

Kristina Hetland

«Vi må utgjøre en forskjell, men det er ikke
realistisk å redde verden»

En kvalitativ studie om hvordan aktører samarbeider i
forbindelse med idrettsarrangement for å skape bærekraftig
utvikling

Masteroppgave i idrettsvitenskap
Seksjon for idrett og samfunnsvitenskap
Norges idrettshøgskole, 2023

Sammendrag

Klimaendringer og bærekraftsutfordringer står for tiden sterkt i fokus som en av vår tids største oppgaver. Globale bærekraftsutfordringer både påvirker og påvirkes av samfunnet, også idretten. Det snakkes mye om bærekraftsmål og Norges idrettsforbund har presisert at de vil jobbe for en mer bærekraftig utvikling i tråd med disse.

Masteroppgaven har som mål å studere hvordan idrettsarrangementer kan benyttes som en plattform for samarbeid mellom aktører for å bidra til bærekraftig utvikling. Ved å benytte teorier om value co-creation, engagement platforms, interessenteori og legacy diskuterer oppgaven hvordan disse teoretiske perspektivene kan gi forståelse av bærekraftig utvikling og hvordan det samarbeides i plattformen et idrettsarrangement tilbyr, for å samskape bærekraftige verdier. Studien er en case-studie og baserer seg på syv semi-strukturerte intervjuer med ulike organisasjoner, inkludert organisasjonskomiteen for arrangementet, Ski-VM 2025.

Hovedfunnene viser at aktører som samarbeider gjennom et idrettsarrangement er opptatt av sammenheng mellom de ulike dimensjonene og helheten som å bidra til bærekraftig utvikling innebærer. For å bidra til bærekraftig utvikling i et lengre perspektiv man må arbeide på tvers av dimensjoner og bærekraftsmål. Å se på bærekraftig utvikling i lys av teorier om legacy innebærer en side som tar for seg ettervirkningene av prosjekter, strategier og tiltak som innføres i forbindelse med Ski-VM. Samt en annen side som tilsier at en viktig del av arrangementets arv er at det kan benyttes som en inspirasjon for senere arrangementer eller i andre sammenhenger. Studiens funn peker på at både organisasjonskomite og interessenter er sentrale for å påvirke om Ski-VM 2025 lykkes med å oppnå at arrangementet bidrar til bærekraftig utvikling. Funnene kan bidra til en forståelse av faktorer som er viktige for å samskape bærekraftige verdier mellom aktører og hvordan et arrangement kan være en plattform som både kan påvirke og inspirere fremtiden.

Nøkkelord: *verdisamskaping, interessenteori, idrettsarrangement, bærekraftig utvikling, bærekraft, Ski-VM 2025, engagement platforms, legacy*

Innholdsfortegnelse

SAMMENDRAG	3
INNHOLDSFORTEGNELSE	5
FORKORTELSER	7
FORORD	8
1.0 INTRODUKSJON	10
1.1 BAKGRUNN FOR TEMA	10
1.2 FORMÅL	12
1.3 PROBLEMSTILLING	12
1.4 OPPGAVENS STRUKTUR.....	13
2.0 KONTEKST	14
2.1 BÆREKRAFT OG BÆREKRAFTIG UTVIKLING.....	14
2.2 IDRETTSARRANGEMENT	15
2.2.1 Idrettsarrangement i Norge	17
2.2.2 Idrettsarrangement som plattform for samarbeid	17
2.3 BÆREKRAFT I IDRETTEEN.....	18
2.3.1 Bærekraft og idrettsarrangement.....	18
2.3.2 Forståelse av de tre dimensjonene i et arrangement.....	20
2.4 OPPSUMMERING.....	20
3.0 TEORETISK RAMMEVERK	22
3.1 VALUE CO-CREATION.....	22
3.2 ENGAGEMENT PLATFORMS.....	24
3.3 INTERESSENTTEORI.....	27
<i>Interessenteori og idrettsarrangement</i>	28
3.4 LEGACY THEORY	30
<i>Legacy og idrettsarrangement</i>	30
3.5 KOMBINERING AV TEORIER	31
4.0 METODE	33
4.1 VITENSKAPELIG TILNÆRMING	33
4.2 FORSKNINGSDESIGN OG VALG AV METODE	34
4.2.1 Case-studie	34
4.2.2 Intervju	35
4.2.3 Intervjuguide	37
4.3 UTVALG	38
4.3.1 Utvalg av case	38
4.3.2 Utvalg av personer	39
4.4 DATAINNSAMLING	41
4.5 KODING OG ANALYSE	42
4.6 KVALITETSKRITERIER	46
4.6.1 Validitet	46
4.6.2 Reliabilitet.....	47
4.6.3 Overførbarhet.....	48
4.7 FORSKNINGSETISKE HENSYN.....	48

5.0	RESULTAT	50
5.1	FORSTÅELSE AV BÆREKRAFT	51
5.1.1	<i>Helhet og balanse.....</i>	53
5.1.2	<i>«Legacy» og ringvirkninger</i>	54
5.1.3	<i>Handling og troverdighet</i>	57
5.2	RAMMEBETINGELSER FOR SAMARBEID OM BÆREKRAFT	60
5.2.1	<i>Forutsetninger for samarbeid.....</i>	60
5.2.2	<i>Aktørers bidrag og forventninger til ressursutveksling</i>	62
5.2.3	<i>Målbarhet.....</i>	66
5.3	SAMARBEID - SKI-VM 2025 SOM PLATTFORM.....	67
5.3.1	<i>Bærekraftsfokus og påvirkning på samarbeidspartnere.....</i>	67
5.3.2	<i>Organisering av samarbeid</i>	69
5.3.3	<i>Konkrete samarbeidsprosjekter</i>	71
6.0	DISKUSJON	75
6.1	AKTØRENE SAMARBEID OM BÆREKRAFTIG UTVIKLING.....	76
6.1.1	<i>Organisasjonskomiteen som styrer av engagement plattform.....</i>	76
6.1.2	<i>Identifisering av interessenter og innflytelse</i>	77
6.1.3	<i>De eksterne aktørenes ønskede verdiutbytter</i>	80
6.1.4	<i>Kompetanse og kontekst for å skape bærekraftig utvikling</i>	82
6.1.5	<i>Verdi- og nettverksutvikling gjennom samarbeidsprosjekter</i>	83
6.2	LEGACY.....	85
6.2.1	<i>Ski-VM 2025 sin legacy gjennom prosjekter og tiltak</i>	85
6.2.2	<i>Ski-VM 2025 sin legacy gjennom inspirasjon</i>	86
6.2.3	<i>De tre dimensjonene.....</i>	88
7.0	KONKLUSJON	89
7.1	OPPSUMMERING AV HOVEDFUNN.....	89
7.2	BEGRENSNINGER OG VEIEN VIDERE.....	91
	LITTERATURLISTE	93
	OVERSIKT OVER FIGURER OG TABELLER	102
	VEDLEGG	103
	VEDLEGG 1 – GODKJENNING FRA NSD.....	103
	VEDLEGG 2 – INFORMASJONSSKRIV OG SAMTYKKESKJEMA	105
	VEDLEGG 3 – INTERVJUGUIDE.....	107

Forkortelser

EP: Engagement platforms

FN: De forente nasjoner

GPT: Green Producers Tool

IOC: Den internasjonale olympiske komité

NIF: Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité

TBL: Den tredoble bunnlinjen

VCC: Value co-creation

Forord

Denne masteroppgaven representerer avslutningen på en spennende studenttilværelse ved Norges Idrettshøgskole. Prosessen har vært krevende på flere områder, kanskje aller mest mentalt, men også veldig lærerik.

Først og fremst vil jeg takke mine veiledere, Chris Horbel og Anna-Maria Strittmatter. Dere har hjulpet meg å peke ut riktig retning, gitt konstruktiv veiledning og engasjert dere i oppgaven min. Jeg er svært takknemlig for deres tålmodighet, støtte og oppmuntrende tilbakemeldinger.

En stor takk rettes også til informantene som har bidratt. Det er en klisjé, men likevel; uten dere hadde ikke denne oppgaven vært mulig. Takk for at dere tok dere tid til å delta og for at dere entusiastisk delte av deres erfaringer og kunnskap.

Takknemlig er jeg også for familie, venner og studiekamerater. Til min fine familie for at dere stiller opp enten det behøves korrekturlesing, motivasjon eller god mat. En ekstra takk til mamma og pappa som den beste heiagjeng en nevrotisk masterstudent kan ha. Til gode venner for at dere har spurt hvordan det går med oppgaven, kommet med innspill, og tatt meg med på løpeturer og barer (ikke nødvendigvis i den rekkefølgen). Takknemlighet rettes til studiekamerater for lange lunsjpauser, høylytt hvisking på lesesalen og en følelse av at vi alltid er i samme båt. Ikke minst vil jeg takke alle for at dere har holdt ut mitt evige mas om denne oppgaven.

Til sist, den aller største takken fortjener min kjære samboer, Simen. Vi har vært så heldige å få skrive masteroppgavene våre samtidig. Sammen har vi knotet med innstillinger i Word, diskutert synonymer og sutret over at vi er stressa (i hvert fall jeg). Men vi har også ledd mye, danset på kjøkkenet og spist store mengder sjokolade (i hvert fall jeg). Som på alle andre områder er du uendelig tålmodig og morsom.

Oslo, mai 2023

Kristina Hetland

1.0 Introduksjon

1.1 Bakgrunn for tema

Klimaendringer og bærekraftsutfordringer står for tiden sterkt i fokus som en av vår tids største oppgaver. Nylig kom en rapport fra FNs klimapanel som blant annet tar for seg viktigheten av klimatilpasning og hvordan vi kan forebygge og redusere de negative virkningene som klimaendringer fører med seg (Andreassen, 2022). Globale bærekraftsutfordringer både påvirker og påvirkes av samfunnet, også idretten. Det snakkes mye om FN sine 17 bærekraftsmål og Norges idrettsforbund (NIF) har presisert at de skal jobbe for en mer bærekraftig utvikling i tråd med disse (Hammer, 2021). Gjennom idrettens organisering arbeider forbund med langsiktige strategier og klubber med enkelttiltak. NIF har også fremmet miljøarbeid som en kjernevirksomhet og en del av den daglige driften (NIF, 2018, s. 8). Idretten bidrar med sitt miljøavtrykk, men har også potensiale til å være en del av løsningen.

Dersom arbeidet mot klimaendringer skal være en del av hverdagen i norsk idrett bør det inkorporeres i alle faser. Som landets største frivillige og medlemsbaserte organisasjon har idretten et ansvar utover seg selv for å medvirke til å øke standarden for mer bærekraftige gjennomføringer av arrangementer (IEH, 2020, s. 3). Dette gjelder både for deltakerne, men er kanskje enda mer gjeldende som arrangør av internasjonale idrettsarrangementer. Jeg tror det er fruktbart å se på idretten som en positiv arena med potensial for å ta et positivt samfunnsansvar med tanke på bærekraft, fremfor en mer negativ tankegang om at dette ikke er idrettens hovedansvar. Reguleringer og tiltak som oppstår for å bidra til bekjempelse av klimaendringer kan by på utfordringer, men også tilby muligheter til å bli kreative og finne nye løsninger. Idrettsarrangement har en særegenskap i at det skaper en plattform for samarbeid mellom mange ulike aktører. Det har derfor potensial til å påvirke og berøre mange komponenter i samfunnet også etter at arrangementet er over. Denne posisjonen kan være svært verdifull dersom samarbeid mellom aktører og arrangement blir fruktbart og dette er noe jeg ønsker å undersøke nærmere.

«For å unngå at vi bruker opp den ene kloden vi har er det vesentlig å finne tiltak som gjør at vi kan fordele ressursene våre bedre, samt måter å balansere miljøbelastning med forbruk og økonomi» (FN-sambandet, 2021).

1.2 Formål

I Norge har idretten et bredt nedslagsfelt og er en viktig arena av flere grunner. Noen av idrettens positive markører handler om fysisk aktivitet, helse, tilhørighet og sosial kontakt. 93% av alle ungdommer har på et tidspunkt vært medlem av idrettslag og 75% av ungdommer mellom 13 og 18 år har vært med i idretten (Bakken, 2017; 2019). I NIF sin nøkkeltallsrapport fra 2020 talte man over 1,75 millioner medlemskap i idrettslag (NIF, 2020). Som en aktør med mulighet til å påvirke så mange er det naturlig å tenke at idretten også har et viktig ansvar for saker som opptar samfunnet, deriblant bærekraft. Norsk idrett har selv uttrykt at de ønsker å bli mer bærekraftige og jobbe for bærekraftig utvikling i samråd med FN sine bærekraftsmål (Hammer, 2021). Gjennom denne masteroppgaven ønsker jeg å utforske min interesse for bærekraftsarbeid i idretten i lys av arbeid med idrettsarrangementer. Idrettsarrangementer er et egnet område for å jobbe med bærekraft fordi selve arrangementet skal være bærekraftig, men det kan også benyttes for å påvirke og belyse bærekraft som tematikk.

Jeg ønsker å fokusere på arrangementer som Ski-VM i Trondheim i 2025, hvor målsettingen er å bli verdens mest bærekraftige idrettsarrangement (Snøfugl, 2022). Idrettsarrangementer er en viktig del av manges idrettslige opplevelser og skaper minner og fellesskap. Men klimarapporter viser til at idrettsarrangementer fører til enorme utslipp. Et idrettsarrangement har potensial for å være en verdifull plattform for samskapning av bærekraftige tiltak mellom de ulike samarbeidspartnerne som bidrar. Hvordan samarbeider arrangørene av mesterskapet med sine ulike aktører for å oppnå bærekraftige løsninger og nå målsettingene om å være et bærekraftig arrangement? Hvordan skaper de verdi gjennom samarbeid for å øke bærekraft i et mer langsiktig perspektiv? Disse spørsmålene ønsker jeg å utforske gjennom å bruke teorier om value co-creation, engagement platforms og interessenteori.

1.3 Problemstilling

For å undersøke formålet til dette studiet har jeg formulert følgende problemstilling:

- *Hvordan samarbeider aktører i forbindelse med idrettsarrangementer for å skape et arrangement som bidrar til bærekraftig utvikling?*

Noen underordnede spørsmål som jeg ønsker å stille for å belyse problemstillingen:

- Hvilken forståelse har samarbeidsaktørene av de bærekraftige tiltakene i et langsiktig perspektiv?
- Hva er de ulike aktørenes motivasjon for å samarbeide om bærekraftstrategier?
- Hvordan arbeider aktørene med å samskape bærekraftige tiltak seg imellom (value co-creation)?
- Hva er arrangørens rolle for å styre samarbeid mellom aktørene?

1.4 Oppgavens struktur

Denne besvarelsen er strukturert med en hensikt om å gi en oversiktlig presentasjon av masterprosjektet og består av syv hovedkapitler. Innledende fremstilles studiens kontekst for å gi et innblikk i bakgrunn og forutsetninger for samarbeid knyttet til bærekraftsarbeid i idrettsarrangementer. Deretter vil jeg redegjøre for det teoretiske rammeverket, som i denne oppgaven tilsvarer value co-creation, interessenteori og legacy theory. Videre følger metode, hvor vitenskapelig tilnærming, design, metodiske valg, analysering og kvalitetskriterier presenteres. Resultat-kapittelet legger frem funnene som er gjort i studien basert på analysering av datagrunnlaget. Etterfulgt av det vil funnene diskuteres og drøftes i sammenheng med teori og tidligere forskning. Oppgaven avsluttes med en konklusjon av studiens hovedfunn, samt egen refleksjon tilknyttet studiens begrensinger og veien videre.

2.0 Kontekst

I dette kapittelet belyses studiens kontekst. Fortrinnsvis presenteres begreper som bærekraft, bærekraftig utvikling og idrettsarrangement. Videre vil det spisses mot perspektiver innenfor disse områdene i henhold til tema og problemstillingen. Det vil også knyttes opp mot tidligere forskning som er relevant for å besvare forskningsprosjektet.

2.1 Bærekraft og bærekraftig utvikling

Begreper som omhandler miljø og bærekraftig utvikling benyttes hyppig om hverandre og det kan være lett å gå seg vill i de mange betydningene de ilegges. I denne oppgaven vil jeg ta utgangspunkt i FN sin definisjon for bærekraftig utvikling: «...en utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov» (Verdenskommisjonen for miljø og utvikling, 1987, s. 16). Med andre ord er målsettingen en verden hvor dagens menneskelige behov er dekket, uten at det begrenser fremtidige generasjoners muligheter til å leve på samme måte. Det kan tolkes som at bærekraft er målet og at bærekraftig utvikling er middelet for å nå det. Denne definisjonen gir et perspektiv som er tydelig sentrert rundt mennesket og kan tolkes som at miljøet burde ivaretas fordi det er av verdi for mennesker. Filosofiprofessor Arne Johan Vetlesen (2015) reflekterer rundt at mennesket ikke burde stå i sentrum dersom en ønsker å gjøre noe med klimakrisen. Alternativt kan man se på bærekraft ved å ta utgangspunkt i økosystemenes behov fremfor menneskenes og dermed se på naturens gjensidige avhengighet som det sentrale, på denne måten fremstår mennesket som en del av naturens egenverdi (Heggen, 2015, s. 119).

Definisjonen på bærekraft betegner arbeid innenfor de tre dimensjonene som ligger til grunn for en bærekraftig utvikling, nemlig økonomiske, sosiale og miljømessige forhold. De tre dimensjonene refereres ofte til som den tredelte eller tredoble bunnlinjen (TBL). Den klima- og miljømessige dimensjonen omhandler samfunnets evne til ivaretagelse av natur og klima som en fornybar ressurs for dagens og fremtidige generasjoner, samt ønske om å løse klimakrisen som har oppstått som følge av menneskeskapte klimagassutslipp (Regjeringen, 2019, s.4; FN-sambandet, 2021). Klimagassutslipp er en vesentlig trussel for bærekraftig utvikling og umiddelbar

handling kreves for å unngå klimaendringer som fører til naturkatastrofer, tap av naturmangfold, ødelagte økosystemer og næringsgrunnlag (Regjeringen, 2019, s. 4). FN-sambandet (2021) trekker frem at klimakrisen rammer urettferdig fordi rike land, som Norge, har en størst del av ansvaret for klimaendringene, mens fattige land er mer sårbare for følgene de medfører.

Gjennom den økonomiske dimensjonen fokuseres det på å sikre økonomisk trygghet for mennesker og samfunn, i tillegg til ønsket om grønn vekst og mindre ulikhet (FN-sambandet, 2021). Økende ulikheter og ujevn fordeling av ressurser mellom fattige og rike kan være en kilde til splittelse og konflikter i samfunnet, som igjen opptrer som en trussel mot den bærekraftige utviklingen (FN-sambandet, 2021). Å skape trygghet og tilgang til offentlige tjenester som helse og utdanning er vesentlige faktorer for å bidra til et mer rettferdig og fredelig samfunn (Regjeringen, 2019, s. 4). Utfordringen til den økonomiske dimensjonen består av å sikre en mer bærekraftig økonomi, altså grønn vekst, på en måte som samtidig sikrer menneskelige behov og holder klodens tålegrense (FN-sambandet, 2021). Den siste av de tre dimensjonene er den sosiale, som består av å sikre menneskers rettferdige og hensiktsmessige grunnlag for å leve anstendige liv (Regjeringen, 2019, s. 4). Å sikre oppfyllelse av menneskerettighetene står sentralt i denne dimensjonen og noen vesentlige områder omfatter utdanning, likestilling, gode helsetilbud, anstendig arbeid og kulturelt mangfold (FN-sambandet, 2021).

2.2 Idrettsarrangement

Begrepet *sport event*, oversatt til idrettsarrangement på norsk, brukes i dag for å dekke alt fra lokale idrettskonkurranser til de olympiske leker (Chappelet & Parent, 2015, s. 1). Arrangementer har lenge vært sett på som en viktig arena og tilknyttes mange positive egenskaper både for de det arrangeres for og omgivelsene rundt (Greenwell et al., 2020, s. 9). Chappelet og Parent (2015) påpeker at arrangementer tilbyr forretningsmuligheter, en arena for å vise frem regioner og lokalsamfunn, samt for sosiale, politiske og økonomiske fordeler for byen/landet som arrangerer. Bjelac og Radovanović (2003, s. 206) beskriver idrettsarrangementer som «preget av et kreativt og komplekst innhold av sportslignende aktiviteter, av underholdende karakter, utført i

samsvar med et forhåndsbestemt program og som har en betydelig sosial og økonomisk betydning for stedet eller regionen der de holdes».

Chappelet og Parent (2015, s. 2) mener at idrettsarrangementer kan deles inn i ulike kategorier basert på eksempelvis størrelse, økonomiske mål, rekkevidde, tidsmessige egenskaper (varighet og periodisering), sportslige egenskaper (toppidrett vs. rekreasjon) og romlige egenskaper (innendørs vs. utendørs, en eller flere arenaer). Gjennom arbeid med å utarbeide definisjoner og rammer for idrettsarrangementer benyttes gjerne begrepet *hallmark event* som et utgangspunkt. Dette refererer til store arrangementer som pågår over en begrenset periode, primært utviklet for å gjøre arrangørstedet til et attraktivt reisemål på kort eller lengre sikt (Ritchie, 1984, s. 3). Senere har forskere (Getz, 2005; Hall, 1992, 2001) utviklet definisjonen til å inkludere eller ekskludere eksempelvis *special events* og *mega events*, skille mellom årlige og engangsarrangementer og kombinere kriteriene på ulike måter. De mange definisjonene, kriteriene og de ulike måtene å kombinere dem på gjør at det kan fremstå utfordrende å tilby en tydelig kategorisering av idrettsarrangementer. Hanstad (2023, s. 24) trekker likevel frem noen ting de har til felles, nemlig at de er planlagte, har en forhåndsbestemt livssyklus og er midlertidige av natur.

For denne oppgaven er *mega event*, eller mega-arrangement, den mest vesentlige typen idrettsarrangement å definere. Byers et al. (2012, s. 102) benytter følgende definisjon «idrettsarrangementer av internasjonal skala, som organiseres av en spesiell 'myndighet' og genererer ekstremt høye nivåer av mediedekning og innvirkning (økonomisk, turisme, infrastruktur osv.) for arrangørsamfunnet grunnet arrangementets betydning og/eller størrelse». Idrettsarrangementer av denne rekkevidden har viktige forutsetninger ved at de kan nå ut til mange. Pettersson og Wallstam (2017, s. 180) trekker frem at idrettsarrangementer bidrar til sosiale forhold som identitet, nettverk og som en plattform for å kommunisere budskap og samles om felles interesser. De nevner også blant idretts glede og fellesskap (Pettersson & Wallstam, 2017, s. 181). I forbindelse med et mega event arrangeres det også ofte parallelle aktiviteter som kulturarrangementer, aktivitetsprosjekter, festivaler eller lignende (Byers, et al., 2012, 102).

Over de siste tiår har man sett vekst i både antall og størrelse av arrangementer. Nettopp idrettsarrangementer fremstår som et populært verktøy for blant annet markedsføring, å fremme folkehelse, felleskap, ressurs- og identitetsskaping, som har bidratt til en økning og et syn på at arrangementer kan være effektive for å generere samfunnsnyttige ringvirkninger for sitt miljø og lokalsamfunn (Bohlin, 2000; Hall, 1997). Ønskede verdier og effekter som et idrettsarrangement kan bidra til å levere faller både innenfor økonomiske, sosiale og miljømessige områder. Tidligere forskning (Book & Carlsson, 2008; Getz, 2012; Mossberg, 2000) peker på intensjoner om å skape ressurser og inntekter til arrangører og interessenter, tiltrekke turisme, posisjonere og støtte identitet og merkevare og muligheter for å forbedre anlegg og infrastruktur.

2.2.1 Idrettsarrangement i Norge

Det arrangeres tusenvis av arrangementer i Norge hvert år. Av Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité (NIF) benyttes definisjonen «et arrangement eller konkurranse innen idrett hvor enkeltutøvere, lag eller dyr deltar, og som er regulert av den eller de aktuelle idrettenes nasjonale og internasjonale kamp- og konkurransereglement» (NIF, 2014, s. 8). Som nevnt når idretten bredt og tilnærmet alle idretter har sine varianter av turneringer og idrettsarrangementer som finner sted over hele landet. Flertallet av idrettsarrangementer er små og lokale turneringer, mens de aller største engasjerer milliarder (Hanstad, 2023, s. 13). I dagens samfunn engasjerer både utøvere, tilskuere og sponsorer seg av andre grunner enn tidligere.

Idrettsarrangementer fremstår som en illustrerende markør for tiden vi lever i, der opplevelser, aktivitet, prestasjoner, helse og økonomi spiller sentrale roller i manges liv.

2.2.2 Idrettsarrangement som plattform for samarbeid

Idrettsarrangementer har et viktig sosialt element tilknyttet seg enten det er mindre, lokale sammenkomster eller store, internasjonale mesterskap. En særegenhet for dem alle er at de skaper en arena for samskapning mellom aktører. I forbindelse med et idrettsarrangement utvikles en møteplass der eksempelvis utøvere, publikum, samarbeidspartnere, interessenter, sponsorer, medier og myndigheter kan knytte bekjenskaper med hverandre. Det bringer med andre ord et stort antall mennesker sammen og skaper sosiale nettverk gjennom deltakelse, planlegging, arrangering, frivillighet og selve forbruket av arrangementet (Miesner & Mason, 2006, s. 50). Disse

relasjonene som gjøres tilgjengelig gjennom arrangementer gjør det lettere for ulike aktører å samhandle med hverandre og samarbeide, da de allerede har en felles plattform i idretten og selve arrangementet (Buser et al., 2020, s. 2). Organisasjonen som står bak arrangementet og komiteen er med å plukke ut aktører og bygge dette nettverket. Dette ansvaret er av betydning fordi man er avhengig av mer enn bare en organisasjonskomite for å skape et arrangement. Idrettsbegivenheter er avhengig av å komplementeres av produkter og tjenester som tilbys av støttefirmaer og organisasjoner, inkludert medier, anleggseiere og statlige aktører (Li et al., 2001). Relasjonene som blir gjort tilgjengelig og oppmerksomheten rundt store idrettsarrangementer bidrar til at de kan fungere som effektive arenaer for verdimeslige budskap, som eksempelvis kan benyttes for bærekraftige verdier (Loland, 2021, s. 11).

2.3 Bærekraft i idretten

I idretten har man også rettet fokuset mot bærekraftsarbeid og blant annet ga Norges Idrettsforbund (NIF) ut *Miljøhåndbok for norsk idrett* i 2018. Her definerte man et hovedmål som sier at norsk idrett på lokalt, regionalt og nasjonalt nivå skal ta et aktivt ansvar for sin egen miljøpåvirkning (NIF, 2018, s. 7). Det fokuseres på at idretten har et større samfunnsansvar hvor blant annet ansvarlighet i forbindelse med klima og miljø er et viktig område. NIF ønsker at arbeid for miljø integreres i idrettslagene sin kjernevirksomhet og sees på som et bevisst fokusområde både i daglig drift, anleggsbygging og arrangementer (NIF, 2018, s. 8). Ifølge FN trekkes idretten frem som en viktig støttespiller for bærekraftig utvikling (NIF, 2018, s. 4). Idretten representerer brede muligheter for å fremme miljøbevissthet, kapasitetsbygging, og omfattende handlinger for miljømessig, sosial og økonomisk utvikling på tvers av idretten (Kellison & Casper, 2018, s. 135).

2.3.1 Bærekraft og idrettsarrangement

Den internasjonale olympiske komité (IOC) og deres olympiske leker kritiseres stadig for den enorme miljøpåvirkningen de har, med dårlige miljøvalg og lav grad av måloppnåelse på miljøfronten (Hanstad et al., 2021, s. 77). Forskere har til og med hevdet at det mest bærekraftige idrettsarrangementet er et som ikke finner sted i det overhodet (Jones, 2018, s. 9). Områder som problematiseres omfatter blant annet manglende evne til å se på konsekvensene av idrettsarrangementer over et lengre

perspektiv, eksempelvis å skape langsiktige arbeidsplasser eller løfte lokalsamfunnet. Det skal likevel nevnes at idrettsarrangementer også verdsettes som en arena for å skape samhold i samfunnet, sette søkelys på viktige temaer og fantastiske opplevelser og glede (Jones, 2018, s. 9).

At fokuset på å gjennomføre bærekraftige idrettsarrangementer har blitt en viktigere prioritet vises blant annet ved at det nå inngår som en del av anbudsprosessen for eksempelvis de som søker om å arrangere OL (Holmes et al., 2015, s. 16). IOCs *Sustainability Strategy* presiserer også at det stilles krav fra IOC til de som ønsker å organisere olympiske leker, innenfor områder som klima, infrastruktur, arbeidskraft, transport og ressursforvaltning (2017, s. 54). Blant føringene er kompensasjoner for direkte utslipp, sikre trygghet i arbeidsforhold og helse for arbeidere, samt å implementere prosesser for å unngå avfallsproduksjon (IOC, 2017, s. 54). Det stilles også mer krav fra begivenhetens publikum om at arrangementer de deltar på foretar en mer bærekraftig praksis (Holmes et al., 2015, s. 16).

I forbindelse med idrettsarrangementer med fokus på bærekraft advares det også mot såkalt *grønnvasking*. Grønnvasking vil si at et arrangement grunnet villedende lovnader om bærekraft fremstilles mer bærekraftige enn man egentlig er (Hanstad, 2023, s. 98). Dette oppsummeres på en god måte av Hanstad, Sandvik og Strittmatter (2021, s. 134): «En god strategi er vel og bra, men blir den stående alene uten å gi seg utslag i faktisk endring, risikerer organisasjonen å gå i fella.

