

Birgit Skjervheim  
Elena Kozina  
May Renate Sletvold

## Nasjonalt teknologiarrangement i Gjøvik

En studie om hvordan et slikt arrangement kan  
bidra til vekst og utvikling

Bacheloroppgave i økonomi og administrasjon  
Veileder: Ingjerd Thon Hagaseth  
Mai 2023



Birgit Skjervheim  
Elena Kozina  
May Renate Sletvold

## **Nasjonalt teknologiarrangement i Gjøvik**

En studie om hvordan et slikt arrangement kan bidra  
til vekst og utvikling

Bacheloroppgave i økonomi og administrasjon  
Veileder: Ingjerd Thon Hagaseth  
Mai 2023

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for økonomi  
Institutt for industriell økonomi og teknologiledelse



Kunnskap for en bedre verden



## Sammendrag

<b>Tittel:</b>	Nasjonalt teknologiarrangement i Gjøvik – En studie om hvordan et slikt arrangement kan bidra til vekst og utvikling	<b>Dato:</b> 22.05.23
<b>Deltakere:</b>	Birgit Skjervheim Elena Kozina May Renate Sletvold	
<b>Veileder:</b>	Ingjerd Thon Hagaseth	
<b>Oppdragsgiver:</b>	Byen vår Gjøvik	
<b>Stikkord/nøkkelord:</b>	Gjøvik, virkninger, teknologi, arrangement, effekter	
<b>Antall sider/ord:</b> 41/16 567	<b>Antall vedlegg:</b> 4	<b>Publiseringsavtale inngått:</b> ja
<p>Gjøvik konkurrerer med resten av landet om å tiltrekke seg bosetting og næringsvirksomhet. For å tiltrekke seg mennesker, jobber Byen vår Gjøvik kontinuerlig med å skape vekst og utvikling av byen, med ulike aktiviteter og prosjekter gjennom hele året. En viktig del av denne innsatsen er å skape en unik posisjonering for Gjøvik som en attraktiv by. Formålet med denne oppgaven er å belyse hvilke sosiokulturelle virkninger som kan oppstå av å arrangere et arrangement med fokus på teknologi og innovasjon i Gjøvik.</p> <p>Teorigrunnlaget er basert på hvilke økonomiske, sosiokulturelle og miljømessige virkninger som kan oppstå ved gjennomføring av arrangement, samt om merkevarebygging, identitet og omdømme. Det er redegjort for holdninger til teknologi, samt tre drivere for regional vekst og utvikling.</p> <p>Forskningen i oppgaven er basert på en kvalitativ metode, hvor det er blitt gjennomført intervju med fire representanter. Dette ble gjort for å få innsikt og innspill i hvilke virkninger som har kommet av arrangement som er blitt gjennomført, samt å få innsikt i hvordan aktører fra næringslivet kan spille en rolle i oppfatning av arrangementet. I tillegg er det blitt gjennomført to dokumentanalyser som gir innsikt i forskjellige virkninger, både positive og negative, arrangementer kan føre til.</p> <p>Funnene viser til at et slikt teknologiarrangement vil medføre flere forskjellige typer virkninger. Hvilke virkninger som trer i kraft, vil variere ut fra hvilke valg som blir tatt under planlegging og gjennomføringen av arrangementet. Slike virkninger kan innebære omdømme-, merkevare- og identitetsbygging, økt innbyggerstolthet, nettverksbygging og kompetansedeling. I tillegg kan det oppstå sosiokulturelle virkninger, fra de økonomiske virkningene, slik som økt sysselsetting og videre kan dette føre til bedring av helseparametre.</p>		

## Abstract

<b>Title:</b>	National technology event in Gjøvik – A study on how such an event can contribute to growth and development	<b>Date:</b> 22.05.23
<b>Participants:</b>	Birgit Skjervheim	
	Elena Kozina	
	May Renate Sletvold	
<b>Supervisor:</b>	Ingjerd Thon Hagaseth	
<b>Employer:</b>	Byen vår Gjøvik	
<b>Keywords:</b>	Gjøvik, effects, technology, event	
<b>Number of pages/words:</b> 41/ 16 567	<b>Number of appendix:</b> 4	<b>Availability:</b> open
<p>Gjøvik competes with the whole country to attract people and businesses. Byen vår Gjøvik is continuously working on creating growth and development by arranging various activities and projects throughout the year, to attract people towards Gjøvik. One important part of this effort is to create an unique position for Gjøvik as an attractive city. The purpose of this bachelor's thesis is to shed light on the sociocultural effects that can arise from arranging an event in Gjøvik, which focuses on technology and innovation.</p> <p>The theoretical basis is based on the economic, sociocultural and environmental effects that can occur as a result of an event, as well as branding, identity and reputation. In addition to this, the thesis explains attitudes towards technology and three drivers for regional growth and development.</p> <p>The research in this thesis is based on a qualitative method, where two interviews have created an understanding and insight into what effects an event can create. In addition to this, a third interview created an understanding of how businesses in Gjøvik and Gjøvikregionen can affect the outcome. Aside from the interviews, there has been carried out two document analyses, which brought insight into several effects of an event, both positive and negative.</p> <p>The findings from the research show that many different effects can occur from arranging an event. Which of these effects that ends up being dominant is affected by how the event is planned. Some of the potential effects are building reputation and identity, branding, increased citizen pride, networking and sharing of competence. It can occur sociocultural effects as a result of the economic effects, such as increased employment which can lead to improvement of health parameters.</p>		

## Forord

Denne oppgaven markerer vår fullføring av bachelor i økonomi og administrasjon.

Gjennom vår oppgave har vi kommet i kontakt med Erik Bøylestad Nilsen og Linn Juul-Petersen som arbeider med diverse arrangement i Arendal. Vi takker for deres formidling av erfaringer og kompetanse som hjalp oss å knytte praksis og teori bedre sammen. I tillegg har vi vært i kontakt med Wivi-Ann Bamrud fra Kongsberg Agenda som har gitt oss innsikt i hvordan et arrangement, med teknologi som fokus, kan gjennomføres. Helt til slutt vil vi takke Ottar Henriksen, for hans tanker og gode svar, som hjalp oss å trekke en rød tråd mellom arrangement og dens virkninger.

Vi ønsker å takke veilederen vår, Ingjerd Thon Hagaseth, for veiledning og gode svar på alle våre spørsmål.

I tillegg ønsker vi å takke vår oppdragsgiver, Byen vår Gjøvik som har gitt oss denne spennende oppgaven.

Gjøvik, 21. mai 2023

May Renate Sletvold

May Renate Sletvold

Elena Kozina

Elena Kozina

Birgit Skjervheim

Birgit Skjervheim

# Innholdsfortegnelse

Sammendrag .....	i
Abstract .....	ii
Forord .....	iii
Innholdsfortegnelse .....	iv
<b>1.0 Innledning .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Bakgrunn for valg av tema .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Formål og problemstilling .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Avgrensninger .....</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Definisjoner .....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Videre oppbygging av oppgaven .....</b>	<b>3</b>
<b>2.0 Teori .....</b>	<b>3</b>
<b>2.1 Begrepsforklaringer .....</b>	<b>4</b>
<b>2.2 Virkninger .....</b>	<b>4</b>
<b>2.2.1 Sosiale og kulturelle virkninger .....</b>	<b>5</b>
<b>2.2.2 Økonomiske virkninger .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2.3 Miljømessige virkninger .....</b>	<b>6</b>
<b>2.3 Merke varebygging .....</b>	<b>7</b>
<b>2.3.1 Identitet .....</b>	<b>8</b>
<b>2.3.2 Omdømme .....</b>	<b>9</b>
<b>2.3.3 Munn – til – munn markedsføring .....</b>	<b>9</b>
<b>2.4 Holdninger til teknologi .....</b>	<b>10</b>
<b>2.5 Regional vekst og utvikling .....</b>	<b>10</b>
<b>3.0 Bakgrunn for oppgaven .....</b>	<b>11</b>
<b>3.1 Byen vår Gjøvik .....</b>	<b>12</b>
<b>3.2 Arrangement i Gjøvik .....</b>	<b>12</b>
<b>3.3 Kompetansemiljø i Gjøvikregionen .....</b>	<b>13</b>
<b>3.4 Arrangement i Arendal .....</b>	<b>14</b>
<b>3.5 Kongsberg Agenda .....</b>	<b>15</b>
<b>4.0 Metode .....</b>	<b>15</b>
<b>4.1 Undersøkellesdesign .....</b>	<b>15</b>
<b>4.2 Valg av metode .....</b>	<b>16</b>
<b>4.3 Dokumentanalyse .....</b>	<b>17</b>
<b>4.4 Valg av dokument .....</b>	<b>18</b>
<b>4.5 Fokusgruppeintervju .....</b>	<b>19</b>



4.6 Individuelle, åpne intervju.....	19
4.7 Validitet og reliabilitet.....	20
4.8 Styrker og svakheter ved metodevalg.....	22
4.9 Etikk.....	22
5.0 Resultater.....	23
5.1 Økonomiske ringvirkninger av festivaler i Gjøvik kommune.....	23
5.2 Hvitebok for arrangementsturisme.....	24
5.3 Kvalitativt intervju med representanter fra Arendal.....	26
5.4 Kvalitativt intervju med Kongsberg Agenda.....	27
5.5 Respons fra aktører i Gjøvik.....	28
5.6 Kvalitativt intervju med Ottar Henriksen.....	29
6.0 Drøfting.....	30
6.1 Omdømme, identitet og stedsmerkevarebygging.....	30
6.2 Frivillig arbeid og nettverksbygging.....	32
6.3 Rekruttering, tiltrekning og kompetansebygging.....	35
6.4 Utbygging og belastning av byen.....	37
7.0 Avslutning.....	39
7.1 Konklusjon.....	39
7.2 Hva kunne blitt gjort annerledes?.....	40
7.3 Videre studier.....	41
8.0 Referanseliste.....	42

## 1.0 Innledning

Dette innledende kapittelet vil gi en oversikt over bakgrunn for valg av tema, formålet for oppgaven, og problemstillingen som er valgt. Deretter vil det redegjøres for hvilke avgrensninger oppgaven har samt videre vei for løsningen av oppgaven.

### 1.1 Bakgrunn for valg av tema

Opplevelsesindustrien er en næring i vekst. Destinasjoner kan ta del i denne veksten ved å satse mer på arrangementsturisme, noe som innebærer å utvikle samt markedsføre for arrangement, med mål om å oppnå diverse virkninger (Innovasjon Norge, 2011, s. 6). Dette er noe enhver destinasjon kan arbeide med, noe som skaper konkurranse i landet for å tiltrekke seg mennesker. Byen vår Gjøvik arbeider med byens sentrum, og for dens vekst og utvikling. Deres ønske er at Gjøvik skal anses som et urbant byrom, som tiltrekker seg mennesker. For å få til det, arbeider de med å utvikle aktiviteter og prosjekter, både kortsiktige og langsiktige, for å sikre varig utvikling av sentrumet (*Om oss*, u.å.).

Gjøvik fikk bystatus i 1861 og i dag blir Gjøvik omtalt som en moderne småby i stadig utvikling (Gjøvik kommune, 2022). Sammen med naboen Raufoss er de ett av de sterkeste teknologi- og industrimiljøene i Norge (*Bransjer og bedrifter*, u.å.). Gjøvik er i tillegg kjent for kunnskap og kompetanse, da byen er et senter for høyere utdanning, med NTNU Gjøvik og Fagskolen i Innlandet (Gjøvik kommune, 2022). Gjøvikregionen har et variert næringsliv, med en blanding av små og store virksomheter innenfor ulike bransjer som teknologi, industri, innovasjon, helse og service. Med dette som utgangspunkt er det gode muligheter til å fokusere på disse områdene, for å befeste Gjøvik på kartet.

Gjøvik by har flere festivaler og arrangementer gjennom året, som tiltrekker seg mennesker, som for eksempel Akevittfestivalen, Fredvikafestivalen, Gjøvik byfest, Sommerslagere og konserter. Det disse arrangementene har til felles, er at de er festivaler som byr på festligheter. Et arrangement som arrangeres i Gjøvikregionen, med annen tematikk, er Industridagene Innlandet. Arrangørene omtaler arrangementet som den viktigste møteplassen i Innlandet for industri, næringspolitikk, kompetanse og FoU (Industridagene Innlandet, u.å.a).

I Arendal arrangeres tre arrangement årlig: Arendalsuka, Fremtidens kommuner og TEDxArendal. De fungerer som en møteplass for de med interesse rundt gitte tema. Arendalsuka er for eksempel, en uke fylt med politikk. Disse arrangementene har satt Arendal på kartet, noe som kan være en virkning ved å arrangere et teknologiarrangement i Gjøvik. I

Kongsberg ble det for første gang i 2022, arrangert Kongsberg Agenda. De sier selv de er Norges viktigste teknologiarena (Kongsberg Agenda, u.å.a).

Hvilke erfarte virkninger har arrangørene, fra Arendal og Kongsberg, opplevd etter arrangementene sine, og kan noen av disse oppstå i Gjøvik ved et teknologiarrangement?

## **1.2 Formål og problemstilling**

Formålet med denne oppgaven er å undersøke på hvilken måte et arrangement omhandlende teknologi og innovasjon, kan føre til vekst og utvikling av Gjøvik. Et slikt arrangement er videre i oppgaven kalt teknologiarrangement. For å undersøke dette benyttes ringvirkningsanalyse fra 2020 som omhandler fire arrangement som årlig gjennomføres i Gjøvik. Et annet dokument som skal benyttes er Innovasjon Norge sin Hvitebok for arrangementsturisme, som forteller om forskjellige fordeler som skapes ved gjennomførelse av arrangement. I tillegg er det blitt gjennomført to intervju, ett med to representanter fra Arendal, og ett med en representant fra Kongsberg Agenda. Hvor en skal benytte deres erfaringer og opplevelse fra arrangementsarbeid. Dette gjøres for å skape et bilde av forskjellige virkninger og effekter arrangement kan ha på en by. I tillegg er det blitt gjennomført intervju med en representant fra NTNU, som har erfaring fra næringslivet i Gjøvikregionen.

Med det overnevnte som grunnlag har følgende problemstilling blitt formulert: *“På hvilken måte kan et teknologiarrangement føre til vekst og utvikling av Gjøvik?”*

For å besvare denne problemstillingen vil det benyttes relevant teori, tidligere gjennomførte undersøkelser, samt resultater fra intervjuer for å styrke argumentasjonen. Denne oppgaven vil være nyttig i Byen vår Gjøvik sitt videre arbeid med utvikling av et eventuelt teknologiarrangement, eller andre prosjekter.

## **1.3 Avgrensninger**

I denne oppgaven vil det undersøkes om et teknologiarrangement kan tilføre noe form for utvikling og vekst av Gjøvik. Det vil ikke undersøkes hvorvidt teknologiarrangementet kan gjennomføres eller ikke. Her legges det til grunn at det kan gjennomføres.

En annen avgrensning er at det skal sees på hvordan de sosiokulturelle virkningene til et slikt arrangement, kan påvirke Gjøvik sin vekst og utvikling. Derfor vil oppgaven ikke gå i detaljer på de økonomiske gevinstene fra et slikt arrangement. Dette begrunnes i at det er et hypotetisk arrangement, og det vil være vanskelig å estimere antall deltakere, og dermed vanskelig å

estimere de økonomiske resultatene. Derimot, vil det redegjøres for mulige økonomiske virkninger. Dette gjøres fordi økonomiske ringvirkninger påvirker sosiokulturelle virkninger og omvendt.

Hvilke virkninger og effekter som trer i kraft etter et gjennomført arrangement påvirkes av hvordan det blir arrangert. Derfor vil det i videre redegjørelse tas med både positive og negative virkninger ved gjennomførelse av et arrangement, også vil det variere ut fra hvordan arrangementet gjennomføres for hvilke virkninger som blir dominante.

## **1.4 Definisjoner**

Her vil det redegjøres for flere begreper som vil bli brukt gjennom teksten. Redegjørelsen skal skape en felles forståelse for hva som legges i begrepene, slik at misforståelser unngås.

*Ringvirkninger* - Handler om hvilke økonomiske virkninger noe kan ha, på et gitt område. Dette defineres i dybden i avsnitt 2.2.2.

*Virkning* - Består av et resultat eller en endring, som kommer fra en prosess, hendelse eller påvirkning (Nordbø, 2021, avsnitt 1).

*Effekt* - Betyr virkning, og vil i denne oppgaven brukes synonymt for virkning, da forskjellige kilder benytter forskjellige begreper.

