

National Event Strategy Workshop



Oslo – October 24, 2018



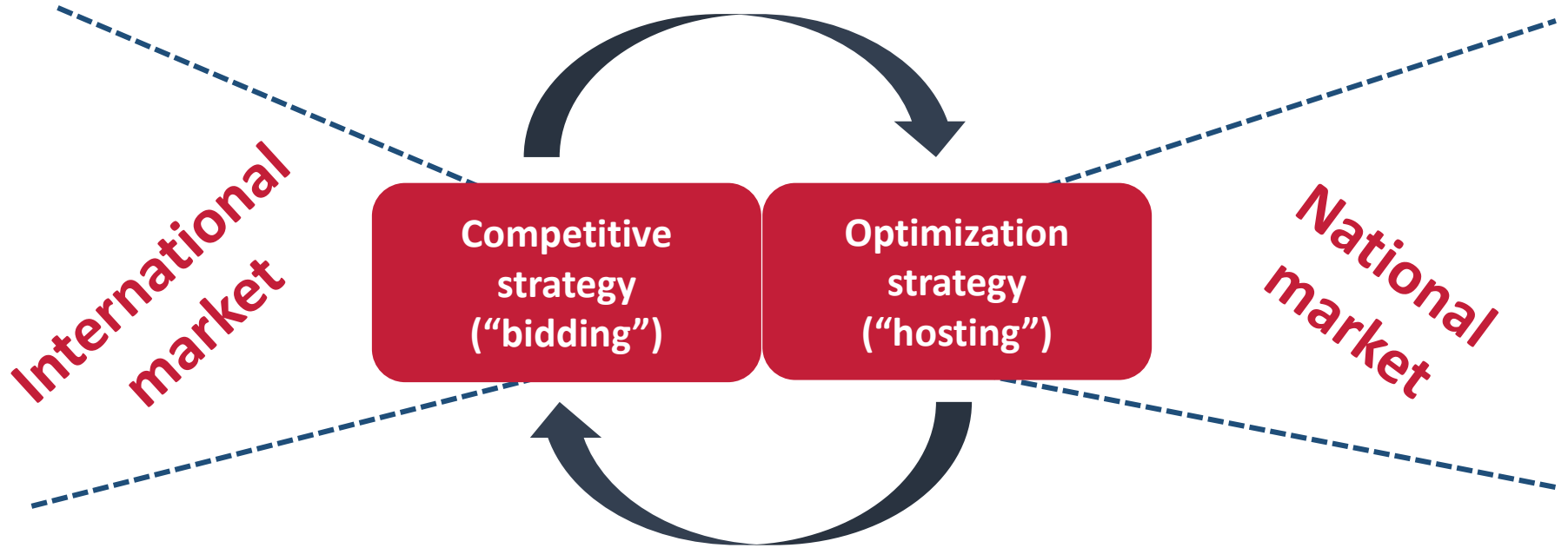
Burson•Marsteller



Burson-Marsteller

Event Strategy Development: **The fundamentals**

An event strategy must work on two fronts





Burson-Marsteller

Event strategy framework and project overview

A three-step process for the development of an event strategy

1

WHY?

NORWAY'S OBJECTIVES

Which are the main overall objectives of Norway for the coming years?

EVENT OBJECTIVES

Where can events hosting help in moving towards these objectives?

2

WHAT?

ACTIVITIES

A focus on specific sports/cultural areas? – combined?

SEQUENCES

A top-down, bottom-up or tier-based system?

TIMING

A seasonal focus and/or specific year focus?

TYPE

A type of events to target?

3

HOW?

STRUCTURE

Who will be involved and how will they be organised?

EVALUATION

What are the systems for pre- and post-evaluation?

COMMUNICATION

What are the main messages and how to communicate them?

ACTIVATION

How to make sure that events are fully utilised?

FINANCE

How to secure additional funding for event hosting?

September - October '18

November '18

December '18

January '19

Phase 1:

“Why” hosting events and
“What” events to host?

Phase 2: : “How”

to secure / organise
events?

Phase 3:

Testing of event strategy

Phase 4:

Event strategy report
delivery

Online surveys

Objectives:

- Get buy-in
- Collect info
- Test ideas

Target audience:

- Norwegian sport and cultural stakeholders

Prep.

Implementation

Results

X 2

Steering group meetings

Objectives:

Strategic “think-tank” / Give direction

Participants (representatives of):

Innovation Norway/ Ministries of Culture and Industry/ NOC



Oct. 23

Smart Cities & Sport
SUMMIT 2018

29 - 31 October
Lausanne - Switzerland



Nov. 21



Dec. 12

Workshops

Objectives:

Stakeholders engagement & Gathering of inputs

Participants (representatives of):

Norwegian sport and cultural stakeholders



Oct. 24



Nov. 22



Dec. 13

Event Strategy Report

Drafting of event strategy report

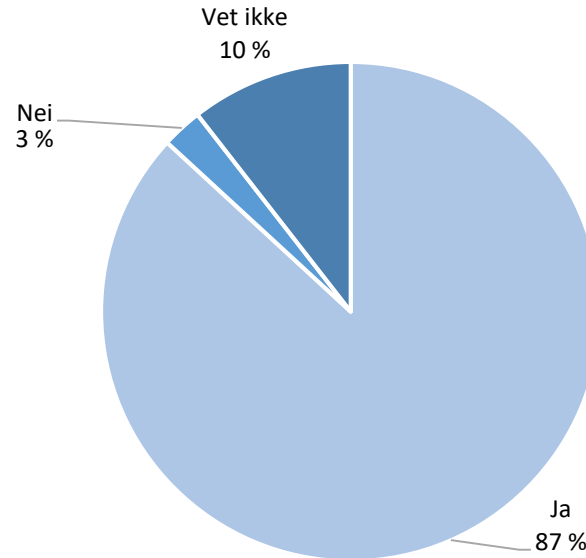
Delivery of event strategy report

Resultater fra spørre-undersøkelsen

1) Trenger Norge en nasjonal arrangementsstrategi?



