forsterker) rollen som strategisk utvikler og koordinator

[↑ Innhold 2020](#)

[↑ Innhold 2023](#)

2. Endringsfaktorer (som har oppstått siden 2019)

Per Januar 2023 er post Covid et faktum selv om deler av verden fortsatt er under strenge restriksjoner og påvirker organisasjonsmarkedet i den grad at kongresser ikke kan holdes der, eller tilreisende fra disse markedene uteblir. Verden har erfart en de-globalisering, og det har i denne perioden kommet flere utfordringer som påvirker kongressmarkedet i negativ forstand. Klimakrise, energi krise, inflasjon (spesielt kostnader knyttet til reise har økt). Dette er noe av det som påvirker organisasjonsmarkedet. Så hvor står vi i Norge etter Covid-19?

Det er helt tydelig at behovet for å møtes fysisk etter pandemien har vært stor. Portrait of European Meeting and Convention Travel juli 2022, viser at 80 % svarer at de oppfatter fysiske møter mer effektivt sammenlignet med hybride og virtuelle, og kommer til å planlegge for fysiske møter i fremtiden. Kun 13 % synes hybrid møter er ekstremt effektive og bare 6 % foretrekker virtuelle møter. Undersøkelser viser at på mange måter har Norge kommet styrket ut av krisen. Med utgangspunktet i at behovet for kunnskapsdeling fysisk og møtelysten er stor og nødvendig, ser organisasjoner mot land som har håndtert krisen godt.

Norge fyller kravene til å være et land med økonomisk og politisk stabilitet, god infrastruktur, høyteknologisk og utdannet befolkning, menneskerettsforkjemper og generelt høy bolyst i ren natur og vakkert landskap. Noe som også spiller bildet av Norge som en bærekraftig destinasjon. Disse kravene viser seg å være et forsterket fokus når organisasjoner beslutter hvor sin neste kongress skal legges.

På overordnet nivå kan man oppsummere endringsfaktorene i to markante endringer siden den opprinnelige strategien var skrevet: (i) Strammere vilkår for virksomheter internasjonalt og (ii) Norges internasjonale konkurransekraft er styrket. Andre observasjoner:

- Møtelysten og behovet for internasjonale kongresser er tilbake
- Kortere lead-tid ift søknad og gjennomføring av en kongress
- Nye fagmiljøer oppstår raskt i lys av nye behov i samfunnet (sikring av infrastruktur, forsvarsteknologi, sirkulærøkonomi mm)
- Mer vekt på legacy; I det internasjonale og nasjonale fagmiljøet og for regionen generelt
- Økt anerkjennelse av kongresser som verdiskaper for fagmiljøet og regionen
- Norske fagmiljøer oppleves langt mer offensive ift å få internasjonale fagmiljøer og kongresser til Norge (Norske fagmiljøer er «aktivisert»)
- Mer bærekraftige kongresser er en forutsetning og dokumentasjon er nødvendig
- Omdømmebarrierene knyttet til kostnader i Norge lever fortsatt
- Økt vektlegging av sikkerhet og trygghet; fysisk, nett/data, helse mm. Mye uro i andre deler av verden (covid, krig, ressurser/energi) gjør Norge mer attraktivt. Samtidig er vi nær Russland, noe som raskt kan bli en utfordring ift langtidsplanlegging.
- Det er utfordrende økonomisk situasjon mange steder i verden. Men norske fagmiljøer / universiteter er fortsatt relativt ressurssterke
- Svakere krone gir i en periode positive effekter

3. Bærekraft og bærekraftige arrangementer/kongresser

Etterspørsel etter bærekraftige møter har forsterket seg. Fokus på bærekraft har blitt en forutsetning, og dokumentasjon er nødvendig. Utfordringen til Norge er avstanden til resten av Europa hvor tog eller ferje gjerne ikke er et alternativ for en kongressdelegat. Positivt er at når man først kommer på destinasjonen kan Norge tilby effektiv og god offentlig kommunikasjon fra flyplass og fasilitetene i byene våre er i gangavstand. Dette er både økonomisk og miljømessig besparende.

Undersøkelsen Portrait of European Meeting and Convention Travel juli 2022 viser at hele 50 % av møteplanleggere mener det har blitt viktigere å tilby bærekraftige møter. Spesielt er det viktig at kongressentre og konferansehotell møter bærekraftsmålene, måling av fotavtrykk og utfordre delegater til å bruke offentlig transport, og tilgjengelighet med tog i stedet for flytransport.

