



Business X-Country

2017–2021

Innehåll

- 3. SAMMENDRAG
- 4. BAKGRUNN
- 5. AKTIVITETER
- 6. PROSJEKTMÅL
- 11. INDIKATORER
- 12. GRENSEOVERSKRIDENDE MERVERDI
- 13. HORIZONTALA KRITERIER
- 15. RESULTAT OG EFFEKTER
- 17. AKTIVITETER OG ØKONOMI
- 18. KOMMUNIKASJON
- 19. VEIEN VIDERE



Sammendrag

Business X Country har varit ett Interreg-prosjekt mellan Norges Skiforbund NSF och Svenska Skidförbundet SSF under tiden 2017-2021.

Projektets huvudmål har varit att utveckla nya och innovativa arbetsmetoder för näringslivsutveckling kopplat till idrottsevenemang. Parallellt blev metoden använt för att förstärka konkurrenskraften hos företag vi samarbetar med regionalt och internationalt.

Målet har vært å tydeliggjøre grensehindrene og minske disse gjennom å øke samarbeidet mellom det Norske og det Svenske skiforbundet gjennom arrangementer og seminarer som gir gode konkurransefordeler for sporten og for våre samarbeidspartnere.

Hållbarhet, miljö- och klimatfrågor har också varit ett stort fokus under projektets genomförande och har ligget som horisontelle kriterier gjennom prosjektperioden.

Sponsorerna och de företag som finns kring sporten har alltså medverkat i projektet genom möten, nätverk och den sponsring företagen ger till verksamheten. Avsikten har varit att genom möten, nätverkande och nya samarbetsformer finna innovativa idéer och nya arbetsmetoder med dessa partners. Vi har gjennomført konferanser, seminarer, business to business "speed dating", erfaringsutveksling og workshops for nasjonalt og internasjonalt næringsliv. SMBene som har vært involvert i prosjektet har fått et økt nettverk og etablert nye forretningsmessige avtaler.



En kort film som sammanfattar projektet finns att se på:
vimeo.com/563162961/083dece375

Summary

The Interreg-project Business X-Country has been a collaboration between the Norwegian Ski Association and the Swedish Ski Association during the time period 2017-2021.

The main goal has been to develop new and innovative working methods for businesses in connection to sports events, and create a closer collaboration between the ski associations in Norway and Sweden. In addition, the method has been used to enhance the competency amongst our partners regionally as well as internationally.

Sustainability and climate change has been in focus during the project and are amongst our horizontal criteria's.

Our partners, sponsors and the businesses surrounding the sport, have taken an active part in the project through meetings, networking events and direct sponsorships into our sport. We have arranged conferences, seminars, B2B speed dating events and workshops. The SMB's involved has gained a larger network and new business deals has been established across borders.

Bakgrunn

Norges Skiforbund (NSF) og Svenska Skiförbundet (SSF) har som hovedmål å skape positive verdier for den enkelte og samfunnet og dermed styrke skiidrettens posisjon som engasjerer innbyggerne og som drivkraft i samfunnet.

Gjennom vår virksomhet bidrar vi til gode oppvekstvilkår, naturopplevelser og i arbeidet med folkehelsen. Med våre kretser og foreninger er vi representert i hele Norge og Sverige. Interreg-prosjektet Buisness X-Country har vært en unik anledning til å utvikle og utnytte skiforbundenes rolle som samfunnsaktører ved å ta et større ansvar for å skape forutsetninger for vekst i norsk og svensk næringsliv.

Prosjektägare har varit de båda nationella skidförbunden och projektet har därför avsett hela programgeografin inom Interreg Sverige-Norge. Utgångspunkten har varit att utveckla och fördjupa samarbete mellan längdskidåkningen och näringslivet/sponsorer på ett sådant sätt att båda parter blir vinnare och tillväxten därmed ökar. En viktig del är att tydliggöra gränshindren och minska dessa genom att öka samarbetet mellan Norska och Svenska skidförbunden, t.ex. genom gemensamma större arrangemang som kan ge goda konkurrensfördelar för såväl sporten som de företag som finns kring längdskidåkningen. Det kretsar en stor mängd företag kring de norska och svenska skidförbunden utan att det finns någon modell för samarbetet om hur företagen kan bli en del i utvecklingen av sporten.