*Gjøvikregionen* - Dette inkluderer kommunene Gjøvik, Østre og Vestre Toten, Søndre og Nordre Land.

## **1.5 Videre oppbygging av oppgaven**

Innledningen har redegjort for formålet og bakgrunnen til oppgaven, og hvilken problemstilling dette har formulert. I de kommende kapitlene vil det redegjøres for teorier som vil styrke drøftingen av problemstillingen, samt redegjøres for bakgrunnsinformasjon som er nødvendig for å forstå konteksten oppgaven skrives i. I tillegg vil det presenteres hvilke metoder som benyttes for å besvare problemstillingen, deretter vil det redegjøres for resultatene fra intervjuene og til slutt drøfting for å besvare problemstillingen.

## **2.0 Teori**

I dette kapittelet vil det redegjøres for hvilke teorier vi mener er mest relevante for å belyse problemstillingen, og understøtte resultatene fra intervjuene og dokumentanalysene. Ved at Gjøvik og omegn har en sterk teknologi- og industrikompetanse, vil et arrangement som omhandler denne tematikken være tett inntil deres identitet. Derfor vil det redegjøres for

teorier om sosiokulturelle, økonomiske og miljømessige virkninger, samt merkevarebygging, identitet og omdømme. Det vil også redegjøres for holdninger til teknologi, for å videre kunne benytte tematikken inn i drøftingen om positivt omdømme og identitet. I tillegg vil det redegjøres for tre drivere for regional vekst og utvikling.

## **2.1 Begrepsforklaringer**

Arrangement er en organisert tilstelning, som er innenfor en gitt tidsramme, med program, ledelse og mennesker (Ivarsen, 2015, s. 9). Det finnes flere andre begreper som faller inn under en slik definisjon, og det vil her forsøkes å skape et skille mellom de forskjellige begrepene.

En festival er forbundet med festligheter og feiring. Det kan defineres som et sett av aktiviteter, som skjer på et gitt området, over en gitt tid (Cambridge Dictionary, u.å.b). Et eksempel er musikkfestival, som ofte inneholder mat, drikke, underholdning og store samlinger av mennesker. De fire arrangementene som er analysert i ringvirkningsanalysen fra 2020, faller inn under denne kategorien.

En konferanse er en samling av mennesker, som diskuterer og snakker om et gitt tema. Dette kan vare fra én til flere dager (Cambridge Dictionary, u.å.a). Ut fra en slik definisjon kan flere av arrangementene som foregår i Arendal ha tilknytning til begrepet. Under et enkelt arrangement handler det om å diskutere og snakke om forskjellige tema, noe som vil variere fra hvilken konferanse det gjelder.

I denne oppgaven vil begrepet arrangement benyttes. Et teknologiarrangement er et arrangement som er knyttet til temaet teknologi, hvor formidling av kompetanse og erfaring innenfor teknologi og innovasjon vil bli fremhevet. Arrangement benyttes som helhetsbetegnelse for alt det kan innebære, da det vil være naturlig at et underarrangement kan være av forskjellig former, for eksempel en konferanse. Derfor vil, for enkelthets skyld, arrangement brukes gjennomgående i oppgaven som en betegnelse på hele opplegget.

## **2.2 Virkninger**

Alle arrangement har forskjellige virkninger, som skaper inntrykk, både på mennesker og omgivelser (Wise og Maguire, 2022, s. 19). Disse virkningene kan deles opp i mange kategorier, og i denne oppgaven vil de sosiokulturelle, økonomiske og miljømessige virkningene fremheves. En kan se en sammenheng mellom de tre virkningskategoriene. De økonomiske og miljømessige virkningene på området vil kunne påvirke de sosiokulturelle

virkningene, ved at det påvirker innbyggernes helhetlige inntrykk og vurdering av arrangementet. Virkningene kan både være positive og negative, eller positiv i en kategori og negativ i en annen (Yürük, Akyol og Şimşek, 2017, s. 267). Hvilke virkninger som blir fremtredende etter et arrangement, vil variere ut fra gjennomføringen av arrangementet.

### **2.2.1 Sosiale og kulturelle virkninger**

Sosiale virkninger kan defineres som alle de virkningene som potensielt kan føre til bedre livskvalitet for innbyggerne i det definerte området (Fredline, Lago og Deery, 2003, som sitert i Wise og Maguire, 2022, s. 65). Kulturelle virkninger kan anses som de mer langsiktige endringene i et samfunn, slik som deres verdier (Brunt og Courtney, 1999, s. 496). Disse slås sammen til begrepet sosiokulturelle virkninger.

Noen positive virkninger kan være å opprettholde lokale, kulturelle tradisjoner og artefakter (Smith, 2012, Spirou, 2011, som sitert i Wise og Maguire, 2022, s. 67), økt innbyggerstolthet, engasjement og involvering i frivillig arbeid, forbedring av diverse fasiliteter samt omdømmebygging. Siden arrangement er noe som skjer innenfor en viss tidsramme, vil det gi følelsen av at et arrangement ikke er hverdagslig. Når et arrangement da gjennomføres, bryter den med byens daglige, kontinuerlig og vanlige utviklingsrytme. Samtidig som den fungerer som en katalysator av utbygging og utvikling av vertsbyen (Liu og Chen, 2007, s. 256).

En annen positiv virkning er at arrangement kan skape en følelse av samfunn, som kan sees i sammenheng med økt innbyggerstolthet (Yürük, Akyol og Şimşek, 2017, s. 368). Disse to faktorene er med på den helhetlige påvirkningen av samfunnets livskvalitet. Menneskers livskvalitet påvirker igjen deres mentale helse. Det er forsket frem at å være inkludert i å arrangere et arrangement, er positivt assosiert med flere helseparametre (Wise og Maguire, 2022, s. 69). Disse helseparametrene er god livstilfredshet, selvfølelse og selvopplevd helse, samt lave angst- og depresjonssymptomer. Andre faktorer som også er med på å øke menneskers livskvalitet (Wise og Maguire, 2022, s. 69) er: økt sysselsetting, økt tilgang til helsetilbud og annen omsorg, nye aktivitets- og underholdningstilbud og utbygging av byen. Denne utviklingen kan komme av de økonomiske virkningene som redegjøres for i delkapittel 2.2.2. Ved økt sysselsetting vil flere mennesker komme seg ut i arbeidslivet, og på lik måte som frivillig arbeid være engasjert og involvert i noe. Gjennom arbeid, om det er frivillig eller betalt, kan en kjenne på tilhørighet, identitet, mestring, deltakelse og trygghet (Paulsen og Gundersen, 2020, avsnitt 2).

Ved gjennomføring av et arrangement kan det oppstå negative virkninger, slik som økte sosiale problemer og ulikheter, økt følelse av utenforskap, sosiale demonstrasjoner og stress på innbyggerne (Wise, 2016, som sitert i Wise og Maguire, 2022, s. 67). I tillegg kan et arrangement tiltrekke seg utrygghet og kriminalitet (Wise og Maguire, 2022, s. 69). Et arrangement forstyrrer innbyggernes hverdag (Barker, Page og Meyer, 2002, s. 765), med for eksempel mer kødannelse, høyere lydnivå, vanskeligheter for å finne parkering og at det er trangere enn om arrangementet ikke gjennomføres.

### **2.2.2 Økonomiske virkninger**

De økonomiske ringvirkningene kan deles inn i tre: direkte, indirekte og konsumvirkninger, i tillegg vil det genereres overrislingseffekter. Direkte ringvirkninger omhandler de aktivitetene som er inkludert i driften av arrangementet (Gran og Måøy, 2020, s. 10). Dette innebærer inntektene og kostnadene som går direkte inn til de forskjellige aktørene som deltar på et slikt arrangement. De indirekte ringvirkningene oppstår når de direkte virkningene går videre til nye virksomheter, i området som studeres (Gran og Måøy, 2020, s. 11). Siste ringvirkning er konsumvirkningen (Gran og Måøy, 2020, s. 11) eller induserte virkninger. Dette kommer av at overskudd og lønn går videre til nytt konsum og nye investeringer og sysselsetting, som igjen skaper mer verdi for samfunnet. På denne måten går pengene rundt og rundt, samtidig som de skaper verdi. En siste virkning som er relevant er overrislingseffekten. Den går ikke direkte inn på et arrangement, men er et resultat av at tilreisende deltakere trenger et sted å bo, samt at de trenger mat.

### **2.2.3 Miljømessige virkninger**

Selv om et arrangement vil føre til positive virkninger både økonomisk og sosiokulturelt, er miljøet en faktor som må tas hensyn til (Wise og Maguire, 2022, s. 41). Ved arrangering av et arrangement, burde en være oppmerksom på den miljømessige belastningen et arrangement kan ha, for deretter å jobbe med å minimere den. Dette er fordi ressursene er knappe og oppmerksomheten på bærekraft er stor. Om det miljømessige ved et arrangement ikke tas hensyn til, kan det føre til lavere besøkstall og dårligere vurdering av arrangementet i sin helhet.

I boken *A Reseach Agenda for Event Impacts* (2022), kommer det frem i tabell 3.1 at noen positive miljømessige virkninger er, oppmerksomhet og kunnskapsdeling om bærekraft og miljøspørsmål (Wise og Maguire, 2022, s. 44). I tillegg til dette kan et arrangement føre til oppmuntring av god opprydding av områder, samt god utnytting av ressursene en har tilgjengelig. Den største negative virkningen et arrangement kan føre til, er utslipp av

uønskede gasser, som kan ha større konsekvenser enn kun på det gitte området hvor arrangementet gjennomføres (Wise og Maguire, 2022, s. 44). Andre negative virkninger kan være forsøpling og skade på naturområder, mer transportutslipp ved at tilreisende skal komme seg til arrangementet, samt høyt forbruk av energi. Flere av disse virkningene kan reduseres ved å ta valg som er mer miljøvennlig.

### **2.3 Merkevarebygging**

Merkevarebygging er en funksjon innenfor markedsføring, som tar i bruk spesielle teknikker for å forbedre den oppfattende verdien av et produkt. I boken Merkevareledelse blir merkevare definert som: «name, term, design, symbol, or any other feature, that identifies one seller's goods or service as distinct from those of other sellers» (Samuelsen, Peretz og Olsen, 2021, s. 29). Merkevarebygging er en viktig strategi for å skape en sterk relasjon mellom en merkevare og dens kunder. Merkevare kan brukes i flere sammenhenger, som forbrukermarkedet, organisasjonsbygging, stedsmerkevarebygging, rekruttering og lignende (Samuelsen, Peretz og Olsen, 2021, s. 28).

Det bildet eller inntrykket av stedet som byen selv ønsker å formidle, kan defineres som stedets merkevare (Samuelsen, Peretz og Olsen, 2021, s.171). Å bygge en sterk merkevare handler om å bli valgt, å ta en posisjon i markedet som er positiv, sterk og relevant for kundene og unik i forhold til konkurrentene (Samuelsen, Peretz og Olsen, 2021, s. 88).

Stedsmerkevarebygging er en strategisk tilnærming for å bygge identitet, anerkjennelse, omdømme og destinasjonsposisjonering for et sted (Wise og Maguire, 2022, s.172). Målet med stedsmerkevarebygging er å øke bevisstheten og attraktiviteten til et sted, og markedsføre det på en måte som gjør det mer tiltrekkende for turister, virksomheter og innbyggere. Mange steder har navn og symboler som representerer dem, derfor handler stedsmerkevarebygging om å gå utover dette og utvikle en strategi som styrker merkevarebildet til steder, og gjøre de kjente (Wise og Maguire, 2022, s.172). En av de viktigste aspektene ved stedsmerkevarebygging er å bygge et positivt omdømme for stedet. Dette kan oppnås gjennom å fremheve stedets unike egenskaper, etablere sterke assosiasjoner basert på byens særtrekk, kvaliteter, ressurser og opplevelsestilbud (Samuelsen, Peretz og Olsen, 2021, s. 31).

Kommuner, byer, tettsteder og land satser på merkevarebygging. Tiltakene som blir gjort er ulike, men målet er ofte det samme. En sikrer verdiskaping og legger til rette for en god utvikling, ved å tiltrekke seg flere innbyggere og holde på dem de har (Holm, 2022, avsnitt 1). En effekt som kan være med å bygge en sterk merkevare er Bilbao-effekten, et fenomen hvor



kulturelle investeringer er laget for å tiltrekke seg mennesker til byen, som igjen fører til økonomisk vekst (Moore, 2017, avsnitt 1 og 2).

Når et arrangement blir organisert på et bestemt sted, introduseres det to typer merkeeffekter som påvirker det menneskelige persepsjonsfilteret (Wise og Maguire, 2022, s.173). Den første typen er markedskommunikasjon, som referer til all kommunikasjon som er rettet mot publikum for å øke bevisstheten om et produkt, en tjeneste eller et sted.

Markedskommunikasjon kan være alt fra annonser til sosiale medier, kampanjer, og det kan ha en betydelig innvirkning på hvordan publikum oppfatter et sted. Den andre typen merkeeffekt er opplevelsen av et arrangement (Wise og Maguire, 2022, s.173). Når mennesker deltar på arrangement på et bestemt sted, kan opplevelsen påvirke hvordan de oppfatter stedet. Hvis arrangementet gir en positiv opplevelse, vil det sannsynligvis skape en positiv merkevareeffekt, og omvendt om en skaper en negativ merkevareeffekt.

Begge disse merkeeffektene danner kognitiv kart i menneskesinnet som representerer stedet og dets merke. Disse kognitive kartene kan igjen påvirke hvordan mennesker oppfatter stedet, og dens merkevareeffekt på lang sikt (Wise og Maguire, 2022, s.173). Derfor er det viktig for virksomheter å nøye vurdere og planlegge arrangement på et bestemt sted, for å maksimere de positive merkevareeffektene. Ved å forstå hvordan markedskommunikasjon og hendelsesopplevelser påvirker menneskers persepsjoner, kan virksomheter bygge sterkere og mer positive merkevarer for sine steder og produkter (Wise og Maguire, 2022, s.173).

### **2.3.1 Identitet**

Identitet kan ifølge Peggy Brønn i *Åpen eller innadvendt* (2019) bli definert som «et internt orientert kjernebegrep som sier noe om profilen og verdiene som formidles av en organisasjon, og de ansattes syn på disse» (Brønn, 2019, s. 14). Begreper som identitet, image og omdømme er nært forbundet med hverandre, og alle har en fellesnevner – assosiasjoner til organisasjonen (Brønn, 2019, s. 14). En by som vil bygge et godt omdømme må først og fremst se på hvem og hva den er, altså byen sin identitet.

Identitet er selve grunnmuren til en merkevare og den er viktig av flere årsaker. Dens hovedrolle er å skape kjennskap, gjenkjennelse og fremkalle et etablert image av merkevaren (Brønn, 2019, s. 26). Det er hovedsakelig identiteten til en merkevare et menneske bygger opp sitt inntrykk rundt, eller et image av hvordan merkevaren er (Brønn, 2019, s. 25). Den uttrykkes gjennom sine verdier, sentrale idéer og meninger, og den utgjør selve kjernen i arbeidet med å bygge et solid omdømme (Brønn, 2019, s.31).

### **2.3.2 Omdømme**

Et mål Byen vår Gjøvik har satt seg er at sentrumet i Gjøvik skal tiltrekke seg mennesker. En måte å gjøre dette på er å inneha et godt, positivt omdømme. Peggy Brønn skriver i sin bok *Åpen eller innadvendt* at et omdømme forteller hva interessentene virkelig tenker om en organisasjon, i form av assosiasjoner og holdninger. På denne måten er omdømme noe en gjør seg fortjent til (Brønn, 2019, s. 79).

I denne situasjonen vil Gjøvik anses som organisasjonen, mens et eventuelt teknologiarrangement vil sees på som et produkt/tjeneste som Gjøvik tilbyr. Ved å arbeide med omdømme må en se på hvor en er i dag, deretter finne ut hva en ønsker å oppnå. Videre arbeid handler om å fylle gapet mellom dagens tilstand, og fremtidens ønskede tilstand. Når en interessent får behovet sitt tilfredsstilt av et produkt, vil deres assosiasjoner til produktet og organisasjoner bli positivt ladd. Hvis behovet blir tilfredsstilt flere ganger, vil dette føre til sterkere assosiasjoner over tid. Når assosiasjonene er positive, sterke og unike, vil evaluering av organisasjonene føre til et godt omdømme (Samuelsen, Peretz og Olsen, 2021, s.185).

