

# 1 Arrangement

Arrangement og arrangementenes betydning for vår region står veldig sterkt. Sentralt i dette arbeidet står Visit Lillehammer gjennom både arrangementsforum og arrangementskoordinatoren. Arrangører kan som alle andre være medlem av Visit Lillehammer. Det er lagt opp til trenivåer på medlemskapet, 35.000, 10.000 og 3.000 pr. år.

## 1.1 Strategi arrangement Visit Lillehammer

### STRATEGINOTAT – ARRANGEMENTSSTRATEGI VISIT LILLEHAMMER

#### 1. BAKGRUNN

- a. Snowball startet et arrangementsprosjekt i 2010 med Stein B. som prosjektleder. Den gangen hadde Lillehammer Turist og Snowball separate strategier og aktiviteter. Det ble de neste årene kjørt flere ulike arrangementprosjekter med SteinB som PL. Han fikk fast stilling i Visit Lillehammer 2015 som arrangementkoordinator.
- b. Siden 2010 har arrangementforum vært en styringsgruppe for SteinB sine aktiviteter.
- c. I 2011 ble det utarbeidet en arrangementsstrategi for Lillehammer regionen
- d. I 2016 ble arrangementsforum et vedtektsfestet utvalg i Visit Lillehammer.

#### 2. STATUS

- a. Visit Lillehammer har nå en mer helhetlig tilnærming til arbeidet mot arrangører og arrangement som reiseanledning til regionen. Det innebærer at markedsavdelingen også er koblet på i mye større grad enn tidligere. Stein B. sin stilling inngår også i markedsavdelingen.
- b. Kommunene Lillehammer, Øyer og Gausdal har siden 2010 kjøpt tjenester av selskapet knyttet til arrangementsutvikling til en verdi av 300.000 årlig. I tillegg er også Stein B prosjektdeltager på arrangementsprosjekter i Snowball, noen ganger som del av stillingen og andre ganger som prosjektleder/prosjektmedarbeider.

#### 3. MULIGHETER

- a. NFD har gitt i oppdrag til IN å utarbeide en nasjonal arrangementsstrategi. Det vil være NCB som skal utarbeide denne i tett dialog med deltagerne i arrangementssatsingen. Vi er en av aktørene der. Strategien vil bli presentert på våren 2019, også hvem som skal holde taket i dette arbeidet videre. Mye taler for at det blir en egen avdeling underlagt Innovasjon Norge.
- b. Kommunene Lillehammer, Øyer og Gausdal har bedt Lillehammer Regionråd å utarbeide en arrangementsstrategi. Arbeidet pågår, vi er koblet på prosessen. Arbeidet var ute på høring i begynnelsen av 2019. Strategien er vedtatt og arbeidet med en handlingsplan knyttet opp til aktiviteter i 2019 er godt i rute.

#### 4. UTFORDRINGER

- a. Vårt ønske er å ha en arrangementsstrategi for alle våre 7 kommuner. Det er derfor viktig å tydeliggjøre hva som er vår satsing og våre aktiviteter for alle kommunene og

medlemmene. Behov for tydeliggjøring, som samtidig har en kobling mot regional og nasjonal strategi.