I den eksisterende forskningen har man ofte antatt at bærekraft handler om å redusere negative miljøpåvirkninger og neglisjert de andre aspektene ved bærekraftsparadigmet (Mair & Smith, 2021, s. 1739). Zifkos (2015, s. 14) skrev i en artikkel om festivalarrangement at lovnader om bærekraft forplikter til å minimere de negative miljøpåvirkninger under selve begivenheten, men ikke en etikk om å produsere for «the greater good» slik bærekraftsprinsippene foreslår. Mair og Smith (2021, s. 1739) argumenterer for at i stedet for å forsøke å se hvordan man best kan begrense de negative effektene, er det behov for forskning på potensialet til arrangementer som verktøy for å promotere, fremprovosere og levere tiltak for bærekraftig utvikling. På grunnlag av det må det jobbes videre med hvordan arrangementer kan endre holdninger

og atferd ved å fremme mer bærekraftige livsstiler, samfunn og teknologier (Mair & Smith, 2021, s. 1739).

2.3.2 Forståelse av de tre dimensjonene i et arrangement

Tidligere forskning på området har tatt for seg miljøpåvirkning av grønnere arrangementer og arrangementsledelse, sosiale konsekvenser av arrangementer og arbeid med økonomisk bærekraft (Mair, 2019, s. 7). Det finnes derimot mindre forskning som tar hensyn til den gjensidige avhengigheten til de tre elementene som utgjør den tredelte bunnlinjen (Mair, 2019, s. 7). Dessuten er det svært lite av forskningen som foreløpig er gjort på bærekraftige arrangementer som har hatt en kritisk tilnærming (Mair, 2019, s. 7). Ofte fokuseres det på den kortsiktige økonomiske situasjonen til et arrangement i stedet for å se på potensialet et arrangement har for å bidra til lokalsamfunn og arbeidsplasser, og effekten dette har på samfunn i et lengre perspektiv (Mair, 2019, s. 7-8). I et arrangementsperspektiv handler den økonomiske dimensjonen ofte om evnen arrangementet har til å klare seg selv økonomisk og opprettholde økonomisk balanse, eller tjene penger der det er mulig (Mair, 2019, s. 9). Allen et al. (2011, s. 249) argumenterer for at den økonomiske påvirkningskraften til et arrangement strekker seg lengre enn arrangementet i seg selv og kan ha betydning for lokal eller nasjonal økonomi som et resultat. På samme måte ser man gjerne på bærekraft som utelukkende miljømessig bærekraft, og selv om kortsiktige negative miljøpåvirkninger selvsagt er viktige, unnlater forskere ofte å vurdere de langsiktige, positive, sosiale resultatene som kan etterfølge et forbedret lokalmiljø (Mair, 2019, s. 8). Miljømessig bærekraft i arrangementssammenheng refererer til å minimere påvirkningen på den lokale naturen, samt å redusere avfall, vann og strømbruk (Mair, 2019, s. 9). Sosial bærekraft fokuserer i denne sammenhengen på forholdet med lokalbefolkning og at tilbakevendende arrangementer drar fordeler av et positivt forhold med de lokale som fungerer både som frivillige og publikum (Mair, 2019, s. 9).

2.4 Oppsummering

Fokuset på bærekraft i forbindelse med idrettsarrangementer er i likhet med ellers i samfunnet fremtredende. Forskningen viser at det foregår noe med idrettsarrangementer og bærekraft. Man ser potensiale i at idrettsarrangementer kan være en plattform for å

samarbeide om bærekraftsarbeid. I stedet for å bidra til et perspektiv om at det mest bærekraftige arrangementet er et som ikke finner sted, vil jeg bidra til forskning på om idrettsarrangementer kan være en positiv arena med potensial for å bidra til bærekraftig utvikling. Hanstad (2023, s. 97) lanserer en inngang ved å se på hvordan arrangementer kan gjennomføres på en måte som gjør minst mulig skade på miljøet, men tvert imot fremstår så bærekraftig som mulig. I tillegg foreslås det at man kan undersøke hvordan idrettsbegivenheter faktisk kan benyttes i arbeid med bærekraftig utvikling (Hanstad, 2023). Jeg ønsker å studere det utvidede potensiale for positive effekter, ved å se på muligheter for å påvirke bærekraftig utvikling over et lengre perspektiv.

3.0 Teoretisk rammeverk

For å besvare problemstillingen min: «*Hvordan samarbeider aktører i forbindelse med idrettsarrangementer for å skape et arrangement som bidrar til bærekraftig utvikling?*» vil jeg benytte de teoretiske perspektivene value co-creation, interessenteori og legacy theory. Til sammen utgjør disse det teoretiske rammeverket for denne oppgaven. Value co-creation er hensiktsmessig for å forklare hvordan aktører med ulike utgangspunkt skaper fordeler gjennom samarbeid. Engagement platforms forklares som en spesifikk modell innenfor value co-creation, hvor hensikten er å vise hvordan idrettsarrangementer kan benyttes som plattformer for å fasilitere arenaer som gjør det lettere for aktører å gjøre verdisamskaping. Interessenteori belyser hvorfor aktører utenom selve arrangøren er relevante for å skape bærekraftstiltak. Mens legacy theory anvendes fordi studien ønsker å se på hvordan Ski-VM 2025 kan bidra til bærekraftig utvikling, fremfor å skape et bærekraftig arrangement.

3.1 Value co-creation

Med utgangspunkt i problemstillingen ønsker jeg å benytte teori som kan belyse hvordan ulike aktører skaper fordeler gjennom samarbeid i forbindelse med et idrettsarrangement. Value co-creation er relevant fordi bærekraftstiltak som skapes mellom aktørene i forbindelse med Ski-VM 2025 kan sees på som en prosess for å skape fordeler og teorien beskriver hvordan verdisamskaping foregår.

Aller først er det vesentlig å avklare hva som menes med begrepet «value». I *Value co-creation* benyttes det for å beskrive fordeler, nærmere bestemt fordeler aktører oppnår gjennom å være involvert i noe. Value co-creation (VCC) tar utgangspunkt i definisjonen «value is co-created in a collaborative process between firms, customer, and other stakeholders» (Woratschek et al., 2014a, s. 12.). Altså at verdi skapes gjennom samarbeidsprosesser mellom ulike aktører.

Vargo og Lusch (2016, s. 7) sin definisjon av value co-creation er «fordelene som skapes mellom aktører som er involvert i noe gjensidig». På norsk omtales det gjerne som verdisamskaping, og det bygger på et konsept om at verdier skapes sammen ved

hjelp av prosesser mellom aktører som aktivt medvirkende. Value co-creation er vesentlig for aktører fordi det behøves ressurser for å skape verdi og aktørene ikke besitter alle disse ressursene på egen hånd. Derfor utveksler og integrerer organisasjoner sine egne ressurser, eksempelvis kunnskap eller ferdigheter, med andre aktørers ressurser for å skape verdi (Woratschek et al., 2014a, s. 12). For aktører er det hensiktsmessig å delta i samarbeid dersom de trenger ressurser fra andre for å generere fordeler eller verdier for seg selv (Vargo & Lusch, 2016, s. 7). I denne oppgaven er det relevant å se på hvordan ulike aktører gjennom å være involvert i Ski-VM 2025 samarbeider om bærekraftig utvikling for å skape fordeler seg imellom.

Ifølge Vargo, Maglio og Akaka (2008, s. 145) foregår utveksling av ressurser på grunnlag av verdiskaping i interaktive prosesser i et gjensidig avhengighetsforhold mellom involverte aktører. Med andre ord er aktørene avhengige av hverandre for å kunne skape fordeler. Value co-creation blir dermed en prosess hvor alle involverte er viktige bidragsytere for verdiene som skapes (Vargo, 2009, s. 374). Man betrakter ressursutvekslingen mellom aktører som en kontinuerlig prosess (Lusch et al., 2014). Ved at aktører integrerer og utveksler sine ressurser oppstår det et verdinettverk. Ofte starter samhandlingen med to aktører, men utvider seg gradvis til et større nettverk av relasjoner (Vargo & Lusch, 2008, s. 5). Nettverket kan betraktes som alle aktørene som medvirker i samhandlingsprosessen, og Vargo og Lusch (2016, s. 9) påpeker at det å involvere flere aktører også ansees som en del av verdiutviklingen. På denne måten har også aktører som ikke er involvert i en konkret utveksling mulighet til å påvirke skapingen av verdi gjennom nettverket.

Rammeverket fokuserer på fordeler en aktør oppnår gjennom et samarbeid. Konteksten dette foregår i er definerende for hvilke ressurser de ulike aktørene kan integrere og hvilken verdiutveksling som finner sted (Vargo & Lusch, 2016, s. 7). Hvilke verdier som er tilgjengelige avhenger av markedet, offentlige og private ressurser, egen og eksterne aktørers eksisterende kompetanse (eksempelvis kunnskap og ferdigheter) og spesifikk situasjon (Vargo et al., 2011; Vargo & Lusch, 2016). På bakgrunn av det må verdiene som skapes gjennom utvidede nettverk forstås i konteksten de oppstår i, samt aktørene de kommer fra (Meynhardt et al., 2016, s. 2982). Kort oppsummert er altså det å forstå kontekst essensielt for å forstå oppfatningen og bestemmelse av verdi, fordi verdi er et kontekstuellet betinget begrep (Vargo et al., 2008).

Vargo et al. (2011) argumenterer for at bruk og forståelse av de utvidede nettverkene er nødvendig i og med at ingen enkelte aktører besitter tilstrekkelige ressurser for verdiskaping på egen hånd. Meynhardt, Chandler og Strathoff (2016, s. 2982) hevder at verdi både er et individuelt og kollektivt fenomen som ikke kan forstås ved å kun fokusere på én komponent. De ulike aktørene har individuelle oppfatninger av hva som er verdi og hvilke ressurser som er verdifulle for deres organisasjon. Gjennom nettverkene de involverer seg i ønsker de å skape individuelle verdier for seg selv, og hva verdiene består av vurderes utfra hver aktørs perspektiv (Vargo & Lusch, 2004). Aktørene som er med i en verdisamskapingssprosess oppnår sin individuelle verdi ut gjennom å samskape og integrere med andre, altså er samhandlingen en forutsetning for å oppnå individuelle verdier. Hva de ulike anser som individuell verdi for egen organisasjon er ulikt, men en viktig faktor er at alle som bidrar med ressurser inn også får individuell verdi ut.

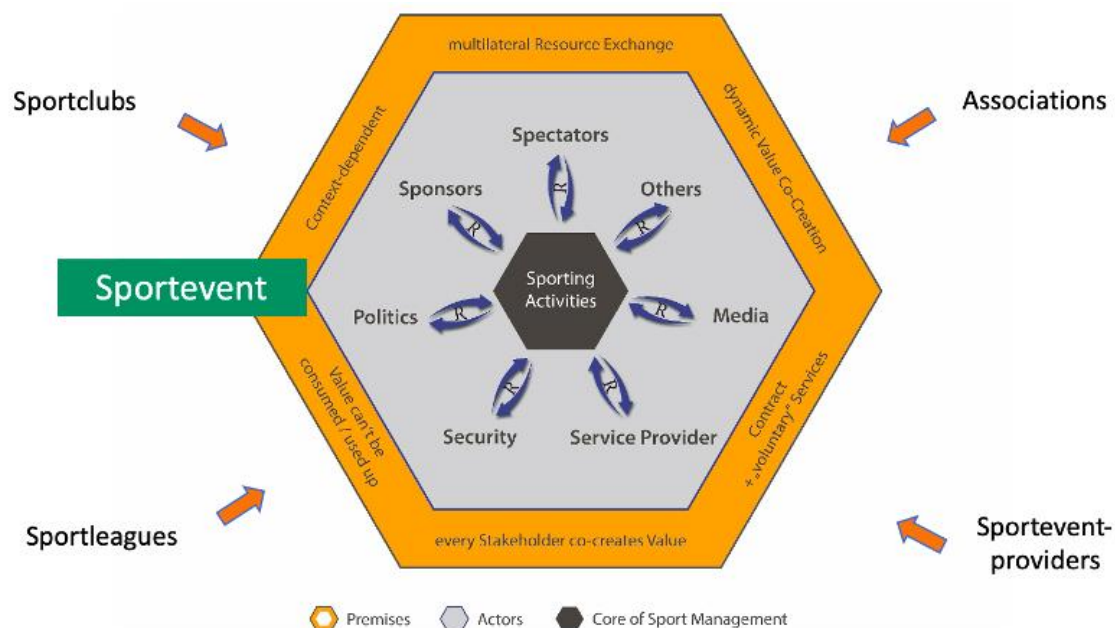
I denne oppgaven er formålet å undersøke hvordan ulike aktører benytter samarbeidet om Ski-VM 2025 for å skape fordeler seg imellom. Man kan se på prosessen av å skape bærekraftstiltak som et verdisamskapingssystem. Jeg ønsket å undersøke hva de ulike aktørene bringer med seg av verdier inn i arrangementet, og hvilke verdier de får ut av det. Aktørene som inkluderes består av organisasjoner og interessenter som blant annet kommune, særforbund, idrettskretser og selve arrangør-organisasjonen. På bakgrunn av mangfold i utvalget av interessenter, og at jeg ønsker å undersøke den helhetlige prosessen av value co-creation og analysere hele det utvidede verdinettverket mellom aktørene, er det hensiktsmessig å søke forståelse av hva aktørene sine individuelle oppfatninger av verdi er.

3.2 Engagement platforms

Samhandling mellom aktører (organisasjoner, tilskuere og andre interessenter) er nødvendig for å få tilgang til andres ressurser og skape verdi (Chandler & Vargo, 2011 s. 37). Aktørens rolle er å yte service gjennom integrering av ressurser. En tendens i idrettsfeltet er at virksomhet ofte knyttes opp mot arrangementer, hvilket påvirker samhandlingsprosessen mellom aktører (Woratschek et al., 2014a, s. 8). Det argumenteres for at idrettsarrangementer tilbyr en plattform der ulike aktører samskaper

verdi innad i et nettverk (Woratschek et al., 2014a, s. 20). Samskapingen av verdi indikerer at når organisasjoner, tilskuere og andre parter som er involvert i idrettsarrangementet samarbeider, skapes det relasjoner (Ballantyne & Varey, 2006, sitert i Hedlund, 2014, s. 51).

Engagement platforms (EP) kan sees på som en spesiell modell for value co-creation. Av Breidbach et al. (2014, s. 594) defineres EP som «fysiske eller virtuelle berøringspunkter som fasiliterer og gir støtte for utveksling og integrering av ressurser, og dermed samskaping av verdi mellom aktører i et tjenesteøkosystem». Hensikten er å gjøre det enklere for interaksjon og samarbeid mellom aktører, og dermed tilrettelegge for ressursintegrering. Av Horbel (2022a, s. 51) forklares en plattform som noe som kan brukes av andre aktører for å engasjere seg i verdiskapende aktiviteter, altså et verdinettverk. Idrettsarrangementer kan ansees som engasjementsplattformer (se figur 1) som legger til rette for ressursintegrering mellom aktører for å samskape verdi (Woratschek, 2020; Horbel, 2022a).



Figur 1: Sport Events as Platforms (Logic of Value co-creation) (Woratschek, 2020, s. 3).

Idrettsaktiviteter er selve kjernen i sport management og helt fundamentalt for å generere verdi (Schönberner & Woratschek, 2020). En idrettsarrangements-plattform tilbyr mange aktører muligheter for å samhandle, engasjere seg og dermed samskape

verdi (Woratschek, 2020, s. 4). Videre forklarer Woratschek (2020) at arrangementet i seg selv ikke får verdi gjennom produksjonen, men at det får verdi når aktører som eksempelvis tilskuere tilslutter seg fansens sang, kommenterer i sosiale medier og nyter pølser i pausen på plattformen «idrettsarrangement». For den som «eier» plattformen er det hensiktsmessig å sikre at plattformen er attraktiv for arrangører en ønsker å ha med.

For å skape fordeler integrerer aktører ressursene sine og bruker ressursene til andre, eksempelvis utøvernes prestasjoner, mediers vinklinger og matleverandørers kapasitet. Som følge av det er det ikke utelukkende arrangør som avgjør verdien av idrettsarrangements-plattformen, men aktørene bidrar med verdiskaping med sin kompetanse både før, under og etter arrangementet (Horbel, 2022a, s. 51). Verdien som skapes er med andre ord avhengig av kontekst, spesielt sosiale interaksjoner. Arrangøren har likevel en spesiell rolle ved at de fasiliterer og tilrettelegger for interaksjonen mellom aktørene, ved å tilby tjenester og produkter som karakteriserer idrettsarrangementet (Horbel, 2022a, s. 51). På denne måten kan man si at arrangøren styrer selve plattformen.

Woratschek (2020, s. 3) forklarer at verdien som skapes ved en idrettsengasjementsplattform er dynamisk fordi den samskapes før, under og etter et arrangement. Eksempelvis genererer arrangementer som Ski-VM i 1997 eller OL i 1994 fortsatt verdi, gjennom at erfaringer og historier fra begivenhetene deles og er kjent også av mennesker som ikke var til stede (se kapittel 5.1.2). Gjennom å dele disse erfaringene skapes det verdier med andre flere tiår etter at selve arrangementene fant sted. Verdi er ikke noe som brukes opp, men den oppstår gjennom sosiale interaksjoner og flerfoldig ressursutveksling (Woratschek, 2020, s. 5). Aktøringasjement fører til utveksling utover kontrakter og frivillige tjenester uten å forvente noen direkte kompensasjon (Woratschek, 2020, s. 5).

Aktører med interesser innen en spesifikk idrettsaktivitet samskaper verdi på en relatert sports-engasjementsplattform (Woratschek, 2020, s. 5). Ettersom engasjementsplattformer muliggjør interaksjon og samarbeid mellom aktører og tilrettelegger for ressursintegrasjon, er forståelse av engasjementsplattformer avgjørende for å fasilitere samskappingsprosesser (Buser et al., 2020, s. 5). Ski-VM 2025 kan

betraktes som en engasjementsplattform. VM-organisasjonen er fasilitator av selve plattformen, og tilrettelegger for at aktører kan samhandle og integrere sine ressurser, for å skape verdi for seg selv og andre. VM-komiteen har en viktig rolle, men er helt avhengig av samarbeidsaktørene sine for å generere verdier og skape et bærekraftig arrangement sammen. Gjennom plattformen er det ønskelig at aktører skal bidra på best mulig måte med sine ressurser inn i arrangementet, og sammen få ut fordeler. Jeg er interessert i å se nærmere på hvem som deltar i denne engasjementsplattformen, hvorfor de deltar, hvilke ressurser de bidrar med og hvordan de bidrar til bærekraftstiltak.

3.3 Interessentteori

I denne delen av oppgaven vil jeg gi en forklaring av hva interessentteori er, hvordan den benyttes for å studere idrettsarrangementer og hvorfor den er relevant for min studie.

Stakeholder theory, oversatt til interessentteori, ble utviklet av Freeman (1984) og utfordrer synet om at det kun er aksjonærer sine interesser som bør påvirke organisasjoners beslutningstaking (Houlihan et al., 2022, s. 4). Den mest relevante definisjonen av interessenter for denne oppgaven er «enhver gruppe eller individ som kan påvirke eller bli påvirket av oppnåelsen av et [idrettsarrangement] sine mål» (Freeman, 1984, s. 46). Hensikten med interessentteori er å identifisere interessenter og kartlegge hvilken påvirkningskraft de har på en organisasjon (Rowley, 1997). Interessentteori er gunstig dersom man vil «forklare og forutsi hvordan en organisasjon opererer med hensyn til forhold og innflytelse som eksisterer i sitt miljø» (Rowley, 1997, s. 887). Cunningham et al. (2016, s. 58) beskriver det sentrale forholdet mellom organisasjon og interessent som selve nøkkelen i teorien, og i denne studien vil interessenter tilsvare aktører og samarbeidspartnere i arrangementet.

Å definere og skille mellom interessenter kan være utfordrende. Clarkson (1995) foreslår et skille mellom primær- og sekundærinteressenter. Primære interessenter karakteriseres av at de er direkte involvert i verdiskaping, og er avgjørende for at en organisasjon skal kunne overleve og fortsette virksomheten sin (Clarkson, 1995, s. 106). Sekundære interessenter er aktører som ikke betraktes som livsnødvendige, og direkte involvert i transaksjoner, men likevel har legitim interesse i og utbytte av hva

organisasjonen foretar seg (Freeman et al., 2018, s. 17). Å skille mellom primære og sekundære interesser kan fremstå vanskelig, fordi en interessent kan være begge deler (Strittmatter et al., 2022, s. 250).

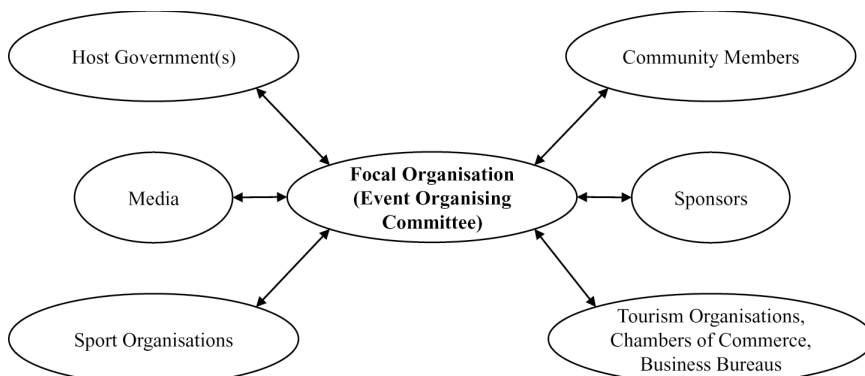
Når det kommer til å identifisere interesser, utviklet Mitchell et al. (1997) et rammeverk basert på kriteriene makt, legitimitet og urgency (Strittmatter et al., 2022, s. 247). Hensikten var at interesser kunne identifiseres på bakgrunn av et eller flere av kriteriene (Mitchell et al., 1997, s. 854). Kriteriet om makt karakteriserer makten en interessent har til å tvinge gjennom handlinger til tross for motstand (Mitchell et al., 1997). Legitimitet tilsvarer en oppfatning av at handlinger ansees som ønskede, riktige og hensiktsmessige i henhold til det sosiale systemet (Mitchell et al., 1997). Mens urgency, heretter omtalt som press, vil si en oppfordring til umiddelbar handling, enten på bakgrunn av tidssensitivitet eller problemets kritiske natur (Mitchell et al., 1997). Forholdene mellom disse kriteriene er at jo flere en interessent innehar, jo viktigere er interessen.

Interesentteori og idrettsarrangement

Det finnes flere eksempler på forskning som benytter interesentteori for å analysere idrettsarrangementer (eks. Kristiansen, Strittmatter, & Skirstad, 2016; Parent, 2008; Parent et al., 2015). Parent og Ruetsch (2021) argumenterer for at idrettsarrangementer av alle størrelser er avhengige av en rekke interesser for å planlegge, gjennomføre og avslutte et idrettsarrangement. Videre hevdes det at interesser kan ha stor innflytelse på arrangør og at det derfor er vesentlig å opprettholde et godt forhold til interesser (Parent, 2015). På grunnlag av det bruker organisasjonskomiteene tid og ressurser på å skape og ivareta relasjoner med ulike aktører, for å oppnå tilgang til de nødvendige ressursene som trengs for å arrangere idrettsarrangementer effektivt (Parent, 2008, s. 136).

Alle interesser er viktige fordi suksessen til idrettsarrangementer og turisme avhenger av i hvilken grad interessentenes behov tilfredsstilles på et tilstrekkelig nivå, også kalt å tilfredsstille interesser (Parent & Deephouse, 2007). Freeman (1984) hevder at interesentteori som rammeverk for å studere arrangementer tar for seg en fokusorganisasjon (organisasjonskomite), deres interesser og relasjonene mellom

dem. Figur 2 illustrerer et generelt kart over en organisasjonskomite sine eksterne interessenter i et idrettsarrangement.



Figur 2: Sport event external stakeholder map (Bakhsh et al., 2022, s. 173).

Interessentkartet fremstilt av Bakhsh et al. (2022) harmonerer med Chappelet og Parent (2015) sine åtte identifiserte interessentgrupper for idrettsarrangementer (s. 12). De benytter kategoriene arrangører, idrettsorganisasjoner, media, deltakere, støtte, (lokal)samfunn, sponsorer og andre interessenter. Arrangører tilsvarer de ansatte i organisasjonskomiteen, vertskap og frivillige. Idrettsorganisasjoner består av arrangementseierne og idrett- og særforbund. Media inkluderer kringkaster, sosiale medier og skriftlig presse. Deltakere er utøvere og tilskuere, mens støtte vil si familie og støttegruppene rundt utøvere. Samfunnet består av de som bor i lokalsamfunnet, næringsliv, reiselivsorganisasjoner osv. Mens sponsorer innebærer lokale, regionale og nasjonale myndigheter, samt sponsorer. Andre interessenter vil da tilsvare aktører som havner utenfor disse kategoriene som er involvert i arrangementet, eksempelvis sikkerhetsetater og ikke-statlige organisasjoner (Chappelet & Parent, 2015).

Idrettsarrangementer som kjerneelement må suppleres av produkter og tjenester som tilbys av interessenter, inkludert blant annet idrettslige organisasjoner, anleggseiere, statlige aktører, næringslivsaktører og medier (Horbel, 2022b, s. 232). Fassin (2012) hevder at interessentforhold ikke er endimensjonale, men anses som dynamiske og inkluderer en form for gjensidig avhengighet mellom interessenter. Interessentteori benyttes i denne oppgaven for å forklare hvorfor de som ikke er selve organisasjonskomiteen av Ski-VM 2025, er vesentlige for å oppnå verdiskapingen i arrangementet. Rammeverket bidrar til å analysere hvem som er relevante aktører, som

gjør at jeg deretter kan studere hvilke interesser de har og hva som er grunnlaget for at de er interessenter.

3.4 Legacy theory

Den siste teorien jeg ønsker å benytte meg av i denne studien er *legacy theory*. Dette teoretiske perspektivet er benyttet som et supplement til de andre teoriene, men er også viktig for det teoretiske rammeverket og forståelse av studien i sin helhet. I denne delen vil jeg kort beskrive bakgrunnen for teorien og hvorfor den er inkludert i denne studien.

Legacy og idrettsarrangement

Det finnes uenighet blant forskere angående hva *legacy* virkelig er, hvordan det måles og hvordan en maksimerer den potensielle arven fra et arrangement (Gratton & Preuss, 2008). Byers et al. (2012, s. 95) definerer *legacy* som «de planlagte og ikke-planlagte, positive og negative, materielle og immaterielle fordelene som stammer fra en sportsbegivenhet på kort og lang sikt». Den nærmeste direkte oversettelsen for *legacy* på norsk blir «arv», som til en viss grad kan være passende fordi arv i biologisk forstand betegner at noe videreføres fra en generasjon til den neste (Martinsen, 2022). Basert på dette kan *legacy* forstås som effekter, tiltak og faktorer som oppstår på grunn av, og videreføres fra et idrettsarrangement.

IOC benytter *event legacy* for å fange «verdien av idrettsbegivenheter og offentlige forbedringer som overføres til lokalsamfunn eller idrettsorganisasjoner etter de olympiske leker» (Gratton & Preuss, 2008, s. 1923). For regjeringer, budkomite og arrangører sees det å dra nytte av arven et mega event kan føre til, som en motivasjon for å være vertskap for arrangementet, på tross av at det også kan medføre negative konsekvenser (Byers et al., 2012, s. 95). Ritchie (1984, s. 7) var tidlig ute med å beskrive rekkevidden av mulige påvirkninger som stammer fra et arrangement, og lister opp seks potensielle konsekvensområder; økonomisk (utgifter), turisme/kommersiell (bevissthet, omdømme), fysisk (fasiliteter, miljø), sosiokulturell (regionale tradisjoner), psykologisk (lokal stolthet) og politisk (politisk propaganda). Denne kategoriseringen argumenterer med andre ord for at både materiell og immateriell arv tilhører ettervirkninger av et arrangement.

I tillegg er et poeng at immateriell arv kan føre til materiell arv i fremtiden ved eksempelvis at frivillige lærer nye ferdigheter og tilegner seg kunnskap under et arrangement, som senere leder dem til å bidra med arrangementskompetanse, infrastruktur eller andre relevante egenskaper i andre sammenhenger (Koenig og Leopkey, 2009). Virkningene av mega events er både kortsiktige og langsiktige, og kan variere i henhold til tidsperiode, eksempelvis gjennom negativ arv på kort sikt, men positive ettervirkninger på lang sikt (Dimanche, 1997, sitert i Byers et al., 2012, s. 96). De ulike effektene kan kategoriseres innenfor følgende rammer: deltakelse i arrangement (økning i reiseliv), forbedring av infrastruktur (kapasitet og tilfredshet blant besøkende), fordeler for samfunn og næringsliv (tilfredshet), økt mediedekning (bevissthet og turistimage) og økt reiselivsreklame (Dimanche, 1997, sitert i Byers et al., 2012, s. 96). Disse ulike aspektene inkluderte Preuss (2007, s. 86) i sin definisjon av legacy: «planlagte og uplanlagte, positive og negative, materielle og immaterielle strukturer skapt av og for et idrettsarrangement som består over lengre tid enn selve arrangementet».

