

STAVANGER, EN FREMRAGENDE ARRANGEMENTSBY



Visjon og strategi for Stavanger som arrangementsby



STAVANGER KOMMUNE

Innhold

	Side
1.0 Innledning	3
2.0 Overordnede mål og retningslinjer	3
2.1 Visjon	3
2.2 Hovedmål	3
2.3. Kriterier for vurdering av kommunes støtte til arrangement	4
3.0 Strategier for å nå målene	4
3.1 Strategiene	4
3.2 Strategiene gjennomføres ved å satse på følgende tiltaksområder:	4
3.3 Oppfølging fra kommunen og andre aktører	6
4.0 Innledning med bakgrunn og prosess	6
5.0 Definisjoner og avgrensinger	7
6.0 Ståsted	7
6.1 Hva arrangement betyr for byen og regionen	9
6.2 Ressursbruk hos Stavanger kommune og andre aktører	10
6.3 Aktører - roller og samhandling	10
6.4 Utdyping av kommunens roller	11
7.0 Styrker og utfordringer ved Stavanger som vertsby for større arrangement	12
7.1 Styrker:	12
7.2 Utfordringer:	12
 Vedlegg - Eksisterende retningslinjer for støtte til større arrangement	 14
 Litteratur/kilder	 15

Arrangementsstrategi for Stavanger kommune

1.0 Innledning

Dette dokumentet er et resultat av en bestilling fra næringspolitisk utvalg. Det har i løpet av høsten 2013 vært gjennomført fire møter i en arbeidsgruppe bestående av alle involverte parter. Resultatet av arbeidet er oppsummert i dette dokumentet. Vi serverer konklusjonene av arbeidet først og bakenforliggende vurderinger og informasjon kommer deretter.

2.0 Overordnede mål og retningslinjer

En bevisst og positiv utvikling av arrangementsvirksomhet vil være avhengig av, uansett type arrangement, at Stavanger er kjent som et attraktivt sted som ivaretar vertskapsfunksjonen på en gjestfri og profesjonell måte. Dette bildet av Stavanger vil være resultatet av hvordan byen selv presenterer seg og sin historie, og sine naturgitte og opparbeidede forutsetninger for å ta imot arrangement.

2.1 Visjon

Stavanger skal være en fremragende vertsby for alle arrangement

Det betyr at Stavanger som vertsby er kjent for:

- ✓ strålende gjestfrihet
- ✓ profesjonell tilrettelegging av alle forhold rundt arrangementet
- ✓ et attraktivt opplevelsestilbud
- ✓ å være en trygg by
- ✓ å være støttespiller og tilrettelegger

2.2 Hovedmål

Stavanger har de senere årene investert betydelig i infrastruktur, i form av nye arenaer. Økt kapasitet gjør at byen har en hovedutfordring i å få til en markant økning i antall arrangement og besøkende. Det trengs en strategisk tilnærming som, basert på nyskaping, produktutvikling og kvalitet, knytter hovedmålet til vekst framover.

Arrangementsaktivitetene i Stavanger skal innen 2025 ha en markant økning i antall og deltakere innenfor:

- idrett, kultur og tilgrensende områder
- konferanser, kurs og faglige møter
- store nasjonale eller internasjonale messer

Hva som ligger i «markant» utredes og konkretiseres i et eget prosjekt for de tre arrangementskategoriene, se strategi 3.1.3

2.3. Kriterier for vurdering av kommunes støtte til arrangement

For store arrangement, som ikke allerede dekkes av retningslinjene i vedlegg 1, legges følgende kriterier til grunn ved vurdering av støtte fra kommunen:

- ✓ At de bidrar til et positivt omdømme gjennom nasjonal og internasjonal synlighet
- ✓ At de gir verdiskapning og positive sysselsettingseffekter
- ✓ At arrangementet bygger opp under byen og regionens strategiske satsinger i næringsplan, og strategiske kompetanseområder til byens kunnskapsinstitusjoner som UiS, IRIS og SUS (konferanser og messer)
- ✓ At de skaper liv og opplevelser i byen (idrett og kultur)
- ✓ Repeterende arrangement prioriteres

Ellers forutsettes det:

- ✓ Dokumentert gjennomføringsevne og kompetanse
- ✓ At arrangementet er lokalt forankret
- ✓ At arrangementene vektlegger kvalitet i innhold



3.0 Strategier for å nå målene

3.1 Strategiene

Følgende fire strategier legges til grunn for videre satsing på arrangement:

- 3.1.1 Videreutvikle kommunen som en god og forutsigbar støttespiller
- 3.1.2 Avklare og videreutvikle samhandling mellom aktørene
- 3.1.3 Kompetansebygging
- 3.1.4 Utvikling, salg og langsiktig omdømmebygging

3.2 Strategiene gjennomføres ved å satse på følgende tiltaksområder:

Strategi 1 - Videreutvikle kommunen som en god og forutsigbar støttespiller.

- Avklare og videreutvikle internt samarbeid og synliggjøre interne roller og ansvarsdeling. Utarbeide en oversikt over hvem gjør hva i kommunen, avklare samarbeidsrutiner og – fora. Videre avklare hvem som er kommunens administrative hovedkontaktpunkt i arrangementssaker. Oppfølging: Kommunen.
- Være en god samarbeidspartner og tilrettelegger
Kommunene har allerede en teknisk arrangementskoordinator, arrangementshåndbok og en ordning med praktisk støtte til tre utvalgte arrangement. Forbedring og videreutvikling av tilretteleggingstiltakene bør vurderes løpende. Oppfølging: Kommunen.

- Økonomiske virkemidler og prioriteringer for å følge opp strategien
Kommunen har etablerte ordninger for økonomisk støtte. Det bør vurderes hvor det er behov for supplering med bakgrunn i strategien. Oppfølging: Kommunen

Strategi 2 - Avklare og videreutvikle samhandling mellom aktørene.

- Etablere strukturer og rolleavklaring for samarbeid
Det er behov for å samle de mest sentrale aktørene å drøfte roller og etablere strukturer for samarbeid. Videre er det viktig å ha en fast møteplass på tvers av arrangementskategorier, og som har en samlende og motiverende funksjon på arrangementssatsingen. Oppfølging: Kommunen og Region Stavanger.
- Videreutvikle felles markedsføringsverktøy, og skape enighet om ambisjoner for dette
Markedsføringsverktøy mot nasjonalt og internasjonal marked må videreutvikles i et fellesskap mellom aktørene, gjerne i et eget prosjekt. Oppfølging: Region Stavanger



Strategi 3 – Kompetansebygging.

- Utvikle indikatorer for måloppnåelse
Nå-situasjonen har vært vanskelig å dokumentere i denne strategien. Det bør etableres et prosjekt for utvikling av indikatorer for registrering av endring. Oppfølging: Region Stavanger og kommunen.
- Utarbeide opplegg for evaluering og kompetanseoverføring
Dette er mest aktuelt for idretts- og kulturarrangement, men også i noen grad for konferanser og messer. Oppfølging: Region Stavanger sammen med kommunen når det gjelder kultur og idrett.
- Videreutvikle kommunens, frivilliges og øvrige aktørers kompetanse til å ta på seg nye arrangement.
Gjennomføre kompetansebyggende tiltak som seminarer, workshops o.l.
Oppfølging: Region Stavanger og kommunen

Strategi 4 - Nyskaping, salg og langsiktig omdømmebygging.

- Styrke samarbeidet om salg og omdømmebygging
Etablere et markedsføringsprosjekt som et fellesprosjekt finansiert av sentrale aktører
Oppfølging: Region Stavanger
- Skape nye høyt profilerte faglige arrangement med stor deltakelse
Det tenkes her på nye konferanser og messer som har potensial til å utnytte kapasiteten i de nye store arenaene. Oppfølging: Storstuealliansen i samarbeid med Region Stavanger
- Kartlegge og utrede mulighetene for festspill og knutepunktfestivaler med potensial for betydelig statlig støtte
Oppfølging: Kommunen i samarbeid med andre kommuner og fylkeskommunen

3.3 Oppfølging fra kommunen og andre aktører

Strategi betyr at noe velges bort, til fordel for noe annet. I dette strategidokumentet er det visjon, hovedmål, vurderingskriterier for støtte, og de fire strategiene som gir retningen for videre satsing og konkrete handlinger.