I dette prosjektet skal vi utnytte skiforbundenes evne til å fremme prestasjonskulturer og vinnermentalitet og vår unike nasjonale og internasjonale posisjon og omfattende nettverk på en måte som gir økt konkurransekraft for SMB`ene; det skal posisjonere selskapene, motivere de ansatte og bidra til fremtidig vekst. Å jobbe tettere på konkurrentene, med næringslivet på den andre siden av nasjonsgrensen og i et europeisk perspektiv vil gjennom vårt interreg-prosjekt bli en konkret, tilgjengelig og god introduksjon for SMBene til internasjonalisering, innovasjon og til nye markeder.

Aktiviteter

Norges Skiforbund (NSF) og Svenska Skiförbundet (SSF) vil med alle sine langrennsutøvere og nasjonale og internasjonale arrangement som sterke og attraktive "motorer" bidra til:

- Utveckla en gemensam marknad för norskt och svenskt näringsliv.
- ge næringslivet ökad konkurrenskraft, innovationer och internationalisering.
- skapa attraktiva regioner för arrangemang, utövare, samarbeitpartners och publik.

Prosjektorganisering

Styringsgruppen til prosjektet Business X-Country bestod av prosjektledere fra Norske og Svenske Skiforbundet, samt representanter fra våre hovedsamarbeidspartnere SpareBank 1 og Vattenfall. Gjennom prosjektperioden har vi hatt regelmessige møter og prosjekttreff både i Norge og Sverige. Samarbeidet har fungert bra, og vi ser at det har vært til god nytte for alle parter i prosjektgruppen.



Styringsgruppe



Anders Södergren
SVENSK PROSJEKTLERER SSF



Åselinn Krane Hemidal
NORSK PROSJEKTLERER NSF



Malin Westhed
MARKNADSCHEF LÅNGD SSF



Emil Weberg Gundersen
MARKEDSDANSVARLIG LANGREN NSF

Prosjektmål

Hovedmålet for prosjektet består av to dimensjoner. Det er å utvikle en ny og innovativ arbeidsmetode for næringslivsutvikling av små og mellomstore bedrifter. Parallelt skal metoden brukes for å styrke konkurransen hos disse bedriftene regionalt og internasjonalt.

Ut fra prosjektets hovedmål har vi lyktes spesielt godt i å øke SMBenes konkurransekraft over landegrensene. Mange SMBer har blitt introdusert for hverandre i et større nettverk som de har fått god nytte av. Innenfor utviklingen og kommersialiseringen av arrangementsteknologi, har vi spesielt oppnådd gode resultater på streaming av arrangementer som Scandinavian Cup og Norsk/svenske cuper. Her skulle vi gjerne sett at vi hadde kommet lenger i testing og utvikling av teknologi som forenkler formidlingen og fornyer opplevelsen av alle typer sportsarrangementer som arrangeres på en langrennsarena.

Delmål 1

Fremme SMBers konkurransekraft og internasjonalisering

Skiforbundene har utnyttet vår sterke nasjonale og internasjonale posisjon som attraktiv samarbeidspartner til å skape økt konkurransekraft, evne til innovasjon og internasjonalisering av næringslivet (SMB). Nye og eksisterende samarbeidspartnere har blitt tatt med inn i prosjektet, samt andre næringslivsaktører som ikke er direkte samarbeidspartnere.

Aktiviteterna har varit att arrangera mötesplatser och arenor mellan längdskidåkning och de företag och organisationer som stöder sporten. Syftet har varit att härigenom skapa nätverksbyggande som över tid ger hållbara samarbetsformer mellan sporten och sponsorerna. Det har också varit viktigt att hitta samarbetsformer och områden som utvecklar sponsorrelationerna på ett sådant sätt att båda parter blir vinnare. En tanke har varit att skapa s.k. business to business möten med alla samarbetspartners och sponsorer dels i anslutning till tävlingar och dels inom projektets ram på annan tid.