Det er positivt for Norge at våre største byer (Bergen og Oslo) plasserer seg henholdsvis på 2. og 10. plass i Global Destination Sustainability index 2022. Dette er en global rangering (program) på destinasjonsnivå med 100 destinasjoner over hele verden som deltakende. I motsetning til andre standarder og rangeringer ble GDS-indeksen opprinnelig for arrangements- og møtebransjen og vurderer 70 indikatorer hvor alle har forankring i One Planet Vision i FN sitt bærekraftsprogram. Norge har også generelt godt dokumenterte og sertifiserte møtefasiliteter.

[↑ Innhold 2020](#)

[↑ Innhold 2023](#)

4. Koblinger mot den nasjonale reiselivsstrategien

I den nasjonale Reiselivsstrategien, som ble utarbeidet av Innovasjon Norge Reiseliv på oppdrag fra NFD i 2021, er bærekraftig reiseliv helt sentralt. CO₂ – avtrykket fra besøkendes transport til- og fra Norge skal reduseres med 10 % årlig, med 2019 tallene som utgangspunkt. Det totale utslippet fra reiselivsnæringen skal halveres innen 2030. Dermed blir Norge en pådriver for at klimautslippene i hele transportsektoren går ned, også globalt. For å få til det er FNs bærekraftsmål og regjeringens mål om det grønne skiftet lagt til grunn. Strategien peker blant annet på at Norge skal ha størst mulig andel gjester med høy verdiskapningseffekt og lavt klimaavtrykk.

Reiselivsstrategien peker videre på et tiltak for kongress i målet om å styrke Norge som kongressnasjon, som tiltak nr. 21; Etablere garantiordninger for kongresser – og risikoavlastning for arrangørorganisasjoner. Dette vil øke antall initiativer og antall internasjonale kongresser til Norge, gjennom å redusere risikoen for norske fagmiljøer og arrangører.

Foto: Johan Berge



5. Oppdatering av drivere og motdrivere

Følgende er en oppdatering av drivere og motdrivere for internasjonale kongresser i Norge (som har oppstått siden 2019):

Viktigste drivere drivere for å få kongress til Norge	Motdrivere (Årsaker til at vi ikke får kongress til Norge)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Det er ledende internasjonale fagmiljøer i Norge ▪ Økt vektlegging av bærekrafts dimensjoner kan favorisere Norge på flere måter (generelt omdømme, god dokumentasjon, bærekraftige arrangementer og løsninger mm) ▪ Sikkerhet og stabilitet er av økt viktighet. Dette er i norsk favør ▪ I Norge har vi et velfungerende helsevesen ▪ Vi har en høyt utdannet befolkning som snakker meget godt engelsk og har en transparent samarbeidsvillig business kultur ▪ Ambassadørprogram er etablert og igangsatt ▪ Norge har gode referanser og kan dokumentere resultater ▪ Kongresser i Norge er i kompakte storbyer det er lett å ferdes i og som er del av lokalmiljøer ▪ Vi har profesjonelle convention byråer 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Det er fortsatt redusert kunnskap om Norge ▪ Mangel på direkte flyforbindelse ▪ Kostnader (opplevd som kostbart - ikke faktisk dyrere nødvendigvis) ▪ Det er fortsatt et godt stykke å reise for mange, evt med mellomlandinger (dyrt, tid, klimaavtrykk) ▪ Vi er nærmere konfliktsone nord/øst i Europa / Russland

6. Hva er det hensiktsmessig å samarbeide om?

Kongressbyene ønsker mer og tettere samarbeid om dokumentasjon og forståelse for verdiskaping gjennom kongresser til Norge. Følgende tre områder ønskes økt vektlegging i samarbeidet:

1. **Legacy program:**
 - Verktøykasse og støtte
 - Planlegging i forkant, markedsføring av legacy effekter, måling og dokumentasjon
 - Rammeverk for å måle betydningen av kongressen
2. **Kommunikasjon, derav bearbeiding av kostnadsimage (internasjonale organisasjoner og norske fagmiljøer)**
 - Prisimage må motarbeides sammen gjennom kommunikasjon
 - Dokumentasjon
 - Tiltak
3. **Styrke forståelsen av verdiskaping fra kongresser (norske myndigheter, regionale aktører og næring)**
 - Isfjell-perspektiv
 - Rettet mot nasjonale miljøer; universiteter / høyskoler, institutter, FoU selskaper, virkemiddelapparat, fylker, næringsforeninger mm
 - Økt anerkjennelse internasjonalt for universitetet, forskeren m.fl.

