

EVENTBASERAD

DESTINATIONSUTVECKLING

Denna rapport har tagits fram av Tobias Nielsén och Joakim Sternö vid kunskaps- och analysföretaget Volante på uppdrag av Alexandersoninstitutet genom CRED – Creative Destination Halland, september 2011.



En investering för framtiden



INNEHÅLL

Idrotten i samhället	5
Idrottens betydelse för samhällsekonomin - från idrottsrörelsen till sportsektorn	5
Event och samarbetsformer	13
Lärdomar från att arrangera event	13
Metoder för möten	16
Tips och kontakter	19
Surfnoder	19
Referenser	20

INLEDNING

CRED – Creative Destination Halland har i uppgift att skapa förutsättningar för tillväxt inom kreativa och kulturella näringar i Halland, där man bygger en inkubator och arrangerar olika möten och aktiviteter för att skapa de bästa förutsättningarna för kreativitet och affärer, innovationer och regional utveckling.

Inom projektet Kask Inkubator arbetar CRED med affärsutveckling inom KKN samt actionsporter där entreprenörens personliga ledarskap och affärer utvecklas genom upplevelsebaserat lärande och formen för evenemang och aktiviteter är ett viktigt inslag. En kombination av destinationsutveckling, platsmarknadsföring och affärsutveckling där lokala kreatörer, entreprenörer arbetar i nätverk, bygger sitt egna företag samtidigt som de levererar innehåll i ett stort evenemang; Coastal Culture.

Denna studie tittar på goda exempel på innovation och affärsutveckling, nationella så väl som internationella, som tar utgångspunkten i ett event, vars erfarenheter kommer att vävas in i det kommande "Business Coach Programmet" och Acceleratorprogrammet som CRED arrangerar, där entreprenörer utvecklas, nya affärer skapas - ett lönsamt och hållbart företagande.

CRED bör ständigt förfina och förbättra förutsättningarna för eventen som arrangeras (exempelvis Coastal Culture, Innovation Camps, Build 2 Grow med flera) för att komma entreprenörerna i CRED:S nätverk till nytta, skapa attraktion längs västkusten samt skapa förutsättningar för nya idéer, affärer och innovationer.

Uppdraget för denna rapport har varit att göra en översiktlig omvärldsanalys över idrottens betydelse i samhället och hur det är möjligt att arbeta med gränsöverskridande event för regional utveckling. Rapporten har tagits fram av kunskaps- och analysföretaget Volante under ledning av Tobias Nielsén och Joakim Sternö har fungerat som medarbetare.

Tre huvudfrågor följer dispositionen:

- 1) Hur ser idrottens roll ut i samhället?
- 2) Vilka lärdomar kan dras från att arbeta med event för regional utveckling?
- 3) Vilka organisationer är möjliga samarbetspartner för CRED?

IDROTTE I SAMHÄLLET

Detta kapitel har ett mer teoretisk och övergripande perspektiv på idrotten i samhället. Det inleds med en redogörelse över en modell för att synliggöra hur idrotten hänger ihop med det regionala utvecklingsarbetet. Därefter lyfts tre aspekter fram som är särskilt intressanta för att få en bättre helhetsbild av idrottens betydelse i samhället; det utbredda deltagandet i idrottsaktiviteter, idrottens effekter i form av social betydelse och sportsektorns omfattning, EU-perspektivet på idrotten. Kapitlet avslutas med en kort diskussion kring paralleller som kan göras mellan kultur- och idrottsområdena för att lyfta fram lärdomar som kan överföras från arbete med att utveckla kulturnäringarna.

Idrottens betydelse för samhällsekonomin – från idrottsrörelsen till sportsektorn

För att synliggöra den samhällsekonomiska effekten av idrotten måste de övergripande resonemangen kring sportsektorn vävas samman med idrottens sociala betydelse. Karlstad universitet har på uppdrag av Riksidrottsförbundet tagit fram en modell över hur detta kan göras. Modellen kan dels användas för att studera betydelsen av en förenings ordinarie arbete och dels för att studera enskilda evenemangs betydelse.^{1, 2}

Modellen består av sju stycken sektioner som tillsammans synliggör betydelsen av idrotten i lokalsamhället. Lokalsamhället ska här förstås som en kommun eller region. Vidare utgör kommunen/regionen dels en definierad yta och plats, *geografisk enhet*, och dels är den en organisation, *administrativ enhet*.

Idrottsverksamheten

Denna sektion innebär att göra en avgränsning av själva föreningens verksamhet eller eventet.

Sociala värden

Sociala värden som brukar nämnas i samband med betydelsen av en idrottsförening är bland annat demokrati, socialt kapital, folkhälsa och integration. Senare i rapporten har vi valt att lyfta fram några sociala effekter.

