

Viðburðastjórnun - Ferilsrannsókn



Styrkt af Evrópuverkefninu



Efnisyfirlit

Ferilsrannsókn 1
Mýrabolti, Finnlandi

síða 3

Ferilsrannsókn 2
Hálandaveisla, Skotlandi

síða 11

Ferilsrannsókn 3
Fossavatnsgangan, Íslandi

síða 19

Ferilsrannsókn 4
Hemavan skíðavatnsstökkið, Svíþjóð

síða 27

Kynning

Þetta rit veitir lesendum innsýn í fjóra mismunandi viðburði. Fyrsta umfjöllunin er um hina stórfurðulegu íþrótt, mýraboltann í Finnlandi. Önnur umfjöllunin er um vinsældir matartengdrar ferðaþjónustu í Skotlandi. Fossavatnsgangan á Íslandi er þriðja atriðið og síðasta umfjöllunin er um hinn stórskemmtilega viðburð, skíðavatnsstökk í Hemavan, Svíþjóð. Þrátt fyrir að þessir viðburðir séu haldnir í fjórum mismunandi löndum, þá eiga þeir margt sameiginlegt. Til dæmis þurfti hugmyndin af þeim öllum í upphafi að koma einhversstaðar frá. Eins þurfti ákveðið framkvæmdateymi til að ýta verkinu úr vör og styrktaraðila þurfti að finna til að standa straum af kostnaði. Taka þurfti tillit til öryggis, hreinlætis og svona mætti lengi telja.

Ég vona að þú hafir jafn gaman að því að lesa um þessa skemmtilegu viðburði eins og ég hafði af að skrifa um þá. Í rannsóknarskyni, var ég svo heppinn að taka þátt í tveimur þeirra: Ég var fulltrúi Skotlands í mýraboltanum í Finnlandi (og nú get ég með sanni sagt að ég hafi verið fulltrúi þjóðar minnar á íþróttamóti!). Einnig tók ég þátt í skíðavatnsstöckinu í Svíþjóð. Dómararnir voru svo ánægðir með frammistöðu mína, að þeir veittu mér fyrstu verðlaun – án efa vegna vorkunnsemi.

Þátttakendur í USEVENUE – verkefni styrkt af Norðurslóðaaáætlun Evrópusambandsins – vona að þessi samantekt um fjórar ferilsrannsóknir verði góð viðbót við ritið um viðburðarstjórnun sem áður hefur komið út á vegum verkefnisins. Við vonum einnig að ritið veiti öðrum innblástur til að skipuleggja fleiri viðburði til hagsbóta fyrir sín byggðarlög og svæði.

Stewart Miller
Stewart Miller Associates
Skotlandi

Ferilsrannsókn 1

Mýrabolti, Finnlandi

Ágrip

Mýrabolti er jaðartegund af fótþolta, þar sem leikið er í mýri. Þessi tegund fótþolta varð til í Finnlandi árið 1998 og í dag veltir íþróttin um 85.000 evrum á ári. Mýraboltinn er eitt stærsta helgarmót í fótþolta í öllum heiminum, þar sem 264 lið mætast í 644 leikjum á 15 völlum á þremur dögum. Allt að því 30 þúsund manns mæta á viðburðinn þessa þrjá daga (meira en 12 þúsund einstaklingar, og margir mæta alla dagana). Nú er svo komið að mýrabolti er leikinn um víða veröld og hafa mót verið haldin í Rússlandi, Hollandi, Svíþjóð, Íslandi, Bretlandi og meira að segja í Brasilíu.

Hugmyndin að baki viðburðinum

Gönguskiðamenn í Finnlandi æfa sig oft í mýrunum yfir sumarmánuðina, og byggja þannig upp styrk og þrek. Eitt árið ákváðu nokkrir skiðamenn að leika sér með fótþolta, til að brjóta upp rútínuna. Fleiri skiðamenn slógust í hópinn og áður en dagur var á enda var fjöldinn allur af skiðamönnum farinn að sparka í tuðrur og skemmta sér. Í kjölfarið tóku nokkrir skiðamannanna sig til og ámalguðu það við Jyrki Vaananen, þekktan finnskan skipuleggjanda, hvort hann væri ekki til viðræðu um að gera þetta að reglulegum viðburði. Jyrki sá undir eins mikla möguleika í þessu og hóf að vinna að fyrsta mótinu.