Et tydelig behov for en nasjonal arrangementsstrategi!



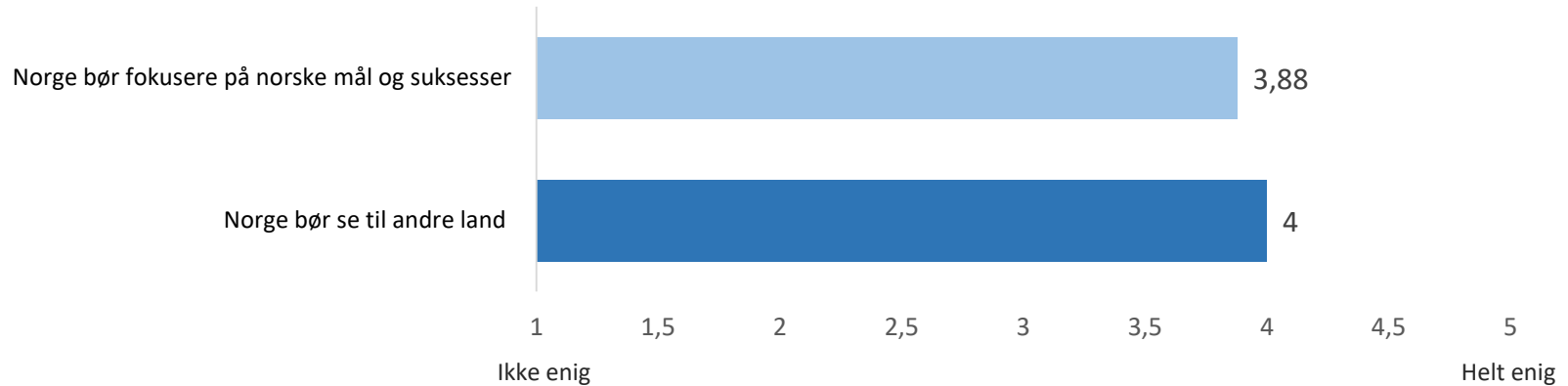
1) Trenger Norge en nasjonal arrangementsstrategi?

- «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 strømlinjedeformede 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 samspillet 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.»

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.



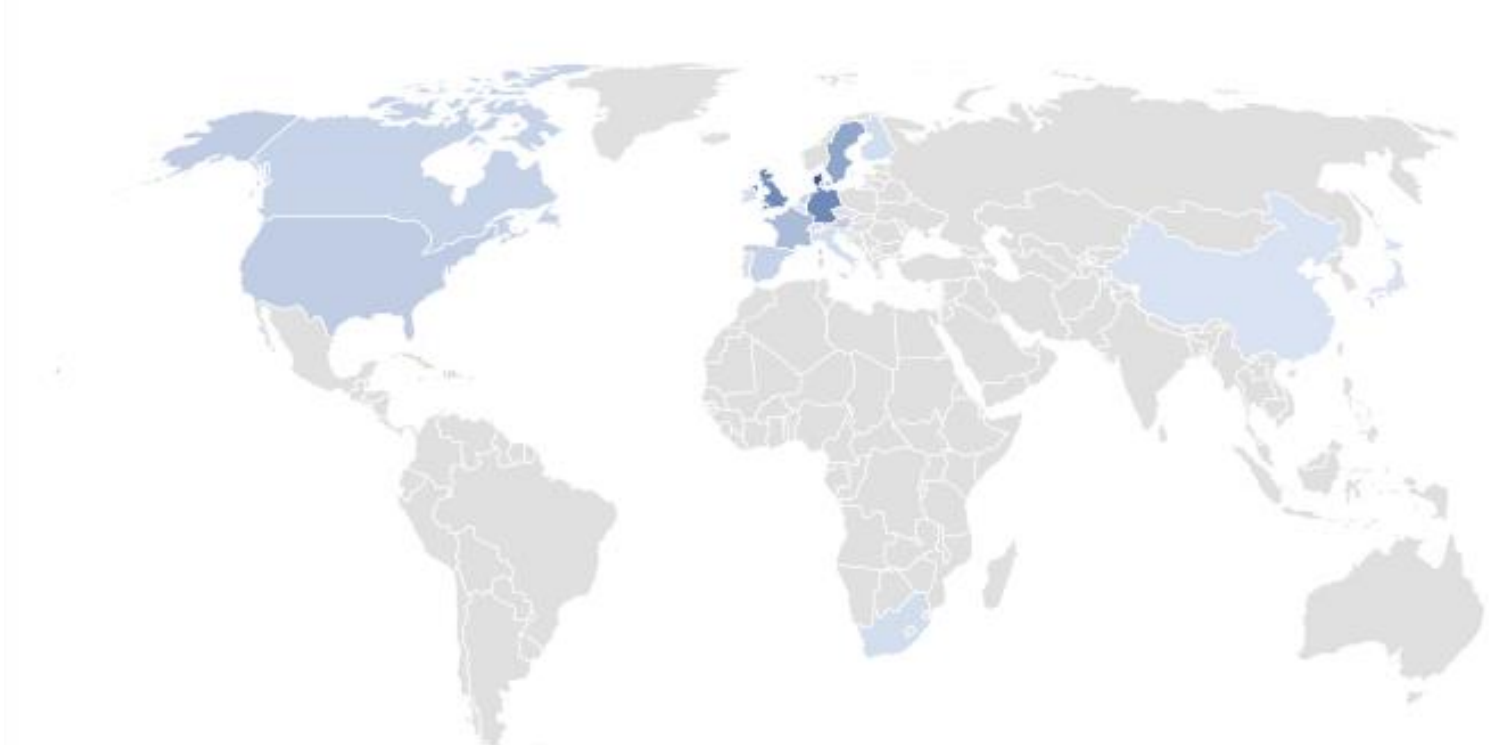
2) I hvilken grad bør Norge se til vellykkede arrangementsstrategier i andre land versus fokusere på egne mål og tidligere suksesser i utviklingen av en nasjonal arrangementsstrategi?