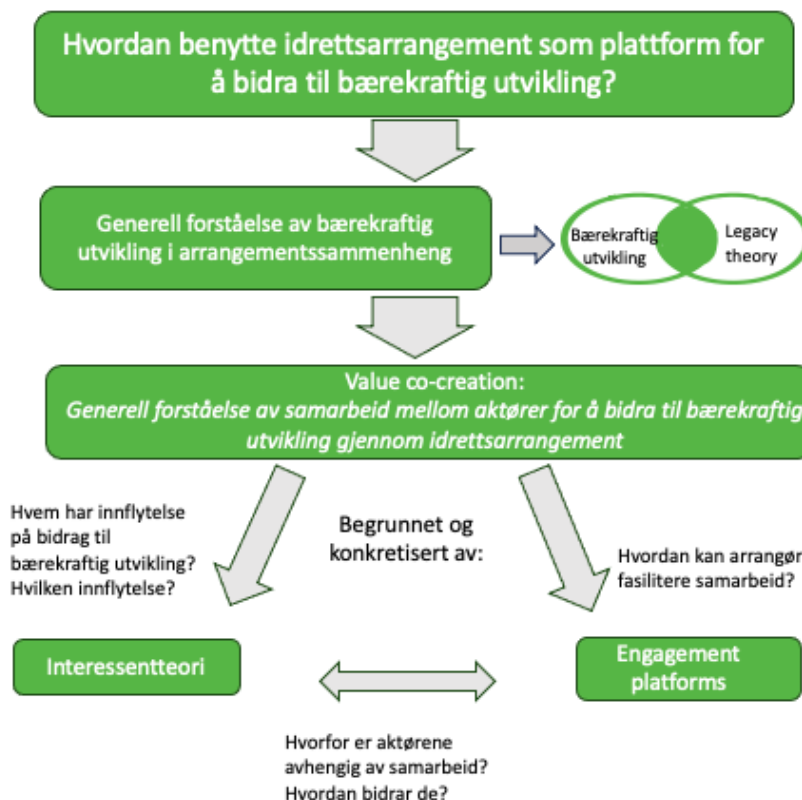
Legacy theory brukes som en del av det teoretiske rammeverket for denne oppgaven, fordi jeg velger å fokusere på arrangementenes bidrag til bærekraftig utvikling, fremfor å bare betrakte bærekraftsansvaret som å skape et bærekraftig arrangement. Teorien er relevant for å forklare hvordan bærekraftig utvikling kan sees på som bærekraftige ringvirkninger og arv etter Ski-VM 2025. Perspektivet om legacy har mye lengre historie enn bærekraft innenfor sport management som forskningsfelt, og er derfor ment for å gi forståelse av ettervirkninger som kan følge av arrangementet.

3.5 Kombinering av teorier

Horbel (2022b, s. 232) argumenterer for at verdi må skapes i samarbeid med ulike interessenter, eksempelvis organisasjonskomite, medier, sponsorer, samt produsenter og forhandlere av utstyr. I forbindelse med idrettsarrangementer kan verdiforslaget til selve begivenheten tolkes som en plattform som tilskuere, interessenter og andre aktører kan benytte som et middel til å gi sine verdiforslag (Woratschek et al., 2014a, s. 15). Ved å se på value co-creation innad i idrettsarrangementer kan man studere hvordan ulike aktører sammen skaper verdien i et arrangement. I de fleste tilfeller har man en arrangør som er ansvarlig for selve arrangementet, men arrangøren kan ikke skape verdi alene og

er avhengig av at andre aktører både før, under og etter arrangementet bidrar med ulike verdier (Woratschek et al., 2014a, s. 10). Durchholz og Woratschek (2012) argumenterer for at value co-creation i idrettsarrangementer er en nettverksprosess der alle aktører bidrar til å produsere fordeler. Både myndigheter, næringslivsaktører, medier, tilskuere og sponsorer påvirker idrettsarrangementet før, under og etterpå og er derfor en del av verdisamskapingen.

Engagement platforms sees på som en metode innenfor VCC for å gjøre ressursutveksling enklere for aktørene. Ski-VM 2025 kan betraktes som en plattform der aktører gjennom å skape verdi sammen kan bidra til bærekraftig utvikling. Aktørene som bidrar er interessenter for arrangementet, og derfor benyttes interessenteori for å belyse hvem som er relevante aktører og bidra til å forstå hvorfor de er engasjerte i plattformen. I tillegg er det sentralt å benytte teori om legacy, fordi det kan overføres til perspektivet om å bidra til bærekraftig utvikling i form av ringvirkninger som påvirker utover å bare arrangere et bærekraftig idrettsarrangement i seg selv.



Figur 3: Teoretisk rammeverk

4.0 Metode

Under utformingen av et forskningsprosjekt er det viktig å gjøre en vurdering av hvilken form for informasjon det er behov for. En vesentlig faktor er at det finnes en logisk forbindelse mellom problemstilling og metode for at man skal oppnå et helhetlig forskningsdesign. I utgangspunktet ser man ikke på en metode som bedre enn andre, men forskerens vurderinger og refleksjoner knyttet til prosjektets formål avgjør hvilken metode som er mest hensiktsmessig (Furseth & Everett, 2020, s. 128). Kapitlet om metode tar sikte på å beskrive hva som er gjort for å besvare problemstillingen og hvordan det er utført. Først vil jeg redegjøre for studiens vitenskapsteoretiske utgangspunkt, design og metodiske valg. Deretter begrunnelser for utvalg, datainnsamling og analyse av datagrunnlaget. Til sist vil jeg diskutere kvalitetskriterier og etiske overveielser som er relevante for prosjektet.

4.1 Vitenskapelig tilnærming

Gjennom arbeidet med et forskningsprosjekt vil man som forsker vanligvis plassere seg innenfor et vitenskapsteoretisk perspektiv. Thagaard (2018, s. 33) påpeker at den vitenskapelige forankringen bidrar til å danne grunnlaget for informasjonen vi søker og gir oss et utgangspunkt for forståelsen som utvikles gjennom prosessen. Innenfor kvalitative metoder står det å oppnå en forståelse av sosiale fenomener sentralt (Thagaard, 2018, s. 11). Gjennom problemstillingen min søker jeg forståelse av hvordan idrettsarrangementer kan benyttes for å bidra til bærekraftig utvikling, gjennom samarbeid mellom aktører. Denne verdisamskapningen kan betraktes som det sosiale fenomenet som forskes på. Samarbeidsaktørens egne tanker og erfaringer tilknyttet fenomenet er her det interessante, hvilket plasserer prosjektet innenfor et fortolkende paradigme.

Fortolkende vitenskapsteoretiske perspektiver inneholder paradigmer som definerer grenser for prosjektets rammer, handlinger, verdier, metodologi, analytisk tilnærming og grunnleggende forståelse av verdensbildet det forskes i (Markula & Silk, 2011, s. 25). En fellesnevner ved disse tilnærmingene er at de konsentreres rundt forståelse av menneskers meninger, opplevelser og intensjoner (Thagaard, 2018, s. 33). Fordi mitt prosjekt ønsker å studere hvordan ulike aktører i et arrangement benytter samarbeid for å utvikle bærekraftige løsninger, er det hensiktsmessig å innta perspektivet til disse

aktørene for å oppnå forståelse av deres opplevelser og tanker knyttet til samarbeidet. På grunnlag av det introduseres en sosialkonstruktivistisk tilnærming for å beskrive intervjupersonenes betraktninger tilknyttet det bestemte fenomenet. I sosialkonstruktivismen anser man at kunnskap konstrueres gjennom de som deltar i bestemte sosiale sammenhenger og forståelsen av dette preges av kulturen de lever i (Thagaard, 2018, s. 40).

Det sosialkonstruktivistiske perspektivet er nyttig for mitt forskningsprosjekt fordi jeg ønsker å forstå verdien de ulike aktørene kan frembringe gjennom samarbeid med andre aktører for å øke bærekraftstiltak. Tilnærmingen forutsetter en idé om at hvordan verden faktisk er oppfattes som mindre viktig, mens hvordan mennesker ser og forstår den er det vesentlige. Hva mine informanter anser som verdi av samskapningen oppfattes på individuelt nivå av dem og vil avhenge av deres behov, forkunnskaper og ressurser. På denne måten vil informantene som har en rolle i utarbeidingen av bærekraftige tiltak for arrangementet være med på å konstruere sannheten slik de selv forstår den.

Interaksjonen mellom forsker og informant vil også bidra til å avgjøre hva som er gyldig kunnskap og begge parter vil dermed påvirke den nye kunnskapen som utvikles (Thagaard, 2018, s. 40). I fortolkende teoretiske tilnærminger presiserer Thagaard (2018, s. 33) viktigheten av mening og betydning som danner et sentralt grunnlag for kvalitativ forskning.

4.2 Forskningsdesign og valg av metode

Et forskningsdesign defineres av Yin (2018, s. 28) som «en logisk plan for å komme seg fra her til der». I denne sammenhengen kan man se på «her» som spørsmålene man ønsker å besvare, og «der» som konklusjonen (Yin, 2018, s. 28). At et forskningsprosjekt bygger på et hensiktsmessig forskningsdesign er viktig for å unngå å ende opp med data som ikke besvarer problemstillingen (Yin, 2018).

4.2.1 Case-studie

Bondevik og Rustad (2006, s. 81) viser til at kvalitative metoder baserer seg på fortolkninger av eksempelvis ord, intervjuer eller deltagende observasjoner basert på et begrenset utvalg. I dette forskningsprosjektet er fokuset rettet mot å studere mye

informasjon om et mindre utvalg, nærmere bestemt ett enkelt idrettsarrangement. En case-studie beskrives som en analyse av en sosial enhet, der enheten studeres på et detaljert og helhetlig nivå i en naturlig setting (Blaikie & Priest, 2018, s. 189). På grunnlag av dette sees prosjektet på som en case-studie, der hovedformålet er å oppnå rikholdig informasjon om enhetene eller casene som studiet retter sin oppmerksomhet mot (Thagaard, 2018, s. 51). I og med at prosjektet fokuserer på en enkelt enhet anses det som en instrumentell case-studie, der arrangementet representerer det empiriske grunnlaget for å utvikle forståelse for idrettsarrangementer som samarbeidsplattform (Thagaard, 2018, s. 51). Yin (2018, s. 29) indikerer at en case-studie er hensiktsmessig når forskningsspørsmålet er et «hvordan» eller «hva» spørsmål, slik tilfellet er for min studie. Spørsmål formulert som «hvordan» har ofte en forklarende effekt, og tar sikte på å forklare et fenomen fremfor og kun beskrive det (Yin, 2018, s. 29)

Ved å benytte kvalitativ metode ga det muligheten til å gå i dybden og se helheten av et fenomen i en eksisterende kontekst (Bondevik & Rustad, 2006, s. 81). Jeg ønsket å gå i dybden på hvordan idrettsarrangementer kan benyttes som en samarbeidsplattform for å skape bærekraftstiltak, og hvordan aktørene opplever samskapning gjennom arbeidet med idrettsarrangementet. Fordi det finnes begrenset forskning på temaet ble case-studie foretrukket som en hensiktsmessig metode for å utvikle ny kunnskap. Oppgaven har ikke som mål å generalisere funnene. Målet er derimot å ha en analytisk tilnærming til arrangementet som arena for samarbeid. Det er viktig å påpeke at selv om min case-studie fokuserer på en enkelt enhet, handler det ikke om Ski-VM 2025 som enkeltorganisasjon, men om Ski-VM 2025 som fenomen. For å skape dette fenomenet behøves det et nettverk av aktører som samhandler. VM-komiteen betraktes som en aktør av fenomenet som fasiliterer slik at aktørene kommer sammen og kan samskape verdi. Dette vil jeg utdype ytterligere i kapitlet om utvalg.

4.2.2 Intervju

Ulike kvalitative metoder ble vurdert, men valget falt på intervju fordi det gir tilgang til fylldig kunnskap om informantenes erfaringer, synspunkter og perspektiver på temaer intervjuet omhandler (Thagaard, 2018, s. 89). Forskningsprosjektet tar sikte på en åpen tilnærming til problemstillingen gjennom erfaringer og synspunkter fra ulike aktører. For å utvikle ny data på et felt med lite sammenlignbar forskning, kan intervju være en

hensiktsmessig metode, fordi man kan søke kontakt med personer i feltet for å utvide kunnskap om deres forståelse av egne omgivelser (Thagaard, 2018, s. 53). Gubrium og Holstein (2012, s. 32) fremhever en konstruktivistisk tilnærming ved at kunnskapen konstrueres i møte mellom forsker og intervjuperson. Kvalitative intervjuer tilegnes også verdi for å studere meninger og opplevelser (Sparkes & Smith, 2014, s. 83). Dette er hensiktsmessig for min oppgave som tar sikte på å oppnå forståelse ved å studere aktører sine meninger og opplevelser knyttet til å samarbeide om bærekraftstiltak gjennom Ski-VM.

Det finnes flere måter å utforme kvalitative forskningsintervjuer på. I én ende finner man en uformell samtale mellom forsker og intervjuperson om hovedtema preget av lite struktur, mens den andre ytterkanten representerer et mer strukturert opplegg med spørsmål og rekkefølge planlagt på forhånd (Thagaard, 2018, s. 90). Sparkes og Smith (2014, s. 84) viser til semi-strukturerte intervjuer som en middelvei mellom de to ytterpunktene. En semi-strukturert fremgangsmåte beskrives som delvis strukturert, og tilrettelegger for fleksibilitet for intervjupersonene til å uttrykke egne følelser, ideer og meninger relatert til tema. Denne fleksibiliteten er hensiktsmessig for å utvikle ny data, hvilket er passende for mitt prosjekt på et lite utforsket tema. I semi-strukturerte intervjuer er temaene hovedsakelig fastsatt på forhånd, mens rekkefølgen er mer åpen for endringer underveis i intervjuet (Thagaard, 2018, s. 91). På denne måten sikrer jeg som forsker at sentrale spørsmål for problemstillingen besvares og gir samtidig rom for å utforske svarene til intervjupersonene, og stille spørsmål basert på hvordan samtalen utarter seg (Smith & Sparkes, 2016, s. 200). Dette kan bidra til å oppdage informasjon som ellers ikke hadde dukket opp og dermed supplere med verdifull kunnskap til datagrunnlaget.

Informantenes beskrivelser av fenomenet uttrykkes gjennom deres egen konstruksjon av verden og som forsker handlet det om å forstå hvordan de opplever at verdisamskapningen for å skape bærekraftige løsninger fungerer. Jeg ønsket å få en helhetlig forståelse av hvordan de som jobber med idrettsarrangementet samarbeider for å tilstrebe bærekraftig utvikling. Intervjuer med disse personene er derfor en viktig kilde til kunnskap og ga meg muligheten til å hente inn datamateriale gjennom kunnskap om deres meninger, erfaringer og holdninger (Tanggaard & Brinkmann, 2012). Mitt ønske var å oppnå forståelse av de individuelle oppfatningene av verdi og hvordan de ulike

aktørene samskaper verdi, ikke bare beskrive at de gjør det. Semi-strukturerte intervjuer ble derfor ansett som hensiktsmessig fordi de kan bidra med fyldig, kvalitativ data. Dette er hensiktsmessig når man søker forståelse fremfor beskrivelse.

4.2.3 Intervjuguide

Forskningsintervjuenes semi-strukturerte utforming gjør det naturlig at intervjuguiden har en forholdsvis fri og uformell fremtoning. Hensikten med intervjuguiden var at den skulle benyttes som en veiledning med tanke på temaer og generelle spørsmål, fremfor en mal som måtte følges bokstavelig (Johannessen et al., 2016, s. 147). Det essensielle er å sikre at de sentrale temaene for å besvare problemstillingen blir ivaretatt, samtidig som det er rom for tilpasning i henhold til intervjupersonens utsagn (Thagaard, 2018, s. 95). Spørsmålene i intervjuguiden tar utgangspunkt i temaer som er relevant for å svare på problemstillingen, og baserer seg på teori hentet fra studiens teoretiske rammeverk. Å bygge intervjuguiden på tidligere teori og kontekst sees på som en deduktiv tilnærming, men studien er også induktivt åpen for å utvikle andre perspektiver (Thagaard, 2018, s. 172). I tillegg ble det å formulere åpne spørsmål vektlagt, for å oppmuntre intervjupersonene til å komme med utfyllende svar.

Guiden ble delt inn i innledning, hoveddel og avsluttende del. Aller først presiserer Johannessen et al. (2016, s. 147) at forskeren skal presentere seg selv, informere om prosjektet, samtykke og retningslinjer for intervjuet. De innledende spørsmålene handler om informanten sin rolle i organisasjonen hen jobber i og i arbeidet med Ski-VM, samt organisasjonens visjoner i forbindelse med dette (se vedlegg 3). Dette for å få et overblikk over deres grunnlag for å besvare spørsmålene knyttet opp mot problemstillingen min, deres posisjon i organisasjonen og for å bygge relasjon med intervjupersonene. Innholdet i intervjuguiden ble delt inn i ulike temaer for å holde det mer oversiktlig og unngå unødvendige gjentakelser. Temaene består av sentrale emner som forståelse av bærekraft, samarbeidsaktører, samarbeid om bærekraft, value co-creation og ressursutveksling.

Første tema handler om forståelse av bærekraft og er av en reflekterende natur. Hensikten var å tidlig danne et bilde av hvordan intervjupersonene ser på bærekraft når begrepet blir benyttet videre utover i intervjuet. Deretter følger spørsmål som er formulert med bakgrunn i det teoretiske rammeverket. Temaet «samarbeidsaktører» tar

for seg blant annet hvilke samarbeidsaktører som er involvert i samarbeid om bærekraftstiltak, hvorfor de var sentrale og hvordan samarbeidet oppleves. Disse spørsmålene ble utviklet på grunnlag av interessenteori. Neste del av guiden har spørsmål knyttet til perspektiver fra value co-creation og engagement platforms. Underspørsmålene her spesifiserte hvordan samarbeid mellom aktører bidrar til å skape bærekraftstiltak, forventninger til hva en ønsker ut av samarbeidet og hvilke ressurser som utbyttes mellom aktørene. I den avsluttende delen bør forskeren forsøke å tette eventuelle hull og invitere intervjupersonen til å tilføye noe dersom vedkommende har noe mer på hjertet (Sparkes & Smith, 2014, s. 92). På grunnlag av det valgte jeg å stille spørsmål om hva intervjupersonene anser som det viktigste når det kommer til visjoner om bærekraft, og suksessfaktorer/utfordringer for å oppnå dette, for å sikre at de viktigste elementene ble utdypet. Helt til sist spurte jeg om de selv ønsket å tilføye noe, og om de hadde noen forslag til relevante intervjupersoner (mer om dette i utvalg).

4.3 Utvalg

Som tidligere nevnt vil man i kvalitative forskningsprosjekter ofte basere seg på informasjon fra et mindre antall personer eller enheter. Dersom utvalget er relativt smalt, er det veldig viktig at man oppnår et utvalg som er mest mulig hensiktsmessig for å besvare problemstillingen, slik at analysen av datagrunnlaget kan bringe forståelse av fenomenene vi studerer (Thagaard, 2018, s. 54). Dette er i tråd med at kvalitative undersøkelser tar sikte på å oppnå fyldige beskrivelser om fenomenet og fenomenets kontekst (Johannessen et al., 2016, 114). I min rolle som forsker er det viktig å være presis og nøyaktig i mine beskrivelser av hvordan utvalget ble til, slik at jeg opptrer transparent og dermed bidrar til at prosjektet har høy forskningsmessig kvalitet.

4.3.1 Utvalg av case

Johannessen et al. (2016, s. 112) presiserer viktigheten av å skaffe et relevant utvalg av informanter fremfor å skaffe mange. Når man benytter et smalere utvalg kan det derfor være fordelaktig å være strategisk i utvelgingsprosessen. Dette forklarer Thagaard (2018, s. 54) som at forskeren systematisk velger enheter eller personer med egenskaper som er strategiske for å besvare problemstillingen. For å sikre at utvalget i mitt forskningsprosjekt bidro til forståelse av hvordan aktører samarbeider om å skape

bærekraftige tiltak gjennom idrettsarrangementer ble det derfor tatt noen strategiske valg. Utgangspunktet for denne typen utvalg vil være hensiktsmessighet fremfor representativitet (Johannessen et al, 2016, s. 115). Dette kan være en svakhet, men på den andre siden genererer det rik kunnskap og et tydelig bilde av et forskningsområde som er lite studert.

I prosessen med å oppnå et hensiktsmessig utvalg for mitt prosjekt handlet det først om å avgjøre hvilken case jeg skulle undersøke. For å studere hvordan et idrettsarrangement kan benyttes som en fasilitator for samarbeid om bærekraftige tiltak var det viktig å finne et arrangement som hadde kvalifikasjoner tilsvarende dette. Ski-VM 2025 dukket opp forholdsvis tidlig i prosessen grunnet antagelser om at de som aktør kunne være en relevant plattform og hadde fremtredende fokus på å skape et bærekraftig arrangement. Blant annet ved deres uttalte målsettinger om å bli verdens mest bærekraftige arrangement (Snøfugl, 2022). I tillegg var det betydningsfullt at arrangementet var av en vesentlig størrelse med tanke på evne til å nå ut til mange og dermed bidra til bærekraftig utvikling. På bakgrunn av manglende systematisk forskning på potensialet idrettsarrangementer har som plattform for å bidra til bærekraftig utvikling, ble Ski-VM vurdert som en hensiktsmessig case for å utvikle ny kunnskap om temaet. Selv om utvalget av case startet med Ski-VM som den enkelte enheten, er det ikke VM-organisasjonen som betraktes som casen, men selve fenomenet Ski-VM og nettverket av aktører som samhandler i forbindelse med arrangementet.

4.3.2 Utvalg av personer

Organisasjonskomiteen i Ski-VM er en sentral aktør fordi de bidrar sterkt til å fasilitere ulike aktører sammen slik at de kan samskape verdi. På bakgrunn av det ønsket jeg å ha med ansatte i organisasjonskomiteen til Ski-VM 2025 som hadde kunnskap om bærekraft i arrangementsplanleggingen. Utvalgsriteriene for disse var derfor i all hovedsak hvilken rolle de har i arbeidet knyttet til arrangementet.

Jeg tok sikte på å belyse samarbeidet fra flere sider og derfor var det ønskelig å intervju ulike typer samarbeidsaktører. I starten gikk jeg bredt ut og både sponsorer, private aktører, næringslivsaktører og andre interessenter ble vurdert. Underveis i intervjuene med de ansatte i VM-komiteen viste det seg at de grunnet forsinkelser med rettigheter til selve mesterskapet ikke fikk signert kontrakter med aktører i næringslivet

på daværende tidspunkt. I og med at de ikke hadde signert kontrakter kunne de naturlig nok heller ikke henwise meg videre til den type aktører. Tidsperspektivet for oppgaven førte derfor til at jeg måtte revurdere noen av utvalgsriteriene og i stedet intervju samarbeidsaktører som allerede var involvert i arbeidet.

For å oppnå den ønskede informasjonen var det viktig å intervju personer med mye kunnskap om samarbeidet om Ski-VM. På bakgrunn av det benyttet jeg representantene fra VM-komiteen for å identifisere andre relevante aktører, ved å be om forslag til ytterligere intervju personer på slutten av intervjuet. Jeg ble blant annet rådet til å kontakte ansatte i Trondheim kommune og Trøndelag idrettskrets for videre intervjuer. Denne fremgangsmåten kalles snøballmetoden og vil si at man først oppnår kontakt med et fåtall personer med roller og kvalifikasjoner som er relevante for problemstillingen, og ber disse personene om navn på andre med tilsvarende roller eller kvalifikasjoner (Thagaard, 2018, s. 56).

Fordi flere organisasjoner og samarbeidsaktører ikke besvarte henvendelsene mine innen en rimelig tidsperiode i forhold til prosjektets tidsramme, ble tilgjengelighet etter hvert et naturlig kriterium. Snøballmetoden ble også benyttet i kontakt med aktørene utenfor organisasjonskomiteen for å sikre relevante intervju personer. Dette bidro til å forme mitt utvalg. Ifølge Postholm (2017, s. 43) burde man ha minst tre intervjuer for å finne frem til essensen av informantene sine sentrale opplevelser. Med prosjektets tidsaspekt som utgangspunkt ble det etter hvert nødvendig å begrense seg til aktørene som var mest sentrale for å besvare problemstillingen, på tross av at det nok finnes flere informanter som kunne tilført studien rik innsikt. Grunnet overnevnte begrensninger består utvalget av representanter fra organisasjonskomite, ulike idrettsorganisasjoner og kommune hvor arrangementet finner sted. Dette tilsvarer syv informanter (se tabell 1) som representerer aktører med erfaringer og kompetanse for å reflektere og besvare mine spørsmål knyttet til samarbeid om bærekraft med Ski-VM 2025.

Tabell 1: Liste over informanter inkludert i det endelige utvalget

Organisasjon	Stillingstittel	Forkortelse	Intervjulengde
VM-komiteen	Chief Event Officer	VMK 1	59 min

VM-komiteen	Konstituert VM-sjef	VMK 2	34 min
Trøndelag idrettskrets	Idrettsfaglig rådgiver	TIK	40 min
Trondheim kommune	Operativ leder av arbeid med Ski-VM 2025	TRK	116 min
Bedriftsidretten Midt- Norge	Avdelingsleder	BIMN	50 min
Sør-Trøndelag skikrets	Daglig leder	STSK	47 min
Norges Skiforbund	Rådgiver, arrangement og bærekraft	NSF	48 min

4.4 Datainnsamling

Informasjonsskriv og samtykkeskjema (se vedlegg 2) ble sendt ut og tidspunkt for gjennomføring av intervjuer ble avtalt med intervjupersonene. Alle utenom ett intervju ble gjennomført som synkrone online-intervjuer via Microsoft Teams grunnet geografisk avstand og/eller tidsramme, og tatt opp på en lydopptaker lånt av instituttet. Innledningsvis ble det gitt et tydelig bilde av hensikten med forskningsprosjektet. Nemlig at jeg gjennom intervjuene ønsket å undersøke hvordan samarbeid benyttes for å skape verdi som fremmer bærekraftig utvikling, med ulike aktører involvert i Ski-VM 2025. Intervjupersonene ble også påminnet om rettighetene sine knyttet til frivillig deltakelse, retten til å trekke seg når som helst, taushetsplikt og at organisasjonen deres ble navngitt i oppgaven.

Som nevnt ble de første intervjuene gjort med ansatte i VMs organisasjonskomite for å lettere identifisere interessenter, i tråd med det interessentteorien foreslår (Freeman et al., 2018). Lengden på intervjuene var på forhånd tiltenkt cirka 45 minutter, men dette varierte litt fra informant til informant på grunnlag av deres tidsskjemaer og snakkesalighet. En fordel med strukturen på intervjuene var at det var enkelt å komme inn på de ulike temaene jeg ønsket å ta opp. Jeg opplevde at det å gi informantene tid til å ytre det de hadde på hjertet uten for mye styring og avbrudd førte til verdifull informasjon og et tydeligere bilde av deres synspunkter og meninger. Dette samsvarer

også med den semi-strukturerte formen intervjuene skulle ha. Likevel var det viktig å oppnå en balanse som gjorde at vi rakk innom de ulike tematikkene utenat intervjuene ble for lange. Andersen (2013) mener at det kan være utfordrende for en forsker å styre intervjuet fordi det vanligvis er informanten som har mest kunnskap med tanke på at det er vedkommende sine erfaringer og opplevelser som deles. Intervjupersonene var stort sett ivrige til å dele av sin kunnskap og erfaring, og på tross av at intervjuguiden var delt inn i ulike temaer endte det i noen tilfeller med at man hoppet litt frem og tilbake. Det ble likevel ansett som hensiktsmessig fordi intervjupersonene fikk uttrykke seg på en naturlig måte og det ble lettere å fokusere på svarene og stille oppfølgingsspørsmål der det var fornuftig.

Min tidligere erfaring i denne typen rolle i en intervjusituasjon var fra et prøveintervju jeg gjorde med en medstudent som er ansatt i en idrettsklubb. Dette ble gjennomført for å få et inntrykk av intervjuguiden, den digitale intervjuløsningen og lydopptak. I tillegg har jeg transkribert intervjuer gjennom jobb som vitenskapelig assistent og har derfor hørt på en del forskningsintervjuer. Thagaard (2018, s. 99) trekker frem viktigheten av å ta regi over intervjusituasjonen gjennom å etablere en kontakt med informantene som gjør at de føler på trygghet og lyst til å dele. I noen situasjoner, spesielt i de tidligere intervjuene kunne det oppleves som litt utfordrende å skille mellom hvilken informasjon som var relevant og når jeg burde styre intervjuene i andre retninger. Intervjuet som ble foretatt ved fysisk oppmøte ble også en del lengre enn de andre intervjuene grunnet at intervjupersonen ønsket å stille meg spørsmål, fordi vedkommende var nysgjerrig på mine meninger rundt idrett og bærekraft. Disse digresjonene førte til at varigheten på lydopptaket ble lengre, men deler av samtalen som ble ansett som irrelevant ble luket ut senere i analyseringsprosessen.

4.5 Koding og analyse

Etter at innsamlingen av data er gjennomført er neste steg i forskningsprosessen å transkribere, kode og analysere datagrunnlaget. Denne prosessen gjør det mulig å tolke dataen som danner grunnlaget for å besvare problemstillingen. Formålet med koding er at man som forsker skal organisere datagrunnlaget på en måte som er hensiktsmessig for å forstå det bedre (Creswell & Creswell, 2017, s. 186).