Dwyer et al. (2000) sier at markedskommunikasjon og promotering fremkalt av et arrangement, organisert på et spesifikt sted, kan skape positive bilder i hodet til potensielle deltakere (2000, som sitert i Wise og Maguire, 2022, s.170). Fordelen med positive assosiasjoner og godt omdømme, er at det er med og tiltrekker seg mennesker til det spesifikke stedet (Brønn, 2019, s. 18).

### **2.3.3 Munn – til – munn markedsføring**

Ifølge Anderson (1998) er munn-til-munn markedsføring definert som: «uformell kommunikasjon mellom private parter vedrørende evaluering av varer og tjenester» (1998, som sitert i Sweeney, Soutar og Mazzarol, 2015, s. 42). Denne formen for muntlig markedsføring, er en handling for å uformelt dele erfaringer og spre informasjon blant forbrukere, når de er fornøyde eller misfornøyde med spesifikke produkter eller tjenester. Det finnes ikke noen kraftigere kommunikasjonsteknikk enn denne enkle handlingen, hvor en person snakker med en annen (Barber og Wallace, 2010, s. 7).

Munn-til-munn markedsføring er kraftig av flere årsaker, blant annet at det er ekte og umiddelbart. Det er ekte fordi, levende mennesker forteller andre mennesker i virkeligheten (Barber og Wallace, 2010, s. 9). I tillegg er det personlig og ærlig. Personen som videreformidler kjenner deg og prøver å være hjelpsom, det er ingen provisjon og ingen forbindelse, da er det mer sannsynlig at en tror på det som blir sagt. En slik markedsføring er

mer fengende den dag i dag, mennesker elsker å dele sine meninger og opplevelser, og andre elsker å lytte. I tillegg er det kundedrevet, kunden bestemmer selv når han skal snakke eller lytte – det er ikke pålagt (Barber og Wallace, 2010, s. 9).

## **2.4 Holdninger til teknologi**

For at et teknologiarrangement skal bli en suksess, forutsetter det at befolkningen i dag er opptatt av teknologi, og den teknologiske utviklingen. Teknologien vil fortsette å utvikle seg, noe som kan skape ulike holdninger til dette fenomenet. Fishbein og Ajzen definerer en holdning som: «... *graden av affekt – positive eller negative – overfor et objekt*» (1980, som sitert i Framnes, Pettersen og Thjømmøe, 2018, s. 172).

Dybdal-Holthe (2000) skriver i sin hovedoppgave at ny teknologi blir i stor grad forbundet med fremgang og suksess. Hovedoppgaven er skrevet i 2000, og det er blitt vurdert om den er utdatert eller ei. Det ble konkludert med at teknologien fortsatt utvikler seg, så situasjonen er noe lik hva den var da oppgaven ble skrevet. Derfor er det lagt til grunn at hovedoppgaven er overførbar til dagens situasjon.

Det er både positive og negative holdninger til teknologi. Lite tyder på at arbeidstakere generelt er skeptiske og har negative holdninger til teknologi på arbeidsplassen (Dybdal-Holthe, 2000, s. 26). I dette ligger det at bruk av teknologi kan lette arbeidet, noe som kan føre til mer motivasjon hos de ansatte. Derimot, så er det mange som frykter at automatisering og digitalisering vil gi tap på arbeidsplasser, og skape mer arbeidsledighet (Dybdal-Holthe, 2000, s. 27). På en annen side kan en se at ved bruk av eksempelvis roboter, trengs det arbeidere for vedlikehold og oppfølging av dem. Slik endrer teknologi måten en arbeider på. Den tar bort noen av de arbeidsoppgavene en kjenner fra før, men den skaper også nye.

Det kommer frem i oppgaven til Dybdal-Holthe at det er få som er enige om at teknologien bare fører til goder (Dybdal-Holthe, 2000, s. 39). I dette ligger det at mennesker er miljøbevisste, og redd for konsekvensene teknologien vil gi for miljøet. I dag er det stor oppmerksomhet på bærekraft, og de fleste, største, virksomhetene prøver å ta hensyn til miljøet, for eksempel via reduksjon av utslipp og CO2-håndtering.

## **2.5 Regional vekst og utvikling**

Vekst handler om en økning. For en region kan denne økningen innebære bebyggelse, innbyggertall, økonomi eller antall virksomheter. Utvikling handler om endring. Vekst er en utvikling (Eggen, 2020, avsnitt 3), men all utvikling er ikke vekst.

Richard Florida skrev i sin bok *The Rise of the Creative Class* at den menneskelige, og spesielt den kreative menneskelige klassen, er drivkraften bak regional vekst (Florida, 2001, s. 232-234). Mennesker tiltrekkes av andre mennesker, og bosetter seg der hvor det finnes andre.

Florida definerer den kreative klassen som: «de menneskene som skaper økonomisk verdi ved sin kreativitet» (Florida, 2001, s. 93), dette kan innebære blant annet designere, ingeniører og arkitekter. Denne teorien tilsier at økonomisk og regional vekst vil forekomme hvor det bor og er høyt utdannede mennesker. I sin forskning har Florida kommet frem til at den kreative klassen ønsker tre T'er representert ved de stedene de vurderer å bosette seg. Disse T'ene består av teknologi, toleranse og talent (Florida, 2001, s. 257). Dette innebærer at de innehar en viss mengde teknologi og talent, og toleransen står for åpenhet til nye idéer og mangfold.

Den regionale veksten påvirkes av hvilke typer mennesker de tiltrekker seg. Florida mener at det ikke hjelper å kun tiltrekke seg menneskelig kapital, men også den kreative kapitalen.

Fordi han mener at det er ikke den menneskelige kapitalen og høyteknologiske industrien som er den største faktoren til regional vekst, men kreativ kapital. Det er den kreative kapitalen som fører til økt menneskelig kapital og høyteknologisk industri (Florida, 2001, s. 273). Med dette menes det at en region, som ønsker regional vekst, vil måtte øke oppmerksomheten på å utstråle de tre T'ene, slik at den kreative klassen blir tiltrukket til regionen. Ved at de tiltrekkes vil de øke attraktiviteten og de vil ta med seg virksomhetene sine. Når kreative mennesker blir tiltrukket og tar med seg idéene og virksomhetene sine kan det skapes nye arbeidsplasser.

I St.meld nm.7 (2008-2009) ble det skrevet at: «Kultur er også en suksessfaktor ved utvikling av attraktive byer og steder. Mennesker ønsker muligheter for å oppleve kultur i nærområdet, og kulturnæringene er ofte attraktive arbeidsplasser for unge mennesker.» Satsing på kultur og et godt kulturtilbud, har derfor blitt sett på som et godt verktøy for å skape og beholde et steds attraktivitet.

### **3.0 Bakgrunn for oppgaven**

Dette kapitlet skal gi en oversikt over omgivelsene oppgaven tar hensyn til. Det innebærer å redegjøre for hvem oppdragsgiver er, hvilke arrangement som gjennomføres årlig i Gjøvikregionen og noen kompetansemiljøer regionen innehar. I tillegg skal det redegjøres for arrangementene som gjennomføres i Arendal, samt presentere Kongsberg Agenda, som er en møteplass for teknologi og industri arrangert i Kongsberg. Denne oversikten er for å skape en

helhetlig oversikt over konteksten til oppgaven, som kan bidra inn i argumentasjon og besvarelse av problemstillingen.

### **3.1 Byen vår Gjøvik**

Byen vår Gjøvik ble etablert i 2011, der fem grunnleggere deler visjonen om Gjøvik by. Grunnleggerne er: Gjøvik Handel- og Næringsforening, Gjøvik Gårdeierforening, GOBB, CC Gjøvik og Gjøvik kommune. Sammen jobber de for å utvikle et attraktivt sentrum, skape mer byliv, tiltrekke seg flere tilreisende og bidra til økt antall arbeidsplasser (Byen vår Gjøvik, u.å).

Gjennom prosjekter og aktiviteter, arbeider organisasjonen med en helhetlig utvikling av bysentrum, som har en langsiktig effekt for byen. De ser på næringsutviklingen, kulturlivet og handelstilbudet i Gjøvik, og hvordan dette skal videreutvikles. I tillegg er de opptatt av at Gjøvik skal få et godt omdømme, og synlig stolthet blant egne innbyggere. Organisasjonen har tre ansatte for å gjøre denne jobben (Byen vår Gjøvik, u.å).

### **3.2 Arrangement i Gjøvik**

I Gjøvik arrangeres det flere festivaler årlig som tiltrekker seg både lokale og tilreisende deltakere. Gjøvik har et stort og allsidig arrangementsmiljø, og med over 1400 årlige arrangementer, er det daglig muligheter for en god kulturopplevelse (*Arrangementbyen Gjøvik*, u.å).

En av de mest kjente festivalene i Gjøvik er Akevittfestivalen, som arrangeres hvert år i slutten av september. Dette er en festival dedikert til akevitt, hvor en i løpet av festivalen kan smake på ulike typer akevitt fra hele landet, samt lære om akevittproduksjon og -historie. Festivalen har også et bredt utvalg av mat og underholdning (Gran og Måøy, 2020, s. 20).

Noen andre populære festivaler som arrangeres hvert år, er Sommerslagerne, Gjøvik byfest og Fredvikafestivalen. Dette er musikkfestivaler som byr på underholdning, mat og drikke. Her kan en oppleve både etablerte og nye artister innenfor ulike sjangere. Disse festivalene er viktige for byen og regionen, da de skaper aktivitet og opplevelser for både innbyggere og tilreisende. De bidrar også med å styrke byens omdømme og økonomi (Gran og Måøy, 2020, s. 21-23).

Industridagene Innlandet er den viktigste møteplassen for industri, næringspolitikk, kompetanse og FoU i Innlandet (Industridagene Innlandet, u.å.a). Industrikonferansen er med å bidra til en felles forståelse av industriens ståsted, løfte frem noen av de mulighetene en har

for fremtiden, samt noen av de utfordringene som må løses i fellesskap. På konferansen er det mulig å se og erfare, hente inspirasjon og ny kunnskap, samt bygge nettverk og relasjoner (Industridagene Innlandet, u.å.a). Initiativtakerne til Industridagene Innlandet er NCE Manufacturing, TotAl-gruppen og Raufoss Industripark (Industridagene Innlandet, u.å.b).

### **3.3 Kompetansemiljøer i Gjøvikregionen**

Et potensielt teknologiarrangement burde inneholde tema som hjelper å bygge identitet for Gjøvik, samt skape gode virkninger for byen. Det vil være naturlig å legge oppmerksomheten på teknologi og innovasjon, da Gjøvikregionen har god tilgang til virksomheter med mye kunnskap innenfor industri, teknologi og innovasjon. Disse aktørene kan være med å styrke Gjøvik sin identitet som teknologi- og kompetansesenter.

Raufoss industrien har en 125 år lang erfaring innenfor innovasjon og utvikling, og er nå verdensledende på robotisert- og automatisert teknologi (*Historien*, u.å). Raufoss industrien er gode på flere fagfelt, da både produksjonsbedrifter, servicebedrifter og andre fagfelt er leietakere på området (*Med et industrielt fellesskap i ryggen*, u.å.). En bedrift som tilhører Raufoss-klyngen er Nammo, en av verdens ledende leverandører av spesialammunisjon og rakettmotorer til både militære og sivile kunder. Nammo ble dannet i 1998 gjennom en sammenslåing av ammunisjonsvirksomhetene i tre nordiske land, Norge, Sverige og Finland (Nammo, u.å).

Nært knyttet til Gjøvik sentrum ligger Mustad næringspark, et av Norges mest spennende industrieventyr som startet allerede i 1832. I dag har de tre lokaliteter med forskjellige bruksområder, og huser arbeidsstedet til mange spennende kompetansebedrifter (*Om oss*, u.å). Allerede på 1960-tallet gjorde Mustad store investeringer innen teknologi og nye fabrikker (*En lokal historie om verdiskaping og innovasjon*, u.å).

I 2016 fusjonerte Norges teknisk- naturvitenskapelige universitet (NTNU) med Høgskolen i Gjøvik (*NTNUs historie*, u.å), med hovedprofil innen teknologi og naturvitenskap. NTNU kan tilby studier innenfor fem fakulteter og ni institutt, hvor en kan få innsikt i både informatikk, helse, design, teknologi og økonomi. Universitetet er med på å skape identitet for byen, samtidig som de 4000 studentene bidrar til vekst og utvikling av byen (*NTNU i Gjøvik*, u.å). NTNU sitt arbeid innenfor forskning og innovasjon er gode bidrag for å tilegne seg ny kunnskap, samtidig som de kobler studenter sammen med næringslivet. Koblingen mellom næringslivet og NTNU, vil bidra til å øke vekst og utvikling, samt være med å skape relasjoner.

Helt nede ved Mjøsa ligger potetfabrikken Hoff, som er et landbrukssamvirke. Hoff ble etablert i 1879 og er opptatt av kortreiste råvarer (Fladberg, 2014). Samvirket ligger innenfor kategorien matteknologi, og arbeider for å utnytte poteten mest mulig, samtidig som de ønsker å arbeide effektivt. Samvirket er hele tiden i utvikling, og i 2019 kunne de si at de hadde verdens mest automatiserte brenneri (Bakkelund, 2019).

Dette delkapittelet viser til at Gjøvik har mange interessante aktører som kunne bidratt i et arrangement om teknologi og innovasjon. Regionen innehar flere virksomheter, enn de som er presentert, som også kan bidra i et arrangement. En kan se på Gjøvik kommune sine hjemmesider at det finnes mange frivillige organisasjoner i kommunen (*Lag og organisasjoner*, u.å.). I tillegg kan en se på litt mindre aktører som kan ta del i et slikt arrangement.

### **3.4 Arrangement i Arendal**

Arendal har årlig tre store arrangementer som tar plass i byen. Dette er arrangementer som er basert på politikk, innovasjon og underholdning, der mennesker fra hele Norge kommer for å delta. Disse skaper sosiale møteplasser, tiltrekker seg turister og positiv oppmerksomhet rundt Arendal.

Arendalsuka er en demokratisk møteplass for alle som er interessert i samfunnet vi lever i. Den ble først arrangert i 2012, med 50 arrangementer og 30 stands i gatene. Årene etter har det bare blitt flere og flere som møter opp (*Nøkkeltall for Arendalsuka*, u.å.). Arendalsuka er en nasjonal arena hvor aktører innenfor politikk, samfunns- og næringsliv møter hverandre og andre mennesker, for debatt, konferanser og utforming av politikk i nåtiden og fremtiden (Kommunesektorens interesseorganisasjon, u.å.). Under Arendalsuka blir viktige samfunnstema på dagsorden satt i egne arrangementer fra ulike aktører. Alle typer lokaler i Arendal sentrum blir brukt – alt fra konferansesaler til kafeer, bakgårder og båter. Dermed vil deltakere få utforsket hele Arendal som by (*Universell utforming*, u.å.).

Fremtidens kommuner er Norges største konferanse for innovasjon i offentlig sektor. Konferansen ble for første gang gjennomført i 2001 av Arendal kommune, som en møteplass hvor innovasjon i kommunesektoren settes på dagsorden. Fremtidens kommuner er et resultat av samarbeid mellom en rekke nasjonale partnere, offentlige aktører, frivillige organisasjoner og private virksomheter. (Fremtidens kommuner, u.å.).

TEDxArendal er et årlig arrangement i Arendal som bygger på konseptene TED og TEDx, som er en pakke med korte, nøye forberedte foredrag, demonstrasjoner og forestillinger som

er idéfokuserte. Disse dekker et bredt spekter av emner for å fremme læring, inspirasjon og undring, samt provosere frem samtaler som betyr noe. TED står for technology, entertainment og design, og formidler tematikken som tas opp. Et TEDx arrangement er organisert av frivillige fra lokalsamfunnet. Målet med arrangementet er å vekke samtaler, tilkobling og fellesskap (TEDxArendal, u.å). TEDxArendal ble for første gang arrangert i 2013, og blir gjennomført første fredagen i november. De siste årene har det vært et 12 timers opplegg, toppet med kreative innslag og ny kunnskap som tar alle sanser og hele byen i bruk (Sørlandet kunnskapshavn, u.å).

### **3.5 Kongsberg Agenda**

I 2022 ble Kongsberg Agenda arrangert for første gang. Dette er en møteplass for alle med hjerte for teknologi, industri, verdiskaping og kompetanse (Kongsberg Agenda, u.å.a). Det er en nasjonal teknologiarena for å løfte frem diskusjoner, samtaler og kunnskapsdeling knyttet til disse områdene, med mål om å bidra til å finne bærekraftige løsninger på globale utfordringer (Kongsberg Agenda, u.å.b). I 2022 ble det avviklet om lag 200 aktiviteter og arrangementer, med alt fra teknologiutstillinger, debatter, seminarer, konserter og mer.