Dette har vært arenaer i tilknytning til VM, verdenscup og Scandinavisk Cup. Vi har også etablert nye arenaer i form av digitale møteplasser for våre partnere, spesielt i avslutningen av prosjektet og covid-året 2020.

I sum tar vi dermed aktivt i bruk hele programgeografien til Interreg Sverige Norge programmet. Vi har gjennomført konferanser, seminarer, buisness to buisness "speed dating", erfaringsutveksling og workshops for nasjonalt og internasjonalt næringsliv. SMBene som har vært involvert i prosjektet har fått et økt nettverk og etablert nye forretningsmessige avtaler.

Det er dette punktet vi har lyktes aller best med i prosjektet. Og to lærdommer vi tar med oss videre, er at skal man lykkes med å etablere et større marked for SMBer, er gode møteplasser svært viktig.

Analys av det gränsöverskridande mervärdet: Nätverket som projektet skapat av norska och svenska företag stärks mer och mer genom våra återkommande möten och träffar. Men möteplassen i seg selv er ikke nok for å skape de gode resultatene. Innholdet i workshops og seminarer som vi har arrangert, har vært utslagsgivende for de resultatene som er oppnådd ved nye samarbeid. Projektet ser att det även hålls kontakt mellan företag utan vår inblandning, vilket är glädjande.

En viktig dimension i detta är givetvis lärandet där ländernas sponsorer har mycket erfarenheter att delge varandra vilket också skett vid några tillfällen främst mellan de stora sponsorerna. En annan utmaning är att öka andelen små och medelstora företag i sponsorgruppen, här är det också viktigt att utveckla kontakterna och samarbetet mellan sponsorerna dels genom nätverken i näringslivet och dels genom att skidförbunden kan matcha företagets behov av marknadsföring mot sportens aktiviteter och arrangemang.

Resultatmål 1.1:

Mer enn 400 SMBer har blitt introdusert eller etablert seg i et større marked.

Resultatmål 1.2:

Vi lykkes i å etablere et nettverk bestående av 200 norske og svenske bedrifter.



Ski Tour Östersund, 2020.

PROSJEKTMÅL

En av de virkelig største aktivitetene vi har gjort sammen, er opplegget vi hadde rundt VM i Seefeld i 2019. Her var målet å skape en arena og en møteplass for svenske og norske sponsorer og øvrig publikum. Tilsammen hadde vi med oss over 1500 samarbeidspartnere til Seefeld. Gemensam samlingspunkt var lastbilstrailern som stod precis där all publik gick in till skidstadion, så det var en stor genomströmmning av folk. Traileren hadde møterom i 2.etasjen og oppholdsrom i 1.etasje for våre partnere. Den var dekorert på Svensk/Norsk vis, med bilder av store idrettshelter fra de to landene, og var logotert med Business X-Country Interreg. TV2 Norge hadde sin trailer rett ved siden av, der de kjørte daglige VM sendinger.

Inför varje tävling hade vi en öppen lägesgenomgång där även all genomströmmande publik kunde delta. Flere gjester var på podiumet i forkant av konkurransene, bla. tidligere og daværende landslagsløpere, trenere, og profilerte TV-personligheter. Många uppmärksammade vårt samarbeide över gränserna och tyckte det var helt rätt väg att gå.

Lägesgenomgång framför lastbilstrailern som var en gemensam samlingsplats under VM i Seefeld 2019.



Delmål 2

Utvikle og kommersialisere ny arena- og arrangementsteknologi

Prosjektet skal ha testet og demonstrert teknologi som forenkler formidlingen og fornyer opplevelsen av alle typer sportsarrangementer som arrangeres på en langrennsarena.

I en tidlig fase startet vi med å gjøre oss mer synlig og få idretten vår ut til flere mennesker, samtidig skape merverdi for arrangementene og våre samarbeidspartnere. Webbsendingar tar allt store del av normalt tv tittande och det ville vi vara med och utnyttja. Vi har ikke bare forholdt oss til nasjonale cuper og Skandinaviske cuper, men også utvidet dette til World Cup og Verdensmesterskap. Gjennom programperioden har vi oppnådd over 2 millioner streams på våre plattformer. Vi har gjennomført 25 partnersendinger digitalt, og produsert 38 kommersielle live programmer på våre sosiale medier i forbindelse med arrangementer. Dette er del av en langsiktig satsning på sport og sportsopplevelser som et eget innovasjonssområde, med videre målsetning om å forsterke interessen for sporten gjennom flere ulike kanaler.