Et fellestrekk ved de fleste kvalitative tilnærminger er at dataen som analyseres kommer til uttrykk gjennom tekstform (Thagaard, 2018, s. 13). Gjennom transkribering ble lydopptak av intervju samtalen overført til tekst og dette ble gjort fortløpende etter at intervjuene var gjennomført. Under denne prosessen ble samtalen skrevet ned i fullstendig form, foruten navn og annen eventuell kontaktinformasjon som ble oppgitt, før lydfilene ble slettet. Det ble også benyttet det Markula og Silk (2011, s. 97) kaller en «cleaned up» tilnærming ved å unnlate transkribering av eksempelvis latter og kremting, samt en del unødvendige ord og fraser uten særlig betydning.

Thagaard (2018, s. 151) påpeker at analysering og tolkning av data er en kontinuerlig prosess som foregår gjennom hele forskningsprosjektet. Med dette menes at de refleksjonene man gjør seg eksempelvis underveis i intervjuene om hvordan vi forstår intervju personenes utsagn er en form for analysering. Denne delen av oppgaven er ment å beskrive det som kan kalles den systematiske analyseprosessen, som ifølge Markula og Silk (2011, s. 97) starter etter at alle intervjuene er ferdig transkriberte. Braun og Clarke (2022) sin fremgangsmåte for tematisk analyse er en systematisk metode som ofte benyttes innenfor kvalitativ forskning på idrettsfeltet (s. 589). I mitt tilfelle ble en temaanalyse ansett som en hensiktsmessig analytisk tilnærming fordi data om temaer fra hvert intervju kan analyseres, danne et sammenligningsgrunnlag og dermed utvikle dypere forståelse for de enkelte temaene (Thagaard, 2018, s. 171).

Tematisk analyse slik Braun og Clarke (2022) skisserer den utføres ved hjelp av seks faser. De seks fasene omtales som nettopp faser, fremfor eksempelvis steg, fordi prosessen ikke nødvendigvis er lineær, men av en mer dynamisk natur (Braun & Clarke, 2022, s. 34). Min prosess med analysering og koding av datagrunnlaget er inspirert av og utført til en viss grad i tråd med disse fasene. Aller først handler det om å sette seg inn i og bli godt kjent med datamaterialet. Dette ble gjort ved gjenhør av intervjuene under selve transkriberingen, å lese transkripsjonene flere ganger og samtidig notere ned refleksjoner og ideer som dukket opp underveis. Allerede her ble det oppdaget noen mønstre og ideer til temaer som var interessante for problemstillingen min og aktiv gjennomlesing ga meg et overblikk over dataen. Deretter startet arbeidet med å utarbeide de første kodene. Intervjuene ble systematisk gjenlest, aspekter og segmenter som var relevante og spennende ble markert med fargekoder basert på tema og kommentarer med beskrivelser. I denne delen av prosessen opplevdes overgangen til

neste fase nokså flytende, fordi innledende temaer dukket opp naturlig etter hvert som sammenligninger og mønstre ble oppdaget.

De første temaene oppstod basert på resultater oppdaget ved en åpen koding prosess, dette kan sees på som en induktiv tilnærming til koding (Smith & Sparkes, 2016, s. 25). Deretter ble temaene knyttet opp mot de teoretiske rammeverkene som er benyttet, som er en mer deduktiv tilnærming (Smith & Sparkes, 2016, s. 26). Analyseprosessen fremstår derfor som en kombinasjon av induktiv og deduktiv. Kodene ble etter hvert supplert med underkoder for å separere og definere innholdet ytterligere (se tabell 2). Temaene ble gjennomgått kritisk og intervjuene ble i sin helhet lest igjen for å passe på at ingenting ble oversett. I denne fasen ble det også gjort refleksjoner rundt hvordan temaene passet inn i datasettet som helhet og i forhold til oppgavens problemstilling. På bakgrunn av det ble noen temaer forkastet, mens andre ble beholdt og videreutviklet.

Fase fem kaller Braun og Clarke (2022, s. 36) for å definere og navngi temaer. Det er ønskelig at temaene som gjenstår etter at analyseprosessen er gjennomarbeidet skal kunne beskrive de ulike mønstrene i datasettet på en troverdig måte (Braun & Clarke, 2022, s. 35). Ytterligere underkoder ble dannet, samt at navn på både koder og temaer ble endret og skrevet om flere ganger. I tillegg fokuserte jeg på å nyansere aspekter innenfor de ulike temaene ved å eksempelvis kategorisere i henhold til negative/positive innstillinger og graderinger av hva som ble ansett som viktig/mindre viktig osv. Siste del av prosessen var å skrive og presentere funnene. Denne delen ble påbegynt parallelt med arbeidet i tidligere faser og pågikk kontinuerlig. Men den største andelen av det som utgjør presentasjonen av studiens funn slik det til slutt endte opp ble gjort avslutningsvis. Arbeidet bestod av omformuleringer, redigering, utfyllende skriving, flytting av tekst, samt finpussing av tabeller, sitater og overskrifter. Til slutt endte jeg opp med tre hovedtemaer, som utgjør delkapitlene i resultat-delen.

Tabell 2: Eksempel på koding

Tema	Visjoner, målsettinger
Kode	«Verdens mest bærekraftige arrangement»
Underkode	Utfordringer knyttet til ambisjonen
VMK 1	«Ja, det kan man tenke at er kaxig, men det er vår ambisjon, og om vi legger listen her oppe, og når hit, så er det kanskje enda høyere enn det vi

	<p>hadde nådd om vi sa at vi bare skulle hit. [...] Vi har ingen problemer med om neste VM-arrangør blir enda bedre enn oss, for den totale verdien av bærekraft på jorden – da har vi kommet noen vei. Om det kommer et arrangement to uker senere som er bedre, da er vi de første som gir tommel opp, fordi kanskje er det vi som har sett til at de er enda bedre, vi ansporet dem litt.»</p>
TIK	<p>«Det å jobbe med bærekraft, en ting er jo å sette fokus på det man allerede gjør bra og synliggjør det, men jeg tror jo at skal man være verdens mest bærekraftige arrangement så må man jo tør å gjøre noe nytt, man må tørre og ta noen valg. Man må tørre å stå i det hvis man får kritikk. Så det er jo det jeg er spent på, drar det oss videre eller er det, det bør ikke bli noe grønnvasking da for og si det sånt.»</p>
TRK	<p>«For det første har de jo måttet å justere litt på den selv. De har jo sagt verdens mest bærekraftige idrettsarrangement. Nå har det blitt verdens mest bærekraftige skiarrangement. Men jeg skjønner hva de mener, og deler jo ambisjonen om å være veldig ambisiøs. Samtidig opplever jeg jo at det begynner å bli ganske hverdagslig å ha sånne ambisjoner blant arrangement. Så jeg har flyttet fokus fra ambisjonen til å identifisere prosjektene vi må gjennomføre for å kunne framstå litt i den retningen, troverdig i forhold til denne målsettingen.»</p>
BIMN	<p>«Så jeg tenker at om dem har sagt at de skal bli verdens mest bærekraftige skiarrangement eller nest beste, altså det skal jobbes bra for å nå de her målene her. Samtidig så er det ikke noen tvil om at det kommer de til å jobbe for, så blir det jo spennende å se om de når det. Det blir jo en leveregel som du må jobbe med, men kanskje det må tas frem ganske titt og ofte. Hvis det er for eksempel god helse, god utdanning, mindre ulikhet, stopp klimaendringer, altså det er ganske mange ting. Det nytter ikke bare å få <i>noen</i> til å jobbe med det her.»</p>
NSF	<p>«De sikter jo ekstremt høyt. Det er tøft gjort å ha så gode ambisjoner, men så tror jeg også viktig å konkretisere de ambisjonene. Hva skal de gjøre for å klare å oppnå det? [...] Men samtidig, hvis man ikke har høye mål og ambisjoner, så er det kanskje enda vanskeligere å nå nærmere det da, selv om de kanskje ikke når det 100%»</p>

4.6 Kvalitetskriterier

I kvalitativ forskning foreligger det noen sentrale kriterier for å kvalitetssikre oppgaven og sørge for at de representerer en forståelse av fenomenene som studeres (Thagaard, 2018, s. 181). Disse kriteriene kan forstås som forskningens troverdighet og gir et utgangspunkt for hvordan deltakere og eksterne forskere kan vurdere fremgangsmåter for utvikling av data og resultater jeg kommer frem til (Thagaard, 2018, s. 181). Kriteriene omtales av Tjora (2017, s. 232) som gyldighet, pålitelighet og generaliserbarhet, mens Thagaard (2018, s. 187) benytter begrepene validitet, reliabilitet og overførbarhet. Disse begrepene vil bli diskutert i følgende kapittel for å gjøre rede for studiens kvalitetsvurderinger.

4.6.1 Validitet

Validitet, eller gyldighet, går ut på om spørsmålene som stilles virkelig besvares og om tolkningene man kommer frem til er gyldige i verdenen som studeres (Thagaard, 2018; Tjora, 2017). Med andre ord handler det om hvorvidt studiet besvarer spørsmål i problemstillingen, og om svarene som kommer frem kan knyttes til utformingen av prosjektet på en logisk måte. Kriteriet om validitet er viktig for å sikre kvaliteten på et forskningsprosjekt og som forsker er det viktig å være bevisst over min egen forforståelse på studieområdet. Ifølge Tjora (2017, s. 235) finnes det ikke fullstendig nøytralitet i kvalitativ forskning, derfor er det sentralt å gjøre rede for egne forkunnskaper og posisjon. For å unngå at tidligere erfaringer med arbeid under idrettsarrangement og holdninger til bærekraft i idretten generelt påvirket intervjuene og tolkning av datagrunnlaget, var det viktig å være åpen og reflektert gjennom innsamlingsprosessen og forholde meg til data.

For å styrke gyldigheten benyttet jeg begreper fra tidligere forskning og det teoretiske rammeverket under utarbeiding av intervjuguiden. På den måten kan tolkninger fra ulike studier bidra til å bekrefte hverandre (Thagaard, 2018, s. 181). Intervjuguidens forankring i teori oppmuntrer også leseren til å ta kritisk stilling til forskningens relevans og presisjon (Tjora, 2017, s. 234). For å øke presisjonen ble de teoretiske konseptene utviklet til åpne spørsmålsformuleringer slik at det skulle være forståelig for informantene. Åpenhet og gjennomsiktighet under hele forskningsprosessen er også sentralt for validitet og innebar beskrivelser av koding og drøfting av data (Thagaard,

2018, s. 205). Yin (2018) trekker frem at man ved å analysere data og sammenligne funn med teoretiske sammenhenger, underbygger resultatet og avdekker teoretiske årsakssammenhenger.

4.6.2 Reliabilitet

En studies pålitelighet eller reliabilitet knyttes til om det er sammenheng gjennom hele forskningsprosjektet og sikringen av god troverdighet for den som skal lese forskningen (Thagaard, 2018; Tjora, 2017). Et spørsmål som ofte stilles i forbindelse med en studies reliabilitet er i hvilken grad en annen forsker ville oppnådd samme resultat ved å utføre studien på samme måte. Dette spørsmålet har jeg hatt med meg i bakhodet gjennom prosessen og det har vært viktig for meg å utføre forskning på en troverdig og tillitvekkende måte (Thagaard, 2018, s. 187). Et grep for å sikre dette har vært å reflektere rundt forskningsprosessen og tydelig redegjøre for hvordan datagrunnlaget er utviklet. Thagaard (2018, s. 188) hevder at redegjørelsen skal være god nok til at en som leser studien med kritisk blick skal bli overbevist av kvaliteten og se verdien i resultatene. Å benytte tidligere forskning og teori som grunnlag for analyse bidrar til at dette gjennomføres på objektivt vis.

Reliabilitet handler også om transparens. Bærekraft er et tema som interesserer meg personlig og det har derfor vært viktig å være nøyaktig i beskrivelser av hvordan jeg har utført forskningen og begrunne de valgene som er gjort utfra teori og kontekst. Jeg har også deltatt på ulike idrettsarrangementer som både utøver, frivillig og tilskuer, som kan prege min forforståelse av hvordan det arbeides under arrangementer. Likevel fremstår det naturlig å påpeke at man som forsker innenfor et felt, i dette tilfellet som idrettsstudent som forsker på fenomener innenfor idretten, alltid vil ha en form for tilknytning til temaet uten at dette gir noen grunn for å forsøke å konstruere studiens funn. På grunnlag av dette har det også vært viktig å være konsekvent i forskningen min. Dette har jeg gjort ved å utarbeide intervjuguider og stilt de samme spørsmålene under intervjuene, samt utført intervjuene på så likt grunnlag som mulig.

Beskrivelsene av fremgangsmåte for utvalg, intervjuer og analysering av data har vært konkrete og i tråd med slik det er utført. Utvalgsprosessen ble preget av at det måtte gjøres noen justeringer underveis fordi næringslivskontrakter ikke var på plass. Gjennom å samarbeide med VM-komiteen og etter hvert de andre informantene om

utvalget ble det sikret egnede aktører for studiens formål. Likevel er det en risiko at man gjennom å benytte snøballmetoden for å finne intervjupersoner kan ende opp med at mange av representantene i utvalget kommer fra samme nettverk eller miljø (Thagaard, 2018, s. 56).

4.6.3 Overførbarhet

Overførbarhet, eller generaliserbarhet, er basert på om forståelsen som utvikles innenfor prosjektets ramme kan være relevant i andre situasjoner (Thagaard, 2018, s. 182). Tjora (2017, s. 238) påpeker at generaliserbarhet er omdiskutert i kvalitativ forskning, fordi mange studier tar sikte på å undersøke et spesifikt fenomen. Det er derfor mer fokus på om funnene som avdekkes i kvalitative studier kan overføres til andre sammenhenger. I og med at denne studien er en case-studie som fokuserer på én enkelt enhet er det begrenset overførbarhet til en større populasjon. I hovedsak viser den til resultat på casen den er gjennomført på, men kan potensielt bidra til noe forståelse av (idretts)arrangementer med lignende forutsetninger.

4.7 Forskningsetiske hensyn

Tjora (2017, s. 53) hevder at en som forsker har ansvar for at god etisk skikk er tilstedeværende i all empirisk forskning. Disse forskningsetiske overveielsene gjelder både innad i selve forskningsprosjektet, men også i tilknytning til omgivelsene rundt (Thagaard, 2018, s. 24). Å være forsker fører med seg et viktig ansvar. Med andre ord har de etiske hensynene fulgt meg fra prosjektets start til slutt.

På grunnlag av at forskningsprosjektet behandler personopplysninger, var å søke til Norsk Senter for Forskningsdata (NSD) blant de første stegene i arbeidet. For å få godkjenning fra NSD er det flere krav som må oppfylles og regler som må overholdes. Godkjenning fra NSD må foreligge før selve datainnsamlingen kan begynne (vedlegg 1). Frivillig deltakelse er også en forutsetning dersom man forsker på sosiale fenomener som involverer mennesker, hvilket ble sikret gjennom informert samtykke (vedlegg 2). Sammen med det informerte samtykke ble det gitt informasjon om formålet med prosjektet, hva det innebærer for de som deltar, deres rettigheter og hvem som har

tilgang på dataen. Informantene ble samtidig forklart at de har rett til å trekke seg på et hvilket som helst tidspunkt uten noen form for begrunnelse.

Anonymisering og konfidensialitet var noe som ble reflektert rundt tidlig i prosessen. Anonymitet vil si at informanten skal være umulig å identifisere, mens konfidensialitet betyr at identifiserbare opplysninger skal holdes skjult så godt som mulig (Thagaard, 2018, s. 24). Fordeler og ulemper knyttet til anonymisering ble vurdert og diskutert i samråd med veiledere, etter hvert falt valget på å prioritere konfidensialitet i størst mulig grad. Thagaard (2018, s. 24) presiserer at konfidensialitet er et vesentlig grunnprinsipp for å ivareta en etisk forsvarlig forskningspraksis. Et grep for å sikre dette var derfor at intervjuene ble tatt opp ved hjelp av båndopptakere lånt fra NIH, transkribert fortløpende og slettet så snart transkripsjonene var ferdige. Informantene i denne studien er ikke anonymisert fordi deres arbeidssted og stilling er kjent, hvilket de samtykket til gjennom samtykkeskjema (vedlegg 2). For denne oppgaven ble det vurdert mest hensiktsmessig å legge frem resultatene gjennom å vise til de ulike organisasjonene aktørene arbeider i. Grunnen til dette er at oppgaven er bygd på de ulike aktørene sine samarbeid om å skape bærekraftig utvikling gjennom Ski-VM 2025 og ressursutvekslingen dem imellom.

I følge Thagaard (2018, s. 208) kan det være vanskelig å følge opp prinsippet om at de som deltar i forskning ikke skal utsettes for risiko, da det kan være usikkert hvilke konsekvenser som oppstår som følge av forskningen. Men et ønske for studien er at gjennom utvikling av kunnskap og innsikt kan den gi tilbake til miljøet og informantene som bidro (Thagaard, 2018, s. 209).

5.0 Resultat

Denne studien handler om å utforske hvordan idrettsarrangement kan benyttes som en arena for å bidra til bærekraftig utvikling. I dette kapittelet vil jeg presentere hva jeg har funnet ut gjennom tematisk analysing av datamaterialet. Resultatet vil fremstilles gjennom sitater, tabeller og utsagn fra de kvalitative intervjuene, samt fyldige beskrivelser i henhold til temaene. Hensikten med studien er å besvare studiens problemstilling og forskningsspørsmål:

Hvordan samarbeider aktører i forbindelse med idrettsarrangementer for å skape et arrangement som bidrar til bærekraftig utvikling?

- Hvilken forståelse har samarbeidsaktørene av de bærekraftige tiltakene i et langsiktig perspektiv?
- Hva er de ulike aktørenes motivasjon for å samarbeide om bærekraftstrategier?
- Hvordan arbeider aktørene med å samskape bærekraftige tiltak seg imellom (value co-creation)?
- Hva er arrangørens rolle for å styre samarbeid mellom aktørene?

Analysing av datagrunnlaget ble gjort ved hjelp av tematisk analyse for å oppnå et oversiktlig bilde over hva som var sentralt for informantene og deres forståelse. Ved hjelp av Braun og Clarke (2022) sine seks faser ble tre hovedtemaer utarbeidet. De tre hovedtemaene for resultatet er som følger: 1) forståelse av bærekraft 2) rammebetingelser for samarbeid om bærekraft 3) samarbeid – Ski-VM som plattform. Noen av temaene som fremstilles i kapittelet vil til en viss grad overlape hverandre i tråd med at funnene gjør det. På bakgrunn av det presenteres noen av funnene der de ble ansett som mest relevant for å besvare oppgavens problemstilling og i henhold til det teoretiske rammeverket. For å sitere en av de ansatte i VM-organisasjonen:

«Det er som et puslespill, alle må forstå at det blir ikke bra om det forsvinner en liten bit, fordi da er ikke bildet komplett, men man også forstå at man ikke er en finere puslebit om man er i midten, man kan være minst like fin der oppe eller minst like viktig der nede, så lenge alt henger sammen.» (VMK 1).

Innledningsvis vil kapittelet legge frem aktørenes meninger om hva bærekraft innebærer i forbindelse med Ski-VM 2025. Etterfulgt av en forklaring av informantenes forutsetninger for og forventninger til arbeidet. Avslutningsvis vil jeg beskrive hvordan selve samarbeidet fungerer og se på grunnlaget for dette.

5.1 Forståelse av bærekraft

Denne oppgaven tar for seg hvordan ulike aktører involvert i arbeidet med et idrettsarrangement forsøker å skape bærekraftig utvikling sammen. Et viktig aspekt er derfor å belyse informantenes ulike tanker og erfaringer med bærekraft. På bakgrunn av dette er det hensiktsmessig å være bevisst på hva de ulike aktørene assosierer med begrepet, for å lettere forstå hva man vektlegger i arbeidet som blir gjort og holdninger knyttet til det. Bærekraft er et ord som dukker opp mange ganger underveis i intervjuene og det fremstår derfor logisk at det avklares tidlig hva aktørene legger i det for å få innsikt i deres erfaringer. Derfor var det naturlig for meg å tidlig i intervjuene stille spørsmål om deres tanker knyttet til ordet «bærekraft». For å få en oversikt over samtlige av informantenes perspektiv på begrepet bærekraft fremstilles disse i en tabell under (se tabell 3).

Tabell 3: Informantenes tanker knyttet til begrepet «bærekraft»

Informant	Betydning
VMK 1	«For meg handler det fremfor alt om en måte å tenke og ta avgjørelser på. [...] for ti år siden var det veldig populært at man skulle sertifisere det ene og det tredje og det femte og hit og dit, i dag viser man ved handling i stedet, man prater mer om <i>legacy</i> , det vil si «hva skal dette arrangementet gi om 5-10 år» og det er også en slags holdbarhets- eller bærekraftstankegang.»
VMK 2	«Det handler jo om å tenke litt større og være litt mer bevisst på de handlingene man gjør, sånn for meg personlig. Men knytta til store arrangement så betyr det jo litt mer fordi arrangementet i seg selv har så pass stor synlighet som det har, som gjør at vi har et mulighetsrom til å snakke om ting som gjør at folk får det med seg og som krever en del ting

fra både samarbeidspartnere, men også at de skal være der som publikum som gjør at vi gjennom det kan bidra til noe atferdsendring.»

TIK «At man har et helhetlig fokus. [...] Man har de rammene som en jobber innenfor og man ser hvilke konsekvenser det vil få hvis vi velger et mål og kun har fokus på det, hvilke konsekvenser vil det få for de andre faktorene. Hvis du kun velger å jobbe med sosial bærekraft så er jo det veldig positivt på én måte, men hvilke ringvirkninger vil det få for miljø, for økonomi, så for meg er bærekraft å ha det helhetlige fokuset. At man greier å se det i sammenheng.»

TRK «Det å ta vare på kloden, en balansert utvikling. Det er like mye fokus på det sosiale som det økonomiske, også klima og miljø er jo kjempeviktig.»

BIMN «For meg så er jeg opptatt av at man skal gjøre noe, man skal lære noe, man skal oppnå noe. [...] Men først og fremst når jeg hører bærekraft så tenker jeg samarbeid.»

STSK «Det er jo noe vi jobber med daglig. Uten at nødvendigvis ordet nevnes i tide og utide. [...] Blant annet den rekrutteringsbiten, det er når vi snakker om rekruttering, så handler det om idretten, sporten, bærekraften til den. Så det er jo veldig sentralt.»

NSF «For meg personlig har det vært et engasjement i mange år. Jeg har alltid vært opptatt av små ting, å kildesortere riktig. [...] Det har vært en slags kampsak hvor man har hatt lyst til å gjøre endringer. For meg har det vært en motiverende arbeidsoppgave som gjør at jeg synes det er gøy å være på jobb.»

I informantenes forståelse av bærekraft har jeg valgt å trekke frem tre hovedperspektiver. Den første delen handler om å se helheten av begrepet og de ulike områdene bærekraft innebærer (5.1.1). Det blir også nevnt at store arrangementer som nettopp Ski-VM 2025 har synlighet og muligheter til å påvirke og gi noe i et lengre perspektiv, samt bidra til endringer over tid, som jeg kommer nærmere innpå i kapittel

5.1.2. I tillegg trekker flere informanter frem viktigheten av handling, som jeg vil gå ytterligere inn på i kapittel 5.1.3.

5.1.1 Helhet og balanse

Flere av informantene benytter seg av ord som helhetlig, balanse og å tenke større når de skal beskrive hva de forbinder med bærekraft, som man kan se i tabellen ovenfor. Informantene formulerer seg ulikt, men utsagnene viser at aktørene i stor grad har en del av de samme tankene knyttet til begrepet. Eksempelvis nevner både representanten fra Trøndelag idrettskrets og Trondheim kommune alle de tre dimensjonene innenfor bærekraft og påpeker viktigheten av fokus og sammenheng mellom disse. Med andre ord kan det trekkes paralleller til den tredoble bunnlinjen (TBL) som betegner sammenhengen mellom sosiale forhold, økonomisk fremgang, samt klima- og miljømessig ansvar. Dette konseptualiserer hvordan man burde gå frem for å oppnå bærekraftig utvikling og gi fordeler for både seg selv, miljø og region - og kan dermed sees på som en operasjonalisering av de tre dimensjonene innenfor bærekraft. Forståelsen informantene har legger vekt på at det handler om å se det store bildet, ha et helhetlig tankesett, sammenheng mellom de ulike bærekraftsdimensjonene og hvordan de påvirker hverandre, samt bevissthet rundt handlinger.

Felles for informantene er at de knytter bærekraft opp mot noe positivt. Det fremstår som noe de selv synes er et motiverende område å jobbe med, i tillegg til at det er betydningsfullt for organisasjonene de ulike jobber i. Aktørene opplever også at de gjennom arbeidet har mulighetsrom til å påvirke, gjøre endringer og oppnå noe gjennom samarbeid. Dette tolkes som at de som er involvert i bærekraftsarbeidet selv erfarer at mulighetene er der for å utrette noe og bidra til bærekraftig utvikling, dersom man tar vare på disse mulighetene. Bruk av ord som *sentralt*, *viktig* og *kampsak* tyder også på at de selv er personlig engasjerte og at informantene mener at fokus på bærekraft er viktig i seg selv. Her eksemplifisert ved sitat fra ansatt i Trondheim kommune:

«Også er det jo selvfølgelig, jeg har barn.. Det er jo ikke bra det som skjer. [...] Så jeg er jo selvfølgelig også personlig motivert til å jobbe med tematikken i VM-arbeidet. Også med bærekraft. Det preger jo alle. Det er både personlig og relatert til jobboppgave» (TRK).

5.1.2 «Legacy» og ringvirkninger

I tillegg blir det å se bærekraft i et lengre perspektiv lagt vekt på gjennom utsagn som inneholder begreper som «legacy», balansert utvikling og å bidra til atferdsendring. I legacy-begrepet ligger det to deler. Første del handler om at man ser på bærekraftsbegrepet i forbindelse med holdbarhet og at det handler om mer enn å «bare» organisere et bærekraftig arrangement. En viktig faktor er at bærekraft også skal sees i et lengre perspektiv. Den andre delen handler derfor om å skape påvirkning også utenfor arrangementet, både i samfunnet og fremtidige arrangementer. Med andre ord handler dette altså om viktigheten av arven etter Ski-VM 2025 og hvordan man oppnår positive ringvirkninger i samfunnet i etterkant.

Ringvirkninger som varer i etterkant og arven etter arrangementet er noe alle aktørene på et eller annet tidspunkt i intervjuene trekker frem som viktig. Hvilke konkrete ettervirkninger som trekkes frem varierer noe mellom de ulike forbundene og organisasjonene. Dette fremstår naturlig i henhold til hvilke områder de tilhører, der skikrets og skiforbund blant annet fremhever ønsker om økt oppslutning og overskudd rundt skisporten, både i form av aktive utøvere og frivillige. Ringvirkninger for næringsliv i regionen, folkehelse - både psykisk og fysisk, sosiale effekter og økonomisk overskudd er eksempler på andre ting som trekkes frem av informantene. Mer om hva de ulike organisasjonene forventer å få utav samarbeidet i kapittel 5.2. Felles for de alle er likevel ønsket om at denne arven etter arrangementet ikke skal gå tapt og at ivaretagelsen av de positive effektene skal være varige. Eksemplifisert gjennom sitater fra Trøndelag idrettskrets, Trondheim kommune og Norges skiforbund:

«Også er det jo mye snakk om arven etter Ski-VM, om hva som skal være igjen etterpå, at det ikke blir tomt, det skjedde ingenting mer, men at man har fokus på det» (TIK).

«I 2025 bør vi definitivt oppdage bærekraftsarbeidet og betydningen av å gjøre riktige ting her og nå. Vi har jo ingen tid å miste. Hvis det blir arven etter 2025, så har vi kanskje lyktes med et eller annet» (TRK).

«Jeg tror det er særlig viktig for Skiforbundet og VM, at man viser til FIS, men også til andre arrangører, at man kan arrangere et så stort mesterskap som et VM, og også ha fokus på å få ned en del av utslippene, at det ikke skal være selvfølge at man bare skal gjøre sånn som

man har gjort hele tiden. Så det å skape på en måte den arven der, tror jeg er viktig for både skiforbundet og VM» (NSF).

Entusiasme, overskudd og oppmerksomhet som skapes rundt og i etterkant av et «mega event» som Ski-VM 2025 er ringvirkninger aktørene er bevisste på og ønsker å utnytte. Det å arrangere et stort arrangement som Ski-VM kan bidra til at innbyggere i Trondheim opplever en stolthet knyttet til byen og det man har fått til. Ved at mange aktører bidrar inn mot arrangementet på ulike måter vil det føre til samhold og en økning i deltakelse i kulturliv og sosiale tilbud i regionen. Informantene trekker paralleller til arrangementer som OL på Lillehammer i 1994, Ski-VM i Trondheim i 1997 og Ski-VM i Oslo i 2011 når de snakker om de ønskede konsekvensene og betydningen av arrangementet. Naturlig nok er de lokale aktørene spesielt opptatt av de positive effektene man så etter VM i 97 og hvordan dette endret lokalmiljøet. Det fremheves at arrangementet gagnet lokalbefolkningens sosiale liv og at man tok i bruk byen mer, som kan overføres til den økonomiske dimensjonen. I tillegg nevnes overskudd og engasjement for skisporten, som berører både folkehelse, frivillighet, aktivitet, sosiale aspekter og økonomiske effekter for blant annet klubber, kretser og forbund. For å gi et tydelig bilde av disse parallellene som informantene peker på, har jeg valgt å fremstille dem i en tabell:

Tabell 4: Viktigheten av ringvirkninger som følge av et «mega event»

Informant	Betydning
TRK	«Vi har jo lært mye om arv etter 94, vi har jo mange vinteridretter som har lagt igjen nye standarder [...] Vi har sett andre steder, hvordan de utnyttet sånne arrangementer til kommunens beste, og ikke minst så har vi jo en egen erfaring fra 1997. Arven etter det jubileet og VM-et vi hadde i 1997 er jo at det endret Trondheim. Da gikk Trondheimeren fra å se på skotuppene til at vi møtte blikket til andre, vi tok i bruk byen, ble mer sosiale og kulturelle av oss, utadretta. Alle snakker om det som et sånt veiskille. Vi er jo veldig klare over at et så stort arrangement kan ha store konsekvenser for Trondheim.»
BIMN	«Jeg er jo så pass voksen at jeg var aktiv inn i VM i 97 [...] og det at et sånn type arrangement for Trondheim.. Altså, vi jobber jo med store

arrangement, Trondheim er jo en arrangement-by, en historie-by, en kulturby, en matby, det er en by med internasjonale arrangement. Så det jeg tror det handler om, ikke bare for bedriftsidretten, men for veldig mange, det er jo å se sin rolle her, hvor kan vi få synergieffekter av det som skjer?»