Kongsberg Agenda ble en stor suksess, og vil gjennomføres igjen, i juni 2023 (Kongsberg næringsforum, 2023).

## **4.0 Metode**

Denne delen av oppgaven skal redegjøre for valg av metode og hvordan det ble gjennomført. Det skal også gi et innblikk i validitet og reliabilitet, styrker og svakheter ved metodevalget, samt det etiske aspektet knyttet til oppgaven.

Problemstillingen som skal undersøkes i denne oppgaven er, som tidligere nevnt: *“På hvilken måte kan et teknologiarrangement føre til vekst og utvikling av Gjøvik?”*

### **4.1 Undersøkellesdesign**

Ved gjennomførelse av en undersøkelse tar en for seg hvilke undersøkelsesdesign en skal benytte seg av, og som er best egnet til problemstillingen. En er også opptatt av muligheten til generalisering, som innebærer at en gjør noe som i utgangspunktet er spesifikt, om til noe allmenngyldig. En kan benytte seg av et intensivt eller ekstensivt opplegg. Hvor et intensivt opplegg innebærer å gå i dybden på et fenomen eller en hendelse, mens et ekstensivt opplegg går mer i bredden, noe som vil si at en legger opp til å studere mange enheter (Jacobsen, 2018, s. 90). Ved valg av ekstensivt opplegg kunne en ha gjennomført en spørreundersøkelse av



aktuelle aktører, for å finne ut hvordan de mener et slikt arrangement kan føre til økt vekst og utvikling av byen. Det ble valgt et intensivt opplegg, da oppgaven benytter seg av få enheter for å besvare problemstillingen. Oppgaven vil få en grundigere og mer detaljert forståelse av virkningene rundt et større arrangement.

Innenfor det intensive undersøkelsesopplegget finnes det to alternativer: enkeltcase studier og små N-studier. I denne oppgaven egnet det seg best å benytte enkeltcase studier, da dette ga detaljerte beskrivelser av virkeligheten (Jacobsen, 2018, s. 99).

## **4.2 Valg av metode**

Når problemstillingen skal besvares, kan en velge mellom kvantitativ og kvalitativ metode. Ifølge Jacobsen er metode: «de teknikker som anvendes for å tilegne seg kunnskap om virkeligheten» (Jacobsen, 2018, s. 23). Kvantitativ og kvalitativ metode er et skille mellom det å samle inn informasjon om virkeligheten i form av tall eller i form av ord (Jacobsen, 2018, s.125). Ved valg av undersøkelsesdesign er en opptatt av å samle inn data i form av ord, dette tilsvarer den kvalitative metoden. Valgt metode vil derfor gi et bedre svar når det er snakk om et potensielt arrangement, og ikke et som allerede foregår. I denne oppgaven har det blitt gjennomført tre metoder innenfor kvalitativ data: dokumentanalyse, fokusgruppe intervju og individuelle, åpne intervju.

Ved gjennomførelse av dokumentanalysen, tar oppgaven for seg en økonomisk ringvirkingsanalyse fra 2020 og Hviteboken for arrangementsturisme (2011). Oppgaven benytter kvalitativ dokumentanalyse, som innebærer at en benytter seg av informasjon som er skrevet eller samlet inn av andre, ikke oss selv. En snakker altså om å velge ut sekundærdata (Jacobsen, 2018, s. 187). Det vil derfor være viktig å se på i hvilken grad en kan stole på kildene.

Det ble gjennomført et fokusgruppe intervju. Dette er et godt hjelpemiddel når det er et relativt avgrenset tema som skal diskuteres, og fungerer best når en ønsker å få frem individenes erfaringer ved et spesielt forhold (Merton, 1987, som sitert i Jacobsen, 2018, s. 160). Når en samler inn opplysninger direkte fra mennesker eller gruppe av mennesker, kalles det primærdata (Jacobsen, 2018, s. 139). I Arendal finnes det en gruppe på 5-10 personer som arbeider med alle tre arrangementene som foregår i byen. Det ble gjennomført et intervju med Erik Bøylestad Nilsen og Linn Juul-Petersen fra denne komiteen, for å få innsikt i hvordan arrangementene fungerer, og deres erfaringer rundt virkningene av dem. Dette bidrar til å forsterke vår innsikt for besvarelse av problemstillingen.

Det ble også gjennomført et åpent, individuelt intervju med Wivi-Ann Bamrud fra Kongsberg Agenda, for å høre om hennes erfaringer og opplevde virkninger etter gjennomført arrangement. Dette ble gjort for å høre om hvordan et teknologiarrangement ble mottatt av interesse i næringslivet, og generelt i befolkningen.

I tillegg ble seks forskjellige aktører, som kunne ha deltatt i et teknologiarrangement, kontaktet. Dette ble gjennomført som et åpent intervju, men over e-post (Jacobsen, 2018, s. 148), da en ville ha inn konkrete svar, og ikke i form av en undersøkelse. Det ble spurt om et teknologiarrangement kunne ha vært av interesse for dem, samt på hvilken måte et slikt arrangement kunne ha påvirket dem som aktører i næringslivet. Det svaret som kom inn, er lagt inn i delkapittel 5.5, og vil bli brukt videre i drøftingen.

For å få et siste innblikk ble det tatt kontakt med Ottar Henriksen som er universitetslektor ved NTNU, for et åpent, individuelt intervju. Det ble gjort for å få en innsikt i hvilke virkninger han mener et arrangement vil føre til. Med lang erfaring innenfor næringslivet, vil han ha en oppfatning av hvordan det vil være for næringslivet å delta i et slikt arrangement.

### **4.3 Dokumentanalyse**

Det ble gjennomført en kvalitativ dokumentanalyse av to dokumenter, den økonomiske ringvirkningsanalyse fra 2020 og Hvitebok for arrangementsturisme (2011), hvor en benytter seg av begge dokumentene, for å komme frem til argumenter i drøftingen rundt problemstillingen.

Før en begynner med datainnsamling til dokumentanalysen er det viktig å vite hva en skal trekke frem, samt hva en trenger for å besvare problemstillingen. Problemstillingen vil være med på å avgrense tilgangen på informasjon, så en holder seg innenfor oppgavens formål.

Oppgaven tar for seg den økonomiske ringvirkningsanalysen fra 2020, som ser på fire arrangement som gjennomføres i Gjøvik. Med dette kan en se hvilke ringvirkninger arrangementene har, som gir et grunnlag for sammenligning. Denne oppgaven vektlegger ikke det økonomiske aspektet ved arrangement, men ved hjelp av dokumentet kan en få en forståelse av Gjøvik som arrangementsby.

I tillegg tar oppgaven for seg Hviteboken for arrangementsturisme (2011), som er et rammeverk for hvordan byer skal bygge opp sin strategi for å utvikle seg innenfor arrangementsturisme. Det vil gi et innblikk i hvilke fordeler og virkninger et arrangement av

flere størrelser vil gi en by. For oppgaven vil dette forsterke drøftingen rundt hvordan et arrangement vil føre til vekst og utvikling av Gjøvik.

#### **4.4 Valg av dokument**

Ved dokumentanalyse er hovedproblemet knyttet til i hvilken grad en kan stole på kilden som er valgt (Jacobsen, 2018, s. 188), det er derfor viktig at en undersøger nøye de dokumentene en benytter seg av. En viktig del av arbeidet er å være kildekritisk og oppmerksom på at kildene er troverdige og pålitelige. Det første en ser på, er om dokumentene er produsert av en som selv var tilstede under situasjonen som undersøkes. Dersom informasjonen kommer fra en person som selv har deltatt, kalles det førstehåndskilde (Jacobsen, 2018, s. 188).

Dokumentene denne oppgaven benytter seg av er informasjon personer har hørt fra andre, altså ikke vært tilstede i situasjonen, dette kalles andrehåndskilder. Formålet med dokumentene som er benyttet er av større hensikt, så andrehåndskilder vil fortsatt være like interessant for denne oppgaven.

Den økonomiske ringvirkningsanalysen fra 2020 er gjennomført av samfunnsøkonomisk analyse AS (SØA), et uavhengig analyseselskap som tar oppdrag i skjæringspunktet mellom næringers og samfunnets interesser (Samfunnsøkonomisk analyse, u.å).

Ringvirkningsanalysen ble gjennomført med formål om å belyse den økonomiske og samfunnsmessige verdien av fire ulike arrangementer, for Byen vår Gjøvik (Gran og Måøy, 2020, s. 8).

SØA, er en institusjonell kilde, dette er en kilde hvor det står en kollektiv enhet bak, for eksempel en organisasjon (Jacobsen, 2018, s.190). Som Jacobsen skriver kan det være mer uklart hvem sine synspunkter som kommer frem, i forhold til en personlig kilde, hvor de som skriver har vært til stede under arrangementet (Jacobsen, 2018, s. 190). Kilden vil få mer troverdighet når organisasjonen som står bak, har erfaringer med å gjennomføre analyser.

SØA har gjort ringvirkningsanalysen offentlig, som viser til at de ønsker å nå et større publikum og de vil skape et spesielt inntrykk av en situasjon (Jacobsen, 2018, s. 189). For å være helt sikker på at den informasjonen som er opplyst kan stoles på, bør en benytte seg av flere kilder for å skape et helhetsbilde. Derfor har oppgaven også tatt for seg Hviteboken for arrangementsturisme.

Hviteboken for arrangementsturisme (2011) er skrevet av Innovasjon Norge, og ble ledet av en prosjektgruppe bestående av lederne for destinasjonsselskapene i de seks største byene i Norge. Formålet er å etablere et rammeverk for hvordan én enkelt by, skal bygge opp sin

strategi for å utvikle byene innenfor arrangementsturisme (Innovasjon Norge, 2011). Siden Innovasjon Norge står bak, er Hviteboken en institusjonell kilde.

#### **4.5 Fokusgruppeintervju**

Det ble gjennomført et fokusgruppe intervju, som samler flere respondenter til en diskusjon og/eller en samtale om ett eller flere tema (Jacobsen, 2018, s. 148). Intervjuet med Erik Bøylestad Nilsen og Linn Juul-Petersen fra komiteen i Arendal, ble gjennomført digitalt over Teams. Dette var den letteste måten å gjennomføre intervjuet på, da det geografisk sett er stor avstand og vil ta mye ekstra tid å gjennomføre fysisk. Svakheten med denne metoden er at det kan føre til svakere etablert tillit og åpenhet.

Gruppeintervju kan gjennomføres så enkelt som å kun ta for seg en gruppe. I mange situasjoner vil det være bedre å gjennomføre intervjuet med flere grupper (Jacobsen, 2018, s. 162). Det ble valgt å gjennomføre et gruppeintervju, da respondentene som ble intervjuet har god innsikt i det oppgaven er interessert i. Fordelen er at Nilsen og Juul-Petersen allerede arbeider sammen om det temaet som etterspørres, og det vil derfor gi et godt innblikk i hvilke virkninger som kommer av arrangementene.

Det ble laget en intervjuguide (vedlegg 3), for å få en oversikt over hvilke temaer som ønskes belyst under intervjuet. Oppgaven er interessert i en samtale rundt virkningene av arrangementene i Arendal. Det ble bestemt at intervjuerne skulle ha en passiv rolle, hvor de startet diskusjonen, nevner temaer som skal diskuteres, og deretter lytter og registrerer hva som blir sagt i en meningsutvikling mellom gruppemedlemmene. Når en opptre passivt vil en få frem respondentenes synspunkt og hva respondentene selv definerer som viktig (Jacobsen, 2018, s. 163). Da kan en få tak i informasjon som en i utgangspunktet ikke tenkte over, men som vil være med å styrke oppgaven.

Intervjuet ble overholdt digitalt på 45 – 60 minutter. Alle spørsmålene i intervjuguiden ble besvart, samt at det videre ble diskutert mer rundt tema, noe som førte til at det kom opplysninger som ikke var etterspurt. Det var i hovedsak intervjulederen som tok ansvar for å få svar på spørsmålene, mens de andre noterte og kom med innspill ved behov. Denne strukturen fungerte godt, og en fikk inn viktig informasjon for videre arbeid.

#### **4.6 Individuelle, åpne intervju**

Datainnsamlingsmetoden individuelt, åpent intervju kjennetegnes ved at intervjuer og respondent prater sammen, som en vanlig dialog (Jacobsen, 2018, s. 146). Metoden ble valgt

da det var få enheter som skulle undersøkes. Det ble gjennomført et intervju med Wivi-Ann Bamrud og et med Ottar Henriksen.

Intervjuet med Wivi-Ann Bamrud fra Kongsberg Agenda ble gjennomført over Teams. Bamrud er daglig leder, og har derfor god innsikt i arrangementet. Hun kunne formidle sine erfaringer rundt det å arrangere et slikt arrangement. Dette ga oss grunnlag for at et åpent intervju var nok. Intervjuet var av middels strukturering, hvor intervjuguiden (vedlegg 4) åpnet opp for at Bamrud selv kunne ta opp temaer. Men hvis et av de nevnte temaene ikke ble berørt skal intervjuer sørge for at de blir besvart (Jacobsen, 2018, s. 151). Det ble valgt for å få en flyt i samtalen, samtidig som temaene blir tatt opp i en naturlig sammenheng. Intervjuleder startet samtalen, før Bamrud videre snakket om sine erfaringer rundt arrangementet, og intervjuer kom med innspill ved behov. De andre noterte seg viktig informasjon da intervjuet ikke ble tatt opp.

Det ble gjennomført et intervju med Ottar Henriksen. Intervjuet ble gjennomført fysisk, da Henriksen var tilgjengelig på universitetet. Det ble gitt et muntlig samtykke til å benytte navnet hans i oppgaven. Fordelen ved et fysisk intervju er at det blir god flyt i samtalen. Siden intervjuet ble gjennomført etter kort korrespondanse, ble det ikke laget noe intervjuguide, og intervjuet ble gjennomført med lav strukturering. Dette førte til at oppbygningen av intervjuet falt ut fra hva som var naturlig, og spilte på Henriksen sin kompetanse og erfaring etter mange år i næringslivet. Intervjuet ble ikke tatt opp, det ble kun tatt notater slik at det bedre kan benyttes i videre argumentasjon.

#### **4.7 Validitet og reliabilitet**

En undersøkelse skal være en metode for å samle inn empiri, og burde derfor tilfredsstillende kravene til validitet og reliabilitet (Jacobsen, 2018, s. 16).

Validitet handler om at informasjonen er gyldig og relevant, og om dataene som hentes inn faktisk gir svar på oppgavens problemstilling. Reliabilitet omhandler pålitelighet og troverdighet, altså om våre kilder er til å stole på (Jacobsen, 2018, s. 17).

Det opereres med to ulike typer gyldighet og relevans: intern og ekstern. Intern gyldighet handler om våre resultater oppfattes som riktige, og at det er samsvar mellom virkeligheten og forskerens svar (Jacobsen, 2018, s. 228). Dokumentene som er blitt analysert ble skrevet av eksterne forskere, noe som kan være positivt i forhold til deres gyldighet. Når det er eksterne forskere, vil de se på både det positive og negative ved arrangementene. En svakhet ved eksterne forskere kan være at intern informasjon ikke kommer frem, som kan påvirke

resultatene, de eksterne forskerne samler inn. Så en må ta høyde for at ikke all nyttig informasjon er tatt i betraktning.

Ekstern gyldighet dreier seg om i hvilken grad funnene fra en undersøkelse kan generaliseres til andre enn dem en faktisk har undersøkt (Jacobsen, 2018, s. 237). Kvalitativ metode har sin styrke i intern gyldighet og svakhet i ekstern gyldighet (Jacobsen, 2018, s. 138). Oppgaven undersøker en konkret problemstilling, og informasjonen som blir innhentet vil være knyttet til den. Derfor kan det være vanskelig å generalisere disse funnene i andre sammenhenger, men det vil fortsatt ikke påvirke gyldigheten til oppgaven.

Når en ser på reliabiliteten rundt oppgaven, ser en på om det er trekk ved selve undersøkelsen som har skapt de resultatene en har kommet frem til (Jacobsen, 2018, s. 241). En ser på om det er trekk ved vår metode som kan ha ført til de svarene en ville ha, og ikke ser begge sider av problemstillingen. I denne oppgaven kan datainnsamlingsmetoden påvirke resultatene, gjennom det som kalles konteksteffekten. Her ser en på hvilken sammenheng informasjonen blir samlet inn i. Altså hvor undersøkelsen tar sted, og om det kom overraskende på respondenten eller ikke (Jacobsen, 2018, s. 243). Da intervjuene ble gjennomført digitalt satt respondentene på en naturlig plass, noe som ikke vil endre atferd og gjøre det ukomfortabelt under intervjuet.