Ambisjonen har vært å skape produkter og tjenester som gjør vinteridrett mer tilgjengelig for flere utøvere, mer interaktiv for tilskuere i arenaen og publikum som følger arrangementet via TV, mobil eller nett. Innovasjoner innenfor vinteridrett kan i tillegg til å gi enorme kommersielle muligheter for vårt næringsliv også skape økte forutsetninger for en mer aktiv livsstil og gi et vesentlig bidrag til folkehelsen.

2mn
Streams

25
Partner-
sendinger

38
Live
programmer

Equinor Norges Cup streaming 2019



Delmål 3

Skape ny arbeidsmodell for utvikling og tilvækst over grensen

Resultatmål 3.1:

Utvikle og å ta i bruk en modell og et verktøy som gir skiforbundene økt konkurransekraft i samarbeid med SMB

Resultatmål 3.2:

Utvikle konkurranseformer/ type arrangement som øker attraktiviteten og engasjementet for å kunne samarbeide med SMBer gjennom hele året.

En effektiv markedsorientering består av nettverk, posisjonering og kunnskapsinnhenting. Gjennom prosjektet har vi lagt til rette for at norske og svenske SMB'er utvider sine nettverk, og vårt hovedmål innenfor dette har vært å fokusere på bærekraft.

Bærekraftsengasjementet har økt gjennom prosjektets gang. Når vi startet opp arbeidet med å planlegge hva vi kunne gjøre for å skape tilvækst og utvikling gjennom Ski Tour 2020, var det viktig at vi hadde et felles tag mot en grøn Tour där vi gjennom samlat engagemang skulle nå lengre. Med engasjerende samarbeidspartnere klarte vi å bidra inn i Touren med et bærekraftsperspektiv.

Arbeidet med Tour 2020 viser åter igen att det skapar samhörighet trots skilda branscher och intressen. Viljan att göra något bra tillsammans var sterk. Inte minst att tillsammans jobba för ett bättre klimat och hur vi også i framtiden kan genomföra stora arrangement på ett hållbart sätt ur både økonomisk, miljø och klimatsperspektiv. Dette har også medført økt kunnskap om bedriftenes samfunnsansvar, forretningsutvikling og internasjonalisering.

Förbunden har också gjennom det siste året av prosjektperioden, hittat sätt att jobba digitalt med aktivering via digitala träningar och föreläsningar för att stärka samarbeten. Det negativa är såklart att man tappar fördelarna med att kunna träffas fysiskt vilket är viktig i nye samarbeten och relationer.

Arbeidet med att engagera oss själva tillsammans med samarbeidspartners i hållbarhetsfrågorna har nu lett till att Svenska skidförbundet har tillsammans med Actemium som är en relativt ny partner skapat nåt som heter hållbarhetsresan. Det genomförs under senare delen av sommaren och i kort innebär att vi förflyttar oss från Skellefteå i norr till Göteborg i söder. På vägen stoppar vi upp på strategiska ställen och lyfter viktiga hållbarhetsfrågor och engagerar både övriga samarbeidspartners och föreningar och organisationer på vägen.



Interreg projektet har varit givande ur många olika perspektiv, partners har fått chansen att mötas och diskutera viktiga områden som påverkar sporten, såsom flourvalla och doping. Vi har kjent att våra diskussioner varit konstruktiva och att vi fått gehör för våra synpunkter. Det har även varit viktig for vår del att kunna diskutera aktiveringar og idéer for våra partnerskap med respektive Skidförbund och kunna inspirera varandra.”