- «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 unikhhet.»
- «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.»

3) Hvilke land mener du har gjennomført vellykkede arrangementer?



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



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

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 målsettinger, 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.»

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


Trender

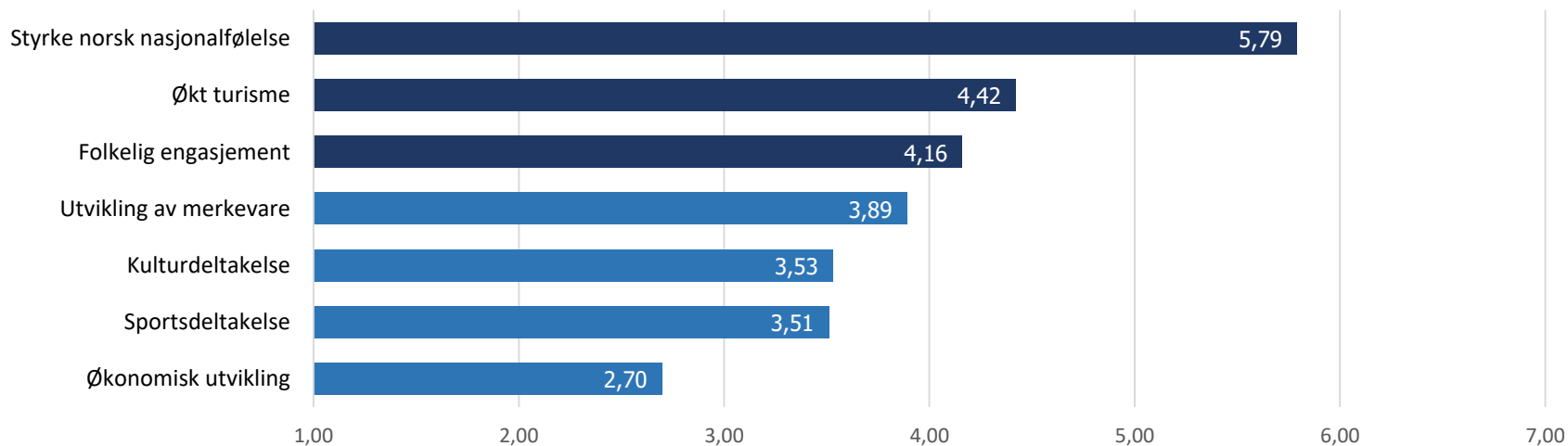
1. Inntjening og verdiskaping
2. Gjennomtenkte suksesskriterier
3. Arrangementene bør komme hele landet til gode

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.»

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



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

Trender

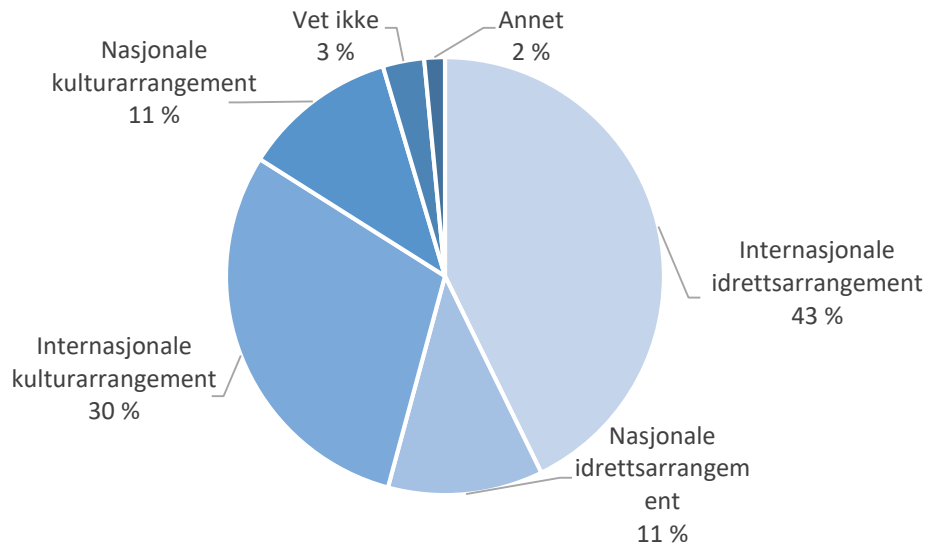
1. Store arrangementer kan gi store løft til enkeltidretter
2. Arrangementene bør legge grunnlaget for varig verdiskaping
3. Økt turisme

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.»

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 fordelene



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

- «Idrettsarrangement bidrar til økt folkehelse, engasjement og stolthet. Idrettsarrangement bidrar også med rekruttering til idretten.»
- «Kulturdeltakelse 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.»

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

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!»