Að koma viðburðinum á fót

Fyrsta verk aðstandenda mótsins var að finna staðsetningu fyrir mýraboltann. Eftir mikla leit fannst hentugur vettvangur í Hyrinsalmi í norður Finnlandi. Eftir marga fundi með sveitarstjórninni á staðnum var gert samkomulag um að Kainuun Paroonit (sem er heiti félagsins sem stendur að mýraboltanum) fengi að leigja mýrarsvæði undir mótið. Fyrsta árið hafði Kainuun Paroonit einungis 12 vikur til að skipuleggja fyrsta mótið. Þá var leikið á einum velli og treyst á eina einustu auglýsingu í finnsku fótboltatímariti til að laða lið og gesti að, og niðurstaðan var sú að þrettán lið mættu þetta fyrsta ár.

Að byggja á góðri byrjun

Annað árið skrifuðu aðstendur flestum fótboltafélögum í heiminum tölvupóst til að kynna mýraboltann. Til allrar lukku barst svar frá Liverpool og finnskir fjölmiðlar hentu sér á málið og vöktu athygli á því. Sú athygli sem

þetta vakti á landsvísu gerði það að verkum að alls mættu 69 lið annað árið. Þriðja árið (2000) settu aðstandendur kynningarstarfið í næsta gir og miðuðu það einnig að erlendum fjölmiðlum. 117 lið tóku þátt á þriðja ári og 178 lið skráðu sig til leiks á því fjórða. Fimmta árið féll 200-liða múrin og sjötta árið var fullri nýtingu náð – 264 lið. Síðan þá hefur þetta árlega mót alltaf náð fullri nýtingu, með jafn mörg lið á biðlista. Meirihluti liðanna kemur frá Finnlandi, en viðburðurinn laðar líka að sér erlend lið frá Rússlandi, Svíþjóð, Hollandi, Þýskalandi, Spáni, Ítalíu, Belgíu, Íslandi, Skotlandi og Englandi. Aðstandendur mótsins vilja meina að einn helsti lykillinn að þeirri velgengni sem mótið hefur notið sé þátttaka frægra íþróttamanna í mótinu. Sem dæmi má nefna að á hverju ári mæta frægir finnskir íþróttamenn (t.d. ralliókupórar, formúlubílstjórar, íshökkileikmenn o.s.frv.) og þetta hvetur fleiri gesti og fleiri fjölmiðla til að mæta á svæðið.



Fjöldi þátttökuliða	Ár
13	1 (1998)
69	2 (1999)
117	3 (2000)
178	4 (2001)
203	5 (2002)
264	6 (2003)
264	7 (2004)
264	8 (2005)

Framkvæmdastjórn

Jyrki Vaananen bar ábyrgð á því að koma mótinu á fót. Til að byrja með þá stjórnaði hann og skipulagði mótið sjálfur. Þegar mótið stækkaði réði hann til sín framkvæmdalið, til að ráða við vinnuna og ábyrgðina. Jyrki eyðir nú átta mánuðum á ári í að ráðleggja framkvæmdaliði mýraboltans. (Ath. skipulagning hvers móts hefst af alvöru átta mánuðum áður en mótið er haldið). Hann er að auki með ritara í vinnu í um tvo mánuði á ári, til að hjálpa til við stjórnunarverk þegar liður að mótinu. Í

framkvæmdaliðinu eru fjórir einstaklingar og þrír þeirra starfa við annað og vinna að mótinu í frítíma sínum. Hver einstaklingur hefur ákveðna hluti á sinni könnu. Sem dæmi má nefna að einn þeirra er í stöðugu sambandi við alla gististaði á svæðinu, meðal annars stórt tjaldsvæði, skíðahótel, venjuleg hótel og nokkra minni staði. Annar stjórnandi sér um keppnissvæðið, og í því felst viðhald á völlum, neyðarþjónusta, veitingaþjónusta o.fl. Enn annar einbeitir sér að því að finna og tryggja kostunaraðila og útbúa samninga við þá. Sá síðasttaldi í liðinu sér um að veita hinum ritararþjónustu. Framkvæmdaliðið fær svo Knattspyrnusamband Finnlands til að sjá um að halda sjálft mótið, sökum þess hversu stórt og yfirgripsmikið verkið er.