Åsa Rolke, Våttenfall

Indikatorer

Aktivitetsindikatorer

Aktivitetsindikatorer enligt beslut	Mål-värde enligt beslut	Hittills uppnått sedan projekt-start	Kommentar
Antal företag som får stöd annat än ekonomiskt	200	183	Ikke fullstendig måloppnåelse, men vi er fornøyd ut i fra de forutsetningene vi hadde når covid-19 slo til.
Företag som genom åtgärden etablerat sig på en större marknad	5	7	Northug, Dählie, Hoka One One, IDT, Volvo, Garmin, Craft
Företag som inlett exportsatsning	3	3	Koment, Vattenfall, IDT



Grenseoverskridende merverdi

Gjennom hovedaktivitetene har vi oppnådd:

- å skape gode relasjoner på tvers av landegrensene
- delt kunnskap og verdifull kompetanse
- økt konkurransekraften for våre partnere.

Prosjektet har fokus på grenseoverskridende merverdi rundt Nettverksbygging som ressurs. Interreg-prosjektet har utgått fra at kontakter og nettverk er sentrale for företag, enskilda entreprenörer och innovatörer och att de oftast är starkt kopplade till de miljöer de verkar i.

Nätverket som projektet skapat av norska och svenska företag stärks mer och mer genom våra återkommande möten och träffar. Dom företag som tidigare skapat samarbeten över gränserna fortsätter att hålla kontakten

Digitaliseringen har gjort att det är betydligt lättare att samla våra nätverk. Det har annars varit svårt att få till mer än i begränsat antal. Det är en modell av möten i vilken vi ser stor utvecklingspotential.

Att vi den siste perioden av projektet inte kunnat ha fysiska träffar gör det svårare att knyta riktigt bra band för de nya i nätverken, men genom våra digitala träffar har de bibehållits. Här vill vi genom nya digitala plattformar kunna göra att de kommer närmare varandra utan att fysiskt träffas. Vi ser en stor vinning både hållbarhetsmässigt och ekonomiskt för förbund och samarbetspartners.

Sponsortreff i Stockholm 2019, SpareBank 1 og Våtenfall.



Horisontale kriterier

Integrering av hållbar utveckling, like möjligheter och jämställdhet

Bærekraftig utvikling

Et annet fokus som har ligget til grunn i all aktivitet vi har gjort, er fokuset på bærekraft, miljø og klimaspørsmål. Ettersom langrenn og andre skiaktiviteter som forbundene representerer er avhengig av snø og påvirkes sterkt av klimaforandringene, er det ekstra motiverende å kontinuerlig jobbe med dette i all aktivitet vi gjør.

Åre Langrennssjef Espen Bjervig, Åsa Rolke Våttenfall og Anders Södergren
prosjektleder SSF, Ski Tour 2020.



I selve prosjektsøknaden var det ikke lagt like mye vekt på disse horisontale kriteriene, men vi har sett gjennom prosjektet at dette er noe vi ville rette fokus på. Våre samarbeidspartnere ser på sine sitt samarbeid med oss, som en del av deres klimastrategi. Og det har spesielt i de senere år vært et større trykk fra våre partnere om at vi også skal gjøre vårt for å være med i utviklingen og rette større fokus på nettopp dette med bærekraft. Det gir en stor merverdi å tenke bærekraft i alle de aktiviteter vi utfører i skiforbundene, både med våre samarbeidspartnere men også gjennom arrangement og større prosjekter.

Skidförbunden är några av de mest jämställda förbunden, men på olika områden är merparten män. Vallning är ett exempel ett område som har varit svært att rekrytera kvinner, men vi jobbar för att hitta de som har ett stort interesse og kunnskap i det området också. Ett par kvinner har varit med i vinter och valla på högsta nivå. Både VM i Oberstdorf och Junior VM. Samma gäller tränare, men där har vi kommit längre genom olika ledarprosjekt och det är lättare att rekrytera. Övriga delar har projektet kommit langt i den frågan.



Hollbarhetsseminar WC, i Falun 2018. Norsk landslagstrener og svensk langrennssjef.

Både NSF och SSF tar genom projektet ett strategisk grepp genom att utarbeide en Hållbarhetsstrategi (SSF) och tillkomsten av ett Miljøråd (NSF). Här har också medverkande sponsorer/företag i projektet spelt en viktig och pådrivande roll enligt projektledningen.