Monetära värden

Denna sektion utgör de pengaflöden som överförs mellan idrottsverksamheten och samhället (kommunen eller regionen). De huvudsakliga värdena kommer från besökare vid olika event. Intäkter kommer dels föreningen direkt och då även kommunen som geografisk enhet och dels till kommunen som administrativ enhet i form av skattemedel.

1 Braunerhielm & Andersson (2007), "Idrottens roll i samhället. Fallstudier i Värmland och Västergötland – modellbyggande för mätning av idrottens ekonomiska effekter", Fakulteten för samhälls och livsvetenskaper. Arbetsrapport 2007:5.

2 Sandström & Nilsson (2008), "Idrottens roll i samhället II. En modell för idrottsgenererande sociala och monetära effekter på samhället", Fakulteten för samhälls och livsvetenskaper. Arbetsrapport 2008:6.

Värde för föreningen

Det ekonomiska värdet för idrottsföreningen utgörs av intäkterna för den ordinarie verksamheten eller ett event minus kostnaderna för detsamma. Viktigt att ha i åtanke är att ofta utgör kostnaderna för föreningen en intäkt för kommunen som geografisk enhet. Föreningen bör därför styra inköp så de görs i kommunen och på så sätt öka motivationen för kommunen, som administrativ enhet, att investera i exempelvis ett idrottsevenemang.

Värde för samhället (geografisk enhet)

Som nämnt ovan utgör många av föreningens kostnader intäkter för kommunen. Andra intäkter är de som inte passerar genom föreningen vid exempelvis ett event är vad besökare spenderar på mat, logi, shopping, transporter, övrigt som sidoevenemang. Dessa poster är dock svårare att mäta och görs exempelvis genom enkätstudier.

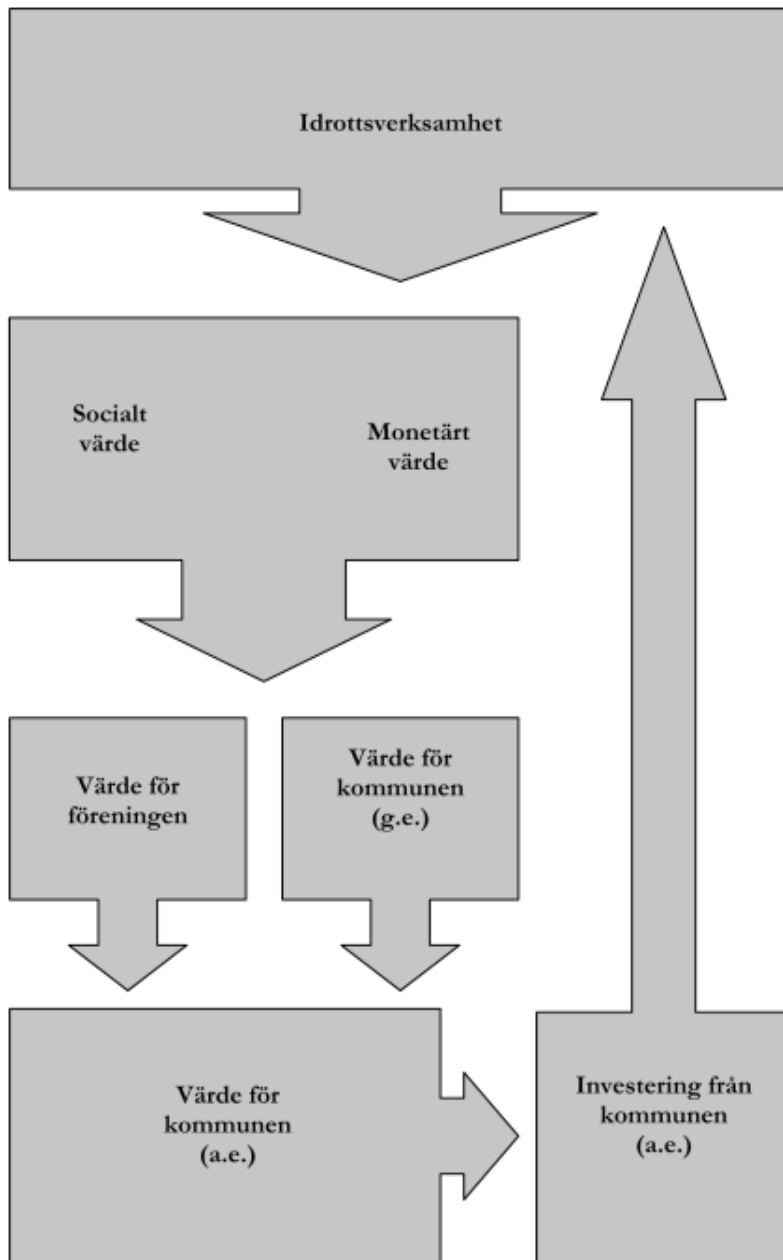
Värde för samhället (administrativ enhet)

Värdena för en kommun som administrativ enhet utgörs av tre områden. Det första är de sociala värdena idrottsföreningen bidrar med, det andra är i form av skatteintäkter och det tredje är det marknadsföringsvärde som föreningen/eventet genererar. Kostnaderna för kommunen utgör det kommunen är villig att investera i föreningen/eventet.