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

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

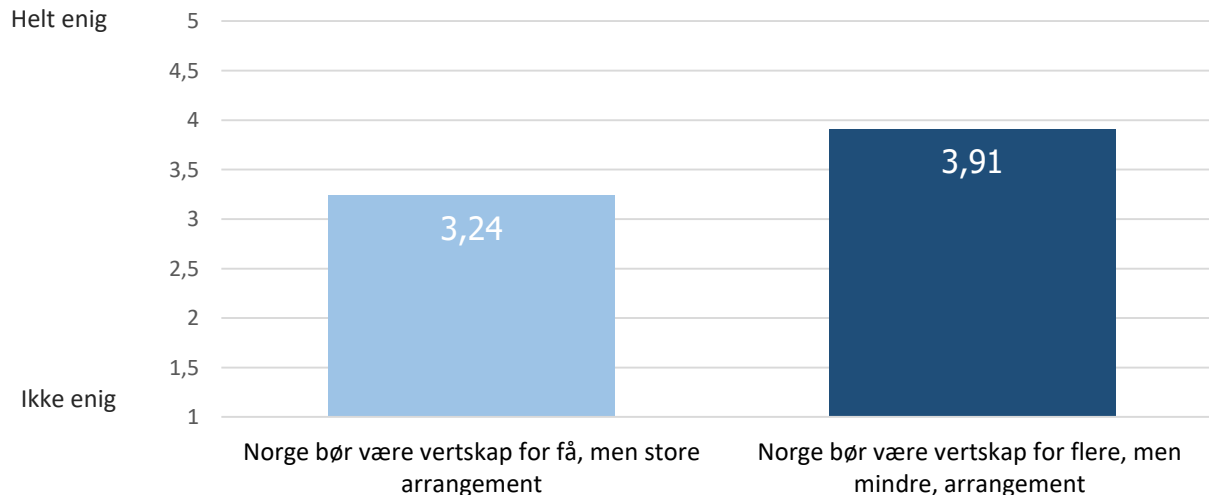
- «Deling av kompetanse vedrørende fagområdet.»
- «Besluttende myndigheter, arrangementer og reiselivsnæringen må ha oppdatert kunnskap.»
- «Vi kan bidra med kunnskap om ringvirkninger, hvordan utvikle helhetlige opplevelser, også i randsonen av selve arrangementet.»
- «Dele våre allerede eksisterende 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.»

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).



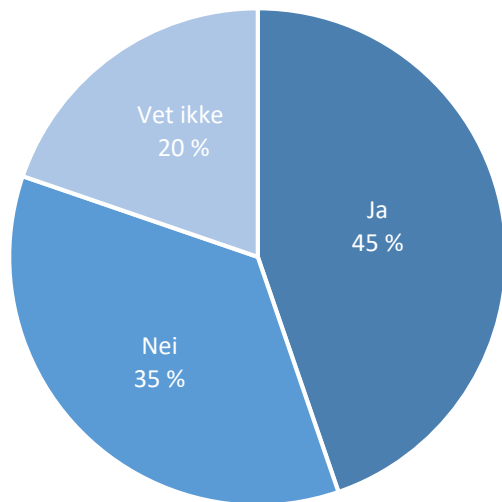
10) Bør Norge være vertskap for få store arrangement, eller flere mindre arrangement?

- «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.»

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



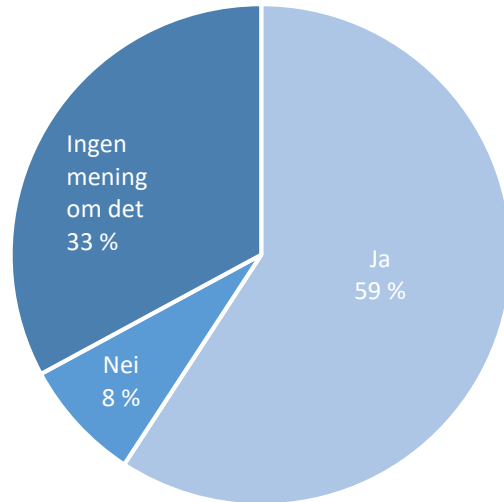
11) Bør en nasjonal arrangementsstrategi gjelde alle arrangement hele året, eller arrangement i en spesiell tidsperiode, eksempelvis avgrenset til årstid el.l.?

- «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.»
- «Skuldervesonger, 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.»

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



Respondentene mener enkelte idretter er spesielt godt egnet for arrangementer i Norge



- Skiidrett
- Vintersport
- Friidrett om sommeren
- Sykkellarrangementer

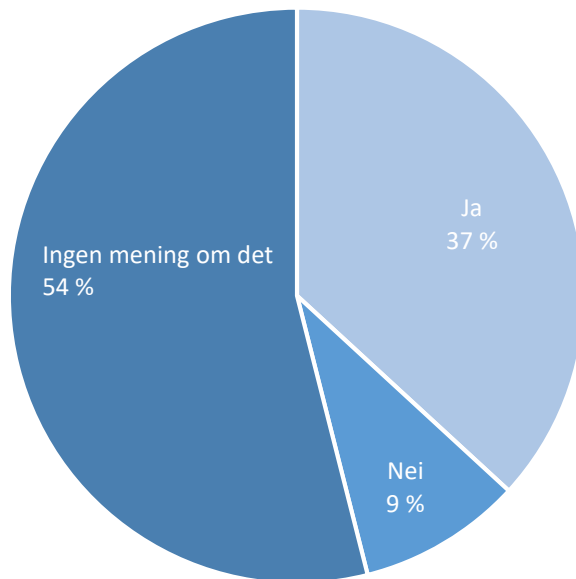
12) Er det noen idrettsarrangement som er spesielt godt egnet for å arrangeres i Norge?

- «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.»