## 5. TYDELIGGJØRING AV SELSKAPETS ARRANGEMENTSSTRATEGI OG OPPGAVER

- a. Mål: Arrangement bidrar til næringsutvikling, merkevarebygging av Lillehammer, samt skaper minneverdige opplevelser for tilreisende og fastboende.
- b. Strategi:
  - i. Visit Lillehammers skal være en viktig støttespiller og samarbeidspartner i arbeidet med å skaffe flere samt utvikle nye og eksisterende arrangement i vår region. Vi skal i samspill med arrangører bidra til å skape størst mulige verdier for regionen til beste for alle. ViLi skal være et kompetanseorgan og koordinator for både arrangører, arenaeiere, det offentlige samt våre øvrige medlemmer. Vår oppgave er å spille en aktiv rolle i dette fellesskapet for å få fram verdien og viktigheten ved å satse på arrangement.
  - ii. Mange arrangører er i dag medlem i Visit Lillehammer og nyter godt av det selskapet kan tilby. Vår målsetting er at alle årlige arrangement som faller innunder vårt definisjonsnivå skal oppfordres til å bli medlemmer på en av våre tre nivåer. Arrangører kan selv velge hvilket nivå de ønsker å delta på uavhengig av størrelse og omsetning.
    1. Nivå 3 – kr 3.000: Medlem, samme tjenester som øvrige medlemmer
    2. Nivå 2 – kr 10.000: Bistand til utviklingsarbeid, tilgang på arrangementskalkulator i tillegg til de øvrige tjenestene
    3. Nivå 1 – kr 35.000: Bistand og deltakelse fra VL i planlegging, gjennomføring og evaluering av arrangementet, digital medieovervåking, tilgang på arrangementskalkulator, medlem i arrangementsforum, inngå i fyrtårn-kommunikasjon
- c. Oppgaver:
  - i. Skaffe flere arrangement til regionen.
    1. Visit Lillehammer skal ha fokus på nasjonale og internasjonale arrangement innenfor idrett, kultur og kommersielle arrangement. Vi skal arbeide sammen med arrangører som sikter mot eller har ambisjoner om et nasjonalt og internasjonalt publikum/deltakere.
    2. Bistå, motivere samt skaffe oversikt over søkbare idretts- og kulturarrangementer i samarbeid med den enkelte arrangør. Bidra til å etablere en nasjonal satsning og strategi gjennom medlemsskap i NCB, samt bruke deres arenaer for å få tak i arrangement. Bistå med vår kunnskap i søkeprosesser.
  - ii. Utvikling – nye: Bistå eksisterende og nye arrangører med utvikling av nye deltager- eller publikumsbaserte idretts- og kulturarrangementer
  - iii. Utvikling – eksisterende: Bistå eksisterende arrangører med utviklingsarbeid og andre fellestiltak som styrker arrangementene, og da særlig ringvirkninger.
  - iv. Kompetansesarbeid.
    1. Dokumentere effekter, primært verdiskaping og synlighet
    2. Nettverksbygging med FoU, offentlige, næringsaktører gjennom arrangementsforum, andre møteplasser og klyngeprosjekter
  - v. Markedsarbeid
    1. Skape reiselyst til arrangementene gjennom kjøpte kampanjer og aktiviteter i egne kanaler
    2. Bidra til pakketering
    3. PR

## 2. Dokumentasjon

Å dokumenter både oppmerksomhet og verdiskapning er vesentlig for å vis arrangementenes betydning. Når det gjelder oppmerksomhet har vi en kontinuerlig mediovervåking på nettet som handler om redaksjonelle saker og sosiale medier. I forbindelse med TV-sendte arrangement får vi oversikt både fra host broadcaster (ofte NRK) og de internasjonale TV-selskapene via In Front som eier de internasjonale rettighetene.

Arrangementskalkulator brukes til å få fram verdiskapningen som arrangementet gir:

- Kalkulatoren gir **en vurdering og et estimat av arrangementets verdiskapningspotensiale**
- Kalkulatoren beregner **regional og nasjonalverdiskapning i forhold til en nullsituasjon**, dvs. Som om arrangementet ikke ble gjennomført.
- Kalkulatoren tar hensyn til både **direkte og indirekte verdiskapning:**  
**Direkte verdiskapning** har sitt utspring i arrangørs og/eller besøkendes kjøp av varer og tjenester  
**Indirekte verdiskapning** kommer som følge av at leverandører og underleverandører produserer varer og tjenester for å tilfredstille den økte etterspørselen  
Kalkulatoren eies av Innovasjon Norge, PWC har fagansvar og Norway Convention Bureau har bruksrett på kalkulatoren.  
Kalkulatoren brukes nå flittig i forbindelse med alle arrangement i Norge.

### Aktiviteter 2018

2018 var som tidligere år preget av høy aktivitet, noen oppturer, men dessverre også noen nedtur. To av våre årlige spydspisser World Cup Kvitfjell og World Cup Lillehammer gikk ikke helt etter planen. WC Kvitfjell har gjort en god evaluering, og har kommet styrket ut av situasjonen. Lillehammer Skifestival vil kjøre en styrt avvikling, hva som videre skjer er uvisst. Arrangements teknisk har de levert på et høyt nivå, men det har blitt for dyrt.

Det er viktig å opprettholde disse arrangementene hvis målsettingen til region skal stå fast. På mange måter er en nå ved en korsveg.

Lillehammer er blitt tildelt Para-VM i 2021, sammen med en rekke World Cup arrangement både i forkant og etterkant. Dette blir et viktig mesterskap, og betyr mange muligheter.