STSK «Det er mange som henviser til det den dag i dag, både i OL 1994 og [VM] 1997. Det er mange som fortsatt lever litt på det, og det er hovedargumentet for at de har valgt et livslangt engasjement i skiidretten. Det ga så mange positive spin-offer. Det betyr mye for mange. Det er det vi håper at det blir. At vi skal se noe lignende etter 2025, det er et arrangement med samme potensiale.»

NSF «Man nyter jo fortsatt godt av overskuddet som var igjen etter ski-VM i 2011. Nå er vi jo i 2023, så det er også en ekstremt viktig verdi for Skiforbundet og Sør-Trøndelag skikrets og sånn i etterkant av VM. Det skal være igjen et ganske stort overskudd som kommer idretten til nytte i fremtiden.»

De positive synergieffektene som etterfølger mesterskapet er viktige å definere for de ulike informantene for å få et innblikk i hvilke fordeler som gagnar den enkeltes organisasjon både underveis i arbeidet, under selve arrangementet og i et langsiktig perspektiv. Entusiasmen som følger med all oppmerksomheten et mega event genererer kan potensielt forsvinne like fort som den oppstår dersom det ikke utnyttes eller videreføres på noen måte. Dette er noe aktørene ønsker å unngå i forbindelse med arrangementet. En av de ansatte i VM-organisasjonen trekker frem hvor viktig det er å ivareta engasjementet som blir igjen etter et stort mesterskap:

«For oss er ikke bærekraft bare klima og miljø, det handler også om sosial bærekraft, at vi bygger stolthet i Trondheim, men fremfor alt også at vi bygger noe som er bestandig etter at 5-milen har gått siste søndagen. Hva gjør vi med all den entusiasmen som blir igjen etter et VM, det er veldig vanlig at en entusiasme etter et stort arrangement som et VM bare dør, man drar derfra, så blir arenaen etterlatt og ingen bryr seg lengre, så det er også en visjon og en ambisjon som vi har» (VMK 1).

Det lokale og regionale nevnes tidlig når man snakker om ringvirkninger og arv etter mesterskapet, men med tanke på at arrangementet er et verdensmesterskap og dermed favner veldig bredt, er det også vesentlig å nevne at det har påvirkningskraft langt utover bare kommune- og nærregion. På grunnlag av det kan man involvere flere aktører i arbeidet og utvide nettverket ytterligere, som igjen kan skape et større nedslagsfelt. Informantene fremhever at potensialet Ski-VM 2025 har for å bidra til engasjement er større enn Trondheim og Trøndelag, og at dette også er viktig å ha med seg i prosessen. Her uttrykt ved et eksempel fra Trøndelag idrettskrets:

«Det er så mange man kan velge å involvere og det tror jeg de også tenker på å gjøre og vil gjøre, og da handler det om å klare og skape et løft i hele regionen her, men også som for Skiforbundet så er det ikke et arrangement bare for Trondheim og Trøndelag, det er jo et verdensmesterskap» (TIK).

5.1.3 Handling og troverdighet

Fokus på handling er en annen faktor som ble fremhevet av informantene. En gjentakende respons var at de ulike aktørene var opptatt av at én ting er å snakke om bærekraft, mens det viktige er å faktisk gjøre og utrette noe. Dette vil si at arrangørkomite, kommune, kretser og forbund opplever at bærekraftsprosjekter og tiltak er integrert som en viktig del av arrangementets ansvarsområde. En viktig faktor her er at de er opptatt av å unngå at begreper som bærekraft og bærekraftig utvikling kun benyttes som moteord, blir oppbrukt og mister sin betydning, som begge representantene fra VM-komiteen selv påpeker:

«Ja, og for meg må vi komme bort fra at det er et moteord, det er mange som prater om bærekraft og det prates og det prates og til slutt blir man så trøtt på det der» (VMK 1).

«Altså jeg syns jo i utgangspunktet at det er et ganske vanskelig ord, eller det er jo kanskje et litt oppbrukt ord er kanskje mer riktig å si» (VMK 2).

Ser man dette i sammenheng med fokuset på handling og at man virkelig ønsker oppnå noe, er det naturlig å trekke frem at arrangementskomiteen for Ski-VM har uttalt selv at de ønsker å gjennomføre verdens mest bærekraftige idrettsarrangement i 2025 (Snøfugl,

2022). Flere av informantene påpeker at dette er en svært ambisiøs målsetting. En fellesnevner her er at aktørene ordlegger seg ved å først omtale dette som en veldig tøff ambisjon, etterfulgt av at de stiller seg bak eller oppgir at de deler ambisjonen, men at det er spenning knyttet til om og hvordan dette gjennomføres i praksis. Å ha overordnede mål å strekke seg etter i arbeidet med bærekraft oppfattes som gunstig. Flere av informantene påpeker at det å sette seg denne typen ambisiøse mål først og fremst bør bidra til et positivt fokus også dersom man kanskje ikke når det helt 100%. Høye målsettinger vil potensielt uansett bidra til å heve de bærekraftige påvirkningene man gjør, og dersom målsettingen er høy, og man nesten når det, er det bedre enn om man har lavere målsettinger som nås og sier seg fornøyd med det. I tillegg virker det som det er enighet om at dette er noe man virkelig kommer til å arbeide for å få til. Her ved sitater fra Norges skiforbund og Bedriftsidretten Midt-Norge:

«De sikter jo ekstremt høyt. Det er tøft gjort å ha så gode ambisjoner, men så tror jeg også det er viktig å konkretisere de ambisjonene. Hva skal de gjøre for å klare å oppnå det? [...] Men samtidig, hvis man ikke har høye mål og ambisjoner, så er det kanskje enda vanskeligere å nå nærmere det da, selv om de kanskje ikke når det 100%» (NSF).

«Så jeg tenker at om de har sagt at de skal bli verdens mest bærekraftige skiarrangement eller nest beste, altså det skal jobbes bra for å nå de her målene her. Samtidig så er det ikke noen tvil om at det kommer de til å jobbe for, så blir det jo spennende å se om de når det. Det blir jo en leveregel som du må jobbe med, men kanskje det må tas frem ganske titt og ofte» (BIMN).

Et annet aspekt som befester de høye ambisjonene og fokuset på handling er at man ikke bare ser på bærekraft i lys av egne strategier for bærekraft, men at dette inngår i alle deler av planlegging og strategier. På denne måten kan man styrke arbeidet med helhetlig bærekraft og kombinere arbeid med de tre dimensjonene som informantene presiserte viktigheten av innledningsvis. At man kan benytte det som en leveregel som hele tiden ligger i bunn og gjennomsyrrer hele prosessen trekkes også frem av en av de ansatte i VM-organisasjonen:

«Bærekraftstrategi er jo ikke en egen strategi, selv om vi nå jobber med konkretisering av den, så er jo det en viktig del av hovedstrategien og bærekraftsambisjonene inngår jo i all planlegging av arrangementet, så det er ikke en sidestilt ting, det er noe som er integrert i alt det vi holder på med» (VMK 2).

Informantene er enige om hvor viktig det er å faktisk gjennomføre på det man har gått ut og lovet i forkant. Blant annet adresserer representantene fra Trøndelag idrettskrets og Trondheim kommune dette ved å benytte begrepet grønnvasking. Grønnvasking sees på som en fallgrube de er opptatt av å unngå med tanke på med de høye ambisjonene man har satt seg. Dette forklares ved å trekke inn aspektet troverdighet. De involverte samarbeidsaktørene er opptatt av at arrangementet skal bevare troverdigheten. Dette kan potensielt også påvirke troverdigheten til de som er involvert i nettverket. En forutsetning for å oppnå dette er nettopp å handle i henhold til det man har sagt at man skal gjøre i forkant. Eksempler ved sitater fra de ansatte i Trøndelag idrettskrets og Trondheim kommune:

«Så det er jo det jeg er spent på, drar det oss videre eller er det, det bør ikke bli noe grønnvasking da for og si det sånt» (TIK).

«Jeg har flyttet fokus fra ambisjonen til å identifisere prosjektene vi må gjennomføre for å kunne framstå litt i den retningen, troverdig i forhold til denne målsettingen. For alt i verden unngå denne grønnvaskingen av arrangementet gjennom symbolprosjekter» (TRK).

Å unngå grønnvasking betyr ikke at man skal slutte å prate om bærekraft eller at man nødvendigvis bør senke ambisjonsnivået. Informantene er generelt positive til bærekraft som begrep og opptatt av de positive effektene knyttet til å ha ambisjoner man kan strekke seg etter. Grønnvasking dreier i denne sammenhengen seg om at det blir feil å markedsføre seg som verdens mest bærekraftige skiarrangement dersom man ikke får til å gjennomføre et bærekraftig arrangement. For å oppnå og bevare troverdigheten til Ski-VM 2025 er man opptatt av at planene, visjonene og pratingen om bærekraft også skal kulminere i handling. Her eksemplifisert gjennom et sitat fra Bedriftsidretten Midt-Norge:

«Vi mennesker er veldig gode å sette ord på ting, og skrive og ha masse flotte ark på at sånn skal vi leve etter eller sånn skal vi gjennomføre det, så jeg tror nok at utfordringen for VM er å faktisk gjennomføre det» (BIMN).

Oppsummert handler informantenes perspektiver på bærekraft om at det innebærer et helhetlig fokus som ser det miljømessige, sosiale og økonomiske i sammenheng.

Idrettsaktørene ønsker at Ski-VM 2025 skal være en arena som bidrar til å skape en arv utover bare det å gjennomføre et bærekraftig arrangement, ved at arbeidet bidrar til langsiktige ringvirkninger innenfor alle de tre bærekraftsdimensjonene. Informantene stiller seg bak de ambisiøse målsettingene for bærekraft og mener at dersom man bidrar til å skape en bærekraftig legacy etter arrangementet så har man potensielt lyktes med noe. Til tross for dette er det en viss spenning og usikkerhet knyttet til om man klarer å gjennomføre i henhold til de høye ambisjonene som er satt. Å avverge grønnvasking i forbindelse med arrangementet understrekes som viktig, blant annet fordi dette vil svekke troverdigheten til de involverte aktørene.

5.2 Rammebetingelser for samarbeid om bærekraft

I dette delkapittelet vil jeg utdype forutsetningene som ligger til grunn for at VM-komiteen og de eksterne aktørene samarbeider om å skape et bærekraftig idrettsarrangement. Først vil det belyses noen grunnleggende forutsetninger fra VM-komiteen sitt perspektiv. Deretter legges det frem hvilke verdier informantene ønsker å utveksle gjennom verdinettverket som oppstår i arrangementet.

5.2.1 Forutsetninger for samarbeid

For de ansatte i VM-komiteen kan man på mange måter si at forutsetningene for samarbeidet fremstår tydelige. VM-organisasjonen har ikke ressursene til å produsere et idrettsarrangement på egen hånd og er derfor avhengige av å skape et nettverk av samarbeidsaktører som kan bidra til å skape verdiene som behøves. Uavhengig av hvilket område det arbeides med behøver de å generere ressurser ved hjelp av aktører. I realiteten er det mye som skal være på plass for at et idrettsarrangement skal fungere. Man er avhengige av utøvere, tilskuere, frivillige, medier, sponsorer, samt aktører som stiller med mat, klær, utstyr, bygging av arena, forberedelse av løyper, avfallshåndtering for å nevne noe. Når man i tillegg setter seg mål som går utover bare det å arrangere et sportslig fungerende arrangement er det enda flere gjøremål som må utføres. En av de ansatte i VM-komiteen forklarer det på denne måten:

«Egentlig spiller det jo ingen rolle hvilket område vi tar, vi har en rekke oppgaver som skal løses av noen [...] og spørsmålet er hele tiden hvem kan løse det for oss? Så det handler hele

tiden om å bygge puslespillet, fordi puslespillet skal bygges, vi vet at det skal bygges en tavle og den tavlen kalles Ski-VM, hvilke vil være puslebiter?» (VMK 1).

Flere av informantene trekker frem at Trondheim er en arrangement-by når det kommer til blant annet ulike idretter, kultur og mat. Det pekes også på en nedadgående interesse for skisporten og vikende sponsormarked som noen utfordringer. Alle disse faktorene bidrar til at en som arrangør må gjøre noen prioriteringer. For VM-komiteen er derfor det å skille seg ut vesentlig for å gjøre seg attraktive for interessenter, publikum, næringsliv og aktører generelt. Aktørene som involverer seg i VM-plattformen er ikke tvunget til å engasjere seg, heller ikke de lokale, og det nevnes flere andre idrettsarrangementer (og kulturarrangementer) som arrangeres i Trondheim. For organisasjonskomiteen handler det derfor om å gjøre sin plattform attraktiv for å tiltrekke seg interessenter. En måte å skille seg ut på kan være nettopp å gå høyt ut i satsingen på bærekraft. Å lede med bærekraftsambisjoner og være bevisst på eksterne aktører sine forventninger kan også være en faktor for å tiltrekke seg de «riktige» aktørene, som har målsettinger og ønsker i tråd med komiteens og mesterskapets egne. En ansatt i VM-komiteen tar opp dette på følgende måte:

«For oss handler det om å skille seg litt ut og skape en ny måte å arrangere arrangement på. Det finnes en del utfordringer, det er ikke flere som velger skisport i dag.. Det er et vikende sponsormarked for alle, vi er inne i en nedadgående trend [...] Det her med å ta hånd om de som har det vanskelig i samfunnet er tjent sosial bærekraft, klima er selvsagt. Skal man være med å synes i sammenheng med Ski-VM, og for at vi skal øke attraksjonen for å være med, vi har jo ikke noe valg, vi må være bærekraftige og vi må skille oss ut fremfor alle andre. Fordi det er veldig mange idrettsarrangementer i Trondheim, det er håndball-EM eller VM nesten annethvert år fremover. Man søker EM i kvinnefotball 2025, man prater om å søke ishockey-VM 2027, så vi er ikke alene» (VMK 1).

En annen forutsetning handler om å gjøre de riktige valgene når det kommer til bærekraftsmål, konkrete tiltak og hvilke samarbeidspartnere som kan bidra til å få dem til. De seks prioriterte bærekraftsmålene er (nummer i parentes): god helse og livskvalitet (3), industri, innovasjon og infrastruktur (9), mindre ulikhet (10), ansvarlig forbruk og produksjon (12), stoppe klimaendringene (13) og samarbeid (17) (Ski-VM Trondheim 2025, u.å.-b). For å oppnå et godt sluttprodukt i form av selve arrangementet og arven i ettertid, er VM-komiteen avhengige av samarbeid med andre og

organisasjonens prioriteringer knyttet til samarbeid kan påvirke verdiskapingsprosessen. Det er viktig å ha disse tingene i bakhodet, samtidig som en er klar på at man som arrangør også har et viktig ansvar for å bidra:

«Vi har prioritert seks bærekraftsmål i vår, også jobber vi jo nå med å definere og konkretisere hva det er de faktisk de betyr, hvilke mål skal vi ha innenfor hver av dem og hvilke samarbeidspartnere skal vi ha for å nå dem, fordi vi når ikke noen av dem alene, men vi må jo være med på å gjøre vårt bidrag i forhold til det som kreves fremover» (VMK 2).

5.2.2 Aktørers bidrag og forventninger til ressursutveksling

VM-komiteen har ambisjoner om å skape et arrangement som er mer enn skirennet som pågår i 14 dager og har formulert fire hovedstolper innenfor strategien sin. Den første går på bærekraft og at man skal jobbe godt innenfor alle dimensjoner, kanskje spesielt innenfor den sosiale. Neste handler om å lage folkefest for hele Trøndelag og skape et VM for alle, også de som ikke er interessert i skisport. Å øke rekruttering og interesse for skisporten og bidra til gode opplevelser slik at flere engasjerer også etter at VM er over karakteriseres som tredje stolpe. Mens den fjerde vektlegger at VM skal være en katalysator eller foregangsfigur for å få til innovasjon og utvikling av nye konsepter sammen med samarbeidspartnere. I dette ligger det at man ønsker å se og bruke mulighetsrommet som oppstår gjennom VM sin posisjon til å bidra til bærekraftig samfunnsutvikling.

«Det er hva kan vi gjøre på veien til, for å få til ringvirkningene etterpå. Grunnen til at Trondheim kommune søker et så stort arrangement er jo ikke på grunn av de 14 dagene med folkefest, det er jo på grunn av at et VM kan gi så pass mye mer i forhold til ringvirkninger og det mulighetsrommet som ligger der i forhold til den søknaden som ble levert» (VMK 2).

På spørsmål om hva de ulike informantene forventer at deres organisasjon får ut av Ski-VM dukker det opp litt ulike svar. Jeg har valgt å fremstille alle de eksterne aktørene sine svar på hvilke verdier de selv kan bidra med inn i arrangementet, samt hvilke verdier de forventer/ønsker ut i en tabell for å gjøre det mer oversiktlig.

Tabell 5: Ressursutveksling i nettverket

Informant	Aktørers bidrag til samarbeidet	Aktørers forventninger til samarbeidet
TIK	<ul style="list-style-type: none"> - God forankring på tvers av idretter - God forankring i by og region - Skape arenaen for utveksling og deling, sette sammen aktører - Sparringspartner - Bidra til å engasjere hele regionen - Bidrar på AktiVM - Samle arrangører i kommunen for deling og utveksling av ressurser 	<ul style="list-style-type: none"> - Bidra til folkehelse og ung psykisk helse (HUNT-undersøkelse) - IKON: samarbeid mellom idrett, kultur, offentlig og næringsliv - Vise mangfold av idretter i region, rekruttere medlemmer - Gode opplevelser for de utenfor idretten - Inspirere senere arrangementer - Gagne hele Trøndelag som region - Positive ringvirkninger ved bærekraftsfokus
TRK	<ul style="list-style-type: none"> - Stakeholder/deleier (10%) - Koordinere leveranser på områder som finans, kultur, samferdsel, helse, klima osv. - Knytte sammen kommunens fagmiljøer med VM sine behov - Investeringer i idrettsanlegg - Samarbeid for å løse felles problemstillinger - Bidrar på AktiVM og andre fellesprosjekter 	<ul style="list-style-type: none"> - Politisk målsetting: VM skal være mer enn et skirenn - Samskaping for å bedre gjennomføringskraft og nå politiske mål om Trondheim sin fremtid - Oppmerksomhet, posisjon, nyttegjøring - Styrke kommunens attraksjon for arrangementer - Bidra til økt fokus på integrering, utenforskap, mobilisere barn og unge, helse- og livskvalitet - Bidra til næringsliv
BIMN	<ul style="list-style-type: none"> - Prosjektleder på AktiVM - Detaljnivå på fellesprosjekter, praktisk gjennomføring, involverer enkeltaktører - Nå de utenfor skisporten - Bindeledd ut til region, skape engasjement - Nå ut med bærekraftsmål til bedrifter - Få folk i aktivitet > bedre folkehelse 	<ul style="list-style-type: none"> - Fremme egne aktiviteter gjennom AktiVM, økt deltakelse - Bygge på eksisterende aktiviteter > gi avtrykk > penger i kassen - Synlighet til Bedriftsidretten Midt-Norge og andre aktører - Tilrettelegging og overordnet kontroll på fellesprosjekter - Gjøre bærekraft mer tilgjengelig/forståelig for folk flest - Bidra til verdiskaping for næringsliv

STSK	<ul style="list-style-type: none"> - Stakeholder/deleier (30%) - Bidrar som regionens fagfolk innen skiidrett, på eks. utforming, stadion og hvordan det fungerer i praksis - Bindeledd og naturlig døråpner til frivillige - Ressurser og kunnskap på frivillige, bruk av skianlegg osv. både under og etter - Ambassadør for å skape entusiasme lokalt, også blant ikke skiinteresserte - Samarbeid med Nord-Trøndelag skikrets 	<ul style="list-style-type: none"> - Rekruttering, engasjement og økt aktivitet til skisporten - Økt kompetanse i region på gjennomføring av arrangement, profesjonalisering - Økt anleggskompetanse, bedre anlegg som er rigget for fremtiden - Økonomisk overskudd - Katalysator for eks. ny teknologi rundt snøproduksjon, tråkkemaskiner, gjenbruk av smøreboder, mediesenter som blir til fotballhall etter vm - Oppnå kjerne av frivillige engasjerte over et lengre perspektiv - Tilrettelegging for hverdagsaktivitet i idrettsanlegg for både topp og bredde
NSF	<ul style="list-style-type: none"> - Stakeholder/deleier (60%) - Utvikle GPT-verktøy som kan måle klimautslipp i planleggingsfase - Samarbeid om klimavennlig snøproduksjon (Snow for the future) - Samarbeid om rekruttering, aktiviteter for barn og unge - Erfaringsutveksling, sparringspartner - Bidra med løsninger for å gjøre arrangementet mer bærekraftig 	<ul style="list-style-type: none"> - Test av GPT-verktøy på stort arrangement - Prosjekt angående klimavennlig snøproduksjon (Snow for the future) - Rekruttering til skisporten (utøvere og frivillige) - Økonomisk overskudd - Medbestemmelse angående fellesprosjekter - VM som springbrett mtp. økonomi og prosjekter - Inspirere fremtidige skiarrangement til hvordan bli mer bærekraftige

Tabellen viser flere fellesnevner mellom de eksterne aktørene sine forventninger til ressursutveksling. Det finnes også sammenheng i tilknytning til det VM-komiteen ønsker å bidra med (som nevnt i 5.2.1). I tillegg må det påpekes at disse ressursene ikke bare utveksles til og fra VM-organisasjon og enkeltaktør, men at de ulike aktørene også utbytter ressurser med hverandre. Gjennom fenomenet og plattformen Ski-VM oppnår de et verdinettverk hvor de involverte aktørene skaper mange ulike ressurser seg imellom som de har utbytte av. Disse verdiene er grunnlaget for at man som aktør ønsker å bidra inn mot Ski-VM 2025. Tre av aktørene er også stakeholders og deleiere av VM-selskapet, der skiforbundet er den største med sine 60%, Sør-Trøndelag skikrets

eier 30% og kommunen har 10% eierandel som gir deres rolle en økonomisk dimensjon i tillegg.

På tross av at Ski-VM er en plattform hvor mange ulike aktører samarbeider gjennom ressursutveksling, betyr ikke dette at alle aktører bidrar på samtlige av samarbeidsprosjektene. Trondheim kommune, Trøndelag idrettskrets og Bedriftsidretten Midt-Norge oppgir at de er involvert i folkehelseprosjektet som heter AktiVM, mens eksempelvis Sør-Trøndelag skikrets kunne vært koblet på her (mer om dette i kapittel 5.3.3). Det er også verdt å nevne at finnes flere involverte aktører enn de som er inkludert i mitt utvalg og utgjør grunnlaget for funnene i dette kapittelet.

Mange av faktorene henger sammen med hverandre, eksempelvis kan det å nå ut og på tvers av idretter, geografisk beliggenhet, bedrifter og lignende gagne både når det kommer til økonomi, frivillighet, rekruttering til aktiviteter og næringsliv. Ser man det i sammenheng med FNs definerte bærekraftsmål vil eksempelvis rekruttering til idretten, aktivitetsprosjekter, gode opplevelser og samarbeid kunne bidra til god helse og livskvalitet og mindre ulikhet. Ressursene som omfatter oppslutning rundt næringsliv i regionen, idretten, anlegg, ny teknologi på snøproduksjon og måleverktøy kan kobles på mål om industri, innovasjon og infrastruktur, stoppe klimaendringene, og ansvarlig forbruk og produksjon. I tillegg er samarbeid for å nå målene sentralt på alle områder og bærekraftsmålene kan knyttes opp mot mange av de mer spesifikke effektene som aktørene ønsker og forventer ut av samarbeidet.

Kunnskapsdeling nevnes spesifikt av noen aktører, men ligger også implisitt i flere av bidragene som nevnes som en del av ressursutvekslingen. Ved at aktørene i verdinettverket deler kunnskap gjennom eksempelvis tidligere erfaringer, ideer, felles målsettinger, rekruttering for hverandre og sammenkobling av miljøer bygger man kompetanse og skaper verdi. Ved at de bidrar med ulik kunnskap og ressurser inn i arrangementet bidrar de til å samskape verdi. Fellesplattformen deres for å skape verdiene sammen er Ski-VM. I bunn og grunn har de ulike informantene jeg intervjuet mange av de samme ønskene innen verdiskaping, men det finnes også forskjeller. Ulikheter i forventinger kan føre til at det er vanskelig å oppnå alt og kan føre til konflikter. Eksempelvis kan et konfliktområde være mellom aktørene som jobber for toppidretten og aktører som verdsetter folkehelse i høyere grad.

For at skiforbundet skal få testet ut verktøyet sitt for å måle klimautslipp i praksis behøves det et stort arrangement som er villig til å teste det ut. Dersom forbund, kretser og bedriftsidrett skal oppnå økt oppslutning og aktivisering inn mot egne idretter og aktivitetstilbud behøver de å nå ut til flere og gi dem gode opplevelser i forbindelse med aktiviteter og idrettsarrangementer. Ønsker om å bedre fysisk og psykisk folkehelse kan nås gjennom å få folk i aktivitet, samhold, gode opplevelser, samarbeid, sosiale tilbud og følelser av å gjøre noe meningsfullt. Skal man skape disse ringvirkningene over lengre tid er det mange mindre faktorer som må fungere sammen og bidra for seg selv og andre. Men gjennom Ski-VM 2025 har man en sterk kanal for å nå ut til og involvere mange.

«Altså vi har en veldig sterk kanal, at å nå ut med bærekraftsarbeid egentlig. I tillegg til at interessen er større enn folk flest tror, faktisk. Så ski-VM kan jo utgjøre en forskjell. Det tror jeg definitivt. Hvis vi klarer å gjøre jobben vår. Så det er det som er spennende nå» (TRK).

5.2.3 Målbarhet

På tross av at informantene er samstemte angående viktigheten av bærekraft og at ambisiøse mål kan ha en positiv effekt, finnes det usikkerhet rundt gjennomførbarheten av dette i praksis. Det fremstår naturlig å stille spørsmål til hvordan man eventuelt skal måle effekt og utfall av bærekraftstiltakene som gjennomføres. På spørsmål om hva aktørene tenker om Ski-VM 2025 sin ambisjon om å være verdens mest bærekraftige arrangement trekkes dette av flere frem som noe av utfordringen. Her et eksempel fra Bedriftsidretten Midt-Norge:

«Så er jo kanskje en utfordring å måle effekten av det [...] For VM handler det jo om at skal de komme styrket utav det her så må det kunne være en god solid rapport som kan ligge åpen for alle og er forståelig for alle til å se at, okei, nådde vi det eller nådde vi ikke det.» (BIMN).

Utfordringer knyttet til målbarhet gjelder dog ikke alle på alle områder. Aktørene nevner ulike metoder for å måle flere av komponentene som faller innunder bærekraftsmålene. Blant annet nevnes ulike parametere som HUNT-undersøkelsen som er en befolkningsbasert helseundersøkelse på innbyggere i Trøndelag, målinger av klimautslipp og snøproduksjon gjennom verktøyene skiforbundet utvikler, rekruttering

til aktivitetstilbud og idretter, økonomisk overskudd (Trøndelag fylkeskommune, 2023). Konkretisering av at man ønsker å se utslag på diverse målbare faktorer vil kunne bidra til å si at man har lykket med å skape en del av verdiene man ønsket i forkant. Likefullt er det som flere informanter trekker frem viktigheten av å være åpen og ydmyk også dersom man opplever at en ikke får disse utslagene. Dette kan bidra til at man skaper disse ringvirkningene man ønsker i fremtiden gjennom å inspirere til hva som var vellykket, hva som kan forbedres og hva som burde endres.

«Vi har kanskje ikke satt en sånn tydelig visjon på hva Skiforbundet skal sitte igjen med etterpå, men vi har snakket mye om det. At samarbeidsprosjekter vi har med VM-selskapet er jo viktig at også kan skape en verdi i etterkant av mesterskapet. At hvis man finner nye løsninger eller jobber med prosjekter som man ser kan gjenbrukes og være igjen etter VM» (NSF).

5.3 Samarbeid - Ski-VM 2025 som plattform

Som beskrevet i forrige delkapittel er det altså flere forutsetninger som gjør at aktørene vil og må engasjere seg i idrettsarrangementet. I denne delen vil jeg utdype ytterligere hvem man samarbeider med og hvordan samarbeidet foregår i praksis gjennom konkrete tiltak.