Det ble avtalt et møte god tid i forveien, hvor respondentene fra Arendal og Kongsberg fikk tilsendt intervjuguide, noe som gjorde de mer forberedt til intervjuet. Ved tilsendt intervjuguide kan respondentene på forhånd ha formulert svar på tilsendte spørsmål, noe som vil ha en påvirkning på oppgavens pålitelighet. Ved gjennomførelse av intervjuet med Nilsen og Juul-Petersen ble det tatt lydopptak, for å sikre at en har de riktige dataene og ikke glemmer viktig informasjon. Dette vil påvirke påliteligheten til våre data, da det kan bli gitt informasjon som en på forhånd ikke hadde tenkt var vesentlig til denne oppgaven.

For å styrke troverdigheten til oppgaven er det blitt benyttet flere kilder, for å kunne styrke oppgavens funn og påstander. Intervjuene med Nilsen og Juul-Petersen, samt Bamrud, ga god innsikt i hva som har vært viktig under andre arrangementer. Ved utsendelse av e-post, ønsket en å få et innblikk i om næringslivet i området faktisk er interessert i et slikt arrangement. Siden responsen var dårlig, ble Ottar Henriksen kontaktet. Han har lang erfaring innenfor næringslivet, og har derfor god innsikt i hvordan det er for næringslivet å delta i et slikt arrangement.

## **4.8 Styrker og svakheter ved metodevalg**

Det er både styrker og svakheter ved metodevalgene som er tatt. En styrke ved å benytte seg av kvalitativ data, er at en får konkrete svar på det en lurer på. Samtidig som det er mulig å spørre om det er informasjon og svar en ikke helt forstår. Det vil også gi muligheten for å ta kontakt med de en ønsker, og informasjonen en får inn, kan drøftes videre. Når en er i kontakt med flere respondenter, skaper det også mer troverdighet, da en har flere innblikk i hvordan det faktisk fungerer i virkeligheten. Ved gjennomførelse av dokumentanalyse, får en tak i mye informasjon, som gir et godt innblikk på det en skal undersøke.

En svakhet ved bruk av ulike intervju hvor en på forhånd lager intervjuguide, er at det fort kan vinkle intervjuet i ønsket retning. Spørsmålene blir farget av forhåndskunnskapene til de som intervjuer, og vil da kunne skape en smalere ramme. På denne måten kan utsendelse av intervjuguide føre til at en holder seg innenfor de rammene spørsmålene og intervjuerne har satt, og at en ikke får innblikk i annen informasjon som kunne ha vært relevant. Da Henriksen ikke fikk tilsendt intervjuguide, ga det mulighet til at han kunne komme med informasjon utenfor disse rammene.

En annen svakhet kan være at informasjonsinnhenting blir så stor at en ikke får med seg det viktigste. Derfor er det lurt å ta opptak, samt notere underveis i intervjuet, for å ha tilgang til informasjonen senere. Hadde oppgaven tatt i bruk kvantitativ metode hadde en kunne funnet ut om andre målgrupper har noen interesse for et teknologiarrangement i Gjøvik, men dette ble ikke vektlagt i oppgaven. En mulig årsak til at det var dårlig respons fra aktuelle aktører er at det ble valgt å sende e-post med spørsmålene, istedenfor å gjennomføre en større undersøkelse. Ved bruk av spørreundersøkelse kan de få følelsen av at svarene skal brukes i en større sammenheng, og det ville kanskje ha ført til bedre respons.

## **4.9 Etikk**

Da intervjuene skulle holdes digitalt, ble det søkt om behandling av personopplysninger i forskning gjennom Norsk senter for forskningsdata (NSD). Dette for å ha muligheten til å ta lydopptak, og benytte navn i oppgaven. Med tilgang til opptak er det hele tiden mulig å gå tilbake i intervjuet, da en kan oppfatte og høre ny informasjon enn tidligere.

Tidlig i bachelorprosessen ble prosjektet godkjent av NSD i henhold til deres retningslinjer. Det ble kartlagt en samtykkeerklæring (vedlegg 1 og vedlegg 2), som ble tilsendt våre respondenter før intervjuene ble gjennomført. Når respondentene fra Arendal og Kongsberg fikk tilsendt intervjuguide, ble det også vedlagt et informasjonsskriv. Dette for at

respondentene skulle vite hva de går til, opplyses om at det er frivillig og at vedkommende har mulighet til å trekke sitt samtykke.

Under intervjuet med Arendal ble det tatt lydopptak, for å sikre tilgang til nøyaktig informasjon og henvisning. Lydopptaket ble lagret i NTNU sin nettsky under gjennomføringen og slettet etter transkribering, i henhold til retningslinjene. Dette viser til at oppgaven er gjennomført ved å overholde de etiske aspektene rundt oppgaven.

## **5.0 Resultater**

I dette kapittelet skal funnene fra dokumentanalysen og de kvalitative intervjuene bli presentert. Dette skaper grunnlaget for den videre drøftingen i neste kapittel. Her vil det komme frem flere elementer som vil hjelpe i besvarelsen av problemstillingen.

### **5.1 Økonomiske ringvirkninger av festivaler i Gjøvik kommune**

Rapporten fra 2020 er skrevet på oppdrag av Byen vår Gjøvik, av Samfunnsøkonomisk analyse AS (SØA). Der de fikk i oppgave å gjennomføre ringvirkningsanalyse av fire festivaler som tar plass i Gjøvik: Akevittfestivalen, Sommerslagerne, Gjøvik Byfest og Fredvikafestivalen. SØA analyserte de fire festivalene i løpet av 2019, for å finne ut hvilke direkte og indirekte ringvirkninger festivalene førte til. I tillegg kommer det frem sosiokulturelle virkninger som kan oppstå.

Det kommer frem i analysen at målgruppen til festivalene, påvirker de forskjellige ringvirkningene og overrislingseffektene de har. Gjøvik Byfest har mål om å tiltrekke de lokale, og er gratis. Ønsket er å tiltrekke seg mennesker og øke omsetningen til de lokale aktørene. Dette vil skape lavere ringvirkninger, siden en del av pengene hadde blitt brukt i området uansett. Akevittfestivalen er den festivalen som tiltrekker seg flere deltakere, og har de største overrislingseffektene, da det er en del tilreisende. Det naturlig at de festivalene med flest tilreisende, også har de høyeste overrislingseffektene.

I rapporten kommer det frem at de forskjellige virkningene varierer ut fra tilbudet festivalene har. Om det selges mat i festivalen vil det føre til at flere av deltakerne bruker penger, som fører til inntekt for festivalen, og dermed kategoriseres som direkte ringvirkninger. Hvis det ikke selges mat, må deltakerne benytte seg av tilbudene rundt festivalene og det vil dermed føre til høyere overrislingseffekter.

Under de forskjellige festivalene er det blitt gjennomført spørreundersøkelser for å kunne beregne hvor mange som er tilreisende. For, i en ringvirkningsanalyse skal ikke de lokale



aktørene bli tatt med. Om festivalen ikke hadde tatt sted, ville pengene ha blitt brukt på noe annet innenfor det geografiske området som er satt. Det vil derfor bare bli en omrokking av pengene, da pengene ikke har forlatt området. I tillegg spurte spørreundersøkelsen om deltakerne opplevde at festivalene er med på å gjøre Gjøvik til en mer attraktiv by å bo i. Over halvparten svarte at arrangementene i middels eller stor grad hjelper på Gjøvik sin attraktivitet.

Det finnes forskjellige måter å regne ut ringvirkningene av et arrangement eller en festival. En kritisk faktor for utregningen er størrelsen og avgrensningen av området som skal analyseres. En slik avgrensning er viktig for om en deltaker blir sett på som lokal eller som en tilreisende, og for å vite om det er nye penger inn i området eller om det er penger som ville ha blitt brukt på noe annet under samme periode. Jo mer et område avgrenses, jo mer av aktørene vil anses som import. I tillegg spiller årstid en rolle på om en kunne forventet at tilreisende kommer kun for festivalene, eller om de tilreisende hadde planer om å komme uavhengig av et opplegg.

Festivalene er ikke kun med å tilføre økonomiske verdier til området, men også samfunnsmessige verdier. Disse verdiene kan deles opp i sosiale og kulturelle verdier. Førstnevnte innebærer samarbeid, fellesskap, tilhørighet, engasjement samt oppbygging av nettverk. Disse verdiene kan, blant annet, være et produkt av frivillig arbeid og deltakelse. Kulturelle verdier omhandler å bruke historien til å styrke egen identitet, og dermed også omdømme. Både sosiale og kulturelle verdier kan være med å påvirke mennesker sitt ønske om å bosette seg eller skape næringsvirksomhet i området. Derfor kan disse ha betydning for utvikling og vekst videre. Et godt kulturtilbud er en måte en kan skape attraktivitet, i tillegg kan det påvirke hvem som ønsker å komme til området. Ut fra hvilke tilbud som er tilgjengelig vil forskjellige mennesker bli engasjerte. Innovasjon Norge har kommet frem til at kulturbygging, via kultur- og idrettsarrangement, bidrar til å styrke identiteten og synligheten til en region.

## **5.2 Hvitebok for arrangementsturisme**

Hviteboken, skapt av Innovasjon Norge i 2011, skal fungere som et verktøy for utvikling av arrangementsturisme, for ulike aktører, i samtlige byer i Norge. Store deler av Hviteboken inneholder informasjon om utvikling av strategi og arrangement, noe som ikke vektlegges i denne oppgaven. Derimot, ble det også skrevet om flere virkninger og effekter ved å gjennomføre arrangementer av forskjellige størrelser.

Tidlig i Hviteboken kommer det frem at opplevelsesindustrien er en næring i vekst, som kan føre til stort potensiale når det kommer til økonomisk vekst, samt økt sysselsetting. Arrangementsturisme er derfor et viktig tiltak for byutvikling. Det påpekes at utvikling av små og mellomstore arrangementer er et strategisk element og kan benyttes som virkemiddel i modernisering og utvikling av byer. Arrangement kan på flere måter påvirke en by og dens region, ved å styrke den lokale og regionale næringsvirksomheten, samt ved å fungere som en katalysator på flere områder. Disse områdene omhandler styrking av synligheten og identiteten til regionen, oppslutning av frivillig arbeid samt lokalt idretts- og kulturarbeid. En annen effekt, som er like viktig som økonomisk vekst, er befolkningens egen opplevelse av økt tilhørighet til byen eller regionen.

For områder hvor mye av vare- og tjenesteproduksjonen skjer lokalt, vil hoveddelen av den økonomiske tilslutningen fra arrangementet forbli i vertsbyen. I tillegg kan en by som satser på arrangementsturisme skape seg et mer robust arbeidsmarked, innenfor arbeidsoppgaver som krever mindre kompetanse. Det kommer også frem av erfaring, at ved å ha flere arenaer å spille på, blir byene og regionene mer dynamiske og effektive med å tilpasse seg til rammebetingelsene. Når en by eller en region satser på arrangement vil det gi grunnlag for større investeringer innenfor infrastruktur, og økning av kapasitet for å ta imot turister. En annen faktor som kommer frem er at et slikt arrangement er med på å bygge nettverk, på tvers av kompetanser og arbeidsområder. I tillegg kan slike arrangement, som tiltrekker seg frivillig arbeid, være med på integrering i området hvor arrangementet gjennomføres, fordi de frivillige får ta del i noe.

I utbygging av en strategi er det viktig å kartlegge området som skal gjennomføre arrangementet. Denne kartleggingen innebærer: å undersøke arenaer for hvor et arrangement kan gjennomføres, finne kapasiteten når det kommer til overnatting, se på tidligere gjennomførte arrangementer, hvilket næringsliv som tilhører området, i tillegg til andre fokusområder. En annen viktig faktor ved utvikling av et arrangement er å stille strategiske spørsmål, for å undersøke om arrangementet er gjennomførbart. Ved gjennomføring av mindre arrangementer kan det føre til at en senere får gjennomføre større arrangementer. Både ved at en tilegner seg arrangementskompetanse, samt at en skaper gode samarbeid i regionen, som kan overføres til flere arenaer.

### 5.3 Kvalitativt intervju med representanter fra Arendal

Under intervjuet med Erik Bøylestad Nilsen og Linn Juul-Petersen ble det opplyst om at det ikke er laget noen ringvirkningsanalyse for arrangementene i Arendal. De vet at en analyse kunne ha vært smart, med tanke på å undersøke om arrangementene faktisk er lønnsomme. Derimot, så har de ikke hatt noe behov for å bevise om de er lønnsomme eller ei, da ingen har satt spørsmålsteget ved dette.

Når det gjelder Arendalsuka synes de det er viktigere å være tro mot sine verdier, enn å skape høyest mulig overskudd. Det handler om å se på virkningene av arrangementet, og hva det gir til byen. Nilsen og Juul-Petersen er derfor opptatt av å skape et arrangement som er best mulig, og ikke størst mulig. Det kan være flere årsaker til at det ikke er laget en ringvirkningsanalyse av arrangementet. Akkurat Arendalsuka er litt spesiell, siden det ikke er noen påmelding, og det vil derfor være vanskelig å kontakte de som har deltatt på arrangementet. En annen grunn kan være at Arendalsuka er lagt til uke 33, noe som gjør det vanskelig å skille mellom de som er i Arendal på sommerferie, og de som faktisk er der for arrangementet. Under et arrangement med gitt tema, er det viktig at personer som er kjent rundt temaet i Norge blir invitert, og møter opp. Derfor har Arendalsuka avtalt med Norges politikere at det årlig skal arrangeres i uke 33, for å sikre at partilederdebatten blir lagt til dette arrangementet. En annen viktig faktor for arrangørene er at de sikrer seg mennesker det er mulig å bygge rundt. Dette vil føre til økt besøkstall, som igjen vil føre til at byen og andre aktører legger mer merke til arrangementet. På denne måten kan de menneskene som ikke deltok vite at noe foregår, slik at de kan bli en del av arrangementene ved neste gjennomføring.

Fremtidens kommuner, som tidligere het Arendalskonferansen, var et lite lokalt arrangement, som nå har blitt en nasjonal konferanse om innovasjon i kommunesektoren. Fremtidens kommuner har vært med på å bygge omdømme og stolthet i kommunen, noe som førte til at Arendalsuka ble utviklet, for å videre bygge omdømme.

Et annet arrangement som gjennomføres i Arendal, er TEDxArendal. Dette er et arrangement som ligner på en vanlig konferanse, som foregår i 12 timer. Her er det flere store virksomheter som går sammen, noen med midler og andre med engasjement, for å kunne gjennomføre TED-arrangementet. Dette er et arrangement for opp mot 700 personer, hvor temaer som kunnskap og opplevelser blir tatt opp. En begrensning av billetter fører til at personer som er interessert i arrangementet må være forberedt og raske under påmeldingen. For at

arrangementet skal kunne gjennomføres, er Arendal avhengig av frivilligheten i kommunen. Det har arbeidet rundt 70-80 frivillige under arrangementet når det har blitt gjennomført tidligere. Forskjellen fra denne type arrangement og arrangementer som er festrelatert, er at det er en annen type frivillige som arbeider. Her har personer mulighet til å bruke sin kompetanse ett annet sted enn på jobb. En vil ha mulighet til å kunne delta som frivillig på tema en er interessert i, noe annet enn det hverdagslige arbeidet. Dette er med på å tiltrekke mennesker, noe som også vil føre til integrering og kjennskap, som igjen vil føre til at det dannes nettverk. Under intervjuet ble det nevnt at dette er med på å bygge omdømme rundt byen.

TEDxArendal foregår en fredag i november. Tanken bak dette er å gjøre dagene lettere i en ellers tung og mørk periode. Selv om arrangementet bare varer i 12 timer, følger det med mange virkninger som påvirker byen. De tilreisende må kjøpe mat, samt ha overnatting, noe som fører til skapt verdi. Derimot så er det viktig at de får en god opplevelse, da disse fører til om det er noe en ønsker å gjenoppleve eller ikke. Det var ikke nødvendig med markedsføring for oppstart av TEDxArendal, da kommunen har et stødig nettverk i bunn.