Handlingene/tiltakene er neste skritt når strategien er vedtatt. Dette kan skje gjennom konkrete tiltak eller en handlingsplan. Det sammensatte aktørbildet og rollefordeling taler for en pragmatisk tilnærming til tiltakene, med strategien som grunnlag.

Dette er en strategi for Stavanger kommune. Kommunen er derfor i første rekke selv ansvarlig for å følge den opp med konkrete tiltak på områder kommunen har et separat ansvar. På andre områder, som krever at aktører må samarbeide og samhandle, er kommunen avhengig av å spille sammen med disse.

Nøkkelaktøren er oftest arrangør/arrangementseier som tar initiativet, utvikler og gjennomfører arrangementet. Kommuner, anleggseierne, destinasjonsselskap og andre vil være støttespillere med varierende grad av involvering.

Spesielt Region Stavanger (RS) er en sentral aktør som har som visjon å « *være landets ledende destinasjonsselskap innen arrangementsturisme, og utmerke seg som en pådriver og profesjonell partner mellom eksterne arrangører og lokale aktører.*» I strategien, som nylig er vedtatt av styret, er det relativt godt samsvar mellom RS' mål og strategier og kommunens. Grunnlaget skulle derfor ligge til rette for samarbeid mellom de to, om konkrete tiltak.

4.0 Innledning med bakgrunn og prosess

I mars 2013 fattet næringspolitisk utvalg vedtak om å utarbeide en arrangementsstrategi for kommunen. En forutsetning var at strategien skulle utarbeides i et nært samarbeid med aktørene. Medvirkning har skjedd både gjennom deltakelse i prosjektgruppe og gjennom eksisterende møter for næringsansvarlige i regi av Greater Stavanger og ved at idrettssjef og kultursjef har informert om prosjektarbeidet i sine respektive faglige fora.

Prosjektgruppen, som har gitt innspill til arbeidet, har vært Cornelius Middelthun, Stavanger Forum, Sigrid Helen Risa/Per Morten Haarr, Region Stavanger, Harald Minge, Næringsforeningen i Stavangerregionen, Erling Brox, Greater Stavanger, Per-Harald Nilsson, Stavanger Konserthus, Karton Nilsen, Folkehallen, Jon Are Rørtveit ONS, Nina Othilie Høiland Sandnes kommune, Ingrid Iversen, Sola kommune, Arne Tennfjord, Stein Andreassen, Martha Rødde, Terje Emil Knutsen, Anna- Marie Antonius, Stavanger kommune. Næringsjef Svein Arild Holmen har vært prosjektleder, og Borghild Eldøen har vært engasjert som møtefasilitator.

I 2012 og 2013 har Region Stavanger jobbet med satsing på arrangementsturisme. Første del av arbeidet ga en oversikt over kapasiteten vi har i regionen med hensyn til arenaer, overnatting og transport. Den strategiske delen ble avsluttet i desember 2013 da styret vedtok »Forretningsplan og strategi for arrangementsturisme«.

Kommunen ønsket på sin side en strategi som grunnlag for sine satsinger og prioriteringer. Videre var det viktig for kommunen å synliggjøre sitt engasjement og klargjøre sin rolle i forhold til arrangementer i by og region.

Det er allerede utarbeidet egne retningslinjer for støtte til kultur- og idrettsarrangement av en viss størrelse, samt kommunal representasjon. Kommunen har også utarbeidet en arrangementshåndbok for utendørs arrangement. En oversikt over retningslinjene følger som vedlegg. **Strategiene som trekkes opp i dette dokumentet vil i hovedsak gjelde for store arrangement som ut fra størrelse, innhold eller andre forhold faller utenfor eksisterende retningslinjer.**

5.0 Definisjoner og avgrensinger

Med arrangement i denne strategien menes kurs, konferanser, messer og opplevelser av ulik slag knyttet til kultur, idrett, næringsutvikling og annet. Arrangement relatert til bedrifts- og organisasjonsinterne forhold som årsmøter, jubileer og ulike markeringer er holdt utenfor, da de i liten grad berører kommunens engasjement.

