

# Sluttrapport

## Det treårige prosjektet «Opplev KulturNorge, OKN»

Hvordan kan samarbeid og samspill mellom  
kulturelle næringer og reiselivet videreutvikles?



Kunnskapsverket  
Nasjonalt senter  
for kulturelle næringer

Norske Festivaler i samarbeid  
med  
Norske Konsertarrangører  
og Kunnskapsverket  
Nasjonale senter for  
kulturelle næringer



Norske  
Konsertarrangører

<b>Versjon</b>	<b>2.0 pr. 16.3.2017</b>	
<b>Til:</b>	Kulturrådet	
<b>Kopi:</b>		
<b>Gradering:</b>	Ingen	
<b>Versjon</b>		<b>Dato</b>
1.0	Til behandling på møte i Styringsgruppen	6.3.2017
2.0	Til Kulturrådet	16.3.2017
<b>Innhold</b>		<b>Side</b>
<b>1.0</b>	<b>Om Opplev KulturNorge (OKN)</b>	2
<b>2.0</b>	<b>Arbeidsprosessen</b>	2
2.1	Fase 1 Forprosjektet 2014	2
2.2	Fase 2 Nasjonalt Pilotprosjekt 2015	3
2.3	Fase 3 Hovedprosjektet Formidlingsfasen 2016	3
<b>3.0</b>	<b>Aktiviteter og samlinger</b>	4
3.1	Fase 1 Forprosjektet 2014	4
3.2	Fase 2 Nasjonalt Pilotprosjekt 2015	4
3.3	Fase 3 Hovedprosjektet Formidlingsfasen 2016	5
<b>4.0</b>	<b>Finansiering</b>	5
<b>5.0</b>	<b>Dokumentasjon</b>	5
Vedlegg 1	Organisering	6

## 1.0 Om Opplev KulturNorge

<p>Vedl. 1 Om prosjektledelsen og samarbeidspartnere i det tre-årige prosjektet.</p>	<p>Opplev KulturNorge, (OKN), er et samarbeidsprosjekt mellom <b>Norske Festivaler, Norske Konsertarrangører og Kunnskapsverket - Nasjonalt senter for kulturelle næringer</b>.</p> <p>Norske Festivaler tok Initiativet til OKN våren 2013. Bakgrunnen var at de ønsket å følge opp flere nye kartlegginger av hvilke utfordringer og hindre som begrenser samarbeidet mellom reiseliv- og kulturnæringene.<sup>1</sup> Parallelt med disse planene utlyste Kulturrådet midler fra den nye «Støtterordningen for Kulturnæringer».</p> <p>Formålet med OKN har vært å finne konkrete løsninger på hvordan samarbeid og samspill mellom kulturelle næringer og reiselivet kan videreutvikles til felles beste. Prosjektet har vært gjennomført over en treårsperiode i tre ulike faser:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fase 1 Forprosjekt 2014</li><li>• Fase 2 Nasjonalt pilotprosjekt 2015</li><li>• Fase 3 Hovedprosjekt Formidlingsfasen 2016.</li></ul> <p><b>VisitOSLO AS</b> og <b>Visit Tromsø-Regionen AS</b> har vært samarbeidspartnere i hhv. fase 2 og 3. <b>Innovasjon Norge</b> har vært en viktig partner for prosjektet i fasene 2 og 3 ved å bidra med finansiering av konkrete aktiviteter og ledelse av workshop og samlinger. Prosjektet er finansiert av <b>Kulturrådet</b> gjennom «Støtteordning for Kulturnæringer» Og <b>Kunnskapsverket</b>. Det henvises til Kap. 4.0 for nærmere informasjon om finansieringen av OKN.</p> <p>Høsten 2013 ble <b>Heyerdahl Refsum AS</b> engasjert for å ivareta prosjektledelsen. En rolle selskapet har hatt i hele den treårige prosjektperioden. I vedl. 1 gis en kort oversikt over prosjektledelsen og samarbeidspartnere.</p> <p>Arbeidsprosessen og resultater for Fasene 1 og 2 ble evaluert av forsker Birgitta Ericsson, (Kunnskapsverket/ Østlandsforskning) og dokumentert i 2 arbeidsrapporter.</p> <p>Nedenfor gis en oppsummering av arbeidsprosessen, aktiviteter og samlinger i de tre fasene.</p>
--	---