Neste steg blir å beskrive innhold i hvert område, sette ned arbeidsgrupper per område og formulere mandat.

Videre er det løftet frem behov for å styrke samarbeidet knyttet til finansiering og støtteordninger, digitalisering og bærekraftsutvikling (etablering av et felles advisory board innen bærekraft samt bistand til å dokumentere effekter)

Verdien av internasjonale samarbeidsflater oppleves som sterkt, eksempelvis ift ICCA. Arrangører, organisasjoner og virksomheter som er involvert i, bruker ressurser og tid på kongresser stiller større krav enn før til dokumentasjon av effekter og evalueringer (rammeverk for evalueringer og bistand til gjennomføring av evalueringer).

Følgende sektorer er en prioritet i arbeidet videre:

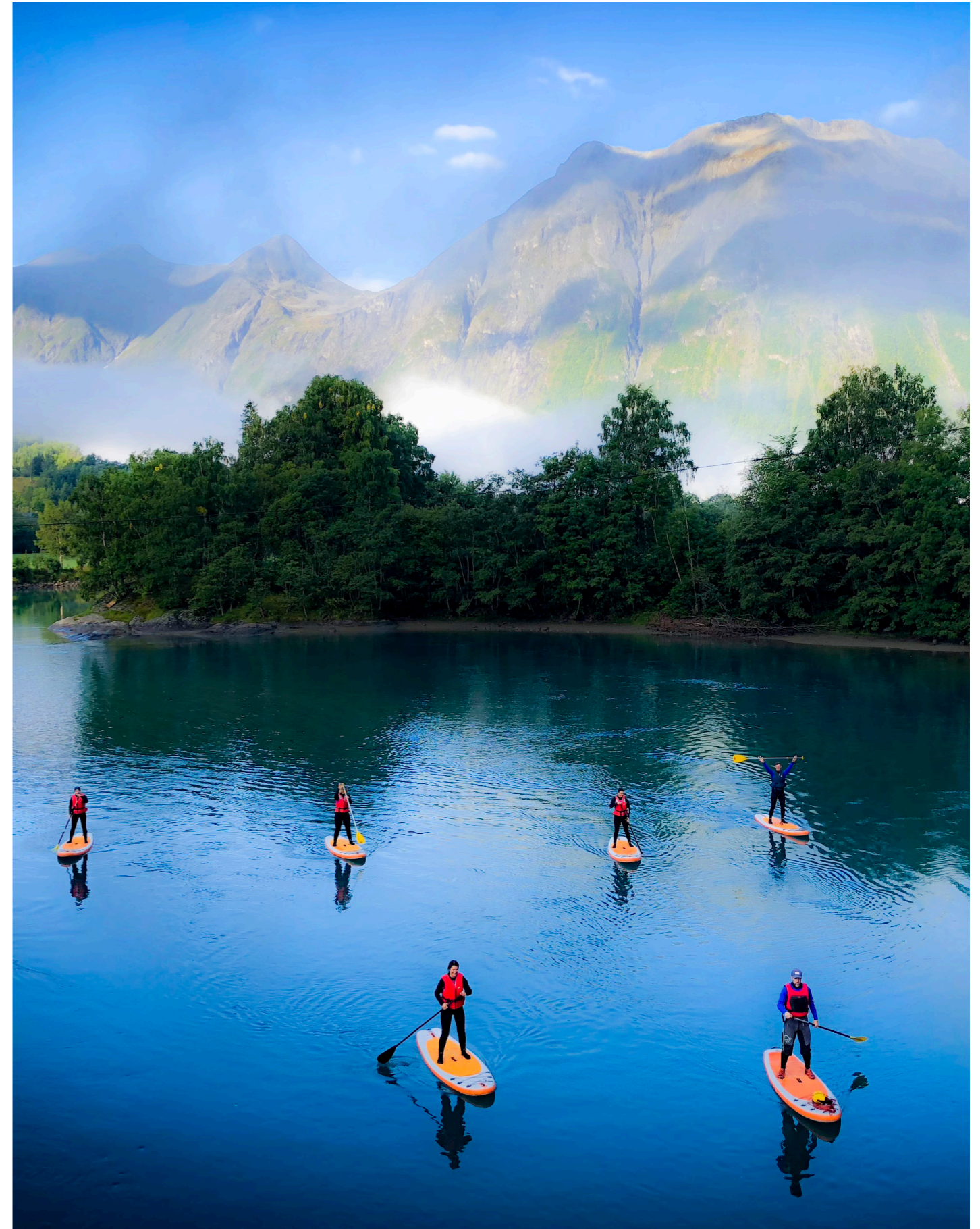
- Energiteknologi
- Medisin og helseteknologi
- Den maritime industrien
- Sjømat og sjømatproduksjon
- Bioøkonomi
- Waste management
- Forsvarsteknologi og sikring av infrastruktur