Innra skipulag

Mýrabolti er leikinn í mýrum í miðju einskismannslandi. Næsti bær (Hyrynsalmi) er í 15 km fjarlægð og þar búa ekki nema 2 þúsund manns. Það var ekki neitt í mýrunum og því þurfti Paroonit að útbúa svæðið. Sem dæmi má nefna að það þurfti að fjarlægja tré og runna til að skapa rými fyrir vellina. Þá þurfti að leggja stiga yfir mýrarnar til þess að hægt væri að komast að völlum. Laga þurfti vegi og útbúa bílastæði fyrir sívaxandi fjölda af bílum og rútum. Einnig þurfti að útvega þjónustu á svæðinu. Til dæmis er nú stórt sölutjald þar sem má kaupa mat og drykk. Aðstandendur mótsins byggðu líka sánaklefa við hliðina á litlu stöðuvatni. Auk þess er viðlögutjald, svið fyrir tónlistarflutning, og nokkrir sölubásar þar sem má kaupa mýraboltavarning og fleira.

Viðburðurinn

Mýraboltaleikirnir eru að sjálfsögðu aðalatriðið. Hins vegar er fleira skemmtiefni sem laðar að bæði þátttakendur og áhorfendur. Til dæmis spila hljómsveitir alla þrjá dagana, auk þess sem þulir og plötusnúðar skemmta lýðnum í gegnum hátalarakerfi. Frægt fólk á svæðinu er hvatt til að láta vita af sér og finnski flugherinn er fenginn til þess að fljúga yfir svæðið. Í stóru tjaldi er boðið upp á ótrúlegt magn af mat og drykk (svo virðist sem gestir drekki 10

þúsund lítra af bjór þessa þrjá daga sem mótið stendur yfir), og á sölubásunum má kaupa alls kyns varning.

Mýrabolta svipar til hefðbundins fótbolta, með eftirtöldum undantekningum: Leikurinn er spilaður á blautu mýrlendi; í hverju liði eru 5 útileikmenn og markvörður; fjöldi innáskiptinga er ekki takmarkaður; hver leikur er tólf mínútur; völlurinn er 60X35 metrar; rangstæðureglan gildir ekki; og allar aukaspurnur, horn og innköst eru þannig að boltanum er sleppt með höndum á fyrirfram valin fót, og eru alltaf óbein.

Það er leikið í mismunandi flokkum. Eftir því sem mótið hefur vaxið hefur fleiri flokkum verið bætt við. Til dæmis var í fyrstu einungis leikið í karla- og kvennaflokki. Árið 2000 var fimm nýjum flokkum bætt við: „Business-class“ – Fírmalið sem fá fríar ferðir og frítt fæði auk auglýsingaskilta á aðalvöllum sem tekur um þúsund manns í sæti, o.fl.; keppnisdeild – fyrir þá sem taka leikinn alvarlega, þetta er atvinnumannadeild og einungis fyrir karla; áhugamannadeildin – flest liðin taka þátt í þessari deild. Flest liðin sem taka þátt í þessari deild eru karla (en deildin er opin öllum) sem hafa það helst að markmiði að

skemmta sér. Sum þessara liða klæða sig upp í búninga; blönduð deild – þar sem bæði karlar og konur keppa; og dömudeild – einungis fyrir konur. „Business-class“ liðin

greiða 1.500 evrur á lið. Öll önnur lið greiða 130 evru þátttökugjald. (Árið 2006 verður þetta gjald hækkað upp í 150 evrur til að mæta aukinni eftirspurn).

Auglýsingar og kynning

Mýrabolti er nú orðinn raunveruleg stærð á finnska viðburðadagatalinu. Mjög litlu hefur verið eytt á hverju ári í auglýsingar og kynningu, og hafa menn fyrst og síðast treyst á jákvætt umtal. Árið 2001 var búin til heimasíða (en í gegnum hana þurfa öll lið að skrá sig) og er hún uppfærð reglulega. Mótíð treystir að mestu leyti á umtal. Í upphafi var nokkuð um kynningarherferðir í gegnum tölvupóst og eitthvað var um

auglýsingar, en mestöllum kröftum var beint að því að kynna viðburðinn fyrir fjölmiðlum, til að öðlast fría kynningu og vekja athygli á mótinu. Paroonit er nú með 120 virka tengiliði hjá fjölmiðlum. Í ár mættu fleiri en 50 fulltrúar frá fjölmiðlum á svæðið. Af þeim má nefna sem dæmi sjónvarpslið frá Barcelona, CNN fréttastofuna og fimm önnur sjónvarpslið. Fulltrúar voru á svæðinu frá yfir 40 dagblöðum og tímaritum, og nokkur fjöldi útvarpsmanna að auki.