## 2.0 Arbeidsprosessen

### 2.1 Fase 1 Forprosjektet 2014

	<p>Formålet var å samle og systematisere eksisterende kunnskap om samarbeidsrelasjoner, utfordringer og potensial for å oppnå bedre synergier mellom bedrifter innen kultur- og reiselivsnæring.</p> <p>Det ble gjennomført dybdeintervjuer av et utvalg medlemmer av festival- og arrangørorganisasjonene som deltok i prosjektet. Basert på innspill og kommentarer ble det utviklet forslag til en Sjekkliste med 10 konkrete punkter det bør gjøres noe med for å oppnå et bedre samarbeid mellom partene.</p> <p>Undersøkelsen og Sjekklisten ble presentert på <i>Nettverkssamlingen «Opplev KulturNorge – Har kulturarrangørene plass i reiselivet»</i> hos Kulturrådet 12. mars 2014. Vel 50 deltakere fra både kultur- og reiselivsnæringene var tilstede. Det var første gang det ble gjennomført en felles samling for disse partene. Deltakerne kom med innspill til forbedringer av Sjekklisten. De oppfordret sterkt til at de utfordringene som nå var avdekket, ble fulgt opp med konkrete tiltak. Sjekklisten er benyttet som utgangspunkt og faglig grunnlag for arbeid med prosjektet i fasene 2 og 3.</p>
--	---

1. Følgende tre rapporter er utarbeidet av Heyerdahl Refsum AS og kan bestilles hos [heyerdahl@online.no](mailto:heyerdahl@online.no): «Reiselivsundersøkelsen 2012- En kartlegging av museenes tilstedeværelse på Internett og interesse for samarbeid om økt synlighet og booking». «Forprosjektundersøkelsen «Synlige og bookbare museer 2013» «Synlige og bookbare festivaler 2012/13»

## 2.2 Fase 2 Nasjonalt Pilotprosjekt 2015

I Fase 2 var målsetting å jobbe konkret med hovedutfordringene definert gjennom arbeidet med Sjekklisten på en gitt destinasjon, (Oslo), med et sammensatt utvalg bedrifter fra de respektive næringer. Formålet var å validere hvorvidt Sjekklisten kunne brukes praktisk for å utvikle planverktøy og tiltak som kunne bidra til å løse samarbeids- og kommunikasjonsutfordringer. Det ble lagt opp til en samlingsbasert prosess hvor deltakere fra de to næringene jobbet sammen i møter og på seminarer og workshops med produksjon av innhold til en felles handlingsplan.

## 2.3 Fase 3 Hovedprosjekt Formidlingsfasen 2016

I Fase 3 ble kunnskap, praktisk erfaring og metode utviklet under de to foregående fasene utprøvd ved at dette ble løftet til en annen destinasjon; Tromsø. Her skjedde gjennomføringen i samarbeid med Visit Tromsø-Region AS, (VTR), som en del av deres egen satsing på kultur- og arrangementsturisme. Det var et ønske fra VTR om å se om arbeidsmodellen fra Oslo kunne overføres til dem.

I Tromsø arbeidet et utvalg aktører i fellesskap gjennom en samlingsbasert prosess med å identifisere problemstillinger relatert til Sjekklisten og mulige løsninger på disse. For OKN ville dette generere videre kunnskap om hvilke hensyn og mulige endringer i innretning og prosjektform som burde implementeres. Dette for å gjøre OKN til en universell metode for å utvikle bedre samarbeidsrelasjoner og synergier for optimal satsing på arrangementsbasert reiseliv.

### 3.0 Aktiviteter og samlinger

#### 3.1 Fase 1 – Forprosjekt 2014

Den 12.mars 2014 inviterte Norske Festivaler, sammen med Norske konsertarrangører og Sammenslutningen av Litteraturfestivaler, til en Nettverkssamling hos Kulturrådet.

Formålet med samlingen var å få innspill til forslaget til Sjekklisten, (jfr. avsn 2.1) hvor utfordringer for å lykkes bedre med samarbeidet mellom festival- og konsertarrangører og reiselivsnæringen skulle defineres nærmere.

Samlingen var et halvdagsseminar med innlegg fra Margit Kligen Daams (Innovasjon Norge), Per Olav Torgnesskar (Norsk Kulturråd), Anne Britt Gran (Handelshøyskolen BI) og Frode Aasheim (Norwegian Convention Bureau). Den endelige sjekklisten ble utarbeidet på bakgrunn av innspillene fra deltakerne på samlingen. Representanter fra ulike FoU-miljøer, (Universitetet i Nordland og Handelshøyskolen BI), kvalitetssikret innholdet i Sjekklisten. Den ble aktivt distribuert og gjort tilgjengelig for medlemmene prosjekteernes organisasjoner.