Investering från samhället (administrativ enhet)

Ur en idrottsförenings eller eventarrangörs perspektiv innebär det att ju noggrannare beräkningarna är av värdet för kommunen desto större är motivationen att göra investeringar. Det är dock viktigt att exakta siffror inte är möjliga att ta fram. På följande sida visas en grafisk bild över modellen.

På följande sida visas en grafisk bild över modellen.



Figur 1: Modell över idrottens betydelse för lokalsamhället. Hämtad från Sandström & Nilsson (2008).

Tanken är att en webbversion av modellen ska tas fram där varje organisation enkelt kan gå in och göra beräkningarna själva. Det kan jämföras med det brittiska projektet eventIMPACTS Toolkit som har tagit fram ett verktyg för att mäta event.³

3 <http://www.eventimpacts.com/>

DELTAGANDE

Intresset för idrott och friluftsliv i Sverige är stort. I åldern mellan 16–84 år är drygt 2,1 miljoner personer medlemmar eller sitter på ett förtroendeuppdrag i någon av Sveriges cirka 22 000 idrottsföreningar. Och därtill har friluftsföreningar cirka 0,6 miljoner medlemmar eller förtroendevalda. Detta kan jämföras med kulturföreningar där motsvarande siffra är drygt 0,7 miljoner.⁴ Dessa siffror ska dock inte likställas med individer, det är inte ovanligt att en person är medlem i fler föreningar men det visar ändå på ett brett intresse för idrott.

Ser man även till det oorganiserande friluftslivet är deltagandet nästan totalt. I en studie över friluftsliv och naturturism från Karlstad universitet är det endast 0,6 procent av svenskarna i åldern mellan 18–75 år som svarar att de inte ägnat sig åt någon form av friluftsansiktivet under det senaste året.⁵ Siffrorna för actionsport som aktivitet är dock nära det omvända. Exempelvis uppger 2,3 procent att de åkt skateboard under det senaste året, 9,2 procent har seglat eller vind-/vågsurfat, 3,9 procent har åkt snowboard, 7,4 procent klättrat/bestigtit berg, 1,3 procent har seglat kite/drake, hangglidit, hoppat fallskärm/base-jump eller liknande.⁶

I studien från Karlstad universitet har inte resultaten för actionsporterna analyserats efter ålderskategorier. Att intresset för actionsport är ett faktum och framför allt är intresset stort bland den yngre befolkningen, den så kallade Generation Y.

IDROTTENS EFFEKTER

Under senare år har idrotten, både inom Sverige och i världen, präglats av en ökad professionalisering. Det innebär exempelvis att idrottsföreningar idag drivs som aktiebolag, fler har idrottsutövande som yrke, ökad sponsring etc. Intresset för att i forskning och i policydiskussioner ta ett större helhetsperspektiv på idrotten har även ökat, framför allt kopplat till idrottens ekonomiska betydelse.

Idrottens sociala effekter

Idrotten framhålls i många sammanhang ha en positiv effekt på samhället. Särskilt brukar faktorer som folkhälsa, demokrati och social tillhörighet lyftas fram. I en enkätstudie bland ungdomar från Riksidrottsförbundet framkommer att ungdomar som idrottar:⁷

- Mår fysiskt och psykiskt bättre än de som inte idrottar.
- Ser mer positivt på livet och framtiden.
- Stressar mindre.

4 Riksidrottsförbundet (2010), "Idrotten i siffror" i RF:s verksamhetsberättelse 2010.

5 Fredman et. al. (2008), "Vilka är ute i naturen? Delresultat från en nationell enkät om friluftsliv och naturturism i Sverige", Forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring, rapport nr. 1 juni 2008.

6 Fredman et. al. (2008).

7 Riksidrottsförbundet (2004), "Idrottens sociala betydelse. En statistisk undersökning hösten 2004", FoU-rapport 2005:5.

- Har bättre gemenskap med kamrater.
- Mobbar mindre.
- Röker mindre och dricker mindre alkohol.