Kostunaraðilar

Eins og með flesta viðburði reyndist í upphafi erfitt að laða kostunaraðila að mýraboltanum (einungis fengust þrír kostunaraðilar fyrstu þrjú árin). En eftir því sem umfang mótsins varð meira liðkuðust kostunaraðilarnir og urðu viljugri til þess að tengja sig mýraboltanum. Í dag eru stærstu kostunaraðilarnir OLVI, sem er finnskur bjórframleiðandi (sem kemur lítið á óvart í ljósi þess magns af bjór sem gestir innbyrða!). OLVI og fjórir aðrir lykilkostunaraðilar útvega styrki á bilinu frá 5-20 þúsund evrum. Hinir stóru kostunaraðilarnir eru Polar (sem framleiða púlsmæla fyrir íþróttamenn), UPM-Kymmene (skógarhöggsfyrirtæki), Viking Line (ferjufyrirtæki) og umboðsaðili fyrir Mercedes. Smæstu kostunaraðilarnir veita allt frá 500 evrum og upp úr. Í dag eru um 45 kostunaraðilar (að meðtöldum 20 kostunaraðilum/liðum í „business class“ deildinni). Annar lykilkostunaraðili framan af var Land Rover, sem tók þátt í fjögur ár þar til að kostunarstrategíu fyrirtækisins var breytt þannig að nú styrkja þeir einungis viðburði sem tengjast hestamennskus.



Tekjur & kostnaður

Tekjur koma frá nokkrum mismunandi uppsprettum. Sveitarstjórnin á svæðinu veitir styrk upp á 36 þúsund evrur á ári, því að mýraboltinn vekur athygli á svæðinu á lands- og heimsvísu, og laðar að svo marga gesti (allt að 12 þúsund, þegar reiknað er með þeim sem koma alla þrjá dagana). Kostunaraðilar (að undanskildum liðum í firmadeildinni) útvega um 40 þúsund evrur á ári, í styrkjum frá 500 evrum upp í 20 þúsund evrur. Þátttökugjöldin (fyrir utan firmadeildina) skila einnig miklum tekjum, einhvers staðar í kringum 32 þúsund evrum (245 x 130 evrum). Loks skilar sala á mat og drykk eitthvað í kringum 70 þúsund evrum og sala á öðrum varningi í kringum 20 þúsund evrum.

Tekjufirlið	(%)
Kostunaraðilar	33%
Þátttökugjöld (með firmadeild)	27%
Matur & drykkur/Varningur	40%



Megnið af kostnaðinum við mótið er við eftirtalda hluti: Kaup á mat og bjór – 15 þúsund evrur; viðhald á jarðvegi (að fjarlægja tré, viðhalda göngustígum, byggja og reisa auglýsingaskilti, útvega áhorfendapalla fyrir gesti, kaupa og reisa markstangir o.s.frv.) – 10 þúsund evrur; ferðir og búnaður (mýraboltafarartæki og bensínkostnaður, leiga á rútum, leiga á tjöldum og hátalarakerfi) – 8 þúsund evrur; starfslið (byggingarverkamenn, lausamenn, neyðarþjónustuliðar o.s.frv.) – 8 þúsund evrur; almannatengsl og vefsíðukostnaður – 5 þúsund evrur; dómara og opinber gjöld – 5 þúsund evrur; kostnaður við ráðgjöf vegna skipulagningar leikja fyrir deildirnar – 4 þúsund evrur; viðhald á vegum og ruslatínsla – 4 þúsund evrur; greiðslur til hljómsveita fyrir tónlistarflutning – 3.500 evrur; greiðslur til fyrimenna fyrir að mæta – 2.500 evrur; árleg endurnýjun á búnaði (t.d. stólum, borðum o.s.frv.) -1.500 evrur; uppsetning á sánu – 1.000 evrur; að halda mýraboltasvæðinu hreinu alla helgina – 1.000 evrur; og fjölmiðlaverðlaun – 1.000 evrur. Þá er ótalin úppgæfin upphæð sem greidd er til framkvæmdaliðsins og er einnig notuð til að endurfjárfesta í mótinu árið eftir.