Vi har också kommit en bit på vägen genom olika engagemang og sätt att tänka. Vi förbrukar mindre resurser i form av kläder og annat material. Installation av solceller på kontoret. Laddstolpar till elbilar. En annan åtgärd är att vi har klimatkompensert för flygresor från en fond vi byggt opp gjennom att sälja överskott av kläder og återbruk av förra säsongens kläder. Det har generert over 350 000kr.

Svenska skidförbundet gör tillsammans med samarbeidspartners en hållbarhetsresa gjennom Sverige för att belyse ulike hållbarhetsinitiativ med nedslag på strategiska platser. Svenske Skiforbundet arrangerte et "Hollbarhetsträff" i forbindelse med World Cup i Falun 2018. Flere av de store norske samarbeidspartnere tok turen over grensen og deltok den helgen.

Ski Tour 2020 – en Grøn Tour var et arrangement vi valgte å ta del i, og jobbet med temaet på flere sponstoreff i forkant. Når Touren startet i Östersund, samlet norske og svenske sponsorer seg til föreläsningar med tema Hållbarhetsarbeide av Norske Skidförbundets huvudsponsor – SpareBank1, Scania Sverige og Svenska Skidförbundet. Hållbarhetstältet i sponsorbyn med bidrag från Folksam, Life, Vattenfall, Michelin, Garmin og Bliz.

Resultat og effekter

Før vi startet interreg-prosjektet Buisness X-Country hadde vi ingen nære relasjoner over grensen, hverken mellom skiforbundene eller mellom våre partnere. Gjennom det nettverket har flere av våre partnere klart å skape nære buisness-relasjoner på tvers av grensen.

Flere norske partnere har gått inn i samarbeid med svenske skiforbundet og motsatt. Dette ser vi er et direkte resultat av det grenseoverskridende nettverket som har utviklet seg gjennom disse årene, og dette er noe som kommer til å fortsette også i tiden fremover. Den siste, og aller største avtalen var da den svenske klesleverandøren Craft signerte avtalen som hovedsponsor for det norske langrennslandslaget innen bekledning, en avtale som strekker seg over 5 år. Norge og Sverige står nå med samme samarbeidspartner på bekledning.

Prosjektet har kommit att ha fokus på de områden som både är en överlevnads- och utvecklingsfråga för sporten. Speciellt på klimat- och hållbarhetsarbetet, insatserna för att skapa nya och innovativa relationer med sponsorer och näringsliv samt det fördjupade samarbetet mellan Norska och Svenska skidförbunden för att bl. a kunna skapa större gemensamma arrangemang. Projektet har inom dessa områden påbörjat viktiga processer som kanske är det viktigaste resultaten av projektarbetet.

Ut fra undersøkelser som er gjort, har vi kommet frem til at følgende har vært av betydning for samarbeidet NSF-SSF gjennom perioden:

- Økt nærhet til det svenske skiforbundet og deres støtteapparat, utøvere og partnere. Gitt en ny dimensjon for våre partnere.
- Utbyttet med NSF personal (främst marknad) och deras sponsorer där vi hjälpts åt lyfta och belysa viktiga frågor och skapa värdefulla arrangemang.

Tillsammans blir vi starka så väl i våra respektive länder som internationellt. Vi kommer til å fortsette med Svensk-Norske sponsortreff også i tiden fremover. Utbytte av disse treffene er stort, og vi ser på å videreutvikle dette inn mot et VM i Trondheim i 2025. Norge og Sverige er store nasjoner i langrennssammenheng, og vi står i en slik posisjon at det også er vårt ansvar at idretten er både bærekraftig men også at den kan videreutvikles, ikke bare i Scandinavia – men i hele verden. Vi er avhengig av konkurrenter fra mange nasjoner for at idretten ikke skal dø ut.

Den digitale satsningen vi har gjort de siste årene, viser seg å være svært vellykket. I 2020 måtte vi tenke nytt, og det har gitt resultater. Vi ser nå at det er enda færre hinder i å samarbeide over grensen. Vi skal fortsätta

arbeidet med å skape møtesplasser og arenor for sponsorer og næringsliv kopplat til längdskidåkningen og gå vidare med å utvikle partnerskap og innovative samarbeidsformer.