Ytterligare sociala effekter är exempelvis⁸

- Teoretiskt lärande: Idrott har en direkt och en indirekt påverkan på exempelvis kognition och motivation vilket kan förbättra teoretisk prestation.
- Minskad kriminalitet: Paralleller kan också dras till idrottens koppling till minskningen av brott i samhället. Idrottsutövandet har rollen som fritidssysselsättning och skapar en ersättning för annat tidsfördriv och tristess, vilket ibland kan vara orsaken till att begå brott.
- Imageskapande effekter och stärkt identitet: Ett event kan bidra till att skapa en bild av plats som invånarna känner stolthet över vilket bidrar till att stärka deras identitet och självförtroende.

Sportsektorn – ekonomisk betydelse

På senare tid har intresset även riktats mot att studera de ekonomiska effekterna, i bred bemärkelse, av sportsektorn. Statistik över idrottens ekonomiska betydelse är dock i stor utsträckning bristfällig. Särskilt när det gäller att göra jämförelser.

En studie som gjordes av det österrikiska forskningsinstitutet "SportsEconAustria" 2006 och som presenterades under det österrikiska ordförandeskapet i EU samma år visar att år 2004 genererade idrotten, i bred bemärkelse, 407 miljarder euro inom EU-länderna. Det är en siffra som motsvarar 3,7 procent av EU:s totala BNP och femton miljoner arbetstillfällen, 5,4 procent av arbetsmarknaden.⁹

Dessa siffror är dock högt skattade. Enligt flera idrottsekonomiska forskare, amerikanska läroböcker i "sports management", Idrottsekoniskt Centrum utgör sportsektorn snarare cirka två procent av BNP i de utvecklade ekonomierna. I världen utgör sportsektorn ungefär 3 000 miljarder kronor och för Sveriges del utgör sportsektorn cirka 60–65 miljarder kronor. Det innebär även att Sverige har cirka två procent av världens sportekonomi. Detta kan jämföras med att Sveriges andel av världens BNP är cirka en procent och att Sveriges befolkning utgör 0,15 procent av världens befolkning.¹⁰ Sverige har alltså en stark sportsektor.

8 Braunerhielm & Andersson (2007),

9 Dimitrov et al. (2006), "Die makroökonomischen Effekte des Sports in Europa", Studie im Auftrag des Bundeskanzleramts, Sektion Sport.

10 Larsson (2010a), "Storleken på Sports Industry i världen och Sverige", Idrottssekoniskt Centrum, 2010-11-27, opublicerad.

Enligt Björn Anders Larsson på Idrottsekonometiskt Centrum består sportsektorn i Sverige av cirka 18 000 företag där 90 procent utgörs av enmansföretag. Företagens genomsnittliga omsättning är 2,7 miljoner kronor. Variationen är dock väldigt stor där de största företagen, som exempelvis SkiStar, omsätter miljarder kronor och de mindre enmansföretagen där omsättningen är omkring 50 000 kronor per år. Den senare gruppen har mer av en hobby-karaktär där personernas huvudinkomst kommer från andra jobb. Sysselsättningen inom sportsektorn utgör cirka 100 000 årsarbeten.¹¹

Idrottsekonometiskt Centrum har även gjort beräkningar över svenskarnas konsumtion av sporttjänster och -varor. Enligt de beräkningarna är den genomsnittliga sportkonsumtionen nära 6 800 kronor per person och år. Även här är variationen dock stor från några kronor per år till väldigt stora belopp, exempelvis inom seglingsporten där varje båt kan kosta flera hundra miljoner kronor.¹²

I en enkätstudie från forskningsprogrammet "Friluftsliv i förändring" där flera svenska universitet deltar har forskare undersökt de ekonomiska värdena av friluftslivet i Sverige. Enligt svaren i undersökningen framkom att svenskarna, 16 år och uppåt, i genomsnitt spenderade 12 813 kronor på sitt friluftslivsutövande vilket motsvarar 96 580 miljoner kronor totalt. Av dessa spenderades 72 332 miljoner i Sverige och resten utomlands.¹³ I beräkningarna har de använt en bred syn där faktorer som boende och transporter i samband med friluftsliv utövandet är inkluderade.

Tittar man närmre på actionsporter finns det vissa utmärkande drag. I en jämförande studie som har gjorts av industriutvecklingen mellan "mainstream"-sporter och actionsporter¹⁴ återfinns att de utvecklats på olika sätt. Några karaktärsdrag för actionsporter¹⁵:

- En brist på formella strukturer.
- I stor utsträckning oreglerat.
- Överlappande roller mellan leverantörer, deltagare och programutvecklare.
- Ej i stor utsträckning beroende av offentligt stöd för överlevnad.
- Väldigt attraktiv för entreprenörer.
- Livstilsprodukter som dataspel, kläder och musik är väsentliga för sektorn.

11 Larsson (2010b), "Vad är sportens ekonomiska värde?", Idrottsekonometiskt Centrum, 2010-03-09 opublicerad.

12 Larsson (2010b).

13 Fredman et. al. (2010), "Ekonomiska värden i svenskt friluftsliv – en enkätundersökning", friluftsliv i förändring, rapport nr 14.