7. Roller og samhandling

Foto: Tindesenteret

Strategigruppen, har basert på erfaringer i siste strategiperiode gjort seg erfaringer ift hvordan vi best samarbeider og skaper verdi:

- Det er ønskelig at Innovasjon Norge koordinerer og tar initiativ til synergier mellom kongressbyene
- Det er behov for en overordnet strategi. Det er ønskelig at vi både oppdaterer strategiplanen og at vi har en felles tiltaksplan
- Det er noen fagmiljøer som best bearbeides i fellesskap, men for øvrig er mye relasjoner regionale og gjennom kongressby
- Stavanger, Kristiansand, Bergen, Trondheim, Bodø og Tromsø har gode relasjoner til kommunene og fagmiljøene på universiteter mm. Oslo jobber med dette, men har større utfordring da det i storby er en lenger vei til myndighetskontakt og fagmiljøene mer uoversiktlige.
- Arbeidsformen kan gjerne fortsette som i 2020/21 og 22, med en kombinasjon av fysiske treff og digitale koordineringer- og ikke minst felles aktiviteter (som Arendalsuka mm)
- Det er en del kongresser som digitaliseres / blir hybride. Her trenger vi mer innsikt og å jobbe i fellesskap



Del 3

Strategirevisjon til tiltaksplan (2023-2027)

[↑ Innhold 2020](#)
[↑ Innhold 2023](#)