Ved gjennomføring av en ringvirkningsanalyse mener de selv at arrangementene hadde kommet dårlig ut. Dette er fordi det er mange virkninger både internt og eksternt som ikke ville ha blitt regnet med i analysen. Det er disse virkningene som er interessante å se på, og det er de som vil være med på å bygge omdømme og utvikling av byen. Arendal kommune er opptatt av at når et arrangement foregår, skal det være synlig for mennesker at det skjer noe. De benytter seg av hele byen, for å vise frem hva byen har å tilby og da spesielt de delene som er attraktive. Dette er for at personer som ikke deltar, skal se at de har gått glipp av noe. Virkningen av dette vil være at mennesker er oppmerksom på det, og vil delta senere år. Samtidig er de opptatt av at arrangementene ikke skal være en festival, da de ikke vil ha et arrangement som består av fest og fyll. Frivillig arbeid er en viktig del av arrangementene, da det har bidratt til integrering av ukrainere og økt innbyggerstolthet, ved at innbyggerne har mulighet til å delta og vise at de er stolte over det deres by har å tilby.

Arendal var før kjent som en festby, men disse tre arrangementene har bygget opp kommunens omdømme og stolthet, og byen er nå kjent for kunnskapen sin.

#### **5.4 Kvalitativt intervju med Kongsberg Agenda**

Det ble gjennomført et kort intervju med Kongsberg Agenda, hvor det ble gitt innblikk i deres oppstart og erfaring. De hadde ikke gjennomført noen undersøkelser av interesse for

teknologiarrangement i forkant, og hadde lite fakta rundt det. Grunnen til at de valgte å satse på teknologi er fordi Kongsberg er en teknologiby, og det er dette arrangørene ønsker å få frem ved arrangementet. Utspringet av arrangementet kommer fra Jazzfestivalen som foregår årlig, da de så det var et behov for en større plass for næringslivet. Dette ga både store og små virksomheter muligheten til å synliggjøre seg selv.

Etter gjennomført arrangement i 2022, har de fått tilbakemeldinger fra virksomheter om at de var stolte over å vise hvem de er, i tillegg var de tilgjengelig for alle. Deltakere synes det var gøy at det skjer noe annerledes i byen, og muligheten til å kunne snakke med fagpersoner. Innbyggerne var opptatt av å få frem at «dette er jeg en del av, her bor jeg».

Det var ikke salg av billetter på Kongsberg Agenda, og derfor har de ingen tall på hvor mange som møtte opp, eller hvem som var på hvilken stand, foredrag eller lignende. I motsetning til arrangementene i Arendal, var det ingen form for frivillig arbeid, da de ikke ønsket å «stjele» arbeidskraft fra Jazzfestivalen.

Intervjuet avsluttet med å se på hvordan Kongsberg Agenda og et eventuelt teknologiarrangement i Gjøvik ville spille på hverandre. Både som konkurrenter, men også for å gjøre hverandre gode. Ved å skape oppmerksomhet rundt samme tematikk kan de dra fordel av å skape et miljø med kompetansedeling og –bygging.

## **5.5 Respons fra aktører i Gjøvik**

Det ble sendt ut e-post til seks ulike aktører i Gjøvik, hvor det kun var Nammo som responderte:

Nammo, som tilhører Raufoss industrien, responderte at de ønsket å delta på et slikt arrangement for å formidle hva de holder på med, for å skape kjennskap. Videre svarte de at det er viktig å tiltrekke seg fremtidig arbeidskraft, og et slikt arrangement kan være en arena å gjøre det på. Det som ble trukket frem av potensielle positive konsekvenser ved en deltakelse var: økt kjennskap, tiltrekking av arbeidssøkere, flere henvendelser når det kommer til sponsorstøtte, og økt interesse fra media som kan dekke aktiviteter og kontrakter. Derimot, kom det frem at en negativ konsekvens for dem kunne være oppmerksomhet fra motstandere av forsvarsindustrien.

Det var lite respons fra potensielle aktører, men det svaret som ble mottatt viser til at et teknologiarrangement vil være av interesse, og vil gi positive virkninger for de aktørene som ønsker å delta på et slikt arrangement.

## 5.6 Kvalitativt intervju med Ottar Henriksen

Det ble gjennomført et intervju med Ottar Henriksen, hvor temaet var hvilke virkninger et arrangement kan gi Gjøvik. Han påpekte at et arrangement er med på å skape omdømme, samt bygge identitet for vertsbyen. Det er lettere å bygge et omdømme for byen om det gjennomføres fysisk og er unikt, men det tar tid.

Et arrangement vil føre til at mennesker som har interesse innenfor teknologi møtes. De deltakende partene møter hverandre, som kan føre til at det blir lettere å ta kontakt med hverandre i ettertid. Et eventuelt teknologiarrangement vil kunne skape stolthet og tilhørighet for innbyggerne i Gjøvik. Da en ville hatt mulighet til å vise hva byen innehar, og vise til kompetansen som ligger her. Det vil også bidra til at en tidlig kan koble de unge sammen med næringslivet. Gjøvikregionen er god på den kompetansen de innehar med nettverksbygging, og klynger. Henriksen påpekte at et slik arrangement vil være bra for regionen, da det kunne ført til et bedre samspill mellom Gjøvik og Raufossindustrien, samt andre aktører.

Henriksen fortalte at det er viktig å få frem det som er unikt for byen. Han viser til at Gjøvikregionen er god innenfor teknologi, da de har en nasjonalt ledende kompetanse knyttet til industriutvikling og datasikkerhet. Samtidig har de god innsikt i hvordan en kan bruke nyutviklet og digital teknologi, på en sikker måte. Det er ikke mange som vet hvilken kompetanse Gjøvik innehar, og et teknologiarrangement ville bidratt til å spre dette budskapet. Han formidler at byen er for dårlig til å synliggjøre nettopp dette, og er lite bevisst om den fantastiske uslepne diamanten regionen innehar.

Etterhvert ble han spurt om hva han tenker er årsaken til at aktører vil delta på et teknologiarrangement. Han svarte at de som deltar øker sin kompetanse, og det vil skape virkninger som også vil tydeliggjøre identiteten til virksomheten. Grunnen er at deltakere er interessert i å lære noe nytt, og få påfyll av informasjon. Virksomhetene kan også bli bedre kjent, dersom deltakere forteller hva de har sett og vært en del av. Munn-til-munn markedsføring vil altså hjelpe til med at arrangementet sprer seg raskere.

Under intervjuet ble det diskutert responsen Nammo ga, og Henriksen mener at virkningen av at de tiltrekker seg flere søkere, vil være mer langsiktig enn andre virkninger ved arrangementet. For i det lange løp vil de kunne påvirke studenter til å søke hos seg, eller få noen til å søke seg inn på studier for å kunne jobbe hos dem senere.

## 6.0 Drøfting

Dette kapittelet har som formål å besvare og drøfte problemstillingen:

*«På hvilken måte kan et teknologiarrangement føre til vekst og utvikling av Gjøvik?»*

For å besvare dette vil funnene og resultatene, samt teorien som er blitt innhentet, drøftes og diskuteres for å skape et grunnlag for besvarelse av problemstillingen.

### 6.1 Omdømme, identitet og stedsmerkevarebygging

Byen Gjøvik har allerede etablert seg som en destinasjon, fordi de har festivaler og arrangementer i Innlandet, som byr på musikk, underholdning, mat og drikke. På Raufoss arrangeres Industridagene Innlandet, som er den viktigste møteplassen for industrien. Her vil virksomhetene i Raufoss industripark dele sine erfaringer og bygge nettverk gjennom arrangementet. Et eventuelt teknologiarrangement i Gjøvik kan være med å styrke Industridagene Innlandet, og omvendt. Da begge fokuserer på kompetanse- og nettverksbygging innenfor teknologi, innovasjon og industri. Et teknologiarrangement vil fremheve kunnskap innenfor teknologi og innovasjon, og vil kunne tiltrekke seg mennesker som er interesserte i dette temaet eller som ønsker å lære mer om det. Dette er med på å skape en ny og spennende rekkevidde for byens innbyggere og tilreisende, samt aktører.

Ifølge Hviteboken for arrangementsturisme (2011) og den økonomiske ringvirkningsanalysen (2020), kan et eventuelt teknologiarrangement være med på å styrke Gjøvik sin identitet og synlighet i regionen. Det vil også bidra til å øke oppmerksomheten rundt de mange virksomhetene, historiene og mulighetene som finnes i Gjøvik. Ved å gjennomføre et vellykket teknologiarrangement vil befolkningen koble arrangementet opp mot Gjøvik. Noe som vil være med på å bygge identiteten til byen, som et av de sterkeste industriteknologiske miljøene i Norge. Dette vil være en positiv utvikling av byen og dens innbyggere, da en kan tiltrekke seg flere virksomheter og investeringer til området. En positiv opplevelse av arrangementet kan føre til at Gjøvik raskere får formidlet at de er en teknologiby. Og det gir muligheter for å nå ut til et større marked og øke interessen for byen.

Henriksen hentyder til at identitet blir skapt gjennom å arrangere flere forskjellige arrangementer i byen, som tiltrekker seg mennesker. Det blir viktig å skaffe seg en unik profilering på et arrangement, så en blir utmerket og differensiert fra konkurrentene. Teknologi og datasikkerhet er noe Gjøvik er kjent for og kan bidra med. Denne profileringen vil være med å skape unike assosiasjoner til arrangementet, da det er få i Norge som kan dette.

Gjennomføring av et teknologiarrangement på Gjøvik, vil også påvirke omdømmet til byen. For Gjøvik er det viktig at et slikt arrangement blir gjennomført på en god måte og skaper forventninger og assosiasjoner som er sterke, positive og unike. Det er disse assosiasjonene som fører til at byen får et godt omdømme (Samuelsen, Peretz og Olsen, 2021). Dersom arrangementet blir dårlig gjennomført, kan det få motsatt effekt, altså påvirke negativt på omdømme. For å sikre et vellykket arrangement, er det viktig å ha med gode fagpersoner som holder gode foredrag og diskusjoner rundt teknologi og innovasjon. Det kan være en god idé å invitere viktige personer innenfor temaet, slik som Nilsen og Juul-Petersen påpekte hadde blitt gjort under de forskjellige arrangementene i Arendal. Gjøvik har mange små og store virksomheter i regionen som er spesialisert innenfor teknologi, innovasjon og industri. Dette kan være en mulighet for næringsvirksomhetene rundt i regionen til å bli sett og øke sin synlighet.

Byen vår Gjøvik har som mål å øke attraktiviteten i byen. En måte å gjøre det på er å bygge Gjøvik som en sterk merkevare. Ved å gjøre dette kan byen tiltrekke seg en gruppe tilreisende som handler lojalt og gir gjenkjøp. Dette vil være viktig for å øke turistindustrien og lokke tilreisende tilbake igjen. Å skape Gjøvik som en populær destinasjonsmerkevare, kan være med på å tiltrekke seg tilreisende som ønsker å oppleve alt byen har å tilby, og som vil bli værende i lengre perioder. Dette kan gi økte inntekter til lokale virksomheter, og hjelpe med å styrke økonomien i byen. I den økonomiske ringvirkningsanalysen (2020) kom det frem at over halvparten av de som deltok på spørreundersøkelsen, mente at de fire etterspurte festivalene, er med på å hjelpe på Gjøvik sin attraktivitet. Ved å lage positive assosiasjoner knyttet til teknologiarrangementet, vil det kunne overføres til byen. Etersom det er med på å skape stolthet og tilhørighet for innbyggerne, og over tid bygge positivt omdømme. Dette viser til at arrangementet kan være med på å bidra til byens synlighet. Ved å bygge Gjøvik og teknologiarrangementet til en sterk merkevare, kan det føre til at byen blir mer attraktiv for potensielle innbyggere og tilreisende.

Merkevare- og omdømmebygging er viktige aspekter for enhver virksomhet. Wise og Maguire (2022) påpeker at en vellykket markedsføringskampanje vil bidra med å øke bevisstheten til arrangementet, men det er kun ett aspekt av hvordan en bygger et godt omdømme. Det er også viktig å gi deltakerne en positiv opplevelse når de deltar på arrangementet. En god markedsføringsstrategi er med på å tiltrekke seg potensielle deltakere, men hvis opplevelsen ikke lever opp til forventningene, kan dette føre til skuffelse og negative omtaler. Det kan påvirke Gjøvik sitt omdømme negativt og gjøre det vanskeligere å



tiltrekke seg nye deltakere i fremtiden. En positiv opplevelse av arrangementet kan føre til gjentakelse og lojalitet fra eksisterende deltakere, noe som kan være verdifullt for neste gang et slikt teknologiarrangement skal gjennomføres. Henriksen påpeker at dersom eksisterende deltakere får en god opplevelse, vil det spre seg ved munn-til-munn markedsføring gjennom familie, jobb og sosiale medier. I mange situasjoner er mennesker sterkt påvirket av sitt sosiale nettverk, gjennom påvirkning av meningene og tankene til de en omgås. Et teknologiarrangement i Gjøvik kan føre til et godt omdømme for byen ved slik markedsføring, da deltakerne sine opplevelser og erfaringer blir formidlet videre. Munn-til-munn markedsføring har en stor påvirkningskraft ovenfor oss mennesker, da vi velger å legge tillit hos andre som har vært i samme situasjon. Noe som kan føre til et enda større oppmøte i fremtiden.

Siden teknologi har stor oppmerksomhet i dag, vil et teknologiarrangement være dagsaktuelt i Gjøvik. Teknologi har i stor grad endret vårt samfunn og hvordan vi lever våre liv. Dybdal-Holthe (2000) nevner, at de fleste mennesker ser på teknologi som noe positivt. Dette kan skyldes i at teknologien har gitt oss mange fordeler og muligheter. Som et resultat av dette knytter mange mennesker positive holdninger til teknologi. Når mennesker ser på teknologi som noe positivt, legger det grunnlaget for at Gjøvik kan bygge sin identitet rundt det, som igjen kan føre til at byen får et positivt og godt omdømme. En negativ virkning et teknologiarrangement kan innebære, er om deltakerne har negative holdninger til visse typer teknologi, som kan påvirke både stemningen på arrangementet, samt hvordan teknologi blir oppfattet av allmennheten. Som Nammo responderte med under delkapittel 5.5, er en negativ konsekvens for dem ved å delta på et teknologiarrangement, at det kan være motstandere av forsvarsindustrien, som kan føre til en sosial demonstrasjon. Negative rykter og dårlig omtale kan spre seg raskt, og det kan være vanskelig å snu inntrykket etterpå. Dette kan påvirke både Nammo, teknologiarrangementet og Gjøvik sitt omdømme.

## **6.2 Frivillig arbeid og nettverksbygging**

Frivillig arbeid kan spille en sentral rolle i gjennomførelsen av et teknologiarrangement. Som tidligere nevnt, finnes det allerede mange frivillige organisasjoner i Gjøvik, som viser til at det er noe innbyggerne er opptatt av. I den økonomiske ringvirkningsanalysen (2020) kommer det frem at de eksisterende arrangementene hovedsakelig består av frivillig arbeid, som igjen viser til gode erfaringer rundt dette. Under intervjuet med Nilsen og Juul-Petersen fortalte de at mennesker ønsker å bidra med frivillig arbeid, da de kan bruke sine interesser og kompetanser i andre felt enn på arbeidsplassen. Det vil bidra til at frivillige føler mestring av

innsatsen de legger ned, noe som viser til positive virkninger i samfunnet (Paulsen og Gundersen, 2020). Når det er innbyggere som bidrar med frivillig arbeid, er de opptatt av å vise frem hva Gjøvik har å by på. Under intervjuet med Bamrud kom det frem at innbyggere i Kongsberg var stolt over å vise hva de var en del av, og at deres teknologiarrangement var med å bygge innbyggerstolthet. Dette er noen som kan bli overført til Gjøvik, dersom teknologiarrangementet blir en suksess.

Å bidra med frivillig arbeid under et teknologiarrangement vil være annerledes enn ved et festrelatert arrangement, slik som festivaler. Uavhengig av hvordan kompetanse en sitter med, vil det alltid være behov for hjelp. Når en deltar frivillig på et stort arrangement, kan det være på flere områder, for eksempel hjelpe med formidling av informasjon, dirigere mennesker eller være med i en debatt. Derfor vil potensialet for å delta være tilgjengelig for alle. Det er heller ikke nødvendig å benytte seg av kompetansen en sitter med, dersom en ønsker å delta på andre måter.