5.3.1 Bærekraftsfokus og påvirkning på samarbeidspartnere

På spørsmål om fokuset på bærekraft påvirker hvilke aktører man samarbeider med er informantene nokså samstemte. At man tillegger Ski-VM 2025 tydelige ambisjoner om å gjøre mer enn å gjennomføre et sportslig vellykket arrangement ved å også fokusere på bærekraftsprosjekter ved siden av, mener informantene har innflytelse på samarbeidsaktørene som er involvert. Flere påpeker at dette ikke nødvendigvis ekskluderer så mange fordi de opplever at bærekraft er noe flertallet vil assosieres med. Enighet er det også rundt at dette er en riktig prioritering og det sees på som utenkelig å koble seg på samarbeidspartnere som ikke deler ambisjoner da dette vil virke mot hensikten om å være bærekraftige. Eksempel på dette gjennom et sitat fra Sør-Trøndelag skikrets:

«Det er jo åpenbart at de kommuniserer ut at de har fokus på det, med de samarbeidspartnerne de har valgt, og hvis du ser på oss som en sånn samarbeidspartner, så har jeg ikke noe grunn til

å si nei på det. [...] Jeg tror ikke VM-organisasjonen samarbeider med hvem som helst, det er mitt inntrykk. De gjør noen vurderinger. Og sånn må det jo være.» (STSK).

Bærekraftsmålene er svært omfattende og det at man vektet bærekraftsmål 17, som omhandler samarbeid, høyt taler mot å ekskludere samarbeidspartnere. Det handler i større grad om å finne samarbeidspartnere hvor man kan finne fellesnevner, harmoniserende ambisjoner og få ting til sammen. Informantene lanserer likevel noen ulike tanker rundt hvilken effekt dette har på interessenter og andre samarbeidspartnere. Positive konsekvenser som trekkes frem er eksempelvis tiltrekningskraft på interessenter, øke attraksjon, være annerledes og nå ut til flere. På tross av at idretten i Norge har mange positive assosiasjoner til seg gjennom folkehelse, frivillighet, sosiale arenaer og visjoner om idretts glede vil man gjennom å tydeliggjøre bærekraft kunne nå ut til og skape felles nettverk med enda flere. Å tydeliggjøre og rette fokus mot bærekraftsmål fremstår som en måte å tilrettelegge for at samarbeidspartnere kan hekte seg på konkrete tiltak og temaer:

«Jeg tror at bærekraftsmålene i seg selv samler interessenter, det er lettere for interessentene å assosiere seg med et bærekraftsmål, så hvis man da som VM på ski, som har valgt sentrale bærekraftsmål, så er det lett for alle som skal være med her og hekte seg på det målet, det er så konkret» (BIMN).

Blant utfordringer det kan by på påpeker representanten fra skiforbundet at man kan risikere å havne i en situasjon hvor en partner er involvert i arrangementet som kanskje ikke samsvarer med bærekraftsambisjonene. Dette eksemplifiseres gjennom en situasjon der skiforbundet blir pushet av miljøorganisasjonen Greenpeace fordi de samarbeider med Equinor. Det krever store økonomiske ressurser for å lykkes med mega event som Ski-VM og dersom man eksempelvis får inn en pengesterk interessent som har et dårlig rykte når det kommer til klima og miljø, må man potensielt gjøre et vanskelig valg for hva man har råd til å prioritere. Det stilles også spørsmål til om man har råd til å være kresen på hvilke samarbeidspartnere man inkluderer. Å finne den riktige balansen i denne type situasjoner kan være vanskelig i forhold til økonomi, omdømme, relasjon med de andre samarbeidsaktørene, bærekraftsambisjoner, profesjonalitet osv.

«Det kan være at det kommer en partner inn i arrangementet som kanskje ikke er forenlig med det de har tenkt i forhold til bærekraft. Pluss at de skal levere et VM med et ganske høyt budsjett. Da blir man jo satt i en litt vanskelig situasjon hvis man begynner å snevne inn hvilke samarbeidspartnere man vil la seg assosiere med VM. [...] Klarer de å finne en god måte å samarbeide på samtidig og ivareta den målsetningen de har satt seg? Eller er det ting de må velge bort? Hva slags økonomiske konsekvenser kan det ha? Som igjen kan gjøre at de kanskje ikke klarer å nå en del av målene sine. En balansegang der da inn mot det markedsmessige, som kan være litt vanskelig.» (NSF).

En nøkkel vil være å finne hensiktsmessige metoder og prosjekter for samarbeid og samtidig ivareta målsettingene man har satt innenfor bærekraft. Bedriftsidretten Midt-Norge nyanserer denne potensielle utfordringen ved å poengtere at samarbeidsaktører i dag ikke har mulighet til å motsette seg prioritering av bærekraft.

«Det er jo ingen som har lov å ta en tofotstakling på et bærekraftsprosjekt, eller når du snakker om bærekraft, da blir du satt på sidelinja. Dem som ikke er interessert i være med på det her, de får ikke være med, sant. Jeg tror ikke det kan bli mer konkret» (BIMN).

Dermed handler det også om å utnytte hvor bredt bærekraftsmålene favner og finne noen fellesnevnerer med samarbeidspartnere, samtidig som man unngår grønnvasking gjennom eksempelvis symbolprosjekter og lignende.

5.3.2 Organisering av samarbeid

Samtlige informanter erfarer at Ski-VM er opptatt av å prioritere bærekraftstiltak som en viktig del av arbeidet med arrangementet, blant annet gjennom at det brukes ressurser på å invitere til møter mellom mange av de ulike aktørene, som de kaller for workshops. Her inviteres det bredt for å kartlegge hvilke ulike behov og muligheter som finnes, og dermed hvilke bærekraftsprosjekter som skal prioriteres. Flere av informantene utdyper at dette bidrar til en følelse av medbestemmelse og inkludering. Noen av aktørene opplever at de bidrar med sine egne meninger og er med som sparringspartnere, men er opptatt av å ikke legge føringer.

«Nå har jo vi vært med på de her to workshopene og gitt innspill på hvilke områder som vi synes er viktige å ha med seg. Og egentlig så er jo bare det å være med og ha en mening egentlig, hva de vil ende opp med og hva de vil prioritere, det er jo ikke noe vi legger føringer på, men vi vil

være med å.. Vi kjenner byen godt, vi kjenner Trøndelag godt, så som en sparringspartner vil jo være vår rolle oppi det her» (TIK).

Aktørene trekker frem at workshopene oppleves som noe positivt med tanke på å fremme egne prioriteringsområder. Flere påpeker at de opplever at de som samarbeidsaktører blir hørt gjennom at de blir invitert til å si sine meninger, diskutere og bidra i bestemmelsesprosessen av hvilke bærekraftsmål og prosjekter som er viktige å fokusere på. Workshopene er viktige for å skape muligheter for påvirkning for aktørene og dermed sikre at arrangementet bidrar i en retning som gagnar deres fokusområde. Videre er det viktig å implementere samarbeidsprosjektene inn i ulike bærekraftsstrategier.

Temaene som dekkes i workshopene skal være mangfoldige og dekke over flere områder. Både markedssjefer, daglige ledere, HR, klimaansvarlige m.fl. skal inviteres inn for å fortelle om og diskutere sine synspunkter. Dette kan både styrke det helhetlige perspektivet, men også bidra til at enda flere kjenner på inkludering og engasjementet i tilknytning til VM. Man er opptatt av at plattformen skal gjøre mer enn å bare være et sted for å selge sitt produkt/sine tjenester inn til andre, ved å i tillegg bidra til at organisasjonene i nettverket oppnår flere verdier gjennom å involvere seg.

«Temaet for møter i det her partnerskapet skal ha ulike tema, iblant er det markedssjefen for selskapet som skal komme, iblant er det daglig leder, iblant er det HR, og noen ganger er det klimaansvarlig.. Det gjør også at vi får ulike personer som kommer og kjenner engasjement med VM, så det ikke bare er markedssjefen eller en selger som skal selge noe, fordi er det bare selgere på sånne møter, da blir det ingen forretning fordi det er ingen som er der for å kjøpe. Alle er bare der for å selge. Og vi må gå bort fra dette med at det bare er det her skiltet/logoen som skal synes. Det må finnes andre grunner til hvorfor jeg skal være med, og da må vi være så profesjonelle og kunne levere det» (VMK 1).

Trøndelag idrettskrets beskriver kontakten med Ski-VM som at de selv tok første steg ved å invitere noen fra VM-selskapet til å legge frem sine planer og strategier rundt bærekraft på en samling. I ettertid har de blitt invitert på workshop hvor det var invitert veldig bredt, men opplever at de ikke har vært involvert i særlig grad og kunne gjerne tenkt seg at de var mer koblet på. Sør-Trøndelag skikrets mener også at de kunne blitt

enda mer inkludert og at det er et uforløst potensial blant annet når det kommer til å skape engasjement. Begge organisasjoner påpeker at man fortsatt er foreløpig tidlig i prosessen og at det alternativt kan være noe av grunnen til at de ikke er mer involvert.

«Min opplevelse er at ikke vi har vært involvert i noen ting før vi sist uke ble invitert på workshop og der var det jo invitert veldig bredt, hvor vi hadde en workshop om hva Ski-VM skal prioritere og hvordan de skal sette ny standard for bærekraft. Så da var vi med på en tretimers workshop med andre aktører innenfor idretten. Også var vi på en sånn oppfølgings-workshop hvor de samla alle de som har vært involvert sist uke, hvor man spissa det enda litt mer, så vil dem jo bruke de workshopene her til å spisse sitt arbeid enda mer også. Så det var kanskje nå tror jeg da at dette arbeidet her egentlig begynner litt» (TIK).

«Jeg tror vi i enda i større grad kunne vært et verktøy for VM-organisasjonen til å skape engasjement. Det kan godt hende at det er litt tidlig. Det ligger foran oss. Potensialet ligger foran oss. Vi sitter jo ikke og venter på at de skal komme. Vi må være på for å vise at vi ønsker å bidra. Det vil også gi oss en positiv effekt ved at vi lykkes. Potensiale er større enn det vi har fått ut fram til nå» (STSK).

Ifølge VM-komiteen skal de involverte aktørene styrke hverandre gjennom kunnskapsdeling om bærekraft. På denne måten vil man bidra til at det å være en del av nettverket til Ski-VM kan gi de involverte aktørene selvtillit.

«For å inngå et partnerskap med oss eller være med i vårt nettverk, der man styrker hverandre med holdbarhets-, bærekraftskunnskap på våre nettverkstreff, det tror vi på. Vi skal også se til at man går fra de her møtene med sterk selvtillit og hode høyt hevet» (VMK 1).

5.3.3 Konkrete samarbeidsprosjekter

I forbindelse med Ski-VM har man opprettet flere ulike samarbeidsprosjekter. Et av disse har fått tittelen «AktiVM» og er et folkehelseprosjekt hvor blant annet Bedriftsidretten Midt-Norge og Trøndelag idrettskrets er bidragsytere. AktiVM er bygget på rammeverket «ABC Hodebra» som handler om å gjøre noe aktivt (act), gjøre noe sammen (belong) og gjøre noe meningsfullt (commit) (Hodebra, u.å.). Det er også

hentet inspirasjon fra folkehelseprosjekter man hadde i forbindelse med OL i 94. Hensikten med prosjektet er at man ønsker å inkludere og engasjere befolkningen gjennom fysiske og sosiale aktivitetstilbud. Gjennom å kombinere aktiviteter og sosiale arenaer ønsker de involverte i prosjektet å bidra til både fysisk og psykisk helse, i tillegg til at man kan engasjere bedrifter og rekruttere til idretten. AktiVM kan dermed kobles opp mot flere av bærekraftsmålene og ressursene aktørene forventer å skape gjennom verdinettverket.

«Vi måtte tenke litt stort og begynte å hente inn forskjellige aktiviteter, hvordan kan vi samarbeide med næringen, hvordan kan vi samarbeide med idrettslagene, hvordan kan vi samarbeide med andre interessenter som vi har i samfunnet vårt. Vi lagde en prosjektbeskrivelse, den endte opp i det som i dag heter AktiVM» (BIMN).

Sør-Trøndelag skikrets opplever at samarbeidet om AktiVM med hell kunne involvert dem mer fordi de har mange fellesinteresser tilknyttet folkehelse og aktivitet.

«AktiVM, hvis det går på folkehelse, må vi jo være ærlige og tenke at der kunne samarbeidet være mye bedre. Fordi vi har mye fellesinteresser der. Vi kunne få nytte av det, og jeg tror også de kunne ha nytte av å ha involvert oss enda mer i noen av de tiltakene under AktiVM, men det er jo ikke et ferdig produkt, som jeg opplever så er AktiVM noe som ruller og går. Det er jo noe vi, det er fortsatt ikke for sent å kunne innby til mer samarbeide på tiltak på det» (STSK).

Som et grep for å samarbeide med næringslivet har det blitt opprettet et VM-nettverk som heter «Spor». Forventningene til nettverket er at å utvikle en arena for næringslivet, hvor de jobber sammen for å bidra til regionen. Prosjektet organiseres ved hjelp av representanter fra eksempelvis kommune og fylkeskommune, næringsliv og idrett (Ski-VM Trondheim 2025, u.å.-a). Nettverket har en økonomisk dimensjon ved at det betales medlemsavgift, det arrangeres sosiale og faglige aktiviteter, møter angående bærekraft og næringslivets potensiale, synlighet, tilrettelegging for samarbeid og fortrinnsretter på billetter til selve arrangementet for å nevne noe. En annen faktor ved nettverket er at det kan benyttes for å konkretisere og avklare forventninger mellom samarbeidspartnere.

«VM-gjengen har nettopp etablert et næringslivsnettverk som heter Spor. Der er vi på gang med å ta tak. Der ligger muligheten for ski-VM til å kanalisere mye av de forventningene sine til

samarbeidspartnere om det. Også ta ombord samarbeidspartnere sine forventninger til Ski-VM, om bærekraft og leveranser» (TRK).

Det siste konkrete samarbeidsprosjektet jeg ønsker å nevne er klimaverktøyet Green Producers Tool (GPT). Verktøyet har tidligere vært benyttet i andre bransjer, men skal nå innføres i idretten, der skiidretten og Ski-VM 2025 er blant de første som får anvende det (Skiforbundet, 2023). Hensikten med verktøyet er at det skal kunne benyttes for å måle nøyaktige utslipp i forbindelse med eksempelvis store arrangementer, ikke bare i ettertid, men også i selve planleggingsfasen. På denne måten kan man gjøre tiltak i henhold til utslippsreduksjon og gjennom verktøyet ønsker man å bidra direkte til mindre utslipp under arrangementer. Prosjektet kan knyttes direkte opp mot den miljømessige dimensjonen og bærekraftsmål 13 om å stoppe klimaendringene. Ski-VM med sin betydelige størrelse er derfor et naturlig sted og teste ut dette på. I tillegg er en viktig faktor å benytte erfaringen man får gjennom bruk i dette arrangementet til å lære frem mot fremtidige arrangementer.

«Det ene er dette med å måle klimaavtrykk, så da jobber vi med et konkret verktøy som også skal kunne brukes av VM-arrangøren. Vi jobber med testpiloten nå og hvor de skal kobles på den. Så det er en ting som kanskje er viktig med VM, at det skal måles fra mesterskapet så man kan få erfaring fra det til andre arrangementer som kommer etterpå» (NSF).

Gjennom de ulike bærekraftsprosjektene og nettverkene utvides mulighetsrommet for påvirkning. Samarbeid er grunnleggende for å oppnå ringvirkningene man ønsker innenfor alle de tre bærekraftsdimensjonene. Informantene er enige om at samarbeid er den viktigste forutsetningen for å oppnå verdiskaping og at man ikke kan utgjøre store endringer på egen hånd.

«Så for meg så er jo bærekraftsprosjekter en gylden mulighet til å samarbeide med andre rundt meg, om det er da etater, om det er næringsliv, om det er andre samfunnsinteressenter, det er jo det som jeg tenker på når jeg tenker på bærekraftsprosjekter, fordi at jeg alene klarer ikke å utgjøre en stor endring, men jeg må jo begynne i det små, med meg eller med husstanden min eller arbeidsplassen min eller med vennegjengen, sant. Men det handler om å gjøre noen små skritt» (BIMN).

En fellesnevner for de konkrete prosjektene, møtene og nettverket som utgjør samarbeidsgrunnlaget er at de alle ønsker å påvirke i et lengre perspektiv. Gjennom å skape arenaer for samarbeid i forbindelse med Ski-VM 2025 kan det oppstå verdikjeder og bånd mellom aktører som kan vare i tiden også etter at mesterskapet er over. I tillegg er prosjekter som AktiVM, Spor og GPT ment som langsiktige prosjekter med varighet og ringvirkninger i fokus. For alle involverte i Ski-VM 2025 er det å ta muligheten for å utgjøre en forskjell på alvor til stede. Ved å bringe mennesker sammen gjennom arrangementer som dette kan samskaping av verdier som bidrar til bærekraftig utvikling utvikles for fremtiden.

«Vi må utgjøre en forskjell, men det er ikke realistisk å redde verden. [...] Samtidig ser jeg at det ikke er alle arrangementene som har samme kraft som Ski-VM, verken til å stille en sånn ambisjon, å si det høyt, eller i hvert fall ikke forsøke å oppnå. Det er ikke gitt at alle gjør noe med det, tar tak i det» (TRK).

6.0 Diskusjon

I dette kapittelet vil jeg diskutere funnene som ble presentert i resultater, i lys av teori og tidligere forskning. Jeg ønsker å forklare hvordan min forskning kan føre til en bedre forståelse av hvordan aktører samarbeider om et idrettsarrangement for å bidra til bærekraftig utvikling. Først vil value co-creation og engagement platforms benyttes for å forstå hvordan verdi, i form av bærekraftige tiltak og prosjekter, kan skapes gjennom samarbeidsprosesser og plattformer mellom aktører. Interessentteorien bidrar til å identifisere de ulike interessentene utenfor organisasjonskomiteen og hvorfor disse interessentene er relevante for å skape bærekraftige løsninger. Legacy theory legger grunnlaget for min forståelse av hvordan bærekraftig utvikling kan sees som arven skapes av og for et idrettsarrangement og blir varig også etter at arrangementet i seg selv er ferdig. Til sammen utgjør disse teoriene et rammeverk som kan bidra med innsikt i hvordan idrettsarrangementer kan bidra til å skape bærekraftig utvikling.

Kapittelet er ment å besvare problemstillingen og forskningsspørsmålene:

«Hvordan samarbeider aktører i forbindelse med idrettsarrangementer for å skape et arrangement som bidrar til bærekraftig utvikling?»

- Hvilken forståelse har samarbeidsaktørene av de bærekraftige tiltakene i et langsiktig perspektiv?
- Hva er de ulike aktørenes motivasjon for å samarbeide om bærekraftstrategier?
- Hvordan arbeider aktørene med å samskape bærekraftige tiltak seg imellom (value co-creation)?
- Hva er arrangørens rolle for å styre samarbeid mellom aktørene?

I kapittel 6.1 vil jeg diskutere aktørenes samarbeid om bærekraftig utvikling.

Delkapittelet tar for seg forutsetninger for samarbeid fra både organisasjonskomiteen og de eksterne aktørene sine sider og ser dette i sammenheng med teoretiske perspektiver tilknyttet value co-creation og interessentteori. Videre vil jeg belyse sammenhenger og forskjeller mellom ønskede verdiutbytter hos aktørene og se på hvordan de konkrete tiltakene som gjøres i forbindelse med Ski-VM 2025 brukes for å skape verdier som bidrar til bærekraftig utvikling. I kapittel 6.2 vil jeg drøfte de ulike perspektivene på bærekraft i form av ringvirkninger og handling, og benytte legacy theory for å vise

hvordan denne teorien kan overføres til forskning på bærekraftig utvikling og idrettsarrangement.

6.1 Aktørenes samarbeid om bærekraftig utvikling

I første del ønsker jeg å diskutere sentrale funn knyttet til samarbeid gjennom et idrettsarrangement ved å se på organisasjonskomiteen sin rolle. Videre vil jeg se på de ulike aktørene sine forutsetninger, samt likheter og ulikheter mellom ønskede verdier.

6.1.1 Organisasjonskomiteen som styrer av engagement platform

Studien ønsker å bidra til innsikt om hvordan et idrettsarrangement kan benyttes som en plattform for verdiskaping, i dette tilfellet er verdiene som skapes tiltak for å økt bærekraftig utvikling. For å få en forståelse av hvordan det skapes verdi gjennom samarbeid må man også danne forståelse for forutsetninger og grunnlag for at samarbeidet finnes.

For arrangøren av Ski-VM 2025, organisasjonskomiteen, er det viktig å være bevisst på sin rolle i dette samarbeidet. Samhandling mellom aktører er en forutsetning for å få tilgang til ressurser og skape verdi (Chandler & Vargo, 2011, s. 37). VM-organisasjonen besitter ikke ressursene til å produsere et idrettsarrangement alene og et nettverk av aktører som samarbeider er derfor en nødvendighet for å få til dette. Dette påpekes selv av en av de ansatte i VM-komiteen som sammenligner Ski-VM med et puslespill og samarbeidsaktørene med puslebiter. For at dette puslespillet skal ha et fundament fremhever Woratschek et al. (2014a) at begivenheten tilbyr et verdiforslag som aktører videre kan benytte som et middel til å gi sine verdiforslag.

Hvis man i tråd med teori om engagement platforms (Woratschek, 2020) ser på selve idrettsarrangementet som en plattform for ressursintegrering mellom aktører for å samskape verdi, har organisasjonskomiteen for Ski-VM 2025 sin primære rolle som styrer av plattformen. Å styre plattformen innebærer at de gjør den attraktiv ovenfor samarbeidsaktører og tilrettelegger for interaksjon og godt samarbeid mellom aktørene. For å gjøre Ski-VM til en attraktiv plattform for aktører å involvere seg i og bidra til bærekraftig utvikling er en av faktorene VM-komiteen selv påpeker at de er avhengige av å skille seg ut. Det trekkes frem utfordringer som nedadgående kurver for

sponsormarked og skisporten generelt, i tillegg til lokal konkurranse fra andre arrangementer. Viktige spørsmål man da må stille seg som arrangør av et mesterskap er hvordan man skal nå gjennom til interessentene man ønsker å samarbeide med og hvordan man skal gjøre seg attraktiv nok til at de velger å integrere ressursene sine i akkurat din spesifikke plattform. Ut fra svarene til de ansatte i organisasjonskomiteen tolkes det som at de selv har forståelse for at en viktig del av deres rolle er nettopp å tiltrekke seg og promotere sin plattform for samarbeidsaktører. Skal de få dette til har de ikke noe valg og er nødt til å være bærekraftige og bruke fokus på bærekraft bevisst for å skape en plattform som skiller seg ut i positiv forstand.

Et annet aspekt ved arrangørens rolle er å tilrettelegge for gode samarbeid og ressursutvikling mellom aktørene. Woratschek et al. (2014a, s. 16) påpeker at idrettsaktiviteter og sportskonkurranser er selve kjernen for sport management og for å kunne generere verdi. Hvis man legger Byers et al. (2012, s. 102) sin definisjon av mega event til grunn er en av kjennetegnene at den typen idrettsarrangement genererer ekstremt høye nivåer av påvirkning for arrangørsamfunnet (eksempelvis både økonomisk, infrastruktur, næringsliv og turisme). Organisasjonskomiteen har dermed et viktig ansvar for å tilrettelegge for at disse områdene påvirkes ved hjelp av plattformen de styrer og å fasilitere tiltak som gagnar utvikling for arrangørsamfunnet. Man kan dermed argumentere for at idrettsarrangementet skapes gjennom samarbeid og at dette også gjelder de bærekraftige løsningene som genereres gjennom plattformen (arrangementet).

6.1.2 Identifisering av interessenter og innflytelse

For å finne ut hvilke påvirkningsmuligheter og forutsetninger de eksterne aktørene har for å bidra er det først vesentlig å identifisere dem. I teorikapittelet som omhandler interessentteori ble eksterne interessenter for et idrettsarrangement klassifisert på bakgrunn av syv kategorier (inkludert fokal organisasjon) (Bakhsh et al., 2022; Chappelet & Parent, 2015). Det er vesentlig å være klar over de ulike rollene interessentene har fordi verdi samskapes på bakgrunn av aktørene sine roller. Ulike typer interessenter kan føre til ulik verdisamskaping. Tabell 6 viser hvordan informantene jeg intervjuet i denne oppgaven sine organisasjoner kategoriseres basert på interessentkartet til Bakhsh et al. (2022).

Tabell 6: Kategorisering av interessenter

Bakhsh et al. (2022) sine kategorier	Interessenter for Ski-VM 2025
Fokal organisasjon	Ski-VM 2025 sin organisasjonskomite
Arrangører, arrangementseiere	Trondheim kommune, Skiforbundet, Sør-Trøndelag skikrets
Media	<i>Ikke undersøkt</i>
Idrettsorganisasjoner	Bedriftsidretten Midt-Norge, Trøndelag idrettskrets
Lokalsamfunn	<i>Ikke undersøkt</i>
Sponsorer	<i>Coop, Stora Enso (ikke undersøkt)</i>
Andre interessenter (turistorganisasjoner, leverandører osv.)	<i>Ikke undersøkt</i>

Basert på kategoriseringen av interessenter ønsker jeg å forklare hvordan fokalorganisasjonen (organisasjonskomite) opererer av hensyn til forhold og innflytelse fra interessentene i miljøet (Rowley, 1997). Interessentene har en påvirkningskraft på organisasjonskomiteen og hvordan de velger å styre og tilrettelegge for verdisamskaping av bærekraftig arv, gjennom Ski-VM som plattform. Cunningham et al. (2016, s. 58) beskriver det sentrale forholdet mellom organisasjon og interessent som selve nøkkelen i interessenteori. For at Ski-VM 2025 skal kunne bidra til bærekraftig utvikling er organisasjonskomiteen avhengig av en rekke interessenter. På grunnlag av det har interessentene innflytelse og muligheter for å påvirke ringvirkningene av arrangementet. For organisasjonskomiteen er det viktig å forme og opprettholde gode relasjoner med ulike aktører, slik at de får tilgang på ressursene deres.

I denne sammenheng kan man se til identifisering av interessenter basert på Mitchell et al. (1997) sine kriterier: makt, legitimitet og press. Kriteriet om makt omhandler hvilken makt interessentene har på om man lykkes med å oppnå at arrangementet bidrar til

bærekraftig utvikling. Trondheim kommune er vesentlig å trekke frem fordi det ikke ville vært mulig å arrangere et Ski-VM i Trondheim uten å samarbeide med dem. I tillegg kan man argumentere for at de innehar makt over om man oppnår en bærekraftig arv etter mesterskapet grunnet deres posisjon og innflytelse knyttet til både næringsliv, idrettsanlegg og ulike tilbud i lokalmiljø. Kommunen bidrar blant annet med å koordinere leveranser på områder som finans, kultur, samferdsel, helse og klima. De har derfor mulighet for å påvirke om ulike bærekraftige tiltak og strategier som innføres i forbindelse med Ski-VM 2025 også videreføres på disse områdene i etterkant av arrangementet. Trondheim kommune er også en av deleierne, samt at de gir og gjennomfører mye for arrangementet og oppnår dermed legitimitet som en del av byttehandelen.

Skiforbundet har en viktig rolle i prosjektene som omhandler utviklingen av verktøyet for å måle utslipp i forbindelse med idrettsarrangementer og klimavennlig snøproduksjon. Slik det fremstår er dette to bærekraftige samarbeidstiltak hvor Ski-VM er avhengige av Skiforbundets bidrag for at dette skal gjennomføres. I tillegg har Skiforbundet vesentlig påvirkning på videreføringen og utvikling av disse nye tiltakene i ettertid av arrangementets slutt. På denne måten har de som interessent både makt og legitimitet med sin innflytelse på om man oppnår eventuelle ringvirkninger ved disse prosjektene og om det eksempelvis brukes ved fremtidige arrangementer. Skiforbundet er også helt fundamental som interessent for å kunne gjennomføre arrangementet, blant annet ved at de er den største deleieren og sin posisjon i norsk idrett.

Interessenter som Trøndelag idrettskrets og Bedriftsidretten Midt-Norge er direkte involvert i AktiVM-prosjektet og innehar dermed makt knyttet til hvordan det brukes og legges opp i tiden frem mot arrangementet. På grunnlag av det har de påvirkningskraft på blant annet folkehelse og sosiale aspekter ved bærekraft, i tillegg til potensielt økt deltakelse i diverse aktivitetstilbud som ringvirkninger av arrangementet. Gjennom å være interessenter med legitimitet gjennom sterke bånd til region og lokalsamfunn har de både forutsetninger for å bidra, samt gagnes av at disse ettervirkningene følger Ski-VM og AktiVM-prosjektet.

For interessentene som er inkludert i denne studien vil jeg argumentere for at samtlige har legitimitet for å bidra til bærekraftig utvikling gjennom Ski-VM 2025. Alle aktørene

blir eksempelvis invitert til workshops hvor det diskuteres hvilke bærekraftige strategier, prosjekter og samarbeidspartnere som skal prioriteres. I denne sammenhengen oppga flere av informantene at de opplevde det som en positiv arena for å fremme egne prioriteringsområder og bidra i bestemmelsesprosesser. En annen faktor som taler for interessentenes legitimitet, er at de har forankring i idrettslige og/eller lokale nettverk som øker deres muligheter for å påvirke disse miljøene.