Den jevnlege kommunikasjonen for å oppretthalde gode relasjonar er vel så viktig, og vi ser at dette nå kan gjerest digitalt. Vår neste store satsning blir å se på hva vi kan gjerest frem mot, og i forbindelse med et VM i Trondheim i 2025, både i form av å utvikle et større marked for norsk og svensk næringsliv men også utvikle nye innovative arbeidsmetoder og kommersialisere arrangementsteknologien. Vi ønsker å være en attraktiv partner for sponsorer i et bærekraftsperspektiv, derfor må vi jobbe vidare med miljøspørsmål, og legge disse til grunn i alt arbeid vi gjerest. Teknologien skal utviklest vidare, dette gjelder både innenfor arrangement og forsterke opplevelsen for publikum på alle digitale plattformer som feks. streaming, sosiale, medier og TV.

NSF Langrenn mottar Sponsor- og Eventforeningen sin pris for "Årets Idrettsobjekt". I en annerledes vinter med Covid-19, der vi normalt sett ville hatt med oss 1500 sponsorer til VM i Oberstdorf måtte vi tenke nytt. Vi tok med våre sponsorer til VM digitalt via sendinger fra Nydalen i Oslo. Derfra viste vi og kommuniserte direkte med utøvere og lag i Oberstdorf rett til ansattes hjemmekontor. Dette var også et tett samarbeid med SSF og deres egne digitale VM-sendinger, der vi hver eneste dag gjennom VM fikk siste status også fra den svenske leiren. En erfaring å bygge på uansett pandemi eller ei. Aldri har det norske og svenske skiforbundet "tatt med seg flere sponsorer til VM".

Juryens begrunnelse var følgende:

VM på hjemmebane / Digitale kommersielle grep 20/21 – NSF Langrenn. Pandemien vi står i satte begrensning for oss alle. For NSF langrenn betydde dette, at deler av produktet de selger, ikke lenger var mulig å levere til sponsorene. Men, med bruk av digitale kanaler, klarte de å skape nye muligheter for å spre innhold og å skape egne arrangement digitalt. Juryen har troen på at denne måten å jobbe på, ikke kun er en nødløsning dette året, men er reel utvikling som NSF Langrenn og sponsorene vil ha glede også vidare. Caset er til inspirasjon for flere forbund!"

NSF Langrenn firar att ha mottagit pris for "Årets Idrettsobjekt"



Alla vinnare hittar du på:
sponsoroeventforeningen.no/nyheter/vi-gratulerer-alle-vinnere-og-nominerte

Aktiviteter og økonomi

Ettersom året 2020 ble sterkt påvirket av Covid-19, fikk vi ikke gjennomført det avsluttende sponstoreffet fysisk slik som vi hadde planlagt. En utsettelse av prosjektet slutt ble innvilget, men selv om den nye prosjektperioden strakk seg til mars 2021, fikk vi likevel ikke gjennomført et samarbeid for VM i Oberstdorf slik vi hadde planlagt. Dette ble likevel erstattet med et digitalt samarbeid under VM, og tross omstendighetene dette siste året, har vi klart å avslutte prosjektet på et nivå vi er fornøyde med. Vi har lyktes i å knytte sterke bånd mellom våre samarbeidspartnere på tvers av grensen, noe som kommer til å fortsette i tiden som kommer. Uavhengig av prosjektet eller ei, kommer kontakten til å opprettholdes, og vi ser på å få til nye treff allerede høsten 2021.

Norske och svenske sponorer sammen.





Norska Therese Johaug och svenska Frida Karlsson firar efter damernas 30km under VM i Seefeld i Tirol 2019.