Kostnaðaryfirlit	(%)
Matur og bjór	18%
Framkvæmdakostnaður	40%
Starfslið (f. utan framkvæmdalið)	28%
Kynningar- og markaðsstarf	8%
Annað	6%

Efnahagsleg áhrif viðburðarins

Sveitarstjórnin á svæðinu lét gera sjálfstæða rannsókn árið 2003 til að reyna að meta hversu mikil áhrif viðburðurinn hefði á efnahag svæðisins. Samkvæmt rannsókninni ber mýraboltinn ábyrgð á veltu upp á milljón evrur á svæðinu á hverju ári. Innifalið í þessari tölu eru til dæmis laun til byggingarverkamanna og lausamanna, leiga á búnaði, og eyðsla gesta – í formi gistingar, bensíns, skyndibitaæðis og drykkjarfanga, gjafavöru og annarrar þjónustu, s.s. almenningssamgangna, leigubíla, veitingastaða, kráa o.s.frv. (Árið 2005 var áætlað að viðburðurinn hefði skapað eyðslu upp á 1,2 milljónir evra á svæðinu).

Framtíðin

Mýraboltamótið getur ekki stækkað frekar því það er einfaldlega ekki gistiþláss á svæðinu til að taka á móti fleira fólki. Til þess að stækka við sig þyrfti fyrst að finna nýja staðsetningu og byrja alveg upp á nýtt. Aðstandendur mótsins hafa einnig staðist þá freistingu að halda mótið oftár en einu sinni á ári, til þess að halda sérstöðunni og viðhalda spenningnum. Þeir hafa hins vegar bætt við sig tengdum viðburðum eins og snjóbolta (vetrarviðburður) og sjóbolta (sem er spilaður á þílfari skips sem siglir milli hafna).

„Ef ég væri beðinn um að nefna þann einstaka þátt sem mestu skiptir til þess að viðburður náí velgengni, þá yrði ég að segja að það væri skipuleggjandinn. Skipuleggjandinn er lykileinstaklingurinn, sá sem hefur sýnina, staðfestuna og eldmóðinn til þess að láta viðburðinn ganga upp. Oftar en ekki er þetta sama manneskjan og fékk hugmyndina til að byrja með og hann/hún nær alla jafna að stjórna og skila af sér viðburðinum sjálf(ur), sérstaklega fyrstu árin. Ég hef séð viðburði ná velgengni þrátt fyrir að allar líkur segðu að þeir ættu ekki að geta gengið upp, og ástæðan var alltaf hrein staðfesta og hæfni skipuleggjandans.“

Stewart Miller, markaðsráðgjafi, Skotlandi.

Mýrabolti – ástæður velgengninnar

- Íþróttir sem leiknar eru utandyra njóta mikilla vinsælda í Finnlandi. (Og því hafði mýraboltinn – hugmyndin – viljuga þátttakendur frá upphafi).
- Mýrabolti er mjög óvenjulegt fyrirbæri, og þess vegna mun hann alltaf fá mikla athygli frá fjölmiðlum og umfjöllun í hlutfalli við það. (Alþjóðlega fjölmiðla þyrstir ávallt í óvenjulegar fréttir).
- Staðfestan, hæfnin og reynsla upphafsmannsins við skipulagningu viðburða. (Auk þess að átta sig á því að það þurfti að stækka og styrkja framkvæmdaliðið eftir því sem viðburðurinn varð vinsælli).
- Vilji aðstandenda til þess að bæta viðburðinn ár eftir ár, t.d. með því að bjóða upp á kvöldskemmtun á gististöðum, með því að fjölga deildum, með því að bjóða upp á alls kyns skemmtun á daginn, o.s.frv.
- Stöðugur stuðningur kostunaraðila, og þar með talinn stuðningur sveitarstjórnarinnar (og það að rækta þessi tengsl).
- Sökum þess að þetta er skemmtilegur viðburður þar sem allir skemmta sér vel koma mýraboltakeppendur og áhorfendur aftur ár eftir ár. (Vel heppnað snið).
- Forðast hefur verið að ofnýta viðburðinn, það er, menn hafa staðist þá freistingu að halda viðburðinn oftar en einu sinni á ári.
- Tryggt hefur verið að viðburðurinn sé sjálfbær og framkvæmanlegur; þó það hafi kostað að halda langan lista af varaliðum sem bíða þess að fá að taka þátt. (Það er ekki meira gistirými á svæðinu til að leyfa stækkun).