Kriteriet om press omtaler interessenter som har gjennomslagsevne grunnet spørsmålets grad av tidssensitivitet eller hvor kritisk det er. Kriteriet om press oppstår ofte på bakgrunn av uforutsette endringer, som eksempelvis at en leverandør må trekke seg og det derfor plutselig dukker opp et hull som må tettes så fort som mulig. Med tanke på at det både er lenge til selve arrangementet avholdes og til man begynner å se ettervirkninger av den potensielt bærekraftige arven etter Ski-VM er dette kriteriet på nåværende tidspunkt ikke så relevant å bedømme interessentene på. Men det er sannsynlig at press kan bli et mer relevant hensyn å ta etter hvert.

Mitchell et al. (1997) mener altså at viktigheten av en interessent stammer fra tre faktorer og at dersom flere av disse faktorene samfaller for samme interessent, blir denne enda viktigere. Dersom formålet er å bidra til bærekraftig utvikling og sørge for at man ser varige ringvirkninger anser jeg det som viktig å poengtere at det er organisasjonene de ulike informantene tilhører som besitter mye av påvirkningskraften. Organisasjonskomiteen er dannet for å planlegge, gjennomføre og avslutte et arrangement på best mulig måte. Når selve arrangementet er ferdig vil komiteen oppløses, mens de eksterne aktørene sine organisasjoner består. Aktørene som er inkludert i denne studien, samt andre eksterne interessentgrupper som media, lokalsamfunn, sponsorer, turistorganisasjoner og leverandører er derfor sentrale.

6.1.3 De eksterne aktørenes ønskede verdiutbytter

Vargo og Lusch (2016, s. 7) hevder at utgangspunktet for value co-creation er at man skaper verdi gjennom samhandlingsprosesser mellom aktører som aktivt involverer seg fordi de også forventer å generere verdi for seg selv. I likhet med organisasjonskomiteen finnes det også noen sentrale spørsmål som er verdt å stille seg for de eksterne aktørene:

hvilken verdi får min organisasjon utav samarbeidet og hva kan min organisasjon bidra med?

Med andre ord kan man se på ressursutvekslinger som gjensidige avhengighetsforhold, fordi alle de aktørene som bidrar også ønsker å skape verdier for seg selv gjennom prosessen (Vargo & Lusch, 2016). Hvilke verdier de ulike aktørene vektlegger varier naturlig nok ut fra hvilket område organisasjonen deres tilhører. Aktørene som samarbeider med VM-komiteen ønsker å oppnå verdi for sin organisasjon og for eksempelvis Norges skiforbund og Sør-Trøndelag skikrets er økt rekruttering til skisporten en verdi som gagnar begge disse som aktører. Informantene peker blant annet på at dette var blant ettervirkningene man så og har nytt godt av i lengre tid, etter tidligere mesterskap som OL i 94, samt VM i 97 og 2011. I tillegg peker både Trondheim kommune, Bedriftsidretten Midt-Norge, Trøndelag idrettskrets og VM-komiteen på at man ønsker å bidra til det lokale næringslivet i Trøndelag. Bedriftsidretten og idrettskretsen er begge organisasjoner som opererer på tvers av idretter og ønsker derfor økt deltakelse til diverse (egne) aktivitetstilbud og mangfold av idretter i regionen.

Alle aktørene som involverer seg i Ski-VM 2025 gjør det basert på at de ønsker å generere fordeler og verdi for sin egen organisasjon. Hva de ulike aktørene anser som verdi for sin organisasjon er individuelt og verdi må sees på som både et individuelt og kollektivt fenomen (Meynhardt et al., 2016, s. 2982). Har man veldig ulike forventninger til hva plattformen skal bidra med kan det være vanskelig å oppnå alle fordelene. En potensiell konflikt her kan være dersom rekruttering til ulike aktivitetstilbud og idretter går på bekostning av deltakelse i skiidretten og vice-versa. Felles for de ulike idrettsorganisasjonene er at de ønsker bidrag til både fysisk og sosial aktivitet og økning av medlemmer, men hvilke aktiviteter man ønsker det til er litt ulikt. Et område hvor det kan oppstå konflikt er mellom aktører som ønsker mest mulig verdiskaping for toppidrett og de som ønsker å prioritere folkehelse. I tillegg kan det tenkes at det oppstår konflikt mellom ønsker om å utbedre aktivitetsanlegg og hvem som skal benytte disse, samtidig som man går med økonomisk overskudd og tilrettelegger for alle.

Woratschek (2020) argumenterer for at verdiene som skapes ved et idrettsarrangement ikke er noe som brukes opp, men at det er dynamisk og oppstår gjennom sosial interaksjon og ressursutveksling. Verdien er dynamisk fordi det skapes både før, under og etter arrangementet. Flere av informantene trakk frem at de ønsker å se lignende ringvirkninger som man gjorde etter arrangementer som Ski-VM i 1997, 2011 og OL i 1994. Et eksempel på dette kan være gjennom blant annet økt anleggskompetanse som trekkes frem som en direkte ressurs av skikretsen, samt indirekte av flere andre aktører. Før arrangementet finner sted handler dette blant annet om å bygge eller utbedre anlegg i regionen som skal brukes under arrangementet. Dette fører til at man sitter igjen med en verdi i form av bedre anlegg som kan benyttes etter arrangementet for utøvere og aktive i området, både i senere arrangementer, men også i hverdagen. Det samme gjelder i stor grad for kompetanse på arrangering av arrangementer og konkurranser, som blant annet kan generere verdier som kunnskap, erfaringer og samhold underveis, samt kan benyttes for å arrangere ulike begivenheter og samarbeide i fremtiden.

Et annet eksempel er frivillighet. Flere av informantene trekker frem både at de gjennom egen organisasjon har forankring for å rekruttere frivillige til arrangementet, men også at de ønsker at arrangementet kan bidra til å rekruttere frivillige for fremtiden. Ulike aktører bidrar til å rekruttere frivillige i forkant av Ski-VM, underveis er de frivillige en verdi gjennom sitt bidrag, mens de selv kan oppnå verdi gjennom gode opplevelser og erfaringer som Ski-VM 2025 som plattform skaper. I etterkant kan verdier være kunnskap og gode opplevelser for frivillige, som fører til at man har engasjert frivillige for fremtiden også. Kunnskap og erfaringer man tilegner seg angående planleggingen i forkant, gjennomføring underveis og ivaretagelse og videreføring av ressursene i etterkant er en dynamisk verdi for både frivillige, lokalsamfunn, idrettsorganisasjoner og diverse samarbeidsaktører og leverandører.

6.1.4 Kompetanse og kontekst for å skape bærekraftig utvikling

Vargo et al. (2008, s. 150) antyder at konteksten for verdiskaping er like viktig for selve skapingen av verdi som kompetansen til de involverte aktørene. For å ha mulighet for å skape verdier som gagnar bærekraftig utvikling er konteksten definerende, fordi det er viktig for å avgjøre hvilke ressurser som kan integreres. Hvilke verdier som kan skapes avhenger av markedet, offentlige og private ressurser, egen og eksterne aktørers

eksisterende kompetanse og spesifikk situasjon (Vargo et al., 2011; Vargo & Lusch, 2016).

For arrangøren er det viktig å identifisere de riktige aktørene som kan bidra med de riktige ressursene som trengs for å skape bærekraftig utvikling. For Ski-VM 2025 handler dette om samarbeidsaktører som har kompetanse og vilje som samsvarer med de ulike bærekraftsmålsetningene man har i fokus. At arrangementet skal foregå i Trondheim er med på å definere konteksten blant annet med tanke på forutsetninger for vær og snøproduksjon, tilgjengelighet av teknologiske ressurser, kompetanse på gjennomføring av arrangementer, samt prioriteringsområder fra kommune og andre lokale aktører. Flere av informantene trekker frem at Trondheim er en arrangement-by og det er derfor rimelig å anta at regionen besitter kompetanse og erfaring knyttet til å arrangere ulike begivenheter. Basert på mine funn tolkes det som at aktørene har god tilgjengelighet av riktige ressurser for å bidra til bærekraftig utvikling på flere områder. Dette kommer frem gjennom ressursene de selv mener at de kan bidra med inn i nettverket der det oppgis blant annet erfaringsutveksling, bindeledd og forankring i ulike miljøer, kunnskap, samarbeid, samt engasjement og skapning av arenaer for deling og utveksling av ressurser med andre.

Ved at aktørene i verdinettverket deler kunnskap gjennom eksempelvis tidligere erfaringer, ideer, felles målsettinger, rekruttering for hverandre og sammenkobling av miljøer, bygges det kompetanse og skapes verdi (Woratschek, 2020). Funnene mine tyder på at de ulike informantene jeg intervjuet har flere av de samme ønskene innen verdiskaping, men det finnes også forskjeller. Ved at de bidrar med ulik kunnskap og ressurser inn i arrangementet bidrar de til å samskape verdi. Fellesplattformen deres for å skape verdiene sammen er Ski-VM 2025 og gjennom ulike samhandlingsarenaer styrt av VM-komiteen kan aktørene sammen utveksle ressurser med hverandre.

6.1.5 Verdi- og nettverksutvikling gjennom samarbeidsprosjekter

Et eksempel på en konkret arena som komiteen bak Ski-VM 2025 fasiliterer er det de kaller for workshops. Samtlige av informantene jeg intervjuet har vært med på en eller flere workshops tilknyttet ulike temaer. Disse møtene har en viktig funksjon gjennom at organisasjonskomiteen inviterer aktører de ønsker å samarbeide med blant annet for å

diskutere hvilke bærekraftsprosjekter de skal prioritere. På denne måten styrer organisasjonskomiteen hvem som samarbeider på de ulike prosjektene og deltar i verdinettverk.

Byers et al. (2012, s. 102) beskriver at det i forbindelse med mega events ofte arrangeres medfølgende aktiviteter parallelt som eksempelvis kultur- og aktivitetsprosjekter eller festivaler. Et konkret eksempel på dette er AktiVM. AktiVM beskrives som et folkehelseprosjekt som skal engasjere og inkludere befolkningen gjennom fysisk, sosial og meningsfull aktivitet (Hodebra, u.å.). Dette prosjektet kan i seg selv sees på som et nettverk der Bedriftsidretten Midt Norge er direkte involvert gjennom å være prosjektleder. I tillegg oppga informanten fra Trøndelag idrettskrets at også de er koblet og bidrar direkte opp mot dette prosjektet. Disse to aktørene er begge organisasjoner som arbeider på tvers av idretter med interesse av å øke antall deltakere og rekruttere medlemmer til aktivitetstilbudene de fasiliterer.

Et annet eksempel er måleverktøyet Green Producers Tool. Det kan bidra til at Ski-VM som plattform kan være et springbrett for å inspirere til ny teknologi og prosjekter dersom dette blir en suksess. Skiforbundet bidrar til å utvikle verktøyet slik at det skal kunne benyttes i planleggingsprosessen av arrangementet. Gjennom GPT og prosjektet om snøproduksjon bidrar de altså med ressurser som samsvarer med mål om å benytte arrangementet til å skape bærekraftig utvikling. Ski-VM er en viktig arena for å teste ut hvordan tiltakene fungerer for et stort arrangement i praksis, men Skiforbundet er en viktig aktør for å eventuelt forbedre og videreføre prosjektene i ettertid. Ifølge Vargo og Lusch (2016, s. 9) ser man også på det å involvere flere aktører som en del av selve verdiutviklingen. Dette kan føre til at også aktører som i utgangspunktet ikke er direkte involvert i eksempelvis AktiVM, Green Producers Tool eller workshops kan bidra gjennom utveksling av kunnskap, ideer, erfaring og gjennom å koble sammen andre aktører eller miljøer.

6.2 Legacy

I denne delen vil jeg benytte teoretiske perspektiver hentet fra forskning om legacy og idrettsarrangementer, og overføre dette til bærekraftige ringvirkninger, for å oppnå forståelse av hvordan man kan bidra til bærekraftig utvikling. Jeg vil også diskutere informantenes forståelse av bærekraftbegrepet.

6.2.1 Ski-VM 2025 sin legacy gjennom prosjekter og tiltak

Den ene siden ved legacy-begrepet handler om langtidsvirkninger av prosjekter, strategier og tiltak som innføres på grunn av arrangementet, og videreføres også etter at det er avsluttet. Definisjonene som benyttes for å beskrive legacy i forbindelse med idrettsarrangement vektlegger at dette omfatter både planlagte og uplanlagte, materielle og immaterielle, positive og negative strukturer (Byers et al., 2012; Preuss, 2007). For Ski-VM 2025 innebærer dette blant annet prosjekter og tiltak de drifter, innovative verktøy og løsninger, bidrag til næringsliv og turisme i region, rekruttering av medlemmer og frivillige til ulike aktiviteter, forbedringer i anlegg og infrastruktur. Disse samfaller med de potensielle områdene for påvirkning som Dimanche (1997, sitert i Byers et al., 2012) peker på.

Som forskere på området påpeker er noe av mangelen når det kommer til forskning på bærekraft og idrettsarrangementer at man ikke har evnet å studere konsekvensene av det i et lengre perspektiv (Allen, 2011; Mair, 2019; Mair & Smith, 2021; Zifkos, 2015). Mine funn tilsier at ringvirkninger og langsiktige effekter av Ski-VM 2025 er blant faktorene informantene la aller mest vekt på i svarene sine angående hva de legger i begrepet bærekraft og hva de ønsker å få ut av arrangementet. Dette viser at aktørene ser viktigheten av å gjennomføre et arrangement som er mer enn bare et bærekraftig arrangement, men også bidrar til bærekraftig utvikling i tiden etter at skikonkurransene er avsluttet.

Gjennom konkrete samarbeidsprosjekter som AktiVM, Green Producers Tool og næringslivsnettverket Spor ønsker aktørene å bidra til henholdsvis folkehelse, lavere klimautslipp og en arena som tilrettelegger for samarbeid som gagnar næringslivet i regionen. Zifkos (2015) mener at lovnader om bærekraft ikke bare burde forplikte til å minimere konsekvenser av miljøpåvirkninger under arrangementer, men at man i tråd

med bærekraftsprinsippene burde fokusere på å produsere for «the greater good». For at dette skal være gjeldende for de ulike prosjektene til Ski-VM handler dette både om man oppnår ringvirkninger som følge av dem, men også om de videreføres etter at selve mesterskapet er avsluttet.

Spørsmål som kan være verdt å stille er for eksempel om AktiVM fortsetter i etterkant av arrangementets levetid? Har prosjektet bidratt til økning av medlemmer til ulike idretter og aktivitetstilbud? Har befolkningen i Trondheim og Trøndelag blitt mer aktive, og gir det noen utslag på undersøkelser om fysisk- og psykisk helse, samt sosiale arenaer? Dette gjelder også i henhold til de andre prosjektene og tiltakene. Hvis man virkelig ønsker å produsere for «the greater good» er det vesentlig at man ser og kan vise til positive ringvirkninger og videreføring av bærekraftige strukturer. Jeg vil diskutere nærmere rundt hvordan man kan rapportere denne type effekter knyttet opp mot troverdighet i kapittel 6.2.2.

6.2.2 Ski-VM 2025 sin legacy gjennom inspirasjon

Det andre perspektivet som ligger i begrepet om legacy handler om å bidra gjennom å skape et bærekraftig arrangement som kan benyttes som inspirasjon for senere arrangører. Mair og Smith (2021, s. 1739) mener at det må arbeides med hvordan arrangementer kan bidra til å endre holdninger og atferd gjennom fokus på bærekraftige samfunn, teknologier og livsstiler. Det kan være verdifullt for fremtidige arrangementer og se hvilke grep man gjorde for å eksempelvis begrense utslipp, hvilke bærekraftsprosjekter som ble gjennomført og tiltak i forhold til ny teknologi eller gjenbruk. På denne måten kan en bidra til positive ringvirkninger i ettertid gjennom inspirasjon og at man har et godt forbilde å se til.

Å inspirere senere arrangementer til å bli mer bærekraftige ble trukket frem av flere aktører som en ønsket effekt av Ski-VM. Informantene benyttet blant annet ord som foregangsfigur, springbrett og katalysator for å beskrive dette som et ønsket utbytte. En forutsetning for at arrangementet skal kunne brukes som et eksempel til etterfølgelse er troverdighet. For å oppnå troverdighet er det viktig for informantene at det ikke bare blir prat om bærekraft, men at det faktisk gjennomføres og utrettes noe på områdene man prater om. At man ønsker å bli tidenes mest bærekraftige Ski-VM beskrives som ambisiøst, spennende og tøft (Snøfugl, 2022). Aktørene mener at en det er positivt med

ambisiøse målsettinger fordi man har noe å strekke seg etter. Å ikke nå målsettinger trenger ikke nødvendigvis å bety at man har mislyktes, men at man har lyktes med å utgjøre en positiv påvirkning for bærekraftig utvikling. I tillegg kan denne type målsettinger inspirere og fremprovosere andre til å sette seg lignende mål.

Funnene mine viser med andre ord at det vurderes flere positive effekter knyttet til å sette seg denne typen ambisjoner. Men det som er veldig viktig for interessentene er at målsettingene blir tydelig konkretisert inn i prosjekter, strategier og tiltak slik at de tas på alvor og ord blir til handling. Det advares mot fallgruver som at bærekraft blir brukt som moteord, at praten ikke kulminerer i handling og grønnvasking. Fokus på handling og at man faktisk oppnår noe er viktig for troverdighet, og troverdighet er viktig for at arrangementet skal kunne benyttes som et eksempel til etterfølgelse og inspirere fremtidige arrangementer til å bli mer bærekraftige.

At man i ettertid av arrangementet kan vise til rapporter og målinger på de ulike områdene man ønsker å påvirke er noe flere av aktørene peker på. Dette bidrar også til å styrke troverdigheten. I tillegg trekkes det frem at det må være åpenhet knyttet til ting som kunne vært utført bedre, fordi dette også kan være viktig å benytte som grunnlag for kompetanse for fremtidige arrangører. Eksempelvis oppgir skikretsen at de med hell kunne vært mer involvert i AktiVM-prosjektet og at det finnes et uforløst potensial knyttet til å skape engasjement, mens idrettskretsen nevnte at de kunne vært mer involvert enn de foreløpig har vært gjennom deltakelse på noen workshops. Å måle oppnåelse kan være utfordrende på noen av områdene, men det nevnes også ulike metoder for måling og at en burde levere solide rapporter i etterkant.

Det uttrykkes behov i forskningen for å studere arrangementers potensiale som et verktøy for å inspirere, fremprovosere og organisere tiltak og strategier for bærekraftig utvikling (Mair & Smith, 2021, s. 1739). Gratton og Preuss (2008) diskuterer at det eksisterer uenighet blant forskere knyttet til hvordan man maksimerer den potensielle arven fra et arrangement. Mine funn argumenterer for at det å benytte plattformen Ski-VM 2025 som både et springbrett for prosjekter og tiltak som bidrar til bærekraftig utvikling i seg selv, og som inspirasjon for fremtidige arrangementer til å bli mer bærekraftige er et viktig steg mot å maksimere utbytte av arven.

6.2.3 De tre dimensjonene

I kapittel 5.1.1 ble det presentert funn knyttet til informantenes syn på at bærekraft som begrep handler om helhet, balanse og å se sammenhengen mellom de tre dimensjonene. Svarene hadde litt ulike formuleringer, men jeg vil likevel argumentere for at sitatene i tabell 3 viser til enighet og mange samsvarende tanker rundt hva de legger i begrepet. Forståelsen deres viser til at bærekraft blant annet handler om å få til noe som fører til varige endringer i handlingsmønster for en balansert utvikling av kloden. Den tredoble bunnlinjen representerer sammenhengen mellom sosial, miljømessig og økonomisk dimensjon.

Verdt å nevne er det at Ski-VM 2025 sin arv også innebærer eventuelle negative påvirkninger. Å skape verdier som fører til bærekraftig utvikling er både komplekst og sammensatt, og det krever i mange tilfeller involvering fra flere forskjellige aktører. Effekter av et mega event er både kort- og langsiktige og kan variere utfra hver tidsperiode, man kan eksempelvis se negative effekter på kort sikt, men langsiktige virkninger kan være positive (Byers et al., 2012, s. 96). Forholdet mellom disse må også tas med i beregningen.

Ifølge Mair (2019) er det gjort forskning på miljøpåvirkning ved grønnere arrangementer, sosiale konsekvenser og arbeid med økonomisk bærekraft. Men en av svakhetene med forskning på idrettsarrangementer og bærekraft er at det ikke tas tilstrekkelig hensyn til den gjensidige avhengigheten mellom de tre dimensjonene (Mair, 2019). Flere av prosjektene og strategiene som utføres i forbindelse med Ski-VM 2025 har potensiale for å påvirke flere dimensjoner. Bærekraftsmålene reflekterer de tre dimensjonene og i kapittel 5.2.2 ble det presentert noen paralleller mellom bærekraftsmålene og verdiene aktører ønsker å skape gjennom arrangementet. Blant annet kan utbedring av anlegg bidra til økning i aktivitet, som igjen kan gi økning i medlemmer og påvirke både folkehelse, generere økonomiske verdier for organisasjonene som rekrutterer medlemmene og gi sosiale utbytter. Dermed kan det kobles opp mot bærekraftsmål som innebærer påvirkning innenfor flere dimensjoner og gi ringvirkninger langt utover arrangementets varighet. Dette argumenterer for at man må jobbe på tvers av dimensjonene og deres gjensidige avhengighet, samt med ringvirkninger som påvirker på ulike tidspunkter.

7.0 Konklusjon

Denne studien har hatt som hensikt å undersøke hvordan et idrettsarrangement kan benyttes som en plattform for aktører til å samarbeide om bærekraftig utvikling.

Problemstillingen og forskningsspørsmålene som ble formulert lyder på følgende måte:

«Hvordan samarbeider aktører i forbindelse med idrettsarrangementer for å skape et arrangement som bidrar til bærekraftig utvikling?»

- Hvilken forståelse har samarbeidsaktørene av de bærekraftige tiltakene i et langsiktig perspektiv?
- Hva er de ulike aktørenes motivasjon for å samarbeide om bærekraftstrategier?
- Hvordan arbeider aktørene med å samskape bærekraftige tiltak seg imellom (value co-creation)?
- Hva er arrangørens rolle for å styre samarbeid mellom aktørene?

I dette kapitlet presenteres en avsluttende konklusjon. Konklusjonen innebærer en oppsummering av hovedfunnene forskning har gitt, refleksjoner rundt studiens begrensninger og forslag til videre forskning på området.

7.1 Oppsummering av hovedfunn

Hovedfunn knyttet til problemstillingen er at aktører gjennom samarbeid tilknyttet et idrettsarrangement ser muligheter for å bidra til bærekraftig utvikling. Bærekraft innebærer påvirkning av mange ulike faktorer innenfor dimensjonene sosial, økonomisk og miljømessig. At bærekraft har et bredt nedslagsfelt fører også til at arbeidet for bærekraftig utvikling tilsvarer arbeid innenfor omfattende områder. Mine funn viser at de organisasjonene som er involvert i samarbeid om bærekraft er bevisste på at bærekraft bør sees i et helhetlig perspektiv, både når det kommer til dimensjoner og langsiktige effekter.

Sammenheng mellom dimensjonene og deres påvirkningskraft på hverandre taler for at man må arbeide på tvers av dem. I det minste bør man, slik informantene i studien påpeker, tenke slik. Dersom man prioriterer en dimensjon eller et/flere av FNs bærekraftsmål, er det viktig å kontinuerlig tenke på dette i sammenheng med de andre,

også fordi det finnes eksempler der positive effekter på en dimensjon kan føre til negative effekter på en annen. Med andre ord er balanse et nøkkelord.

Et annet aspekt ved funnene i oppgaven er bevissthet rundt troverdighet og at de riktige ordene ikke er nok dersom de ikke leder til handling. Men når det er sagt betyr det ikke at man ser på arrangementet som en fiasko dersom man ikke blir målt til verdens mest bærekraftige på alle områder og når alle bærekraftsmålsettinger fullstendig. Gjennom å sette høye mål vil man ha muligheter for å strekke seg ytterligere enn man ville gjort dersom man hadde mindre krevende ambisjoner og nådde dem.

Teori om legacy har bidratt med innsikt i den generelle forståelsen av hvordan man kan oppfatte bærekraftig utvikling i en arrangementssammenheng. I kapitlene som fremstiller og diskuterer funn viste det seg at legacy inneholder to perspektiver. På den ene siden innebærer det ettervirkningene av prosjekter, strategier og tiltak som innføres i forbindelse med Ski-VM. Mens den andre delen omhandler at en viktig del av arrangementets arv er at det kan benyttes som en inspirasjon for senere arrangementer eller i andre sammenhenger.

Selve arrangøren av Ski-VM har en viktig rolle i samarbeidet om å skape verdier som bidrar til bærekraftig utvikling. Organisasjonskomiteen er avhengig av interessenter sine ressurser for å løse oppgavene som oppstår i forbindelse med et arrangement.

Arrangørkomiteen styrer plattformen som kalles Ski-VM 2025 og bruker blant annet bærekraftsfokus for å gjøre den attraktiv å skille seg ut i et utfordrende marked. I tillegg tilrettelegger de for ressursutveksling mellom de eksterne aktørene gjennom workshops og prosjekter. For interessentene handler det om å være bevisst sin makt og legitimitet, slik at de både bidrar inn og får ut fordelene deres organisasjon ønsker. Mine funn presenterer både likheter og forskjeller mellom de ønskede ressursutvekslingene som må balanseres.

Ifølge mine funn har interessentene en viktig innflytelse på om Ski-VM 2025 lykkes med å oppnå at arrangementet bidrar til bærekraftig utvikling. Organisasjonskomiteen finnes på midlertidig basis, mens samarbeidsaktørene består og er derfor svært sentrale for om prosjekter og strategier videreføres, samt om varige ringvirkninger fortsetter etter at skikonkurransene er avsluttet.

Denne studien bidrar til den begrensede forskning på idrettsarrangementer som en plattform for samarbeid om bærekraftig utvikling over et lengre perspektiv. Funnene kan bidra til en forståelse av faktorer som er viktige for å samskape bærekraftige verdier mellom aktører og hvordan et arrangement kan være en plattform som både kan påvirke og inspirere fremtiden.

7.2 Begrensninger og veien videre

På tross av at det ble gjort tiltak for å gjennomføre en så grundig studie som mulig, finnes det noen begrensninger som må nevnes. Begrensningene utgjør, sammen med aspekter som er oppdaget kontinuerlig gjennom forskningsprosessen, grunnlaget for forslag om fremtidig forskning.

Innledningsvis nevnte jeg at det arrangeres tusenvis av arrangementer i Norge i løpet av et år. Denne studien tar for seg ett idrettsarrangement og idrettsorganisasjonene som er inkludert i utvalget baserer seg på en strategisk utvalgsprosess. Det strategiske utvalget er blant annet gjort på bakgrunn av snøballmetoden og vil derfor påvirkes av informantenes nettverk og bekjentskaper i miljøet. Forskningsprosjektet ble utført under planleggingsfasen av arrangementet. I det oppgaven ferdigstilles er det fortsatt nærmere to år igjen til selve arrangementet Ski-VM 2025 finner sted. Jeg ser bare på et tidspunkt som er før, det kunne vært spennende å finne ut om utviklingen virkelig skapes. Forslag til videre forskning er derfor både å studere under gjennomføring av arrangementet, og i etterkant av at mesterskapet er avsluttet.

Under intervjuene kunne det med hell vært stilt oppfølgingsspørsmål til noen av svarene for få enda mer utfyllende og detaljerte svar. Blant annet var det ulikheter i hvordan spørsmålet om bærekraft som begrep ble tolket, da noen svarte fra et mer personlig ståsted, og andre mer profesjonelt. Dette kan ha gitt utslag for hvordan deres forventinger knyttet til prioriteringer av prosjekter og bærekraftsmål ble fremstilt. Min egen manglende erfaring med intervjuer er dermed begrensende. I ettertid har jeg også reflektert rundt om intervjuguiden kunne vært utformet annerledes, og potensielt tatt for seg smalere områder, og utdypet mer innenfor disse. Fremtidig forskning bør vurdere å undersøke dypere hvordan aktører tolker sammenhengen mellom de tre dimensjonene og hvordan disse gjensidig påvirker hverandre.

Det kunne vært spennende og gjort sammenlignende studier som tok for seg flere ulike arrangementer og deres arbeid for å bidra til bærekraftig utvikling. Denne studien tar for seg et arrangement av en viss størrelse i en norsk kontekst. Et forslag til videre forskning er å se arrangementer av ulike størrelser, samt både nasjonal og internasjonal kontekst opp mot hverandre.

Problemstillingen som er formulert, gir et fokus som setter en begrensning. Det hevdes at det finnes lite forskning på bærekraftige arrangementer som har en kritisk tilnærming (Mair, 2019). Denne oppgaven kan heller ikke sies å ha en spesielt kritisk tilnærming. Fokuset har heller vært å se potensiale for påvirkning i positiv retning. For videre forskning på området kan det derfor være hensiktsmessig å innta en annen vinkling til bærekraftsarbeid som gjøres. Denne studien har kun benyttet seg av intervju som metode og gjennom å supplere med eksempelvis dokumentanalyser og observasjoner kunne man fått en bredere forståelse av temaet. Å utføre en kvantitativ studie hvor man måler faktiske effekter av prosjektene og strategiene som ble innført der det lar seg gjøre er også et forslag.