Videre er det klart Lillehammer Skiklub i 2020 skal arrangere historiens første NM-uka vinter. Her skal alle grener i NSF ha NM samtidig i tillegg blir det også flere andre mesterskap samtidig.

Den største nedturen i 2018 var utvilsomt da Norges Skiforbund valgte Narvik som norsk kandidat til å søke alpin-VM. En svært skuffende avgjørelse som vi må ta til etterretning. I så måte blir OL-arbeidet desto viktigere.

Det er ingen tvil om at anleggssituasjonen med noen unntak er krevende. Hafjell og Kvitfjell er begge nasjonalanlegg, men standarden i de øvrige OL-anleggene er slik at det kreves mye vedlikehold, og ved arrangement som World Cup må det benyttes mye provisorier som fordyrer arrangementet betraktelig.

Av mer overordnede oppgaver har arbeidet med en egen arrangementsstrategi for regionen som skal legges fram til behandling i løpet av våren 2019.

Arrangementskoordinator har i tillegg jobbet i ulike fora for å bidra til å skape samspill mellom arrangement, det offentlige og resten av våre medlemmer.

### **1.1.1 Arrangementsturisme**

Sammen med ni andre nasjonale partnere er vi gjennom NCB med i et prosjekt for å øke den enkeltes partners motivasjon og muligheter for å påta seg vertskapsrollen for internasjonale kultur- og idrettsarrangementer. NCB bygger i samarbeid med prosjektdeltagerne ekspertise og er tilgjengelig for deltagerne slik at terskelen for å søke arrangementer blir lavere og motivasjonen høyere. Det har gjennom året blitt levert flere leads om arrangement til medlemmer.

I 2018 ble NCB fusjonert med Innovasjon Norge. Vi har store forventninger til denne fusjonen og målsettingen er at vi skal kunne jobbe fram også en nasjonal arrangementsstrategi. Her vil VL være en aktiv samarbeidspartner, slik vi har vært i de innledende runder.

**I 2018 er det blitt gjennomført flere workshops hvor VL og flere av våre medlemmer har bidratt.**

Arbeidet med en ny nasjonal arrangementsstrategi ledes av Innovasjon Norge og en styringsgruppe med representanter fra bransjen. I tillegg inviteres alle som ønsker å bidra til å delta på til våre to workshops og samlinger.

Høsten 2018 er det arrangert to åpne workshops og ny nasjonal arrangementsstrategi skal foreligge i løpet av første halvdel av 2019.

## **Tydelige føringer**

Strategien utarbeides på oppdrag fra regjeringen, på vegne av besøksnæringen, kultur, idrett og det offentlige Norge. Den skal gi tydelige føringer på hvilken type arrangementer Norge skal sikte mot fremover, og hvilke kriterier som bør ligge til grunn for å kunne søke om rullerende arrangementer innenfor idrett, kultur og arrangementsnæringen for øvrig.

Opplevelsesindustrien har gode tider og Norge har gode forutsetninger for å kunne ta del i denne positive utviklingen gjennom økt satsing på arrangementsturisme. Undersøkelser og tilbakemeldinger fra internasjonale forbund viser at Norge oppfattes som velorganisert, pålitelig og troverdig og vårt omdømme som arrangør av kultur- og idrettsarrangementer er godt. En strategisk utvikling av Norge som arrangementssted gir mulighet for sesongforlengelse og verdiskaping.

## Strategien skal gi svar på følgende problemstillinger:

Hvordan skal man i Norge arbeide i forhold til

- Søknadsprosesser
- Hvilke arrangementer kan/ bør søkes på?
- Hvor kan en få hjelp evt. finansiell støtte til arrangementet?
- Hvordan tar vi vare på kompetansen?
- Myndighetskontakt
- Forankring lokalt, regionalt, nasjonalt
- Effektmåling av arrangemente

### 1.1.2 Akkvisisjon:

Her handler det om å skape en god dialog og et godt samspill mellom de som tildeler arrangementet og de som mottar. Vi må skape en god miks av publikumbaserte og deltakerbaserte arrangement innenfor sunne økonomiske rammer. Et viktig stimuli i denne sammenhengen er ordningen om Arrangementstilskudd som organiseres gjennom Regionrådet i Lillehammer og regionrådet i Midt- Gudbrandsdal. Tett opptil en million kroner deles ut enten til utvikling av eksisterende arrangement eller nye arrangement. Denne ordningen er besluttet videreført, noe som er svært positivt. Arrangementskoordinator fungerer som rådgiver både for arrangører og regionråd i denne sammenhengen. Og interessen er fortsatt stor.