Hva som vil være fornuftig og aktuell størrelse for arrangement i Stavanger vil være situasjonsbetinget, og avhenge av den enkelte arrangør. Frekvensen på arrangementet vil også ha betydning. Det samme vil forankring av det konkrete arrangementet i næringsliv og organisasjoner og muligheter for spleiselag og dugnadsinnsats ha. Eksempler på arrangement som ut fra svært store besøkstall eller høye kostnader ble vurdert som for store for Stavanger er temabasert Expo (2009) og Volvo Ocean Race (2012).

Rapporten Region Stavanger utarbeidet i 2012 med oversikt over regionens kapasitet med hensyn til overnatting og transport er et godt grunnlag ved kapasitetsvurdering av nye arrangement.



6.0 Ståsted

6.1 Hva arrangement betyr for byen og regionen

Arrangementer er positivt for byen. De gir opplevelser og inspirasjon for byens befolkning innenfor kultur, idrett mv. Videre er arrangementene viktige for næringslivet ved at de skaper møteplasser for kunnskapsutveksling og kontakter, som igjen fører til nye forretningsmuligheter og økt omsetning og verdiskaping. For kommunen isolert vil det spesielt være viktig å få økt aktivitet i de store nye arenaene som er bygd de senere år.



Menon Business Economics foretok i 2012 en ringvirkingsanalyse av kongresser i Norge. De fant at kongressdeltakere hadde et døgnforbruk fra kr. 3300,- til 3600,-. Det er omtrent det doble av hva utenlandske flyturister legger igjen, det tredoble av tilsvarende tall for ordinære turister og seks ganger høyere enn for cruiseturistene. Denne undersøkelsen ble gjennomført on-site på tre fag-konferanser i Oslo, Bergen og Stavanger. Innsamling av data ble foretatt av det lokale destinasjonsselskapet under konferanser henholdsvis i regi av Avinor, UiS og SAFER Institute/Laerdal Medical. Sysselsettingseffekten av det internasjonale kongressmarkedet i Norge ble i 2012 beregnet til vel 2000 årsverk innenfor dette arrangementssegmentet.

Statistikk for de norske kongressbyene (Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim og Tromsø) rapporteres årlig inn til henholdsvis The International Congress and Conference Association og Union of International Associations(UiA). De to instansene vurderer aktiviteter ut fra fastsatte kriterier, og setter opp antall "godkjente" møter for hver kongressby i en oversikt. Tabellen nedenfor viser innrapporterte arrangement til UiA og «godkjente» i 2011 og 2012.

Innrapportert fra Norge til UiA	2011		2012	
	Innmeldt	"Godkjent"	Innmeldt	"Godkjent"
Oslo	117	86	178	77
Bergen	57	30	65	41
Stavanger	31	9	35	10
Trondheim	16	13	39	15
Tromsø	13	13	21	8
Andre byer	68	36	72	33
Norge	302	187	410	184

Kilder: UIA Statistical reports 2005 – 2012.

Stavanger kjennetegnes imidlertid av konferanse-aktivitet som ikke faller under ICCA eller UiA-kriterier, blant annet med en rekke en- og todagerskonferanser og messer som arrangeres jevnlig i regi av blant annet ONS, Offshore Media Group, PetroMedia, Blue Planet osv. Ut fra Menons undersøkelse kommer Stavanger ut som Norges kongressby nummer to etter hovedstaden Oslo, noe som trolig er et riktigere bilde av status. Usikkerhet her gjør imidlertid at det er behov for en grundigere kartlegging av nåsituasjonen.

De senere år har antall foretak som jobber med arrangement økt i antall og sysselsetting. F.eks. er antall foretak i Stavangerområdet som jobber som Professional Conference Organisers (PCO-er) økt fra tre i 2008 til fem i 2013. I tillegg har både PetroMedia og Offshore Media Group oppgradert sin satsing med henholdsvis fem og fire annual /bi-annual konferanser i Stavanger.

Stavanger har fem internasjonalt programmerte kunst- eller kulturfestivaler, dog ingen festspill eller knutepunktfestivaler med betydelig statlig støtte. Dette er en begrensning for de kvalitative utviklingsmulighetene. Det er i neste fase også en begrensende faktor i forhold til nasjonal og internasjonal interesse. Alle disse arrangementene har få tilreisende.