#### 3.2 Fase 2 – Nasjonalt pilotprosjekt 2015

Formålet med Fase 2 var å formulere en egen strategi- og handlingsplan for felles samarbeidstiltak mellom destinasjonsselskap, reiselivs- og kultur næringsaktører. VisitOSLO AS ble, etter møter og dialog, invitert til å være destinasjonsselskap for pilotprosjektet. Norske Festivaler og Norske Konsertarrangører stilte med sine medlemmer med tilknytning til Oslo-regionen. Deltakerne, 30 bedrifter fra både kultur- og reiseliv, arbeidet med et utkast til en felles handlingsplanen på møter og workshops. Planlagt implementering og gjennomføring av tiltak ble satt til 2016 og koordinert av VisitOSLO AS. Tiltakene skulle bidra til økt synlighet, profilering og salgspunkt på arrangementer. Det ble videre lagt vekt på at strategiske valg skulle bidra til økt lønnsomhet for enkeltbedrifter samt ha overføringsverdi og være relevante for en tilsvarende gruppe virksomheter i andre regioner.

Det ble gjennomført tre seminar i forbindelse med prosjektet Opplev Kultur-Norge i 2016:

- 23. april på DogA
- 2. juni på Operaen
- 2. oktober på Parkteateret.

Innovasjon Norge deltok med kursholder og innledere på to av de tre samlingene hvor de 30 deltakerne jobbet med planformulering gjennom bruk av modifisert og tilpasset Osterwaldermetodikk (Business Canvas Modelling). I løpet av høsten 2015 utviklet gruppen en felles «Handlingsplan for idretts og kulturarrangementer i Oslo 2016» i nært samarbeid med VisitOSLO. Deltakerne definerte selv ambisjonsnivået og kom fram til konkrete forslag til markedstiltak, (inkl. også for distribusjon og salg), som de ønsket å gjennomføre i fellesskap. Planen ble ført i pennen av VisitOSLOs OKNs Styringsgruppe og prosjektleder kommenterte utkast og kom med forslag til mulige tilpasninger og endringer.

På prosessnivå var det viktig at arbeidsmetode, organisering og prosjektgjennomføring var så pass generisk at et tilsvarende opplegg kunne gjennomføres av en lignende gruppe deltakere på en annen destinasjon.

### 3.3 Fase 3 - Hovedprosjekt formidlingsfasen 2016

Styringsgruppen, i samarbeid med VisitTromsø-Region (VTR), arrangerte tre seminar i forbindelse med prosjektet Opplev Kultur-Norge i løpet av 2016.

Tema for første seminar **8. april** var «*hvordan øke samarbeidet mellom arrangører, reiseliv og øvrig næringsliv til felles beste*»? Gjennomgang og diskusjoner om en felles forretningsplan for arrangementsturismeprosjektet for 2017 var sentralt tema. Videre ble samarbeidet med Plus Point, som skulle lage Tromsø sin offisielle turist- og opplevelsesapp, diskutert.

På det andre seminaret **27. mai**, holdt Greg Richards foredraget "*Why events are placed in the centre of strategies for change in cities*". Videre hadde Ann Jorid Pedersen fra Mimir et lengre innlegg om *opplevelsesdesign*. Det siste seminaret **15. september**, handlet om internasjonal distribusjon og salg med innlegg fra utvalgte turoperatører om deres forretningsmodeller, distribusjon og salg. Foredragsholdere var Ingrid Sakshaug, Tumlare Cooperation, Norge, Hans-Helmut Schild, Art Cities Reisen, Tyskland og Emily Deaman, Martin Randall, Storbritannia.

## 4.0 Finansiering

### Fase 1 Forprosjekt 2014 (NOK)

Kulturrådet Støtteordning for Kulturnæringer	100 000
Egeninnsats	256 750
<b>Sum</b>	<b>356 750</b>

### Fase 2 Nasjonalt pilotprosjekt 2015 (NOK)

Kulturrådet Støtteordning for Kulturnæringer	200 000
Prosjektdeltakerne og Innovasjon Norge	28 522
Kunnskapsverket	210 000
<b>Sum</b>	<b>438 522</b>

### Fase 3 Hovedprosjekt Formidlingsfasen 2016 (NOK)

Kulturrådet Støtteordning for Kulturnæringer	200 000
Kunnskapsverket	116 512
Kunnskapsverket øremerket Håndbok	100 000
VisitTromsø-Region AS	50 000
<b>Sum</b>	<b>466 512</b>

## 5.0 Dokumentasjon

På det avsluttende møte i Styringsgruppen for OKN 6. mars 2017 ble det vedtatt at alle dokumenter i det treårige OKN-prosjektet skal gjøres tilgjengelig via Dropbox. Prosjektleder Elisabeth Heyerdahl Refsum er ansvarlig for å oversende dette innen utgangen av mars til Anders Rykkja, Norske Festivaler som besørger utleggingen.