Litteraturliste

- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. (2011). *Festival and Special Event Management*. John Wiley & Sons.
- Andersen, S. S. (2013). *Casestudier: forskningsstrategi, generalisering og forklaring* (2. utg.). Fagbokforlaget.
- Andreassen, H. F. (2022, 7. mars). *Ny rapport fra FNs klimapanel*. Cicero – senter for klimaforskning. Hentet fra <https://cicero.oslo.no/no/artikler/ny-rapport-fra-fns-klimapanel>
- Bakhsh, J. T., Yamakita, R. & Parent, M. M. (2022). Sport events and tourism. I A.-M. Strittmatter, J. Fahlén & B. Houlihan (Red.), *Stakeholder analysis and sport organisations* (s. 171-189). Routledge.
- Bakken, A. (2017). *Ungdata. Nasjonale resultater 2017*. NOVA Rapport 10/17. Oslo: NOVA/Høgskolen i Oslo og Akershus.
- Bakken, A. (2019). *Idrettens posisjon i ungdomstida. Hvem deltar og hvem slutter i ungdomsidretten?* NOVA Rapport 2/19, Oslo: NOVA/OsloMet storbyuniversitet.
- Bjelac, Z., & Radovanović, M.A. (2003). Sports Events as a Form of Tourist Product, Relating to the Volume and Character of Demand. *Journal of Sport & Tourism*, 8, 260 - 269. <https://doi.org/10.1080/1477508032000161555>
- Blaikie, N. & Priest, J. (2018). *Designing Social Research*. Polity Press.
- Bohlin, M. (2000). *Traveling to Events*. I: Mossberg, L. L. (red.). *Evaluation of Events: Scandinavian Experiences*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Bondevik, H. & Rustad, L. (2006). Feministisk vitenskapskritikk og feministisk vitenskapsteori. I J. Lorentzen & W. Mühleisen (Red.), *Kjønnforskning: En grunnbok* (s. 77-92). Universitetsforlaget.
- Book, K. & Carlsson, B. (2008). Epilog: Idrott och city-marketing - nya utmaningar och KRAV. I K. Book & B. Carlsson. (Red.). *Idrott och city-marketing* (s. 229-232). Idrottsforum.org.
- Braun, V. & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: a practical guide*. SAGE.
- Breidbach, C., Brodie, R., & Hollebeek, L. (2014). Beyond virtuality: From engagement platforms to engagement ecosystems. *Journal of Service Theory and Practice*, 24(6), 592–611.

- Buser, M., Woratschek, H., & Schönberner, J. (2020). 'Going the extra mile' in resource integration: Evolving a concept of sport sponsorship as an engagement platform. *Euro- pean Sport Management Quarterly*, 1–21.
<https://doi.org/10.1080/16184742.2020.1820061>
- Byers, T., Slack, T., & Parent, M. M. (2012). *Key Concepts in Sport Management*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781473914599>
- Chandler, J. D., & Vargo, S. L. (2011). Contextualization and value-in-context: How context frames exchange. *Marketing Theory*, 11(1), 35-49.
<https://doi.org/10.1177/1470593110393713>
- Chappelet, J-L., & Parent, M. M. (2015). The (wide) world of sports events. I M. M. Parent & J-L. Chappelet (Red.), *Routledge Handbook of Sports Event Management* (s. 1-19). Routledge.
- Clarkson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *The Academy of Management Review*, 20(1), 92-117. <https://doi.org/10.2307/258888>
- Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Cunningham, G. B., Fink, J. S. & Doherty, A. (2016). *Routledge handbook of theory in sport management*. Routledge.
- Durchholz, C., & Woratschek, H. (2012). Co-Creation of value by other customers: Evidence in sports. Bayreuth. Hentet fra <https://eref.uni-bayreuth.de/4136/>
- Fassin, Y. (2012). Stakeholder management, reciprocity and stakeholder responsibility. *Journal of Business Ethics*, 109(1), 83-96. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1381-8>
- FN-sambandet. (2021). *Bærekraftig utvikling*. FN-sambandet. Hentet fra <https://www.fn.no/tema/fattigdom/baerekraftig-utvikling>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Pitman.
- Freeman, R. E., Harrison, J.S., & Zyglidopoulos, S. (2018). *Stakeholder theory*. Cambridge University Press.
- Furseth, I. & Everett, L. E. (2020). *Masteroppgaven: hvordan begynne - og fullføre* (3.utg.). Universitetsforlaget.
- Getz, D. (2005). *Event management & event tourism* (2. utg.). Cognizant Communication Corp.

- Getz, D. (2012). *Event Studies - Theory, Research and Policy for Planned Events* (2. utg.). Routledge.
- Gratton, C. & Preuss, H. (2008). Maximizing Olympic Impacts by Building Up Legacies. *The International Journal of the History of Sport*, 25(14), 1922-1938. <https://doi.org/10.1080/09523360802439023>
- Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2020). *Managing sport events* (2.utg.). Human Kinetics.
- Gubrium, J. F. & Holstein, J. A. (2012). Narrative Practice and the Transformation of Interview Subjectivity. I J. F. Gubrium, J. A. Holstein, A. B. Marvasti & K. D. McKinney (Red.), *The Sage Handbook of Interview Research* (s. 27-45). Sage.
- Hall, C.M. (1992). *Hallmark tourist events: Impacts, management and planning*. Belhaven Press.
- Hall, C. M. (1997). Geography, Marketing and the Selling of Places. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 6(3-4), s. 61-84.
- Hall, C.M. (2001). Imaging, tourism and sports event fever: The Sydney Olympics and the need for a social charter for mega-events. I C. Gratton & I. P. Henry (Red.), *Sport in the city: The role of sport in economic and social regeneration* (s. 166-183). Routledge.
- Hammer, E. C. (2021). *Idrett og bærekraft*. Norges idrettsforbund. Hentet fra <https://www.idrettsforbundet.no/idrettskreter/moreogromsdal/nyhet/2021/idrett-og-barekraft/>
- Hanstad, D. V. (2023). *Arrangementsledelse* (2. utg.). Fagbokforlaget.
- Hanstad, D. V., Sandvik, M. R. & Strittmatter, A. (2021). *Idrett og bærekraft*. Fagbokforlaget.
- Hedlund, D. P. (2014). Creating value through membership and participation in sport fan consumption communities. *European Sport Management Quarterly*, 14(1), 50–71. <https://doi.org/10.1080/16184742.2013.865775>
- Heggen, M. P. (2015). Bærekraftig utvikling i norske barnehager - et spørsmål om naturfølelse? I B. O. Hallås, & G. Karlsen, *Natur og danning. Profesjonsutøvelse, barnehage og skole* (s. 117-135). Fagbokforlaget.
- Hodebra. (u.å.). *Hva er ABC?* Hentet 6. april 2023 fra <https://www.hodebra.no/hva-er-abc>
- Holmes, K., Hughes, M., Mair, J., & Carlsen, J. (2015). *Events and sustainability*. Routledge.

- Horbel, C. (2022a). The commercial context. I S. S. Andersen, P. Ø. Hansen & B. Houlihan (Red.), *Embedded multi-level leadership in elite sport* (s. 48-62). Routledge.
- Horbel, C. (2022b). Stakeholders in sport marketing. I A.-M. Strittmatter, J. Fahlén & B. Houlihan (Red.), *Stakeholder analysis and sport organisations* (s. 229-242). Routledge.
- Houlihan, B., Strittmatter, A-S. & Fahlén, J. (2022). Introduction. I A.-M. Strittmatter, J. Fahlén & B. Houlihan (Red.), *Stakeholder analysis and sport organisations* (s. 3-27). Routledge.
- IEH. (2020). *Medlemsrapportering for Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité*. Initiativ for Etisk Handel. https://etiskhandel.no/wp-content/uploads/2021/04/Rapport20_NIF-print.v.pdf
- IOC. (2017). *IOC Sustainability Strategy*. Den internasjonale olympiske komité. <http://extrassets.olympic.org/sustainability-strategy/content/download.pdf>
- Johannessen, A., Tufte, P.A. & Kristoffersen, L. (2016). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg.). Abstrakt forlag.
- Jones, M. (2018). *Sustainable event management: A practical guide* (3. utg.). Routledge.
- Kellison, T. B. & Casper, J. M. (2018). Environmental legacy of mega sport events. I I. Brittain, J. Bocarro, T. Byers & K. Swart (Red.), *Legacies and Mega Events* (s. 135-170). Routledge.
- Koenig, S. & Leopkey, B. (2009). *Sustainable development in Canadian Sporting Events: An analysis of Legacy and Sports Development*. 30. https://www.researchgate.net/publication/277842146_BEST_STUDENT_PAPER_-_MEILLEURE_COMMUNICATION_ETUDIANTE_Canadian_Sporting_Events_An_Analysis_of_Legacy_and_Sports_Development/citation/download
- Kristiansen, E., Strittmatter, A.-M., & Skirstad, B. (2016). Stakeholders, challenges and issues at a co-hosted youth olympic event: Lessons learned from the European youth olympic festival in 2015. *The International Journal of the History of Sport*. <https://doi.org/10.1080/09523367.2016.1238822>
- Li, M., Hofacre, S., & Mahony, D. (2001). *Economics of sport*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology.

- Loland, S. (2021). *Store idrettsarrangement og menneskerettigheter: begrensinger og muligheter*. Norges Fotballforbund.
<https://www.fotball.no/contentassets/7461da5690f943e880a108642b254213/lolands-rapport.pdf>
- Lusch, R. F., Vargo, S. L., Deschington, T. & Magnussen, B. (2014). *Tjenstedominant logikk: Premisser, perspektiver, potensial*. Cappelen Damm akademisk.
- Mair, J. (2019). Rethinking event sustainability. I J. Armbrecht, E. Lundberg & T. D. Andersson (Red.), *A research agenda for event management* (s. 7-22). Edward Elgar Publishing.
- Mair, J. & Smith, A. (2021). Events and sustainability: why making events more sustainable is not enough. *Journal of Sustainable Tourism* 29(11-12), 1739-1755. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1942480>
- Markula, P. & Silk, M. (2011). *Qualitative research for physical culture*. Palgrave Macmillan.
- Martinsen, L. (2022, 29. desember). Arv – biologi. I *Store Norske Leksikon*.
<https://snl.no/arv - biologi>
- Meynhardt, T., Chandler, J. D. & Strathoff, P. (2016). Systemic principles of value co-creation: Synergetics of value and service ecosystems. *Journal of Business Research*, 69(8), 2981-2989. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.02.031>
- Miesner, L. & Mason, D. S. (2006). Creating community networks: Can sporting events offer meaningful sources of social capital? *Managing Leisure*, 11(1), 35-56.
<https://doi.org/10.1080/13606710500445676>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R. & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
<https://doi.org/10.2307/259247>
- Mossberg, L. L. (2000). *Evaluation of Events: Scandinavian Experiences*. Cognizant Communication Corporation.
- Müller, M., Wolfe, S. D., Gaffney, C., Gogishvili, D., Hug, M. & Leick, A. (2021). An evaluation of the sustainability of the Olympic Games. *Nat Sustain* 4(1), 340–348. <https://doi.org/10.1038/s41893-021-00696-5>
- NIF. (2014). *Eierskap til idrettsarrangementer*.
<https://www.idrettsforbundet.no/globalassets/idrett/juss/juridiske-dokumenter/eierskap-til-idrettsarrangementer.pdf>

- NIF. (2018). *Miljøhåndbok for norsk idrett*. 2. utg. Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité.
https://bok.gronnidrett.no/MiljøhåndbokForIdrett_2utg_interaktiv.pdf
- NIF. (2020). *Idretten skal! Flere og bedre anlegg 2019-2023*. Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité.
https://www.godeidrettsanlegg.no/sites/default/files/bilder/idretten-skal_anlegg-2019-2023---endelig-utgave.pdf
- Parent, M. M. (2008). Evolution and issue patterns for major-sport-event organizing committees and their stakeholders. *Journal of Sport Management*, 22(2), 135–164.
- Parent, M. M. (2015). The organizing committee's perspective. I M.M. Parent & J.-L. Chappelet (Red.), *Routledge handbook of sports event management* (s. 43–64). Routledge.
- Parent, M. M. & Deephouse, D. L. (2007). A case study of stakeholder identification and prioritization by managers. *Journal of Business Ethics*, 75(1), 1-23.
- Parent, M. M., Kristiansen, E., Skille, E. Å., & Hanstad, D. V. (2015). The sustainability of the Youth Olympic Games: Stakeholder networks and institutional perspectives. *International Review for the Sociology of Sport*, 50(3), 326–348.
- Parent, M. M. & Ruetsch, A. (2021). *Managing major sport events: Theory and practice* (2. utg.). Routledge.
- Pettersson, R., & Wallstam, M. (2017). Idrottsevenemangs samhällsnytta. I: Faskunger, J. & Sjöblom, P. (Red.), *Idrottens samhällsnytta - En vetenskaplig översikt av idrottsrörelsens mervärden för individ och samhälle*, s. 180-189. (FoU-rapport 2017: 1). Stockholm: Riksidrottsförbundet.
- Postholm, M. B. (2017). *Kvalitativ metode – en innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier* (2. utg.). Universitetsforlaget.
- Preuss, H. (2007). FIFA World Cup 2006 and its legacy on tourism. I R. Conrady og M. Buck (Red.), *Trends and Issues in Global Tourism 2007*. Berlin/Heidelberg, Tyskland: Springer, 83-102.
- Regjeringen. (2019). *Rapport fra regionalt utviklingsverksted 2019*. 25. september.
Hentet fra
<https://www.regjeringen.no/contentassets/2a885633c4d1416282d5b17662d9900/6/rapport-verksted-for-regional-utvikling-2019.pdf>

- Ritchie, J. R. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, 23(2), 2-11.
<https://doi.org/10.1177/004728758402300101>
- Rowley, T. J. (1997). Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences. *Academy of Management Review*, 22(4), 887–910.
- Schönberner, J., & Woratschek, H. (2020). *Sporting Activities – the Core of Sport Management*, 24b, 1-4. Hentet fra <https://www.sma-bayreuth.de/publishing/relevant-management-insights/>
- Ski-VM Trondheim 2025. (u.å.-a). *Trøndersk næringsliv setter spor*. Hentet 12. april 2023 fra <https://trondheim2025.no/spor/>
- Ski-VM Trondheim 2025. (u.å.-b). *Tidenes mest bærekraftige ski-VM*. Hentet 10. mars 2023 fra <https://trondheim2025.no/baerekraft/>
- Skiforbundet. (2023, 10. mars). *Tester nytt klimaverktøy i Kollen*. Hentet 12. april 2023 fra <https://www.skiforbundet.no/hopp/nyhetsarkiv/2023/3/tester-nytt-klimaverktoy-i-kollen/?fbclid=IwAR0PBcfi-1SvXIWZS6CdyMPUXwXmoaHcvw459mQYQ436Ers4XZakwY5K2wY>
- Smith, B. & Sparkes, A. C. (2016). *Routledge handbook of qualitative research in sport and exercise*. Routledge.
- Snøfugl, I. (2022, 12. mai). *Her er våre fyrtårnsprosjekt innen bærekraft*. Ski-VM Trondheim 2025. <https://trondheim2025.no/fyrtarnsprosjekt-innen-baerekraft/>
- Sparkes, A. & Smith, B. (2014). *Qualitative research methods in sport, exercise and health: From process to product*. Routledge.
- Strittmatter, A.-M., Houlihan, B. & Fahlén, J. (2022). Insight gained from employing stakeholder theory in analyses of the sport environment. I A.-M. Strittmatter, J. Fahlén & B. Houlihan (Red.), *Stakeholder analysis and sport organisations* (s. 245-259). Routledge.
- Tanggaard, L. & Brinkmann, S. (2012). Intervjuet: Samtalen som forskningsmetode. I S. Brinkmann & L. Tanggaard (Red.), *Kvalitative metoder: Empiri og teoriutvikling* (s. 17-45). Gyldendal Akademisk.
- Thagaard, T. (2018). *Systematikk og innlevelse: En innføring i kvalitative metoder* (5. utg.). Fagbokforlaget.
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative Forskningsmetoder* (3. utg.). Gyldendal Akademisk
- Trøndelag fylkeskommune (2023, 16. januar). *Helseundersøkelsen i Trøndelag (HUNT)*. Hentet 13. april 2023. <https://www.trondelagfylke.no/vare->

- [tjenester/folkehelse-idrett-frivillighet/folkehelse/ressurserfraFHI/helseundersokelsen-i-trondelag-hunt/](#)
- Vargo, S. L. (2009). Toward a transcending conceptualization of relationship: a service-dominant logic perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 24(5/6), 373-379. <https://doi.org/10.1108/08858620910966255>
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2008). Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal of the Academy of marketing Science*, 36(1), 1-10. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0069-6>
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2016). Institutions and axioms: An extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 5–23. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0456-3>
- Vargo, S. L., Lusch, R. F., Horbel, C., & Wieland, H. (2011). Alternative Logics for Service(s): From hybrid systems to service ecosystems. In D. Spath & W. Ganz (Red.), *Taking the pulse of economic development: Service Trends* (s. 123– 135). Carl Hanser Verlag. <https://doi.org/10.3139/9783446428317.011>
- Vargo, S. L., Maglio, P. P. & Akaka, M. A. (2008). On value and value co-creation: A service systems and service logic perspective. *European management journal*, 26(3), 145-152.
- Verdenskommisjonen for miljø og utvikling. (1987). *Vår felles framtid*. Tiden Norsk Forlag. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Vetlesen, A. J. (2015). *The Denial of Nature: Environmental philosophy in the era of global capitalism*. London: Routledge.
- Woratschek, H. (2020). A New Logic of Value Co-Creation in Sport Management. *SMAB: Relevant Management Insights*, 14, 1–6. <https://www.sma-bayreuth.de/publishing/relevant-management-insights/>
- Woratschek, H., Horbel, C. & Popp, B. (2014a). The sport value framework – a new fundamental logic for analyses in sport management. *European Sport Management Quarterly*, 14(1), 6-24. <https://doi.org/10.1080/16184742.2013.865776>

- Woratschek, H., Horbel, C. & Popp, B. (2014b). Value co-creation in sport management. *European Sport Management Quarterly*, 14(1), 1-5.
<https://doi.org/10.1080/16184742.2013.866302>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research: Design and Methods* (6. utg.). Sage.
- Zifkos, G. (2015). Sustainability everywhere: Problematising the “sustainable festival” phenomenon. *Tourism Planning & Development*, 12(1), 6–19.
<https://doi.org/10.1080/21568316.2014.960600>

Oversikt over figurer og tabeller

Figur 1: Sport Events as Platforms (Logic of Value co-creation) (Woratschek, 2020, s. 3).....	25
Figur 2: Sport event external stakeholder map (Bakhsh et al., 2022, s. 173).....	29
Figur 3: Teoretisk rammeverk	32
Tabell 1: Liste over informanter inkludert i det endelige utvalget	40
Tabell 2: Eksempel på koding	44
Tabell 3: Informantenes tanker knyttet til begrepet «bærekraft».....	51
Tabell 4: Viktigheten av ringvirkninger som følge av et «mega event»	55
Tabell 5: Ressursutveksling i nettverket.....	63
Tabell 6: Kategorisering av interesser	78

Vedlegg

Vedlegg 1 – Godkjenning fra NSD

31.05.2023, 16:31

Meldeskjema for behandling av personopplysninger



[Meldeskjema](#) / [Hvordan benyttes samarbeid for å skape et bærekraftig idrettsarran...](#) / Vurdering

Vurdering av behandling av personopplysninger

Referansenummer 527205	Vurderingstype Standard	Dato 30.11.2022
----------------------------------	-----------------------------------	---------------------------

Prosjekttittel

Hvordan benyttes samarbeid for å skape et bærekraftig idrettsarrangement?

Behandlingsansvarlig institusjon

Norges idrettshøgskole / Institutt for idrett og samfunnsvitenskap

Prosjektansvarlig

Chris Horbel

Student

Kristina Hetland

Prosjektperiode

15.08.2022 - 31.08.2023

Kategorier personopplysninger

Alminnelige

Lovlig grunnlag

Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 31.08.2023.

[Meldeskjema](#)

Kommentar

OM VURDERINGEN

Personverntjenester har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personvernregelverket.

Personverntjenester har nå vurdert den planlagte behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at behandlingen er lovlig, hvis den gjennomføres slik den er beskrevet i meldeskjemaet med dialog og vedlegg.

VIKTIG INFORMASJON TIL DEG

Du må lagre, sende og sikre dataene i tråd med retningslinjene til din institusjon. Dette betyr at du må bruke leverandører for spørreskjema, skylagring, videosamtale o.l. som institusjonen din har avtale med. Vi gir generelle råd rundt dette, men det er institusjonens egne retningslinjer for informasjonssikkerhet som gjelder.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 31.08.2023.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake. Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

PERSONVERNPRINSIPPER

Personverntjenester vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om:

- lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og

<https://meldeskjema.sikt.no/3454361-bd47-4e28-8d49-192916db/v02/vurdering>

1/2

ikke viderebehandles til nye uforenlige formål

- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet
- lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet

DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Personverntjenester vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18) og dataportabilitet (art. 20).

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

Personverntjenester legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1 f) og sikkerhet (art. 32).

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og eventuelt rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde: <https://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema> Du må vente på svar fra oss før endringen gjennomføres.

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

Personverntjenester vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Kontaktperson hos oss: Henriette S. Munthe-Kaas

Lykke til med prosjektet!

Vedlegg 2 – Informasjonsskriv og samtykkeskjema

Vil du delta i forskningsprosjektet

”Hvordan benyttes samarbeid for å skape et bærekraftig idrettsarrangement”?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan arrangører av et arrangement benytter samarbeid med eksterne aktører for å skape bærekraftige tiltak under et idrettsarrangement. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Studien vil undersøke hvordan arrangør av et idrettsarrangement og eksterne aktører samarbeider for å skape bærekraftige tiltak i forbindelse med idrettsarrangementer. Dette vil gjøres gjennom å se på hvilke bærekraftsmål som er satt, hvordan dette påvirker hvem arrangementsarrangør samarbeider med og hvordan samarbeidene bidrar til å skape bærekraftige tiltak. Videre vil det ses nærmere på utbytte av ressurser mellom arrangør og samarbeidsaktører, og erfaringer rundt utfordringer og muligheter knyttet til dette. Jeg håper at min studie kan bidra til å rette søkelys mot hvordan å gjennomføre mer bærekraftige idrettsarrangementer, samarbeid og verdisamskapning.

Følgende problemstilling er foreløpig formulert for mitt forskningsprosjekt:

Hvordan skapes bærekraftige tiltak under idrettsarrangementer gjennom samarbeid mellom arrangør av arrangement og samarbeidsaktører?

- Hvordan påvirker målsettinger om bærekraft hvem arrangøren samarbeider med?
- Hvordan jobbes det mot de bærekraftige målsettingene de har satt seg?
- Hvordan arbeider de med å skape bærekraftige tiltak aktørene imellom (value co-creation)?
- Hvilken forståelse har de av de bærekraftige tiltakenes funksjon i et langsiktig perspektiv?

Studien er et masterprosjekt ved Norges Idrettshøgskole (NIH) ved seksjon for kultur og samfunn.

Utvalget er valgt på bakgrunn av idrettsarrangementer som har uttalte målsettinger for å skape et bærekraftig idrettsarrangement og aktører de samarbeider med for å gjennomføre dette.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Kristina Hetland, masterstudent ved Norges Idrettshøgskole er ansvarlig for prosjektet. Førsteamanuensis Chris Horbel og Anna-Maria Strittmatter er veiledere for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Din forespørsel om å delta er basert på din posisjon i organisasjonen (arrangementskomiteen) du arbeider i. Deltakelsen vil være som en representant for organisasjonen din og besvare spørsmål knyttet til din organisasjons arbeid.

Hva innebærer det for deg å delta?

Dersom du velger å delta i forskningsprosjektet vil det innebære et kvalitativt semi-strukturert intervju med ca. en times varighet. Spørsmålene i intervjuet vil dreie seg om hvordan du og

arrangementskomiteen/organisasjonen er involvert i arbeidet med bærekraftige tiltak for et idrettsarrangement, hva dere bidrar med og hvordan dere samarbeider med andre aktører. Intervjuet vil gjennomføres ansikt til ansikt eller over video, avhengig av hva som passer best for deg. Intervjuet vil bli tatt opp ved hjelp av lydbånd og deretter transkribert. Intervjupersonene vil bli gjort kjent med studien før intervjuet.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Det er kun masterstudenten og veileder som har tilgang til personvernopplysningene, og all data vil bli lagret i ~~passordbeskyttede~~ filer. Lydfilen fra intervjuene blir transkribert i etterkant og slettet umiddelbart etter dette.

Som deltaker i masterprosjektet vil du bli referert til som ansatt i organisasjonen, noe som kan gjøre det mulig å identifisere deg gjennom din posisjon i organisasjonen.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, som etter planen er 31.08.23

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg
- å få rettet personopplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Norges Idrettshøgskole har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

Masterstudent Kristina Hetland
Telefon: 98069832
E-post: kristina_het@hotmail.com

Førsteamanuensis Chris Horbel

Vedlegg 3 – Intervjuguide

Intervjuguide

- Gi kort informasjon om meg selv
- Formål med prosjektet samt informasjon om informert samtykke, taushetsplikt, behandling av data og frivillig deltakelse
- Informere om lydopptak

Innledende spørsmål om informantens sin posisjon

1. Begynn med å fortelle litt om deg selv og din rolle i organisasjonen + arbeidet med ski-VM
 - a) Hva innebærer denne rollen?
 - b) Hva er typiske/hoved arbeidsoppgaver?
2. Hvordan ble du involvert i dette arbeidet (med Ski-VM)?
 - a) Hvor lenge har du hatt denne rollen?

Organisasjonens målsettinger og visjoner

3. Kan du beskrive organisasjonen sine visjoner/mål i forbindelse med Ski-VM 2025?

Forståelse av bærekraft

4. Hva betyr bærekraft for deg?
 - a) Kortsiktig vs langsiktig perspektiv
5. Hva betyr bærekraft for de som jobber med å arrangere Ski-VM i Trondheim 2025?
 - a) Ambisjon om å være verdens mest bærekraftige arrangement, fortell mer om dette
 - b) Kortsiktig vs langsiktig perspektiv
6. Kan du utdype mer om de seks bærekraftsmålene dere har valgt dere ut?
 - c) Hvorfor/hvordan ble disse valgt ut
7. Hvordan arbeider dere for å oppnå disse målene?
8. Opplever du at dette påvirker hvem man ønsker å samarbeide med?
 - a) Hvordan?
9. NIF med ny bærekraftstrategi – noen tanker?

Samarbeidsaktører

10. Hvilke samarbeidsaktører er mest sentrale for å nå målsettingene knyttet til bærekraft?
 - a) Hvorfor?
 - b) Hva innebærer samarbeidet?
 - c) Hvordan fungerer samarbeidet?
 - d) Hvorfor valgte dere å samarbeide med denne aktøren?

Samarbeid om bærekraft

11. Ambisjonen om å være verdens mest bærekraftige arrangement, hvordan påvirker dette samarbeidet?
 - a) Hvilke utfordringer byr dette på?

- b) Hvilke fordeler bidrar dette til?
 - c) Hva mener du kunne vært gjort annerledes?
12. Hva mener du at de sentrale aktørene bidrar med for å gjennomføre bærekraftige tiltak?
- a) Nevne noen konkrete tiltak
 - b) Hva er deres rolle for å få til dette?
 - c) Hva er ski-VM sin rolle for å gjennomføre dette?
13. Arrangementet avholdes i Trondheim, hvordan påvirker det idrettskretsen?
14. Hvilke forventninger har du knyttet til bærekraft?

Verdisamskapning (value co-creation)

15. Hvilke (nyskapende) bærekraftige tiltak gjøres?
- a) Hvordan har samarbeidet med aktør bidratt til dette?
16. Er det noen tiltak som ikke ville vært mulig uten aktør?
17. Er det noen tiltak som har oppstått som et resultat av samarbeid med aktør?
18. Hvordan bruker dere samarbeid for å skape bærekraftige tiltak?
- a) Hvordan tenker dere at dere kan bidra?
 - b) Gir det mening at dere bidrar til arrangering av VM – hva ønsker dere å oppnå med dette?
 - c) Gjensidig avhengighet mellom partene?

Utveksling av ressurser (engagement platforms)

19. Hvilke forventninger stilles til samarbeidet?
- a) Hvilke forventninger som omfatter bærekraft har idrettskretsen (til arrangement)?
 - b) Hvilke fordeler/benefits oppnås for idrettskrets?
 - c) Hvilke forventninger som omfatter bærekraft opplever du at arrangøren har (til idrettskrets)?
20. Hvilke fordeler oppnår ski-VM gjennom dette samarbeidet?
21. Hva bidrar den eksterne aktøren med?
- a) Kapital, informasjon, bygging av merkevare, publisitet, teknologi osv.?
22. Hva får den eksterne aktøren igjen/tjener på samarbeidet?
- a) Kapital, informasjon, bygging av merkevare, publisitet, teknologi osv.?

Hvilken innflytelse har bærekraft på andre aktører

23. Påvirker bærekraft samarbeidet med andre aktører (andre enn de allerede nevnte)?
- a) Her mener jeg f.eks. aktører som ikke er like sentrale
 - b) Aktører som ikke er valgt pga bærekraft, men har bærekraft fortsatt innflytelse på arbeidet som blir gjort? Hvordan/hvorfor ikke?

- c) Har dette endret måten de samarbeider på? Metoder, valg, strategier, kommunikasjon?

Avsluttende spørsmål

- 24. Oppsummering av interessenter?
 - a) Hvilke andre eksterne aktører har vært viktige for dere? Sponsorere, kommune, NIF, andre samarbeidsaktører
- 25. Hvis du ser på deres bærekraftsmål og visjon om bærekraft, hva er viktigst for dere?
 - a) Hva er suksessfaktorene for å oppnå den?
 - b) Hva ser dere for dere som de største utfordringene?
- 26. Er det ellers noe du ønsker å tilføye?