Frivilligheten har historisk vært en viktig bærebjelke for spesielt kultur- og idrettsarrangement i Stavanger. Endringer i forhold til størrelse, kompleksitet og sikkerhetskrav har ført til økt behov for kompetanse og økonomisk gjennomføringsevne.

Idrettsarrangementene i Stavanger har økt i antall og størrelse de siste årene. Region Stavanger har bistått idrettslagene som arrangører, med hjelp. Kommunen på sin side har lagt et regelverk for tilskudd til større idrettsarrangement, og avsatt penger til dette i

budsjettet. Utviklingen viser at arrangementene blir større fra år til år gjennom økte budsjetter. I 2013 startet sykkeløpet Tour de Fjords opp som et nytt årlig idrettsarrangement med internasjonal deltakelse og profilering.

6.2 Ressursbruk hos Stavanger kommune og andre aktører

6.2.1 Stavanger kommune

Kommunen bruker i dag betydelige ressurser på arrangementer av ulik slag, og mange er involvert. Tabellen nedenfor gir en oversikt over ressursbruken i 2012.

Samlet ressursbruk til arrangement i 2012

	Mill kr.	Årsverk (anslått)
Idrett	2,1	0,2
Kultur	4,5	0,5
Næring	0,5	0,1
Politisk sekretariat	4,1	1
I budsjett og fra reservekonto	3,8	
BMU arrangementskoordinator		1
Tilsammen	15	2,8

Oversikten viser en samlet ressursbruk på kr. 15 mill. pr år og nesten tre årsverk i 2012. Det er gjort vedtak som gjør at ressursbruken vil øke med ca. 5 mill. framover, slik at det årlige nivået for støtte vil være omkring kr. 20 mill.

I 2011 utarbeidet kommunen en arrangementshåndbok. Denne redegjør for hvordan ulike aktører skal forholde seg når de skal søke om og gjennomføre utendørs arrangement.

6.2.2 Andre aktører

I Stavangerregionen driver anslagsvis 25-30 personer operativt salgsarbeid mot det nasjonale møte- og kongressmarkedet. Disse fordeler seg på Region Stavanger BA (2,5 personer), Stavanger Forum (3 personer) og de store hotellkjedene som er representert i regionen (ca. 20 personer).

I tillegg kommer satsningen opp mot messer og konferanser i regi av ONS, Offshore Media Group, PetroMedia, BluePlanet osv.

Mot det internasjonale markedet er innsatsen betydelig mindre, med anslagsvis 4-5 personer som driver operativt salgsarbeid. Region Stavanger BA har en stilling som jobber heltid mot dette markedet, mens den resterende innsatsen fordeler seg på stillingsprosjekter hos Stavanger Forum, Choice, ScanOne, Stavanger konserthus, Radisson Blu.

I tillegg jobber ONS mot det internasjonale markedet med sikte på å øke aktiviteten i mellomsesongene.

Det britiske ITE Group har i tillegg etablert sin årlige Arctic Region Oil & Gas Conference i Stavanger.

6.3 Aktører - roller og samhandling

6.3.1 Stavanger kommune

Kommunen er i hovedsak en støttespiller, tilrettelegger og vertskap for arrangement i kommunen. Støtte skjer gjennom rådgivning i planleggingsfasen, og ved ulike ordninger for økonomisk og praktisk støtte.

I noen tilfeller har også kommunen påtatt seg rollen som initiativtaker og arrangør. Tall Ships Race og Stavanger 2008 AS er eksempler på dette.

Kommunens ulike roller er nærmere beskrevet i pkt. 6.4.

6.3.2 Arrangører

Idretts- og kulturorganisasjoner, kunnskapsmiljøene, næringspolitiske organisasjoner, ulike foreninger og lag står normalt som utviklere av arrangement og som arrangører. De er nøkkelaktørene for å få til et arrangement.

I noen tilfeller, som f.eks. ONS og Gladmat, er arrangøren organisert som et selskap med oppgave å drive arrangementet. I andre tilfeller er det kommersielle aktører som eier arrangementet, noen tilfeller med støtte fra kommunen, i andre tilfeller ikke.