14 Skateboardklustret i Australien användes som fallstudieobjekt.

15 Kellet & Russel (2009), "A comparison between mainstream and action sport industries in Australia: A case study of the skateboarding cluster", Sport Management Review 12, s. 66-78.

IDROTT SOM REGIONAL UTVECKLING - PERSPEKTIV FRÅN EU

Idrotten och sportsektorn har uppmärksammats relativt sent inom EU. Det var först 2007 med europeiska kommissionens "Vitbok om idrott"¹⁶ och medföljande handlingsplan som diskussionerna på allvar började ta fart och där också intresset för ett bredare perspektiv på idrottens roll i samhället.

Vitboken består av tre huvudsektioner; idrottens roll i samhället med fokus på sociala aspekter, idrottens ekonomiska aspekter och idrottens organisation. De två första sektionerna är mer intressanta ur ett samhällsekonomiskt perspektiv på idrotten. De sociala aspekterna utgörs av åtta arbetsområden:

- Bättre folkhälsa genom fysisk aktivitet.
- Gemensam front mot dopning.
- Stärka idrottens roll på utbildningsområdet.
- Främjande av frivilligt arbete och ett aktivt medborgarskap genom idrott.
- Utnyttjande av idrottens potential för social integration och lika möjligheter.
- Stärka förebyggande och bekämpning av rasism och våld.
- Förmedling av våra värderingar till andra delar av världen.
- Främjande av en hållbar utveckling.

För de ekonomiska aspekterna ingår två arbetsområden i handlingsplanen. Det första gäller att skapa en "evidensbaserad idrottspolitik" där huvudmålet är att ta fram en statistikmetod för att mäta idrottens ekonomiska inverkan, och i förlängningen skapa ett satellitkonto¹⁷ för idrott inom EU. Under våren 2011 hölls den första EU-konferensen för att diskutera utvecklingen av sportstatistik. I samband med konferensen presenterades ett första projekt där ett satellitkonto har tagits fram. Sju länder har börjat processen med att införa kontot.¹⁸

Det andra arbetsområdet syftar till att skapa en "tryggare bas åt det offentliga stödet till idrott". Arbetet syftar till att skapa en hållbar finansiering genom offentligt stöd till idrott på gräsrotsnivå.

Ett ökat intresse för idrottens roll i den regionala utvecklingen visade sig även under en EU-konferens i maj. Den viktigaste slutsatsen var att idrott ska innefattas i de regionala utvecklingsfonderna från och med nästa period 2014–2020.¹⁹ Idrotten har, till skillnad från kultur och turism, inte nämnts i regleringen av fonderna i tidigare eller nuvarande program.

16 European Commission (2007), "Whitepaper on sport", Luxembourg: Office for official Publications of the European Communities.

17 Ett satellitkonto är ett statistiskt verktyg för att mäta en särskild sektors (i detta fall sportsektorns) ekonomiska betydelse för landets ekonomi. Ett satellitkontoför idrott filtrerar ut idrottsrelaterade aktiviteter ur nationalräkenskaperna och skiljer därmed ut allt idrottsrelaterat mervärde.

18 Österrike, Storbritannien, Cypern, Polen, Ungern, Nederländerna och Tyskland varav de fyra första är klara.

19 Konferensen, "Sport and Regional Policy", arrangerades av Europeiska Olympiska kommitténs EU-kontor tillsammans

PARALELLER MELLAN IDROTT OCH KULTUR

Idrotten och kulturen har mycket gemensamt. Flera av de diskussioner som förs kring idrottens samhällsbetydelse liknar de diskussioner som förs på kulturområdet. Kulturen och idrotten har även flera beröringspunkter. Särskilt så i actionsportsektorn eller bland så kallade livsstilssporter där kulturyttringar (musik, mode etc.) är en del av den större subkultur sporterna ofta utgör. De siffror som brukar anges för kultursektorn är något större, cirka 3–4 procent av EU:s BNP beroende på definition, men har liksom idrottssektorn en klar majoritet av företag som i första hand drivs av ett brinnande intresse snarare än ekonomiska motiv. Lärdomar från projekt som handlar om att utveckla kulturnäringarna bör därför kunna överföras till sportsektorn.

EVENT OCH SAMARBETSFORMER

Detta kapitel består av två huvuddelar. I den inledande delen förs en diskussion kring lärdomar från att arrangera olika former av event. Ett par exempel på events med mer konkreta lärdomar beskrivs även. Den andra delen utgörs av exempel över samarbetsformer där idrott, akademi och näringsliv ingår.