## Vedl. 1

### Kort om prosjektledelse og samarbeidspartnere det 3-årige prosjektet «Opplev KulturNorge»

#### Prosjekteier:

**Norske Festivaler (NF)** ble etablert i 1997. Organisasjonen er eid av over 80 norske kunst- og kulturfestivaler og er en ledende nasjonal og sjangeroverskridende nettverksorganisasjon for norske kulturfestivaler. Formålet til NF er å være et organ for samarbeid og utvikling for norske festivaler. NF jobber for å styrke kulturfestivalenes posisjon, spre kunnskap om medlemmenes festivaler og profilere disse nasjonalt og internasjonalt.

#### Samarbeidspartnere:

**Norske Konsertarrangører, (NKA)** ble etablert i 1982 under navnet Norsk Rockforbund og endret navn våren 2014 til Norske Konsertarrangører. NKA er konsertarrangørenes interesse- og kompetanseorganisasjon. Videre har de vel 300 medlemsorganisasjoner blant festivaler, spillesteder, rockeklubber, bluesklubber og studentsamfunn. NKA skal arbeide for å gi medlemsorganisasjonene et tilbud som gjør dem i stand til å utvikle seg og være dyktige arrangører over tid, samt bidra til å øke profesjonaliteten i arrangørleddet.

**Kunnskapsverket - Nasjonalt senter for kulturelle næringer** er opprettet etter anbudskonkurranse / utlysning fra KUD i 2014. Senteret skal jobbe med å utvikle et helhetlig kunnskapsgrunnlag som skal bidra til utvikling av kulturnæringene, og er frittstående senter forankret ved Høgskolen i Lillehammer (HIL). Det skal samle inn, bearbeide og analysere norsk og internasjonal erfarings- og forskningsbasert kunnskap og formidle relevant kunnskap som er tilpasset senterets målgrupper.

Birgitta Ericsson er medlem av teamet/nøkkelpersonalet til Kunnskapsverket. Hun er samfunnsplanlegger (diplomkandidat/master) med førsteamanuensiskompetanse i samfunnsfag (reiselivsfag/markedsføring/turisme) siden 1990 og forsker 1 ved Østlandsforskning. Hun har arbeidet med samfunnsfaglige problemstillinger innenfor undervisning, forskning og utredning om festivaler, kulturarrangementer, reiseliv, kulturnæringer, og annen tjenesteytende næringsvirksomhet samt fritidsaktiviteter mer generelt i over 30 år.

#### Prosjektledelse

**Heyerdahl Refsum AS (HR)** har ivaretatt prosjektledelsen av OKN siden starten i 2013. Selskapet har prosjektledelse av nasjonale og regionale utviklingsprosjekter innen reiseliv og kultur som spesialfelt. De har i 25 år bistått norske reiseliv- og kulturbedrifter, offentlige myndigheter og organisasjoner med et bredt spekter av oppdrag. Daglig leder/eier Elisabeth Heyerdahl Refsum har en Master of Management grad fra Handelshøyskolen BI og har arbeidet i norsk og internasjonalt reiseliv i en årrekke. Hun samarbeider med et nettverk av flinke rådgivere og setter sammen faglige prosjektteam ut i fra oppdragsgivers ønsker og behov.

#### Pilotbedrifter:

##### **Fase 2 Pilotfasen 2015:**

**VisitOSLO AS** ble opprettet som aksjeselskap i 1992 og avløste den halvkommunale stiftelsen Oslo Promotion og Oslo Reiselivsråd. De totale driftsinntektene i 2015 var vel 82 mill. kroner, Antall ansatte er 27. VisitOSLO AS er hovedstadsregionens markedsføringsselskap for reiselivet. Selskapet står også for driften av turistinformasjon i Oslo, samt produksjon av trykket og elektronisk informasjon som tilreisende, næringen og regionens befolkning har behov for.

##### **Fase 3 Hovedprosjektet Formidlingsfasen 2016:**

**Visit Tromsø-Region AS, (VTR)**, ble stiftet i 2009 og er et destinasjonsselskap for ca. 200 foretak tilknyttet reiseliv i Tromsø kommune og kommuner utenfor Tromsø. Forretningskontor er i Tromsø sentrum. Selskapet har 12 årsverk og en omsetning på tilnærmet 18,7 millioner kroner i 2015. VTR er fellesmarkedsfører for reiselivsbedrifter i Tromsø-regionen, som sammen jobber med merkevarebygging av Tromsø som attraktivt reisemål. Selskapet arbeider for å styrke disse bedriftenes konkurransekraft og markedsposisjon innen markedene kurs/konferanse og ferie/fritid. Selskapet skal gjennom systematisk og profesjonell markedsføring, salg og produktpakking bidra til flere tilreisende til regionen og økt omsetning for våre samarbeidspartnere.