Det finnes god arrangementskompetanse på nesten alle formater i Stavanger. Samsillet mellom arrangører, deriblant på deling av nettverk og kompetanse, kan imidlertid styrkes.

6.3.3 Tilretteleggere, utviklere og støttespillere

Som et destinasjonsselskap for kommuner og næringsliv har Region Stavanger en spesielt viktig rolle. Dette gjelder både som støttespiller for ulike arrangører ved å identifisere større arrangement, og ved å motivere og bistå arrangører i søknadsprosesser og ved gjennomføring. De har også en informasjons og samordningsrolle mellom aktørene, samt en sentral rolle ved salg og markedsføring av regionen.

Også Stavanger Forum, Stavanger Konserthus, Folkehallene, hoteller og private arenaeiere har en utvikler- og gjennomføringsrolle for å skaffe arrangement til sine lokaliteter. På nasjonalt nivå er Norwegian Convention Bureau (NCB) en støttespiller i forhold til nye initiativ.

Stiftelsen Offshore Northern Sea (ONS) er regionens viktigste enkeltarrangement, og et godt eksempel på arrangementsutvikling. Ideen om en internasjonalt orientert oljemesse ble lansert på idedugnaden i 1971 av skipsreder Torolf Smedvig. Den ble videreutviklet gjennom en rekke møter med politikere og administrasjon fra Stavanger kommune, representanter fra oljerelatert industri, annen industri, forsyningstjenester, samt enkeltpersoner. Første oljemesse ble gjennomført i 1974 med 7000 deltakere.

Gjennom årene har ONS klart å fornye seg og vokse. I 2012 hadde oljemessen 1264 utstillere, og 60 000 besøkende fra 109 land. Messen gir betydelige ringvirkninger i regionen gjennom deltakelse av lokale personer og bedrifter på selve messen, ved leveranser fra underleverandører og gjennom økt omsetningen i hoteller, restauranter m.v.



6.3.4 Anleggseiere

Arenaeierne har interesse i tilgang på arrangement for å styrke sin inntjening. For noen vil arrangementer være hovedsaken med virksomheten, mens det for andre vil være en tilleggssak for å styrke det økonomiske grunnlaget for driften av anlegget.

6.3.5 Næringslivet generelt

Arrangementene fører til økt aktivitet og verdiskaping i næringslivet. Tall fra Menon, referert i kap. 6.1 viser at kongressdeltakere er den gruppe tilreisende som fører til størst lokal omsetning. Videre fører arrangement til framvekst av nye foretak og økt sysselsetting. I følge «Et kunnskapsbasert Norge» (Reve & Sasson 2012) er reiselivet en meget fragmentert næring med mange privateide småbedrifter med svak lønnsomhet. Unntak fra dette er reiselivsbedrifter i de største byene.

6.4 Utdypning av kommunens roller

Historisk har Stavanger kommune hatt ulike roller og involvering avhengig av type arrangement og situasjon. Rollene er nedenfor karakterisert i tre grupper.

3.4.1 Pådriver- og utviklingsrollen

Kommunen kan ha en aktiv rolle, og være initiativtaker til nye arrangement og viktig støttespiller for eksisterende. Historisk har dette skjedd ved spesielt store og strategisk viktige arrangement som har en sterk appell til næringsliv eller publikum, og som har hatt stor betydning for kommunens og næringslivets satsinger og omdømmeprofil. Eksempler på slike arrangement er Stavanger 2008, Tall Ships Race og ONS der kommunen opp gjennom årene har vært en sentral støttespiller.

Kommunen kan også være initiativtaker til å få opp nye initiativ basert på et samarbeid mellom flere aktører. I slike sammenhenger har kommunen, ved ordføreren hatt en koordinerende rolle ved utvikling av søknader om store idrettsarrangement.

3.4.2 Samarbeidspartner og tilrettelegger

Kommunen har vært en viktig tilrettelegger ved utvikling og bygging av ny infrastruktur i form av nye arenaer og hoteller. Utviklingen av Forumområdet, Bjergstedvisjonen og Folkehallene har vært viktige for Stavanger som arrangementsby. Det samme har tilrettelegging og salg av tomter til nye hoteller og plan- og reguleringsmessig tilrettelegging for det samme, etter hvert som byen har vokst.