Lärdomar från att arrangera event

Betydelsen av event för deltagande

Event för sportdeltagande är ofta relativt billiga att arrangera då redan existerande infrastruktur används och en stor del av arbetet utgörs av frivilliga. Dessutom har event för deltagande visat sig vara särskilt effektiva för att locka till sig nya besökare och därför generera återbesök. Det beror på att event för deltagande riktar sig mot besökare som söker möjligheter att spendera deras semester med andra som delar samma intresse i en särskild sport.²⁰

Betydelsen av att arrangera sido-events

Att arrangera sido-events i samband med ett huvudevent kan ha stor betydelse. En studie från Alpina VM i Åre visar att hela sexton procent av besökarna aldrig löste en biljett till själva tävlingsområdet utan stannade enbart i festivalområdet och det torg där priserna delades ut.²¹

Skapa service som får besökare att upptäcka mer

Relaterat till att arrangera sido-event är att skapa service som får besökare att stanna längre och upptäcka mer i regionen utanför själva eventet.²²

Utveckla en strategi

En långsiktig strategi att jobba efter är en förutsättning för att nå en hållbar utveckling att arrangera event. Exempel på frågor som strategin ska besvara rör bland annat service kring event, hur man kan vinna för att få event det rådet konkurrens om, vilka event som redan arrangeras och som bör arrangeras i regionen.²³

Succé för ett event är inte tillräckligt

Bara för att ett event har varit lyckat innebär det inte att det automatiskt bidrar till regional utveckling.

20 Neirrotti (2003), "An introduction" i Hudson (red.) *Sports and adventure tourism*, Hudson (red.), /s.21-26). New York:The Haworth Hospitality Press.

21 Pettersson (2007), "Evenemangseffekter. Med fallstudie av Alpina VM i Åre 2007", ETOUR Rapport 2007:18.

22 Amnyos (2007), "Cultural and sporting events: an opportunity for developing tourist destinations and the tourist industry", Europakommissionen, DG Enterprise & Industry.

23 Pettersson (2007).

Strategin måste därför svara på följande frågor²⁴

- Vilka är de regionala mål som eventet ska bidra till (social sammanhållning, turismutveckling, berömmelse, image etc.)?
- Hur kan eventet anpassas till regionens sociala och ekonomiska sammanhang? Det vill säga, hur kan eventet få en regional förankring?

Utvärdera eventen

Återkommande event följer som regel en livscykel; introduktion, utveckling, mognad, stagnation. För att lyckas med strategin krävs det därför att den utvärderas kontinuerligt. På så sätt kan strategin utvecklas vilket är en förutsättning för att lyckas som arrangör av event.²⁵

Risikfaktorer

Följande punkter utgör några av de vanligaste riskfaktorerna.²⁶

- Brist på sponsring.
- Dåligt väder.
- Övertro till en enda finansiär.
- Bristfällig marknadsföring.
- Brist på strategisk planering.

Exempel

Nedan följer två exempel med lärdomar från två olika i event i Norge respektive Frankrike.

Extremспортveckan i Voss, Norge

Extremспортveckan i Voss i västra Norge började 1998 då Voss Rafting Centre och Voss fallskärmsklubb skulle arrangera tävlingar och valde att slå ihop sig och göra en festival istället för att arrangera två separata event. Idag har eventet vuxit till världens största årliga extremsportevent med anslutande festival med över 1 100 deltagare och 20 000 besökare som bidrar med intäkter till regionen som vida överstiger offentliga investeringar. Eventets budget har vuxit från 70 000 NOK till 6,5 miljoner NOK.

I en fallstudie av eventet framhålls bland annat följande faktorer ha präglat eventet och bidragit till framgången:²⁷

24 Amnyos (2007).

25 Pettersson (2007).

26 Pettersson (2007)

27 Mykletun, R. (2009). Celebration of Extreme Playfulness: ekstremспортveko at Voss. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 9(2), 146-176

- I grunden finns ett socialt kapital i form av ett informellt nätverk mellan fritidscommunityt som efterhand har kunnat expandera till att omfatta fler noder och resurser.
- Nätverket höll sig till festivalens kärna i tider då finansieringssvårigheter och organisationskaos uppstod.
- Eventet bidrog till att marknadsföra de ideala actionsportförhållandena i regionen och skapade ett samarbete med den nystartade turistorganisationen, Destination Voss.
- Eventet har fått med sig regionens invånare som uppskattar att bilden av Voss som eventet förmedlar, en plats med fantastisk natur och häpnadsväckande sporter.
- Invånarna hade även betydelse då det i regionen finns en tradition av volontärarbete.
- Fysiska förutsättningar som förutom naturen även innebär infrastruktur, liten flygplats finns i närheten och det är lätt att ta sig till Voss från Oslo.
- Det offentliga stödet har varit relativt litet till arrangörerna. Delvis beroende på att stöd inte varit formade för att kunna stöda denna typ av hybridevent och således fallit mellan stolarna. Vidare har kommunens administration haft svårt att anpassa sig till nya trender inom upplevelseekonomin. Detta har bidragit till att arrangörerna tappat viss motivation och känt sig orättvist fördelade i förhållande till det eventet bidrar till regionen.