I Hviteboken for arrangementsturisme (2011) kommer det frem at frivillig arbeid vil hjelpe med integrering i området. Ved deltakelse i frivillig arbeid kan en bidra med det en ønsker, gjerne på flere stasjoner, og på den måten vil en bli kjent med flere mennesker og skape relasjoner. Det kan føre til at tilflyttende skaper relasjoner og kjennskap, som videre kan føre til at de vil bosette seg og skape et miljø i nærheten. Dette vil bidra med å øke vekst og utvikling for området. Under intervjuet med Nilsen og Juul-Petersen kom det frem at det var flere ukrainere som hadde deltatt som frivillig under flere av arrangementene i Arendal. Dette bidro til at de raskere kommer inn i samfunnet, og fikk muligheten til å skape et nettverk. I tillegg er det ikke slik at nettverk og kontakter kun skapes under arrangementet, de kan utvides og skapes etter endt arrangement.

Som nevnt i delkapittel 2.2.1 vil engasjement og involvering føre til bedre velvære. Å arbeide som frivillig under et arrangement vil gi en følelse av å ha bidratt i samfunnet, og gjort en god gjerning. Slikt engasjement har positive assosiasjoner med flere helseparametre (Wise og Maguire, 2022). Som tidligere nevnt er disse helseparametrene: god livstilfredshet, selvfølelse, selvopplevd helse og lave angst -og depresjonssymptomer. Disse parametrene er gode årsaker til å engasjere befolkningen i et arrangement, da det kan påvirke ens livskvalitet. Å være en del av et arrangement vil også føre til et avbrekk fra det hverdagslige, hvor en får andre ting å fokusere på (Yürük, Akyol og Şimşek, 2017). Personer som har sklidd ut av samfunnet, vil få mulighet til å kunne delta, og gjøre arbeidsoppgaver som de vil føle som

mestring. Det vil gi økt velvære og livskvalitet i den grad at frivillige føler de kan bidra og føle seg som en del av samfunnet rundt.

Ved bruk av frivillig arbeid under et arrangement som skal inkludere store deler av byen, er det viktig at alle innbyggerne får muligheten til å delta. Dersom arrangementet foregår og det er innbyggere som ønsker å delta på frivillig arbeid, men ikke har fått muligheten til det, kan dette føre til at de ikke føler seg inkludert. Frivillig arbeid kan skape følelser rundt det å ikke føle seg sett, eller følelsen av å ikke kunne bidra (Wise, 2016, som sitert i Wise og Maguire, 2022). Derfor er det viktig å gi muligheten til ulike typer arbeid, hvor det ikke er avgjørende hvilke kunnskaper en sitter med fra før. Teknologi er interessant innenfor flere kategorier, for eksempel forsvar, mat og helse, noe som viser til at det er mange muligheter til å delta som frivillig. En annen negativ side ved frivillig arbeid er organisering av arbeidet. Ved frivillig arbeid er samarbeid en grunnstein, for å få til en god organisering rundt alle de frivillige. En arbeider for fellesskapet og for å knytte tilhørighet til sin egen by. Dersom komiteen av arrangementet ikke klarer å organisere opplegget på en god måte, kan det føre til at de som deltar vil føle at de går i veien, og kanskje ikke får gjort et godt stykke arbeid. Dette påvirker deltakerne sine vurderinger og oppfatninger av teknologiarrangementet.

I den økonomiske ringvirkningsanalysen (2020), kan en se at kommunen er godt kjent med å arrangere arrangement. I Hviteboken for arrangementsturisme (2011) kommer det frem at denne arrangementskompetansen kan brukes som et middel for å senere kunne arrangere enda større arrangement. Gjennom å arrangere, skapes det samarbeid med lokale og nasjonale leverandører, som kan benyttes som en fordel i videre arrangement. Samtidig som dette er en fordel, kan en se samarbeid og kontakt mellom forskjellige aktører som en egen positiv virkning av et arrangement. Henriksen presiserer at det vil vise til at en er en del av et større fellesskap, som vil føre til et sterkere nettverk mellom aktørene. Ved at aktørene og leverandørene samarbeider om et slik arrangement, kan de kjenne på tilhørighet og stolthet over det de arbeider med. Samt at ved bevisste valg av lokale leverandører kan et arrangement føre til kunnskap om hvilke leverandører som holder til i nærområdet, som kan få innbyggere til å velge lokalt. Det finnes en kobling mellom innbyggere og lokale produsenter, gjennom salgsapparatet for lokalmat, REKO-ringen (rettferdig konsum), noe som forteller at det finnes interesse for slike koblinger. Et arrangement kan skape mer kjennskap rundt dette, å knytte produsentene og leverandørene opp mot flere kunder. Ved slik handling kan penger i et område forbli der, som igjen kan være med på videre vekst, utvikling og utvidelse i det gitte området.

Som en ser vil et teknologiarrangement være med å bygge nettverk mellom aktørene som deltar. Nettverk bidrar til å skape et samspill, som vil gjøre det lettere å samarbeide. Henriksen formidlet at Gjøvik er en for liten by til å ikke samarbeide med aktørene i nærområdet, og et teknologiarrangement ville ha hjulpet byen med å få til et godt samspill. Om aktører i regionen samarbeider kan de sammen bygge opp byen og den ønskede identiteten. Som en ser ved Mustad næringspark, skapes det nettverk når aktører settes sammen, og har mulighet til å samarbeide. Ved et teknologiarrangement har også deltakerne mulighet til å skape et nettverk med aktørene, som vil bidra med å skape tilhørighet til byen.

### **6.3 Rekruttering, tiltrekning og kompetansebygging**

Richard Florida (2001) kom frem til at mennesker blir tiltrukket av områder ut fra hva de har å tilby. Tidligere har grunnen vært at en flytter på seg ut fra hvor det er jobbmuligheter. Dette er fortsatt en viktig faktor, men gjennom å introdusere de tre T'ene kommer det frem at teknologi og toleranse verdsettes i tillegg til talent. Ved å ha et teknologiarrangement viser en frem hvilken teknologi og innovasjon Gjøvik har å by på, som påvirker hvem som tiltrekkes. For å oppnå ønskede virkninger må en ta stilling til hvilken type mennesker en tiltrekker seg, og hvem en ønsker å tiltrekke. Florida (2001) mener, om en ønsker regional vekst, at en burde fokusere på å tiltrekke seg den kreative kapitalen, slik at de tar med seg de gode idéene, samt virksomhetene sine. Et teknologiarrangement kan være med på å sette Gjøvik på kartet, som et av de sterkeste teknologi- og industrimiljøene i Norge, med virksomheter og industriområder på toppen. Samtidig som Gjøvik kan vise frem kompetansen byen og regionen innehar, kan en gjennom et teknologiarrangement etablere arenaer som skaper liv i sentrum. Sistnevnte er noe som verdsettes når en skal ta stilling til hvor en ønsker å studere, skaffe seg jobb eller om en generelt ønsker å flytte på seg. Dette kommer frem i St.meld. 7 (2008-2009) samt i den økonomiske ringvirkningsanalysen (2020) at kultur tiltrekker seg mennesker, derfor kan arrangement være en faktor i regional vekst og utvikling. Henriksen formidlet også at det kan være jobbmulighetene som tiltrekker seg mennesker til et sted, men det er viktig at stedet har noe å tilby utenfor arbeidstiden.

Det ble nevnt flere aktører som kunne vært aktuelle å ha med på et teknologiarrangement for å formidle den ønskede identiteten til Gjøvik. En av disse var NTNU, som er en viktig del av Gjøvik som by. Universitetet er generelt med på å sette Gjøvik på kartet, samtidig som studentene bidrar med vekst og utvikling av byen. Dette gjøres ved at universitetet konstant jobber med forskning og utvikling. Ved deltakelse på et teknologiarrangement vil NTNU ha store muligheter til å vise hva de har å tilby, som kan føre til at unge blir mer oppmerksomme

og kanskje har lyst til å studere ved universitetet. Denne virkningen kan komme fra egne innbyggere, hvor de kan få mer kunnskap om hva egen by har å tilby. Et annet alternativ er at informasjonen blir spredt gjennom munn-til-munn markedsføring av noen som har deltatt. Deltakere kan bestå av både ungdommer som tar til seg kunnskap for sin egen del, eller foreldre som drar hjem og videreformidler hva Gjøvik har å by på. Ved at NTNU kan tiltrekke seg studenter kan de skape vekst og utvikling i Gjøvik. Dette gjennom at NTNU generer ny kunnskap, som kan føre til videre utvikling på flere arenaer. Disse arenaene faller inn under de retningsmulighetene universitetet tilbyr. I tillegg kan en gjennom å rekruttere studenter påvirke dem til å bli værende i Gjøvik etter endt studieløp, noe som fører til befolknings- og næringsvekst. Henriksen påpekte at et arrangement som kobler sammen næringslivet og studenter, også er et virkemiddel for å beholde studentene i byen etter endt studieløp. Ved at de kobles opp mot næringslivet før de er ferdig, kan det skapes jobbmuligheter for studentene, før de begynner å søke andre steder.

Da Nammo ble kontaktet om hva et teknologiarrangement kunne føre til, svarte de at, ved å fortelle om seg selv kunne de rekruttere flere søkere til sine ledige stillinger. Dette forteller at et slikt arrangement, kan føre til at forskjellige aktører tiltrekker seg mennesker som kan være med på videreutvikling og utvidelse av forskjellige aktører. Denne utvidelsen kan føre til at flere mennesker blir tiltrukket til området rundt Gjøvik. I tillegg til å tiltrekke seg arbeidere kan de gjennom å formidle hvem de er, få ungdommer til å ønske og arbeide for dem, slik at de velger utdanninger som Nammo kan benytte seg av i fremtiden. Ved at aktørene selv også er opptatt av å rekruttere studenter og arbeidskraft, kan de være med på å tiltrekke seg mennesker til å bosette seg i nærheten av Gjøvik, for deretter å bli en del av samfunnet. Henriksen presiserte at denne virkningen er mer langsiktig enn andre virkninger, slik som nettverksbygging.

En annen virkning aktørene kan føre til er å heve kompetansenivået til de deltakende partene. Dette innebærer både at deltakere kan lære av aktørene, og aktørene kan lære av hverandre. Et slikt arrangement kan gi innbyggerne og de tilreisende innsikt i arbeidet til aktørene, og de kan bygge forståelse for teknologi og innovasjon. Ved at aktører kan samarbeide i gjennomførelsen av et teknologiarrangement kan de dele kompetanse mellom seg, og ta med seg noe tilbake inn i virksomheten sin.

Det finnes flere aktører som kan delta på et teknologiarrangement enn de som er redegjort for i delkapittel 3.3. De kan være med på å tiltrekke seg mennesker både til Gjøvik, men også spesifikt til arrangementet. Nilsen og Juul-Petersen fortalte at nøkkelen for å tiltrekke seg

mennesker er å invitere andre mennesker og aktører som deltakerne ønsker å ha på arrangementet. Nammo kan, ved å møte opp på et teknologiarrangement, tiltrekke seg deltakere som ønsker å høre om dem. En kan se aktørene som tiltrekningskraften for et slikt arrangement. Om en ikke har noen relevante aktører som deltar, vil interessen for arrangementet også bli lavere. Virkningene og effektene av et arrangement påvirkes av omfanget til arrangementet. Ved å ha aktører som tiltrekker seg mennesker, kan de økonomiske ringvirkningene og overrissingseffektene bli høyere, enn ved aktører som ikke har lik tiltrekningskraft. Disse virkningene kan videre påvirke de sosiokulturelle virkningene, og på denne måten vil et større arrangement føre til kraftigere virkninger enn ved et mindre et.

I Hviteboken for arrangementsturisme (2011) kommer det tydelig frem at opplevelsesindustrien er i vekst, og den er med på å øke økonomiske resultater og sysselsetting. Ved at næringsvirksomheter får mer kapital kan de utvide og utvikle seg, i form av for eksempel, nye jobber. Økning av resultater og sysselsetting er to faktorer innenfor regional vekst og utvikling. Å være et attraktivt sentrum kan skape muligheter for nyskaping av virksomheter, fordi det blir skapt et marked. Disse påvirker hverandre igjen, til at det skapes nye arbeidsplasser og sentrumet kan bli enda mer attraktivt. De sosiokulturelle, økonomiske og miljømessige virkningene påvirker hverandre, de står i en konstant runddans. Sosiokulturelle virkninger påvirker de økonomiske virkningene, ved at økt sysselsetting fører til at flere lokale innbyggere har mer kapital. Disse pengene går igjen inn i de sosiokulturelle virkningene i form av bedre livsvilkår- og kvalitet.

Overrissingseffektene fører til økt kapital selv hos aktører som ikke har engasjert seg i arrangementet. Når disse virksomhetene får inn mer kapital, kan de igjen arbeide med å utvide og utvikle driften sin. Utvidelse av en virksomhet kan føre til økning i antall arbeidsplasser, og flere kan bli sysselsatt. Denne sysselsettingen fører til at flere kommer seg ut og kjenner på mestring og tilhørighet, noe som fører til bedre livskvalitet. Dette kan oppnås selv om den nye stillingen er heltid, deltid eller sesongbasert. En annen virkning som blir skapt ved økt sysselsetting er at flere av de lokale innbyggerne har penger de kan bruke, som da gjerne blir brukt i Gjøvik området. På denne måten går pengene rundt og skaper muligheter for vekst og utvikling.

#### **6.4 Utbygging og belastning av byen**

Ved gjennomførelse av et nasjonalt arrangement, vil det være behov for overnattingsplasser. Om det ikke er nok overnattingsplasser, kan det skape en problemstilling ved at interesserte

mennesker fra andre områder må kansellere deltakelsen. Derfor vil det være viktig å kartlegge overnattingsplassene, og eventuelt utbygge nye muligheter over tid. På denne måten kan et arrangement oppføre seg som en katalysator for utbygging av vertsbyen (Innovasjon Norge, 2011). Det kommer frem i Hviteboken for arrangementsturisme (2011) at et arrangement kan være et grunnlag for å investere innenfor infrastrukturen, for å ha kapasitet nok til de tilreisende. Dette kan innebære å skape flere parkeringsplasser, slik at det kan komme tilreisende fra et område rundt Gjøvik. Andre mulige fasiliteter som kan etterspørres er lekeplasser til barn og bedre veier. Ved god utbygging av byen kan en tenke på måter å unngå kødannelser og eventuelt andre utfordringer ved gjennomføring av et arrangement.

På den andre siden kan det oppstå negative virkninger, i form av belastning på byen. Wise og Maguire skriver i sin bok *A Research Agenda for Event Impact* (2022) at disse kan komme i form av stress på befolkningen og økt mulighet for kriminalitet, fordi det er flere som er ute i gatene. I tillegg kan det oppstå kødannelser og mer støy enn vanlig. Dette kommer av at arrangement er noe som bryter med den hverdagslige rytmen i arrangørområdet. Disse faktorene kan være med å påvirke, både den lokale befolkningen og de tilreisende, sin oppfatning av Gjøvik som by samt teknologiarrangementet. For den lokale befolkningen kan det oppstå motstand for at et slikt arrangement skal gjennomføres igjen. For de tilreisende kan det føre til at de ikke ønsker å komme tilbake. En viktig sak å huske på, er at mennesker reagerer forskjellig. Enkelte kan tenke at et arrangement lager litt støy og inneholder store folkemengder, men at det er helt greit. Samtidig som andre ønsker at arrangementet ikke skal gjennomføres i det hele tatt, på grunn av støyen og mengden av mennesker.

Som tidligere nevnt er det stor oppmerksomhet rundt miljø og bærekraft i dagens samfunn. Det er derfor viktig at dette tas hensyn til. Hvordan teknologiarrangementet forholder seg til tematikken påvirker hvordan deltakende parter vurderer og oppfatter arrangementet, som igjen er med og påvirker virkningene som trer i kraft etter gjennomført arrangement. Ved å implementere gode rutiner for reduksjon av forsøpling, kan deltakerne oppleve arrangementet mer positivt, som igjen reflekterer positivt over deltakernes vurdering av arrangementet og Gjøvik som by.

Siden mennesker i dag tar valg basert på bærekraft, vil det være viktig at et slikt arrangement både tar hensyn til det, men også at det utvikler seg med årene og ny kompetanse blir skapt. Det som anses som bærekraftig i dag, trenger ikke nødvendigvis og anses som det om noen år. For at en skal beholde omdømmet sitt, og holde deltakerne fornøyde, må arrangementet passe inn i tiden det blir arrangert.

## 7.0 Avslutning

Dette avsluttende kapittelet skal komme med en konklusjon av drøftingen som har besvart vår problemstilling, samt at den vil inneholde drøfting rundt hva som kunne blitt gjort annerledes og diskusjon om videre studier på tematikken.