Videre er det håpet at vår en arrangementsstrategi vil kunne bidra ytterligere i dette arbeidet.

Følgende nye arrangement ble jobbet med i løpet av 2018.

#### ARRANGEMENT

Alpin-VM 2025  
XGames 2020  
EM/VM maraton  
Furusjøen 2019  
UCI-ritt sykkel  
Felles NM 2020 ski  
NM Hafjell alpint 2018  
Lillehammer Live  
Lillehammer Reveljen

### 1.1.3 Utvikling og gjennomføring av eksisterende arrangement

Roller til arrangementskoordinator i de forskjellige arrangementene varierer, men vi er tett på de aller fleste i forhold til rådgiving, innspill, motivasjon, fysisk tilstedeværelse både i forkant, under og i evalueringsprosesser. Følgende arrangement er jobbet med i løpet av 2018.

#### Arrangement

Raw Air  
Sportsuka  
Snøfest

Gausdalfestivalen  
Furusjøen Rund  
Hafjell Ski Maraton  
Skeikampenrennet

Litteraturfestivalen  
World Cup Lillehammer  
Inga Låmi  
Birkebeinerrennet  
Troll Ski Marathon  
E-cup Kvitfjell  
E-cup Hafjell  
Lillehammer Live

Furusjøen Rundt ritt  
Peer Gynt-stemnet  
Birkebeinerrittet

Stavsmartn

Sjusjøen Skifestival  
World Cup-aking-junior-VM aking  
World Cup Lillehammer

## **Frivillige**

En nøkkelfaktor for alle arrangementer er frivillige og utfordringen er både å ha mange nok frivillige og kompetente frivillige til nøkkelroller i arrangementene. Dette er igjen viktig for at de skal kunne fornye og videreutvikle seg som attraktive arrangement for publikum, sponsorer, deltakere og samarbeidspartnere. Situasjonen i regionen i dag er på et overordnet nivå at i) frivilligkorpset blir eldre og med det opplever arrangørene en avskalling av deres frivilligstab og ii) mange arrangører evner ikke å rekruttere nye frivillige, som kan bidra til å videreutvikle oppgaver som markedsføring, publikumsopplevelser, sportslig gjennomføring mm. En foryngning av frivilligstaben er avgjørende for å styrke nytenkningen i dette arrangementsarbeidet.

Vi har bidratt til etablering av Rubic Frivilligsystem som er en lokal aktør og flere arrangører nå tester ut. Samspeillet med studenter og Høgskolen Innlandet er fortsatt viktig, og det arbeidet må videreføres.

Arrangementsforum har i denne perioden bestått av:

Marit Lien, Peer Gynt, Petter Holmbakken, Alpinco, Frode Marthinsen, Ringebu kommune, Svein Mundal, Hafjell-Kvitfjell Alpin AS, Eirik Haagensen, LRV, Eiliv Furuli, Lillehammer Skifestival, Frode Linnerud, Lillehammer Olympiapark, Tone Alterskjær, Sjusjøen og Anette Lunde, Furusjøen Rundt.

Veien videre

Veien videre må samkjøres i forhold til den vedtatt arrangementsstrategien. Det er naturlig hvis ønskelig at arrangementskoordinatoren er kontaktpunktet i kommunene for henvendelser angående arrangement. Det handler både om eksterne og interne henvendelser, og at arrangementskoordinator er sentral i arbeidet videre i forhold til kommunenes engasjement. Videre er det naturlig at den vedtatte strategien følges opp, og at eventuelle arbeidsoppgaver knyttet til denne i første rekke håndteres av arrangementskoordinator i samspill med den de kommunene mener vil være naturlig kobles på. Til nå har dette vært et samarbeid mellom VL og LRV i stor grad.

MegaEvent  
(OL-VM)

InternasjonaleEvent  
(WorldCup,Birken,Peer  
Gyntmm)

NasjonaleEvent  
(NM,Litteraturfestivalen,Stavsmartn  
FurusjøenRundtmm)

?

Visit Lillehammer vil prioritere disse nivåene.