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

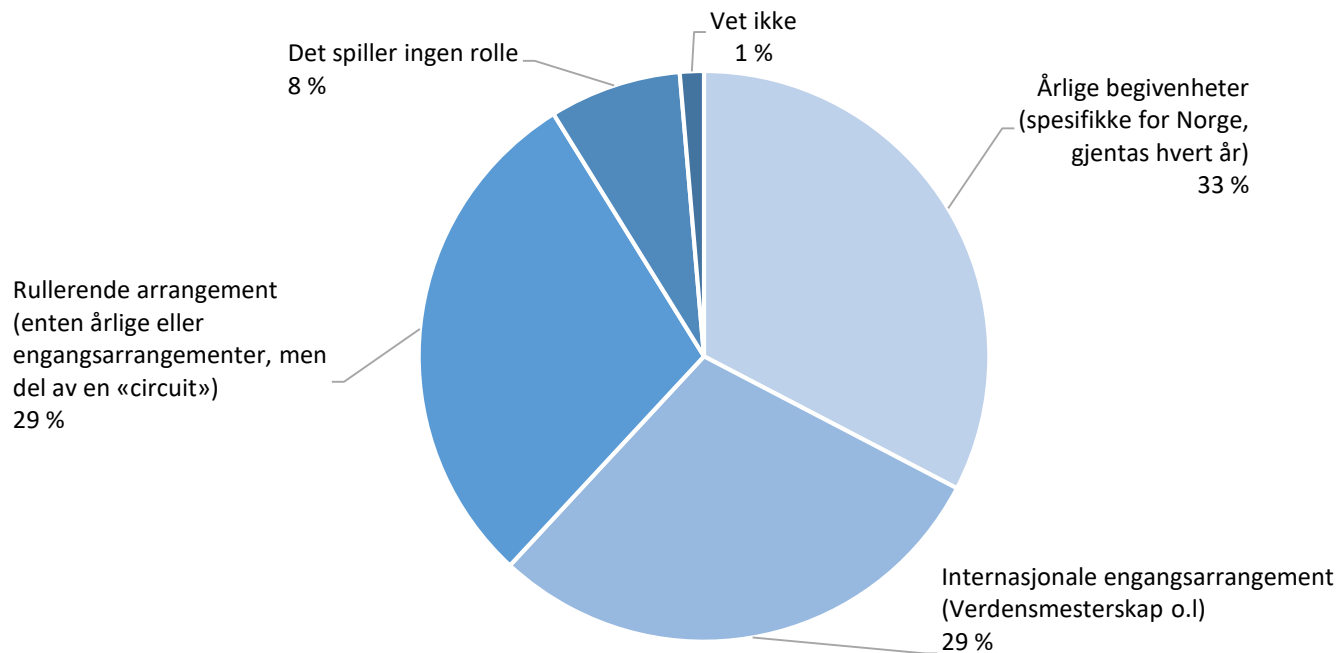


13) Er det noen kulturarrangement som er spesielt godt egnet for å arrangeres i Norge?

- «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.»

14) Hvilke arrangement passer best for Norge?


 Det er ingen spesifikke arrangement Norge burde arrangere – alt ville fungert!

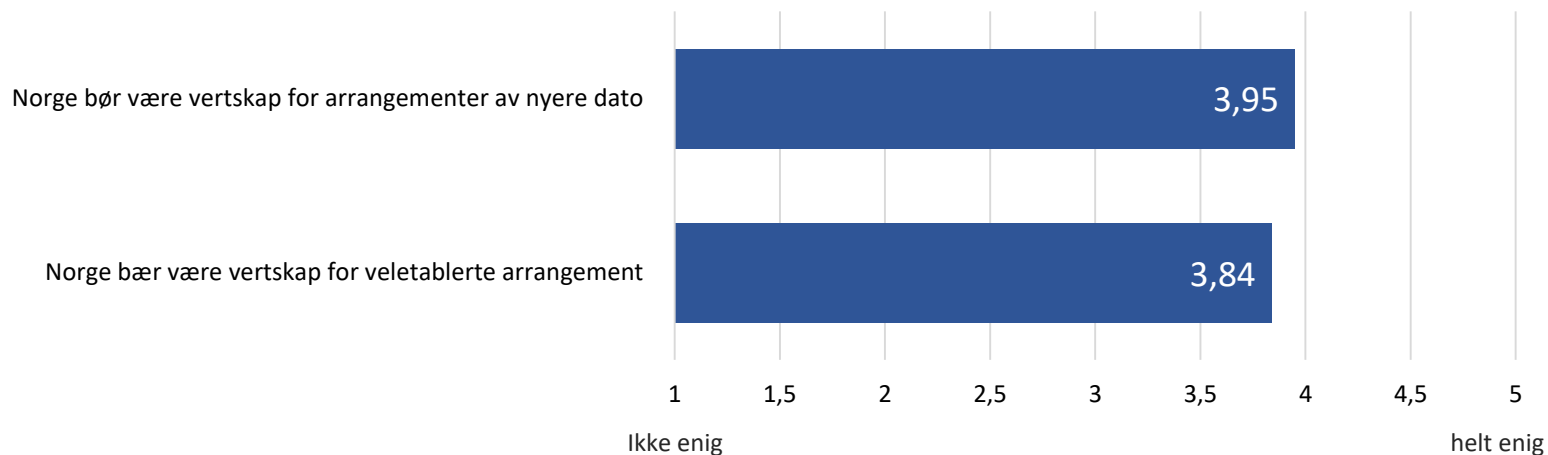


14) Hvilke arrangement passer best for Norge?

- «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.»

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

 Det er ingen sterke anbefalinger om hvorvidt Norge bør være vert for allerede etablerte hendelser eller arrangementer av nyere dato