”Quiksilver Pro” professional world championship, Frankrike 2006

Surfeventet utgör ett bra exempel på en god förankring i regionen.²⁸

- Eventet skapade ett nära samarbete mellan eventet och regionen, en tydlig och bra kommunikationsstrategi var en viktig faktor.
- Eventet bidrog till att till att framhålla regionen och göra surfindustrin synlig, framför allt genom att arrangera konferensen “Eurosima Summit” samtidigt. På så sätt skapade de en länk mellan surfeventet och näringslivet.
- Eventet säkerställde att regionen marknadsfördes internationellt, framför allt genom att sända eventet live över internet. På så sätt ökas kännedomen om regionen som en turistdestination.

28 Amnyos (2007).

Metoder för möten

Nedan lyfts exempel fram på gränsöverskridande samarbetsprojekt som handlar om idrott och regional utveckling. Exempelen är kategoriserade efter deras huvudsakliga målinriktning. Att samla näringsliv, forskning och offentliga organisationer har en stark skandinavisk tradition varför flest exempel återfinns här.

TURISM

Peak Innovation – Tourism sports outdoor, Jämtland

- Beskriver sig som ett innovationssystem.
- Aktörer: Partnerskap mellan näringsliv, universitet, offentlig sektor och idrottsrörelsen.
- Verksamhet: Arbetar med att överföra forskningsidéer och resultat till den kommersiella sektorn. Stödja företag som är i etableringsfasen. Ge stöd till etablerade företag med hur de kan växa. Kompetensutveckling på både kort och lång sikt. Skapa nätverk och mötesplatser för att bredda samarbetsmöjligheter. Marknadsföring av företag, forskningsmiljön och regionen som en turistdestination.
- Web: www.peakinnovation.se

Projektet "Idrott och turism", Kalmar län

- Projekt för att utveckla nya strukturer för en regional idrott- och turismsatsning. Samarbete mellan kommuner, föreningar och näringsliv.
- Aktörer: Smålandsidrotten tillsammans med Gotlands idrottsförbund. Medel från EU:s regionala utvecklingsfond.
- Verksamhet: Kartläggning av de olika idrottsföreningarna som finns i regionen och de event de arrangerar. Skapa nätverk mellan idrott, turismnäring och offentliga aktörer. Arrangerar årliga seminarierträffar.
- Webb: <http://www.rf.se/RFdistrikt/Smaland/Aktuellaprojekt/Idrottochturism/Infoomprojektet/>
<http://iof4.idrottonline.se/Gotlandsidrottsforbund/Viarbetarmed/Projekt/Idrottochturism/>

HÄLSA

Dala sports academy, Falun

- Beskriver sig som en utvecklingsmiljö för forskning, idrott och näringsliv.
- Aktörer: Består av ett samarbete mellan Falu och Borlänge kommuner och Högskolan i Dalarna med stöd även från Region Dalarna och EU:s regionala utvecklingsfond.
- Verksamhet: Genomför tester, utbildningar och forskning som stöd för företag, med inriktning på hälsa och sport, att ta fram nya och utveckla produkter. Bedriver även stöd för företag genom rådgivning, inriktning på etablerade företag och företag i en uppstartsfas. Arbetar även med att engagera elitidrottare som stöd i företagets affärsutveckling.
- Web: <http://www.dalasportsacademy.se/>

SOCIAL UTVECKLING OCH DELTAGANDE

Transition Extreme, Aberdeen (Skottland)

- Projektet Alternative Academy handlar om att engagera "struliga" ungdomar i actionsporter och utveckla deras talang och självförtroende.
- Aktörer: Drivs av välgörenhetsorganisationen "Transition Extreme" och "The Ideas Academy" med medel av två fonder. Samarbetar med Aberdeen universitet.
- Verksamhet: Arbetar med personlig utveckling av ungdomar genom coachning. En form av sportpedagoger vilket kan jämföras med konstpedagoger. Aktiviteter berör dels skateboardträning och dels utbildning för att vakta och vårda Extremsportsanläggningen, det vill säga få ungdomarna att lära sig utveckla ansvar.
- Web: <http://www.transition-extreme.com/adrenaline-enterprise/projects/>

ÖVRIGT

Active institute, Danmark

- Active institute är en förening som arbetar för att lyfta fram idrottsforskning och idrottens kommersiella potential.
- Aktörer: Samarbete mellan Aarhus universitet, Århus kommun och Partnerskabet idræt og sundhed i Århus.