### 7.1 Konklusjon

Ved hjelp av relevant teori, dokumentanalyser, intervju med to representanter fra Arendal, en representant fra Kongsberg Agenda og Ottar Henriksen, har oppgaven svart på følgende problemstilling:

*«På hvilken måte kan et teknologiarrangement føre til vekst og utvikling av Gjøvik?»*

Denne oppgaven har blitt avgrenset til å se på de sosiokulturelle virkningene et teknologiarrangement kan tilføre Gjøvik, i form av vekst og utvikling. I en slik oppgave er det vanskelig å konkludere med hvilke virkninger og effekter som blir reelle, da dette påvirkes sterkt av hvordan arrangementet arrangeres og gjennomføres. Derfor har det blitt nevnt flere positive og negative virkninger som kan oppstå, men som vil variere ut fra valg Byen vår Gjøvik tar.

Det kommer frem i intervjuet med Nilsen og Juul-Petersen at noen opplevde virkninger av gjennomførelse av et kompetansebasert arrangement, er frivillig arbeid og omdømmebygging. Arendal har opplevd en endring i måten de blir oppfattet på, etter at de begynte å satse på arrangement som kobles sammen med politikk og kompetansespredning. Det kom frem både i intervjuet med Nilsen og Juul-Petersen og dokumentanalysene, at frivillig arbeid fører til positive, sosiokulturelle virkninger, i form av integrering og nettverksbygging. Samtidig som det å være engasjert i å arrangere noe, er positivt assosiert med flere helseparametre.

Noe som kommer frem i både innhentet teori og dokumentanalysen av Hviteboken for arrangementsturisme, er at kultur tiltrekker seg mennesker. Om det er tilreisende eller om det er de lokale innbyggerne, så tiltrekker kultur mennesker inn til et sentrum. Et teknologiarrangement som formidler hvilken kompetanse som finnes i Gjøvik og i området rundt, vil kunne tiltrekke seg mennesker som er nysgjerrige og ønsker ny kunnskap. Kulturen kan også tiltrekke seg mennesker som ønsker å bosette seg i området.

Ved å tiltrekke seg mennesker kan det føre til mer kapital inn i vertsbyen, som har flere positive konsekvenser. Når virksomheter får mer kapital har de muligheten til å utvide seg, noe som kan komme i form av økt antall arbeidsplasser. Ved økt sysselsetting vil samme



følelser av tilhørighet og mestring oppstå, slik som ved frivillig arbeid. Som igjen er positivt assosiert med helseparametre.

I den innhentet teorien kommer det frem mange potensielle virkninger, som påvirkes av hvilket arrangement som arrangeres, og hvor. Dermed vil ikke alle de potensielle virkningene være relevante for et teknologiarrangement som gjennomføres i Gjøvik. Ut fra at Byen vår Gjøvik arrangerer flere festivaler i året, har de arrangementskompetanse som kan overføres til andre arrangement, noe som også påvirker gjennomførelsen av et arrangement og virkningene som kan oppstå. Det vil derfor ikke blitt tatt noen konklusjon om konkret, hvilke virkninger som oppstår ved gjennomføring av et teknologiarrangement. Derimot, så er det skapt en god oversikt over mulige virkninger gjennom hele oppgaven.

## **7.2 Hva kunne blitt gjort annerledes?**

Valg av problemstilling kunne ha blitt spisset i forkant av intervjuene, slik at de kunne blitt enda mer vinklet til det temaet vi faktisk ønsket. At oppgaven skulle ta for seg det sosiokulturelle, ble ikke presisert før i uke 16. Et tidligere valg hadde kanskje gjort at våre svar og intervju, hadde blitt mer rettet mot den vinklingen vi bestemte oss for.

Om en tidligere hadde tatt for seg den faktiske problemstillingen, kunne det ha ført til at vi tidligere hadde tatt kontakt med aktuelle aktører. I begynnelsen tenkte vi at aktører ikke ville være relevant å ha kontakt med, siden vi ikke skulle ta for oss hvordan et arrangement skulle gjennomføres, eller hvilke aktører som var villig til å delta. Derimot, så kom vi frem til at aktørene kunne ha en formening om potensielle virkninger. Hadde vi tatt kontakt tidligere, kunne vi ha sittet med flere svar enn det vi fikk.

Hadde det vært mulig, skulle vi ha fått gjennomført flere av intervjuene fysisk, da det ville ha skapt en annen stemning under intervjuene. Siden intervjuene ble digitale, ble stemningen litt mer anspent, samtidig som internettet var noe ustabil og gjorde så ikke alt var like lett å høre samt forstå. Det å ha kontakt over Teams og e-post skapte utfordringer, da ikke alle svarte like fort som vi ønsket, noen ga ikke et svar i det hele tatt.

I tillegg hadde det vært en fordel å finne ut om Industridagene Innlandet tidligere, slik at vi kunne ha fått snakket med dem som arrangerer det. På denne måten kunne vi ha brukt deres erfaringer og kompetanse rundt arrangement av arrangement med tema industri og kompetansebygging.

Vi kunne ha vært mer i kontakt med Byen vår Gjøvik, for å få en bedre forståelse av hvordan de arbeider, og på denne måten få en bedre innsikt i hvordan teknologiarrangementet kunne ha blitt gjennomført. For deretter å kunne drøfte videre rundt det de mener er viktig ved et arrangement.

### **7.3 Videre studier**

Videre kan det sees på om det er interesse for et teknologiarrangement i Gjøvik. Da får en mer konkrete svar og veiledning for om det er gjennomførbart eller ei. Om arrangementet gjennomføres kan det studeres på om hvilke virkninger et slikt arrangement faktisk kan føre til. Dette kan gjøres ved å gjennomføre spørreundersøkelser under og/eller etter gjennomført arrangement, for å få tilbakemeldinger fra innbyggerne. En slik spørreundersøkelse kan gjennomføres jevnlig, for eksempel i form av en tidsseriestudie, slik at en kan se om det er noen utvikling i svarene.

Det kan også være interessant å undersøke hvilke arrangement som kan anses som konkurrenter, eller hvem en kan spille seg gode sammen med, slik at en kan samarbeide. I Arendal spiller de tre arrangementene opp hverandre, fordi de omhandler noe av den samme tematikken og er arrangert av en komité som har godt samarbeid. Slik kan en se en kobling mellom et slikt teknologiarrangement og Industridagene Innlandet. Disse to kan enten sees som konkurrenter, eller en kan spille på hverandre og samkjøre seg. Henriksen snakket om at Raufoss og Gjøvik burde på en bedre måte samkjøre seg og spille hverandre gode. Noe annet en også kan undersøke er hva aktørene synes om et teknologiarrangement. Om det er noe de anser som interessant og gjennomførbart.

## 8.0 Referanseliste

Arrangementbyen Gjøvik (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.gjovik.no/fritid-og-aktiviteter/arrangementbyen-gjovik/> (Hentet: 10. februar 2023).

Bakkeland, J.R. (2019) Her er verdens mest automatiserte brenneri, *Gjøvik Blad*. Tilgjengelig fra: <https://www.gjoviksblad.no/2019/nyheter/her-er-verdens-mest-automatiserte-brenneri/> (Hentet: 10. februar 2023).

Barber, P. og Wallace, L.K. (2010) *Building a Buzz: Libraries & Word-of-mouth Marketing*. Chicago: American library association.

Barker, M., Page, S.J. og Meyer, D. (2002) Modeling tourism crime. *Annals of Tourism Research*. Vol. 29 (3) s. 762-782. Tilgjengelig fra: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738301000792>

Bransjer og bedrifter (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.gjovik.no/naring-og-etablering/bransjer-og-bedrifter/> (Hentet: 9. februar 2023).

Brunt, P. og Courtney, P. (1999) Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*. Vol, 26 (3) s. 493-515. Tilgjengelig fra: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738399000031>

Brønn, P. S. (2019) *Åpen eller innadvendt*. Utg. 2. Gyldendal.

Byen vår Gjøvik (u.å) *Om oss*. Tilgjengelig fra: <https://www.byenvargjovik.no/omoss> (Hentet: 16. februar 2023).

Cambridge Dictionary (u.å.a) *Conference*. Tilgjengelig fra: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/conference> (Hentet: 02. mars 2023).

Cambridge Dictionary (u.å.b) *Festival*. Tilgjengelig fra: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/festival> (Hentet: 02. mars 2023).

Dybdal-Holthe, T. (2000) *Holdninger til teknologi – en analyse av europeisk opinion*. Hovedoppgave i statsvitenskap. Norges tekniske-naturvitenskapelige universitet.

Eggen, Ø. (2020) *Utvikling*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/utvikling> (Hentet: 03. mars 2023).

*En lokal historie om verdiskaping og innovasjon* (u.å) Tilgjengelig fra: <https://mustadeiendom.no/om-oss/historie> (Hentet: 09. februar 2023).

Fladberg, E. (2014) *Hoff med helautomatisk potetmeskeri*. Tilgjengelig fra: <https://www.tu.no/artikler/hoff-med-helautomatisk-potetmeskeri/218776> (Hentet: 10. februar 2023).

Florida, R. (2001) *Den kreative klasse- og hvordan den forandrer arbeide, fritid, samfund og hverdagsliv*. Oversatt fra *The Rise of the Creative Class* av J. Wrang. 1. utg. Århus: Klim

Framnes, R., Pettersen, A. og Thjømøe, H.M. (2018) *Markedsføringsledelse*. 9. Utgave. Oslo: Universitetsforlaget.

Fremtidens kommuner (u.å) *Hvem er vi*. Tilgjengelig fra: <https://www.fremtidenskommuner.no/hvem-er-vi/> (Hentet: 03. mars 2023).

Gjøvik kommune (2022) *Om Gjøvik*. Tilgjengelig fra: <https://www.gjovik.kommune.no/om-gjovik/> (Hentet: 09. februar 2023).

Gran, B. og Måøy, J. (2020) *Økonomiske ringvirkninger av festivaler i Gjøvik kommune*. Rapport 3-2020. Oslo: Samfunnsøkonomisk analyse AS. Tilgjengelig fra: <https://static1.squarespace.com/static/576280dd6b8f5b9b197512ef/t/5f48e8432d2bac6bda187bd3/1598613577904/R3-2020+%C3%98konomiske+ringvirkninger+av+festivaler+i+Gj%C3%B8vik+kommune.pdf> (Hentet: 10. Februar 2023).

*Historien* (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.raufossindustripark.no/historien> (Hentet: 09. februar 2023).

Holm, E. D. (2022) *Bilbao-effekten og andre effekter*. Tilgjengelig fra: <https://dagensperspektiv.no/bilbao-effekten-og-andre-effekter> (Hentet: 02. mars 2023).

Industridagene Innlandet (u.å.a) *Industridagene Innlandet*. Tilgjengelig fra: <https://industridagene-innlandet.no/> (Hentet: 14. mai 2023).

Industridagene Innlandet (u.å.b) *Våre partnere*. Tilgjengelig fra: <https://industridagene-innlandet.no/vare-partnere> (Hentet: 14. mai 2023).

Innovasjon Norge (2011) *Hvitebok for arrangementsturisme*. Tilgjengelig fra: [https://www.iprhjelp.no/globalassets/old/pagefiles/27145/hvitebok-for-arrangementsturisme\\_web.pdf](https://www.iprhjelp.no/globalassets/old/pagefiles/27145/hvitebok-for-arrangementsturisme_web.pdf) (Hentet: 23. februar 2023).

Ivarsen, D. (2015) *Økonomisk ringvirkningsanalyse- Ironman 70.3 Haugesund 2014*. Masteroppgave. Universitetet i Stavanger. Tilgjengelig fra: [https://uis.brage.unit.no/uis-xmlui/bitstream/handle/11250/298858/Ivarsen\\_Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uis.brage.unit.no/uis-xmlui/bitstream/handle/11250/298858/Ivarsen_Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (Hentet: 10. februar 2023).

Jacobsen, D.I. (2018) *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 3. utgave. Oslo: Cappelen Damm Akademiske

Kommunesektorens interesseorganisasjon (u.å) *Hva er Arendalsuka?* Tilgjengelig fra: <https://www.ks.no/om-ks/hva-gjor-vi/arendalsuka-2022/hva-er-arendalsuka/> (Hentet: 10. februar 2023).

Kongsberg Agenda (u.å.a) *Norges viktigste møteplass*. Tilgjengelig fra: <https://kongsbergagenda.no/articles/kongsberg-agenda-norges-viktigste-m%C3%B8teplass> (Hentet: 23. februar 2023).

Kongsberg Agenda (u.å.b) *Setter retning for Norges viktigste teknologimøteplass*. Tilgjengelig fra: <https://kongsbergagenda.no/articles/setter-retning-for-norges-viktigste-teknologimoteplass> (Hentet: 23. februar 2023).

Kongsberg næringsforum (2023) *Kongsberg Agenda – felles informasjonsmøte*. Tilgjengelig fra: <https://knf.kongsberg.no/liste-kongsberg-hva-skjer?eventID=8215> (Hentet: 22. februar 2023).

*Lag og organisasjoner* (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.gjovik.kommune.no/Organisasjon/OrganisasjonKompakt.aspx?KategoriFilter=30&MIId1=800> (Hentet: 01. mars 2023).

Liu, Y. og Chen, C. (2007) The effects of festivals and special events on city image design. *Frontiers of Architecture and Civil Engineering in China*. (1) s. 255-259. Tilgjengelig fra: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11709-007-0032-0>

*Med et industrielt fellesskap i ryggen* (u.å.) Tilgjengelig fra: <https://www.raufossindustripark.no/leietakere> (Hentet: 19. mai 2023).

Moore, R (2017) *The Bilbao effect: how Frank Gehry's Guggenheim started a global craze*. Tilgjengelig fra: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/oct/01/bilbao-effect-frank-gehry-guggenheim-global-craze> (Hentet: 02. mars 2023).

Nammo (u.å.) *About us*. Tilgjengelig fra: <https://www.nammo.com/about-us/> (Hentet: 12. april 2023).

Nordbø, B (2021) *Virkning*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/virkning>. (Hentet: 26. april 2023).

*NTNUs historie* (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.ntnu.no/ntnus-historie> (Hentet: 09. februar 2023).

*NTNU i Gjøvik* (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.ntnu.no/gjovik> (Hentet: 15. mai 2023).

*Nøkkeltall for Arendalsuka* (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.arendalsuka.no/om-arendalsuka/tilbakeblikk/nokkeltall-for-arendalsuka/> (Hentet: 16. februar 2023).

*Om oss* (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.byenvargjovik.no/omoss> (Hentet: 08. februar 2023).

*Om oss* (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.mustadnaeringspark.no/omoss> (Hentet: 19. mai 2023).

Paulsen, C. T. Og Gundersen, T. (2020) *Arbeidsledighet gjør oss sårbare*. Tilgjengelig fra: <https://psykiskhelse.no/arbeidsledighet-gjor-oss-sarbare/> (Hentet: 27. april 2023).

Samfunnsøkonomisk analyse (u.å) *Om oss*. Tilgjengelig fra: <https://www.samfunnsokonomisk-analyse.no/om-samfunnsokonomisk-analyse> (Hentet: 16. februar 2023).

Samuelsen, B.M, Peretz, A og Olsen, L.E. (2021) *Merkevareledelse*. 2. utgave. Oslo: Cappelen Damm AS

St.meld. 7 (2008-2009) (2008) *Et nyskapende og bærekraftig Norge*. Oslo: Nærings- og handelsdepartementet. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-7-2008-2009-id538010/?ch=1> (Hentet: 10. februar 2023).

Sørlandet kunnskapshavn (u.å) *TEDxArendal*. Tilgjengelig fra: <https://www.kunnskapshavna.no/tedxarendal/> (Hentet: 02. mars 2023).

Sweeney, J.C., Soutar, G.N. og Mazzarol, T. (2015) *New Perspectives in Marketing by Word-of-Mouth*. UK: Emerald Group publishing limited.

TEDxArendal (u.å) *Come and join our crew*. Tilgjengelig fra: <https://www.tedxarendal.com/join-our-crew/> (Hentet: 02. mars 2023).

*Universell utforming* (u.å) Tilgjengelig fra: <https://www.arendalsuka.no/for-besokende/vaere-publikum/universell-utforming/> (Hentet: 09. februar 2023).

Wise, N. og Maguire, K. (red.) (2022) *A research agenda for event impacts*. UK: Edward Elgar publishing

Yürük, P., Akyol, A. og Şimşek, G.G (2017) Analyzing the effects of social impact og events on satisfaction and loyalty. *Tourism Management*. Vol. 60. s. 367-378. Tilgjengelig fra: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517716302655>