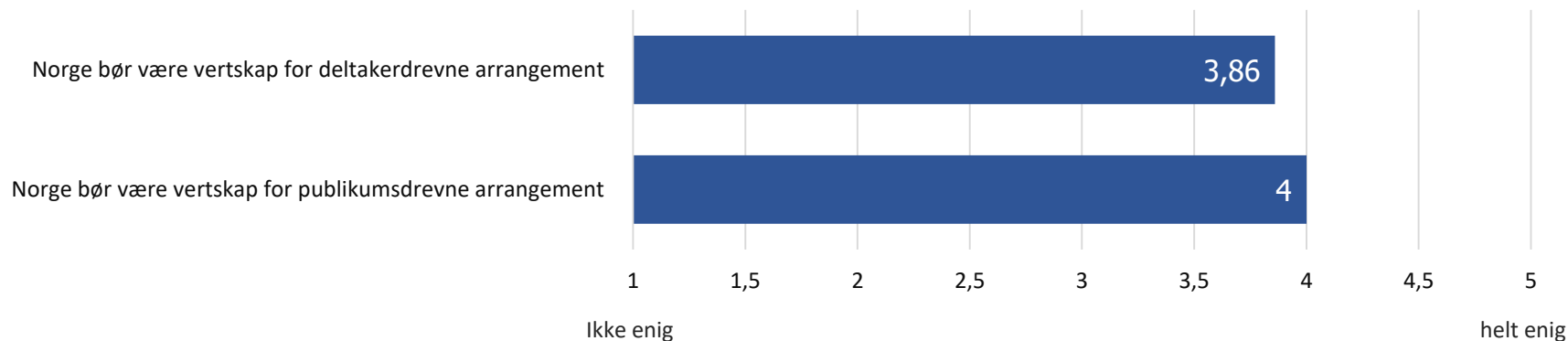


15) Bør Norge være vertskap for allerede etablerte arrangement eller nye arrangement?

- «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 tilrettelegge 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.»

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

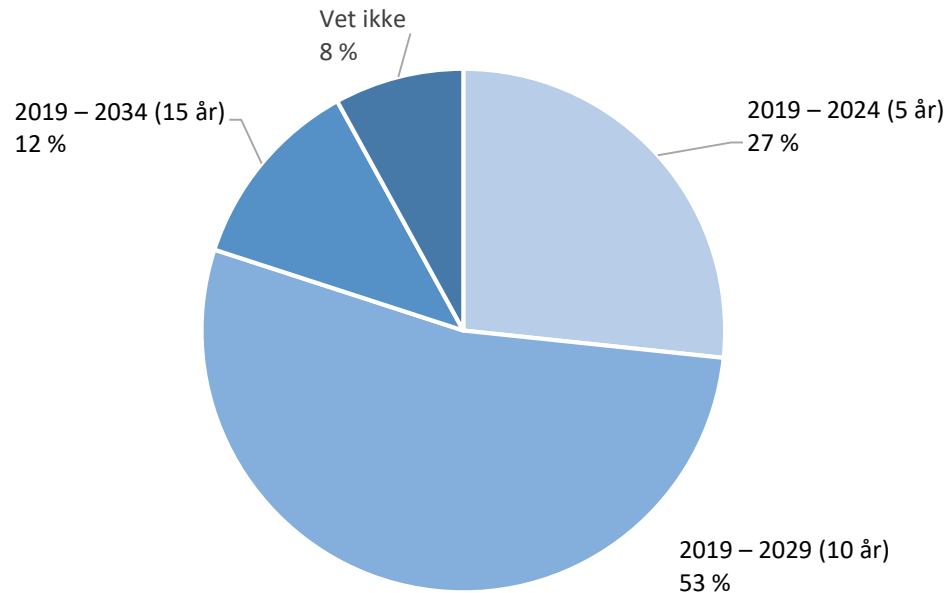


16) Bør Norge være vertskap for publikumsdrevne arrangement (eksempelvis Bislett Games) eller deltakerdrevne arrangement (eksempelvis Oslo Maraton)?

- «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.»

17) Hvilken tidsperiode bør Norges nasjonale arrangementsstrategi dekke?

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



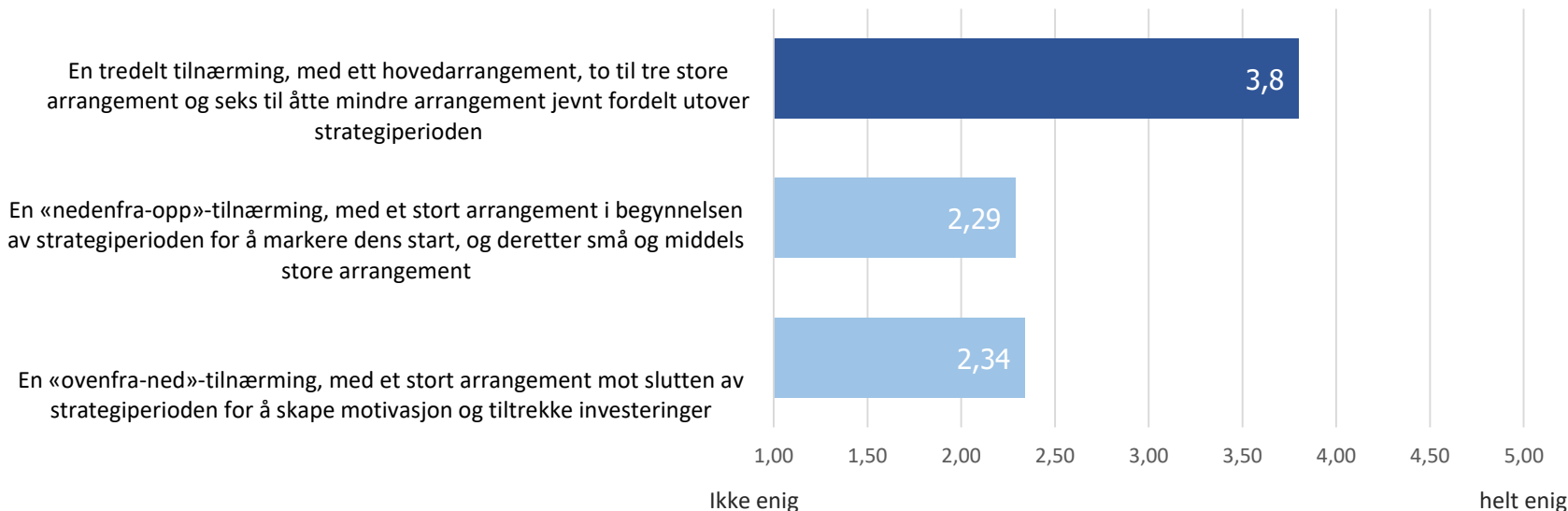
17) Hvilken tidsperiode bør Norges nasjonale arrangementsstrategi dekke?