- Verksamhet: Fokusområden som institutet arbetar med är upplevelseekonomin, livsstilssjukdomar, kost och fysisk aktivitet, stadsplanering och arkitektur, idrotts- och träningsutrustning.
- Web: <http://activeinstitute.dk/>

TIPS OCH KONTAKTER

Surfnoder

Kluster

Outdoor Sports Valley

- Samlar företag inom friluftssportsektorn. Baserat i Frankrike, Schweiz, Österrike.
- Web: <http://www.outdoorsportsvalley.org/>

Eurosima

- Förening som samlar privata och offentliga aktörer i ett kluster
- Web: <http://www.eurosima.com/>

Cold Hawaii

- Ambitioner att bli ett kluster för surfnäringen i Nordeuropa.
- Web: www.coldhawaii.eu

Industri

European outdoor group

- Förening för att representera den Europeiska friluftssportindustrins intressen.
- Web: <http://www.europeanoutdoorgroup.com/>

Federation of the european sporting goods industry

- Representerar sportproduktföretags intresse mot europeiska organisationer och organ.
- Web: <http://www.fesi-sport.org/>

Föreningar och övriga organisationer

European surfing federation

- Förbund för att framhålla surfingintressen i hela Europa.
- Web: <http://www.eurosurfing.org/>

Surf Camps Europe

- Samlar information om surfläger och events i hela Europa.
- Web: <http://www.surfcampseurope.com/>

Surfrider

- Stiftelse som arbetar för en hållbar utveckling gällande havs- och kustfrågor.
- Web: <http://www.surfrider.eu>

ASP Europe

- Det professionella surfingorganet i Europa. Driver tävlingsserierna the ASP World Tour, the ASP World Qualifying Series (WQS), the ASP World Longboard Tour (WLT), the ASP Pro Junior Series, the World Masters Championship, and Specialty Events.
- Web: <http://www.aspeurope.com/2011/index.php>

REFERENSER

Amnyos (2007), "Cultural and sporting events: an opportunity for developing tourist destinations and the tourist industry", Europakommissionen, DG Enterprise & Industry.

Braunerhielm & Andersson (2007), "Idrottens roll i samhället. Fallstudier i Värmland och Västergötland" modellbyggande för mätning av idrottens ekonomiska effekter", Fakulteten för samhälls och livsvetenskaper. Arbetsrapport 2007:5.

Dimitrov et. al. (2006), "Die makroökonomischen Effekte des Sports in Europa", Studie im Auftrag des Bundeskanzleramts, Sektion Sport, Wien.

European Commission (2007), "Whitepaper on sport", Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, hämtad 2011-06-23: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/pdf/sport/whitepaper-long_en.pdf

Fredman et. al. (2008), "Vilka är ute i naturen? Delresultat från en nationell enkät om friluftsliv och naturturism i Sverige", forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring, rapport nr. 1 juni 2008.

Fredman et. al. (2010), "Ekonomiska värden i svenskt friluftsliv" en enkätundersökning", forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring, rapport nr. 14, oktober 2010.

Kellet & Russel (2009), "A comparison between mainstream and action sport industries in Australia: A case study of the skateboarding cluster", Sport Management Review 12, s. 66-78.

Larsson (2010a), "Storleken på Sport Industry i världen och i Sverige", Idrottsekonometriskt Centrum, Lund 2010-11-27, opublicerad hämtad 2011-06-27: <http://www.caddie.se/wp-content/uploads/2010/11/Storleken-p%C3%A5-Sport-Industry-i-v%C3%A4rlden-och-Sverige.pdf>

Larsson (2010b), "Vad är sportens ekonomiska värde?", Idrottsekonometriskt Centrum, Lund, 2010-03-09 opublicerad, hämtad 2011-06-23: <http://www.iecsportanalys.se/sites/default/files/files/Sportsektorn-%20diskussion%20om%20storleken%20i%20dess%20ekonomi.pdf>

Mykletun, R. (2009). Celebration of Extreme Playfulness: ekstrem sportveko at Voss. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 9(2), 146-176.

Neirotti (2003), "An introduction to sport and adventure tourism" i Hudson (red.) Sport and adventure tourism, Hudson (red.), (s. 21-26). New York: The Haworth Hospitality Press.

Riksidrottsförbundet (2004), "Idrottens sociala betydelse. En statistisk undersökning hösten 2004", FoU-rapport 2005:5.

Riksidrottsförbundet (2010), "Idrotten i siffror" i RF:s verksamhetsberättelse 2010.

Sandström & Nilsson (2008), "Idrottens roll i samhället II. En modell för idrottsgenererande sociala och monetära effekter på samhället" Fakulteten för samhälls och livsvetenskaper. Arbetsrapport 2008:6.