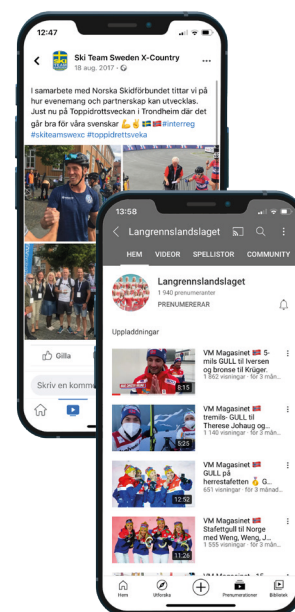
Kommunikasjon

De kanaler vi kommuniserat genom, förutom de träffar vi genomfört med sponsorerna, är nyhetsbrev som kommer ut kontinuerligt en gång i veckan under vintermånaderna, og litt sjeldnere i sommermånedene. De strækker sig till olika målgrupper som vi anpassar innehållet för. Det är skidsverige där föreningar och inblandade i sporten får ett, fans och ett till sponsorerna. Här kommuniserar vi såklart hur det går rent sportsligt, men även de viktiga bitarna i projektet.

Skidfoldern är också en viktig kanal där vi beskriver det vi jobbar med i Projektet, det samme gjelder hjemmesiden til skiforbundet og nyheter som publiseres der.

I övrigt har svenska och norska skidförbunden jobbat för att stärka våra egna kanaler och sociala medier, där når vi en stor skara följare. Det svenska VM magasinet nådde drygt 250 000 tittare i egna kanalerna, vilket är väldigt bra siffror. Det samme resultatet så vi på VM magasinet i Norge, som ble distribuert på både Facebook, Instagram og Youtube med totalt over 200 000 seere.

Interreg och EU loggan har funnits med i samtlige sändningar av VM magasinene og nationella cuperna både i grafiken og tryckt material.



Länk till längdmagasinet

https://www.skidor.com/globalassets/langdakning/bilder/20202021/langdmagasinet/ssf_xc_2020.pdf

Lenke til VM Magasinet

<https://www.youtube.com/channel/UC6F0LFGbuGLcXHbm6psTaUw>

Länk till VM Kollen

<https://www.youtube.com/watch?v=FkAwxjdjKrQ>



Veien videre

Förbunden vill nu fortsätta samarbetet och i ett nytt gemen- samt interregprojekt ta vara på och vidareutveckla de resultat som det tidigare projektet genererat. Som en grund för ett nytt huvudprojekt vill parterna genomföra en förstudie med inne- hållet identifiering och kommunikation med olika intressenter/ partners, utveckling och förankring av projektaktiviteter samt fastställande av framtida projektfinansiering. Förstudiens mål- sättning ska vara en genomarbetad och väl förankrad interre- gansökan.

I ett eventuellt kommande huvudprojekt ska ett stort fokus ligga på en fortsatt utveckling av olika plattformar, mötesplatser och verktyg som möjliggör konkret samverkan och optimal affärsnytta för svenska och norska sponsorer/företag knutna till skidsporten. I detta ingår också att ge företagen utökade kompetenser och kunskaper kring hur man kan använda sig av evenemang som verktyg för egen affärsutveckling.

Den förlängda målsättningen är att de verktyg och metodiker som ut- vecklas i projektet bland annat ska kunna ingå i evenemangen skid-VM i Trondheim 2025 och Falun 2027.

Förstudien ska också utgå från den externa utvärdering som genomförts av nuvarande projekt. Några punkter för en fortsättning som utvärderingen landat i är:

- Jobba vidare med internationalisering och samverka kring större gemensamma tävlingar. Prova nya tävlingsformer.
- Fortsätta arbetet med att skapa mötesplatser och arenor för sponsorer och näringsliv kopplat till längdskidåkning och gå vidare med att utveckla partnerskap och innovativa samarbets- former.
- Jobba vidare med hållbarhet och miljöfrågorna kopplat till tillväxt och marknad. Bli en attraktiv partner för sponsorer och företag inom detta område.
- Starta nya utvecklingsarbeten och projekt kring att bli en året runt verksamhet i större utsträckning än idag. "Ett årshjul av aktiviteter och upplevelser som skapar intresse inte bara under vintersäsongen" – även ett önskemål från nuvarande projekt- intressenter.
- Fortsätta arbetet kring sociala medier, streaming och andra sätt att kommunicera sporten. Stärka upplevelsen för publiken vid arrangemang genom ny teknik som VR och AI.



*BUSINESS
X-COUNTRY*