- «I forhold til store mesterskap er det langsiktig planlegging som gjelder.»
- «Strategien bør dekke en forholdsvis lang periode, men med en planlagt korrigeringsperiode 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.»

18) Hvilken tilnærming til arrangementsvertskap er den mest effektive?



En tredelt tilnærming vurderes som den mest effektive tilnærmingen til arrangementsvertskap



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 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

Sports events: Trends to track, benchmark and case studies

Hosting of major sports event – key trends

Tactical

Impact

General

“Places”

Reactive

Leverage

Specific

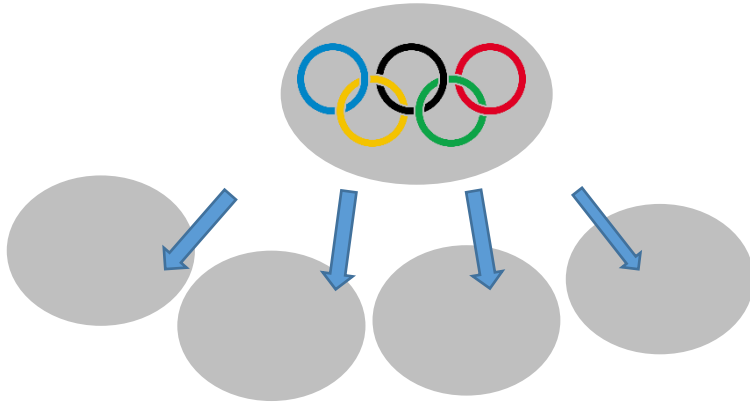
“People”

Proactive

Strategic

Case: London

Strategic approach: **top-down**



Strategic focus: **domestic**

(participation, public health,
national pride, community)

Case: Qatar

Strategic approach: **continuity**



Strategic focus: **awareness**

(international media /relations,
nation branding, investments)

Case: Denmark

Strategic approach: **centralisation**



Strategic focus: **relevance**

(National level: involvement)

(International level: national brand)



Burson-Marsteller

Cultural events:

Trends to track, benchmark and case studies

Cultural events

Art

International megaevents

Culture/sport

Music Festivals, Shows, Circus.

National and regional cultural events

Special Interest

Movies/Comedy

Talks and knowledge

Cultural events - trends

Consolidation within conferences and music festivals.

Commercialisation of sports concepts and development into cultural events. Rise of esports.

Commercialisation of exhibitions, movie productions and film festivals - and diminishing structures.

Increased connectability and spend on events greatly increases possibilities for second cities

Long-term agreements based on subsidies, logistics and ticket sales potential

Interlacing of different genres, arts and expressions.

Focus on making and impact besides beads and heads.

Cultural events - trends

Consolidation within conferences and music festivals.

Commercialisation of sports concepts and development into cultural events. Rise of esports.

Commercialisation of exhibitions, movie productions and film festivals - and diminishing structures.

Increased connectability and spend on events greatly increases possibilities for second cities

Long-term agreements based on subsidies, logistics and ticket sales potential

Interlacing of different genres, arts and expressions.

Focus on making and impact besides beads and heads.

CASE: Air+Style

Shaun White

Cultural events - trends

Consolidation within conferences and music festivals.

Commercialisation of sports concepts and development into cultural events. Rise of esports.

Increased connectability and spend on events greatly increases possibilities for second cities

Commercialisation of exhibitions, movie productions and film festivals - and diminishing structures.

Long-term agreements based on subsidies, logistics and ticket sales potential

Interlacing of different genres, arts and expressions.

Focus on making and impact besides beads and heads.

CASE: Netflix

Cultural events - trends

Consolidation within conferences and music festivals.

Commercialisation of sports concepts and development into cultural events. Rise of esports.

Commercialisation of exhibitions, movie productions and film festivals - and diminishing structures.

Increased connectability and spend on events greatly increases possibilities for second cities

Long-term agreements based on subsidies, logistics and ticket sales potential

Interlacing of different genres, arts and expressions.

Focus on making and impact besides beads and heads.

CASE: Esport



“For the first time in generations, we’re witnessing **the birth of a new sport** [...]

Gaming is what every traditional sports league is desperate to become: Young, global and increasingly diverse.”



Goals achieved

- **4,1 million** exposed to codenhagen.io through the esport activation.
- **36.228** unique visitors on codenhagen.io
- **2.873** reads of tech-job adds through codenhagen.io.
- **54** job interviews of high-skilled tech candidates short term.
- **31** highly skilled workers employed

Copenhagen



Burson-Marsteller

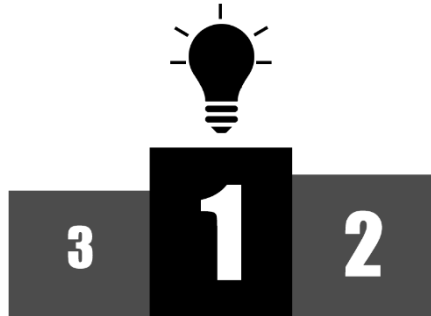
National Event Strategy for Norway

A National Event Strategy for Norway:

Three key principals to strategy development

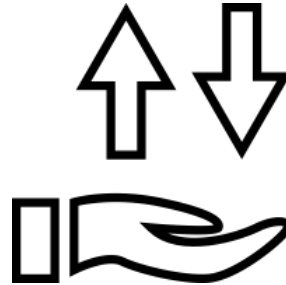
1

Strategy means creating
a focus



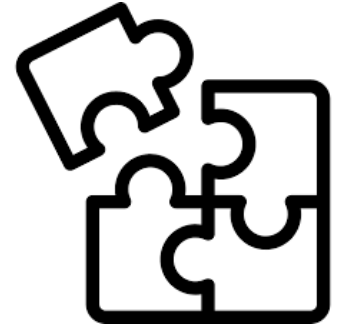
2

Strategy means making
trade-offs



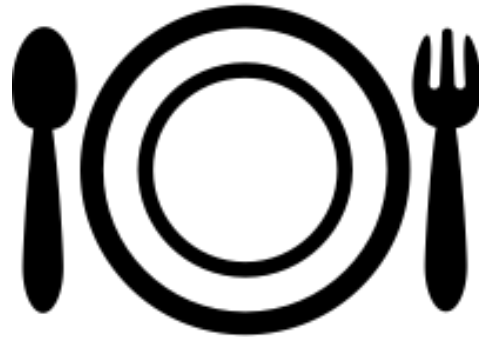
3

Strategy means creating
a “fit”