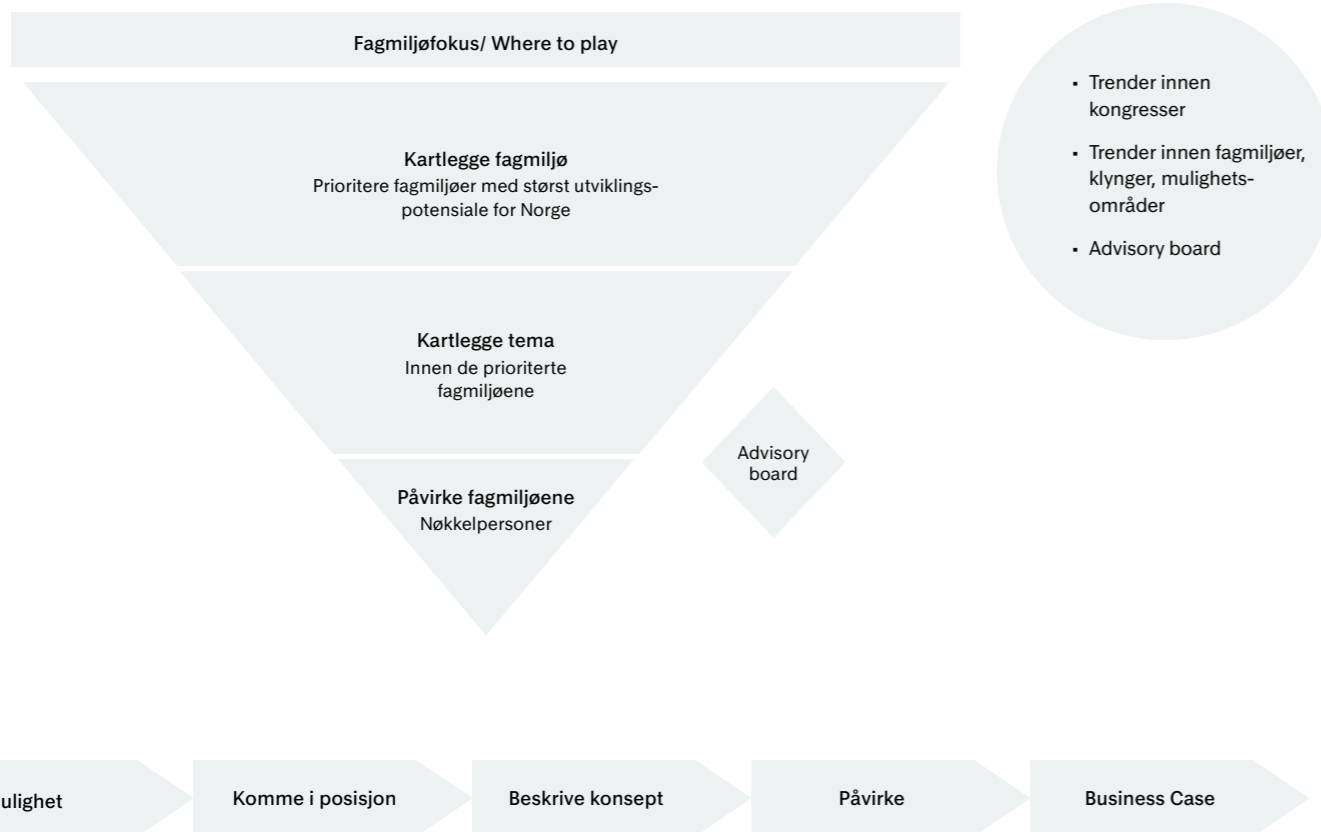
Innsatsområde	Tiltak 2023- 2027
Fagmiljøfokus	<ul style="list-style-type: none"> Identifisere prioriterte fagmiljøer Identifisere ildsjeler: Instituttledere, Dekaner, Fakultetsledere og Rektorer Forstå det enkelte fagmiljøet og driverne innen dette. Etablere nye- og utvikle eksisterende ambassadørprogram Etablere Advisory board Utvikle kommunikasjonsverktøy som bidrar til forståelse av kongress for fagmiljøene (faglig posisjon, effekter for fagmiljøet) Mobilisere IN regionskontor og øke forståelsen for satsingen- utnytt deres tilgang møter med lokale klynger/fagmiljø
Måling og dokumentasjon	<ul style="list-style-type: none"> Formulere strategiske mål innen målbildet: verdiskaping ift fagmiljø og næringsliv Utvikle målpyramide (omhandle legacy program og etablere metodikk som måler langsiktige effekter, verdiskaping og sosiale, økonomiske og sosiale bærekraftsmål Arrangementskalkulator tilpasset kongresser Kongressundersøkelse Innsamling av kongresstatistikk og behov for overordnet analyse av store internasjonale kongresser Beslutte bruk av data og deling
Operative aktiviteter	<ul style="list-style-type: none"> Utnytte INs arenaer og nettverk, Regionskontorer og klynger Jobbe inn mot universiteter og høyskolesystemenes strukturer og møteplasser Utvikle aktivitetsplan sammen med kongressbyene Definere at vi jobber både internasjonalt og nasjonalt og har operative aktiviteter ihht disse
Markedsføring	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikasjonsverktøy (utvikle felles verktøy med B2B og sammen kommunisere Norge som et innovativt og bærekraftig arrangørland) Bruke merkevareplattformen for Norge når vi står samlet og kommuniserer internasjonalt. Fortelle samme historie og ha felles verktøy for dette. Markedsføring mot politikere og fagmiljøer samt mot prioriterte organisasjoner internasjonalt
Finansieringsmodell	<ul style="list-style-type: none"> Utvikle en finansieringsmodell som involverer interessenter fra alle miljøer; næring, forskning, universitet, reiseliv etc. Prefinansieringsfond / garantiordning er felt ned som tiltak i nasjonal reiselivsstrategi og utredes videre med Innovasjon Norge som ansvarlig

Vedlegg

A.

Arbeidsmetodikk for å finne frem til riktige ressurspersoner (dette gjøres av IN og kongressbyene), for å komme i posisjon til å søke internasjonal kongress:

Ansvar: Kongressbyene og Innovasjon Norge



Samarbeid: Kongressbyene, Innovasjon Norge og fagmiljøene

[↑ Innhold 2020](#)

[↑ Innhold 2023](#)

Vedlegg

B.

Syv steg i søknadsprosessen for kongress og arrangement (fra idé til beslutning)

1. **Initiativ:** Initiativ fra norsk fagmiljø, forbund eller organisasjon for å søke internasjonal kongress eller arrangement til Norge
2. **Koordinere:** Søknadsarbeidet koordineres og ledes av viktige interessenter, som danner en komité
3. **Forberede:** Nasjonal komité utarbeider søknad i henhold til håndboken/bid manualen
4. **Søke:** Søknaden sendes til internasjonal organisasjon
5. **Evaluerer:** Internasjonal organisasjon evaluerer søknaden og lager en innstilling av vertsbyene (landene)
6. **Site inspection (visning):** Internasjonal organisasjon kommer på visningstur for å vurdere byen og arenaer/kongress sentrenes egnethet for arrangementet.
7. **Beslutning:** Beslutningen om vertsby taes som regel av organisasjonens øverste organ eventuelt stemmes frem av organisasjonens medlemmer.