Videre bidrar kommunen med økonomisk støtte til Region Stavanger BA, og direkte til arrangement av ulik slag. Arrangementsmarkedet vokser og profesjonaliseres slik at

arrangører kan gå fra en posisjon der de har behov for støtte, til en mer økonomisk selvstendig og bærekraftig posisjon.

Av erfaring dukker mange nye arrangement opp, til dels tilfeldig ved henvendelser fra initiativrike arrangører. Her har kommunen en viktig rolle i å være på «tilbudssiden», for å gi mulighet til at gode initiativ foredles videre.

3.4.3 Passivt støttende

Bedriftsinterne arrangement, og mange rent kommersielle arrangement, har ikke behov for direkte kommunal hjelp og støtte. Også for disse kan kommune på generelt grunnlag være et godt vertskap og en god støttespiller.

7.0 Styrker og utfordringer ved Stavanger som vertsby for større arrangement

Det er viktig å være bevisst byens og regionens styrker og utfordringer når mål, strategier og tiltak skal utformes.

7.1 Styrker:

- 59 internasjonale og 13 nasjonale flyforbindelser og nærmere 4,5 mill. passasjerer (2012).
- Korte avstander til det meste.
- Nye og gode fasiliteter i form av hoteller, konserthus og haller.
- Bjergsted og Stavanger Forum har spesielt store anlegg.
- Godt nivå kvalitetsmessig på det meste (mat, opphold med mer).
- God kompetanse innen utvalgte fagområder (særlig energi, men også innen mat, kultur og idrett).
- Handlingskraft, samhandlingskultur kombinert med økonomiske muskler.
- Høyt nivå på sikkerhet/HMS.
- Erfaring med større arrangement, gjennomføringskultur.
- Internasjonal oppfatning av at det er en ny og til dels eksotisk destinasjon.
- Regionen vokser, og arrangementene utvikler sitt lokale kunnskapsgrunnlag.
- Medlemskap i internasjonale nettverk.

7.2 Utfordringer:

- I perioder er det dårlig hotellkapasitet, og særlig mangel på rom til rimelige priser.
- Prisnivået er høyt, og en terskel for at særlig internasjonale organisasjoner velger Stavanger.
- Det er krevende å konkurrere med Oslo og Bergen som har større tyngde innen reiseliv og konferanser generelt.
- Å være tungt og vedvarende tilstede i nasjonale og internasjonale sammenhenger med profilering og salg.
- Å få til en god samordning av regionens ressurser og kompetansedeling.
- Det er behov for at Region Stavanger tar en strategisk posisjon.
- Utløse mer av UiS og andre FoU miljø sine potensial for kongresser og samlinger gjennom sine internasjonale nettverk.
- Utløse muligheter for et stort kunst- og kulturarrangement.
- Med utbyggingen av haller og konsertscener de siste årene er det mange arenaer som alle ønsker mer aktivitet. Det er en utfordring å øke markedet totalt.

- Det er press på våre frivillige, som det må arbeides for å beholde og utvikle videre.
- Ustabilt vær.