12:00 – 13:00

Lunch break





Burson-Marsteller

Working groups

Programme Overview



90 minutes



4 groups



3 questions

Question 1



Question 2



Question 3

Group discussion:

→ 15 minutes

Group Feedback:

→ 15 minutes

30 minutes in total

Group discussion:

→ 15 minutes

Group Feedback:

→ 15 minutes

30 minutes in total

Group discussion:

→ 15 minutes

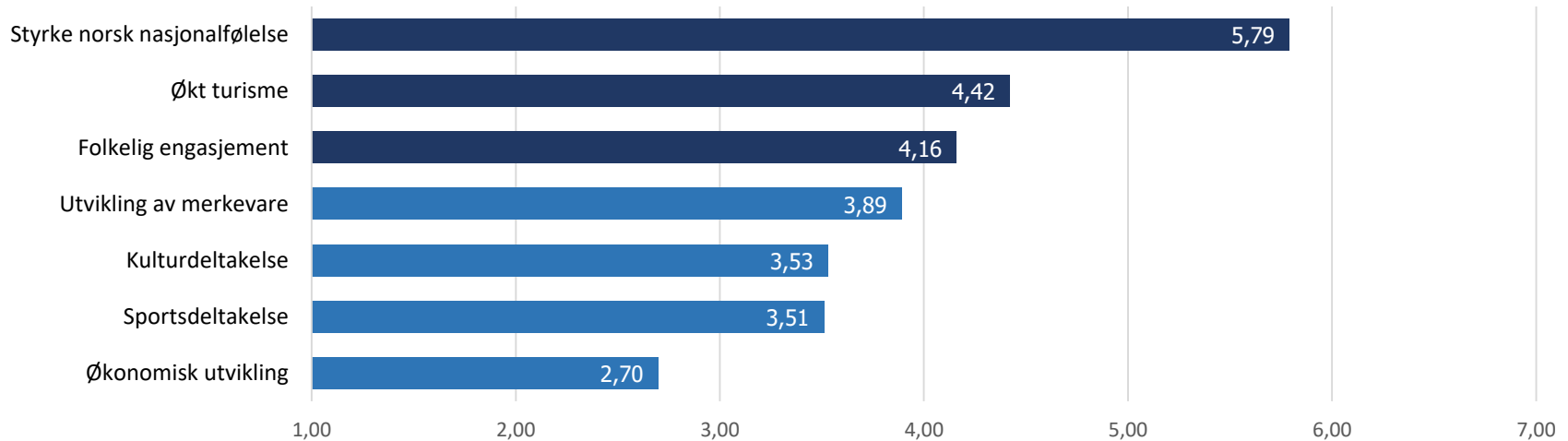
Group Feedback:

→ 15 minutes

30 minutes in total

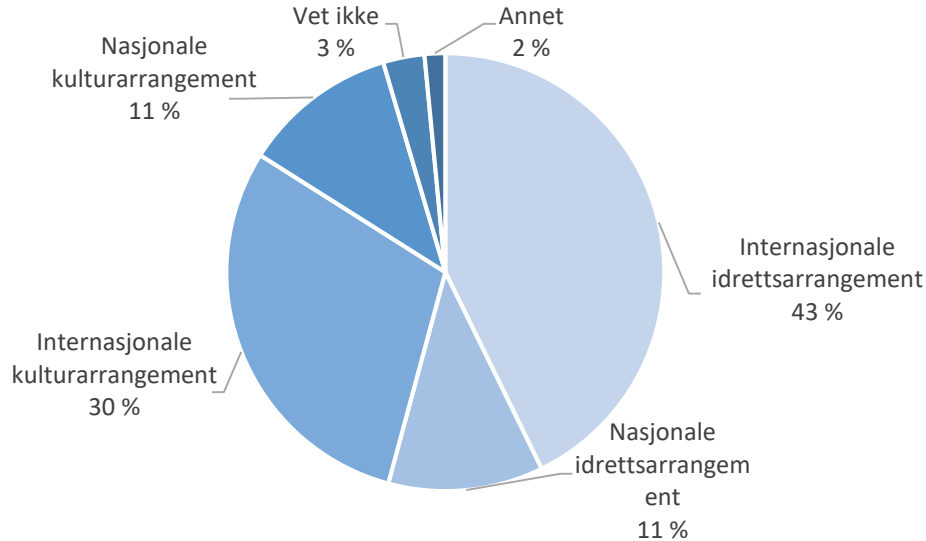
Question 1

What objectives should events achieve? Why?



Question 2

Which events can achieve these objectives?



+ Think of:

- Large-scale events vs. small to medium scale events
- Seasonal focus
- Specific sport / cultural area
- Grassroots vs. Elite events
- New vs. old events

Question 3

What synergies can events create in Norway?

Think of:

- Sport vs. Cultural Events
- Impact vs. Development
- National vs. Regional Priorities

Second workshop programme and homework



Workshop #2: November 23

Discuss the “how”; i.e., the elements that are crucial for securing and organising events; including, the structure, communication, evaluation, activation and finance.



Homework

- Send us any feedback / idea following workshop #1
heloise.signe@b-m-sport.com
- Complete second online survey

A National Event Strategy for Norway: Why is strategy important?