Vedlegg

EKSISTERENDE RETNINGSLINJER FOR STØTTE TIL STØRRE ARRANGEMENT

Idrett

- Pkt. 1. Kommunalt tilskudd kan gis til mesterskap innen idrett som senior og junior NM, større internasjonale mesterskap samt idrettsstevner med internasjonal deltakelse. Tilskudd gis bare til de idrettsarrangement som blir arrangert i Stavanger eller i de interkommunale idrettsanleggene Stavanger kommune er medeier i.
- Pkt. 2. Søkere av kommunalt tilskudd til større idrettsarrangement må være et idrettslag, særkrets eller et særforbund i Norges idrettsforbund (NIF) eller andre sammenslutninger som ønsker å gjennomføre et idrettsarrangement i Stavanger. Enkeltpersoner kan ikke være søkere. Tilskudd blir bare gitt til arrangement for idretter som er tilsluttet Norges Idrettsforbund.
- Pkt. 3. Søknaden skal sendes til Stavanger kommune for behandling innen 1. april og 1. november hvert år. Søknader som kommer inn etter søknadsfristen, vil ikke bli behandlet. Søknaden om arrangementet må sendes før arrangement skal gjennomføres. Søknaden skal inneholde en beskrivelse av arrangementet, tidspunkt for gjennomføring, hvilket anlegg i kommunen arrangementet skal avvikles på, i tillegg til budsjett og finansiering av arrangementet.
- Pkt. 4. Rådmannen behandler søknadene som kommer inn og legger de fram til endelig behandling i kommunalstyret for kultur og idrett. Søkere har klageadgang etter forvaltningsloven. Noen større idrettsarrangement med store søknadssummer og budsjetter som f.eks. World Tour i sandvolleyball og Tour de Fjords sykkelritt vil bli endelig behandlet i formannskapet etter innstilling fra kommunalstyret for kultur og idrett. Dette vil også kunne gjelde andre større idrettsarrangement.
- Pkt. 5. Kommunalt tilskudd til banketter som en del av arrangementene har eget regelverk. Søknader til banketter skal gå til politisk sekretariat i kommunen.

Kultur

Eget søknadskjema er utviklet for festivalene, all info her: www.stavanger.kommune.no/festival.

Av veiledningen til støtteordningen framgår:

«I Kommunedelplan for kunst og kultur i Stavanger 2010-2017 har festivalene en sentral rolle både ved å gjøre Stavanger til en attraktiv by for kunstnere og for å bidra til at nye publikumsgrupper aktiviseres. Stavanger kommune ønsker å sikre stabile rammevilkår for festivalene og de større arrangementene, samtidig som vi vektlegger videreutvikling og fornying.

Stavanger kommune prioriterer tiltak for barn og unge, vi vektlegger den frivillige innsatsen, og vi legger stor vekt på at miljøperspektivet ivaretas. Derfor innhentes også informasjon om dette via søknadssystemet.»

Det er altså først og fremst det kunstneriske innholdet som vurderes, sammen med den helhetlige presentasjonen av festivalene.

For andre aktører, både institusjoner og andre faste arrangører, er støtten også først og fremst gitt med hensyn til deres kunstneriske produksjon. Det er også andre forhold som spiller inn ift. nivå på støtten, bl.a. har flere større institusjoner delingsmodeller med staten og Rogaland fylkeskommune.

Næring

Det foreligger egne retningslinjer for tildeling av midler fra «Konto for næringsutvikling». Søknader behandles løpende av rådmannen v/næringssjefen. Det legges vekt på å følge satsingsområder som er vedtatt i Strategisk næringsplan.

Arrangementer som er relatert til kulturnæringer drøftes med kultursjefen som ledd i behandlingen.

Politisk sekretariat

Søknad om kommunal representasjon, jfr. punkt B, behandles etter følgende retningslinjer:

1. Søknad om kommunal representasjon sendes til ordføreren for behandling.
2. Ved behandling av søknaden skal det vurderes om arrangementet kan bidra til positiv effekt for kommunen og samfunnet. Anledning til å søke om kommunalt representasjon er:
 - ✓ nasjonale konferanser, kongresser, årsmøter og tilsvarende
 - ✓ nordiske konferanser, kongresser, årsmøter og tilsvarende
 - ✓ internasjonale konferanser, kongresser, årsmøter og tilsvarende
 - ✓ sportsarrangement
 - ✓ kulturarrangement
 - ✓ jubileumsmarkeringer av lag, foreninger og organisasjoner
 - ✓ andre begivenheter som er av betydning for kommunen og samfunnet.
3. Søker mottar svarbrev fra arrangementsansvarlig i PS.

LITTERATUR/KILDER

- Arrangementsturisme 2012, Region Stavanger 2012
- Cruiserapporten – oppsummering og kommentarer, Cruise Norway 2010
- Et kunnskapsbasert Norge, T. Reve og A Sasson, Universitetsforlaget 2012
- Formannskapsaker i Stavanger kommune
- Forretningsplan og strategi for arrangementsturisme – 2013 – 2016, Region Stavanger 2013
- Ringvirkningsanalyse av kongresser i Norge 2012. PowerPoint av A. Enger, Menon Business Economics 2013
- UIA Statistical reports 2005 – 2012.