Ferilsrannsókn 2 Hálandaveislan, Skotlandi

Ágrip

Hálandaveislan er matar- og drykkjahátíð sem haldin er árlega í norður Skotlandi. Hátíðin var sett á fót árið 1999 af opinberum aðilum en er í dag rekin af litlu hlutafélagi. Árið 2005 stóð hátíðin yfir í ellefu daga og var boðið upp á meira en fjörutíu einstaka viðburði sem fram fóru í kastölum, aðalsheimilum, brugghúsum, hátíðartjöldum, veitingastöðum, lestum og bátum. Framkvæmdalið Hálandaveislunnar vinnur með íbúum svæðisins, viðburðastjórnendum, gististöðum, veitingastöðum, ferðamannastöðum og meira en 200 matar- og drykkjarframleiðendum til þess að bjóða

upp á fjöldann allan af viðburðum tengdum matargerð. Meira en átta þúsund manns mæta á hátíðina sem hefur um 125 þúsund evrur í ráðstöfunarfé og fjárlög upp á rétt undir 200 þúsund evrum (ef mótframlög eru talin með).

Hugmyndin að baki viðburðinum

Opinberi geirinn tók fyrstu skrefin til þess að koma á fót hátíð til að fagna og kynna þá framleiðslu sem kemur frá svæðinu. Hálandaráðið (stjórnvöld á svæðinu) bauð fulltrúum úr ferðamanna- og matargeiranum til hugmyndafundar til að hjálpa til við að finna framkvæmanlegar hugmyndir til að auka hagvöxt á svæðinu.



Afrakstur þessa var ákvörðun um að stofna til hátíðar (Matarhátíð Hálandanna), til að kynna veitingastaðina á svæðinu. Á innan við tveimur árum sá opinberi geirinn, sérilagi í Inverness og Nairn Enterprise (sveitarfélag og opinbert fyrirtæki sem starfar við efnahagsstjórnun), þá ótrúlegu möguleika sem fólust í því að steypa saman matar- og drykkjagerð á svæðinu við ferðaþjónustuna, og vildi hvetja einkageirann til að leiða starfið. Árið 2001 tóku fagaðilar við stjórnun hátíðarinnar, við bættist ráð fagaðila og viðburðarstjórn.

Að koma viðburðinum á fót

Í upphafi stóð hátíðin yfir í fjóra daga (frá fimmtudegi til sunnudags). Árið 2001 hófu skipuleggjendurnir, undirstjórn nýskipaðrar viðburðarstjórnar, að finna óvenjulega og táknræna staði, sem gætu boðið upp á matseðla með framleiðslu af svæðinu, ásamt skemmtiatriðum. Sem dæmi má nefna Fort George – sem er virki fyrir hermenn og óvenjulegur og sérstæður ferðamannastaður. Boðið var upp á framleiðslu af svæðinu, karriréttir voru framreiddir og við bættist flugeldasýning auk þess sem hleypt var af fallbyssum með viðhöfn. Annað mikilvægt skref var að tryggja fjármögnun og kostun fyrir viðburðinn. Á mótunarárunum var stærsti einstaki kostunaraðilinn bjórframleiðandinn Tennents og nýttu einn meðlimur ráðsins og einn meðlimur viðburðarstjórnarinnar

tengsl sín í drykkjariðnaðinum til að tryggja þátttöku Tennents. (Þó fyrirtækið starfi í Edinborg þá er framkvæmdastjórinn fæddur í Hálöndunum, auk þess sem vörur þeirra njóta nokkurra vinsælda á svæðinu). Þá var einnig tryggður verulegur stuðningur frá opinbera geiranum, sem var einn upphafsaðila og hjálpaði til við þróun hátíðarinnar.

Að byggja á góðri byrjun

Hátíðin hefur stækkað ár frá ári. Á mótunarárunum var hátíðin einungis haldin á svæðinu í kringum Inverness, sem er höfuðborg Hálandanna. (Skosku Hálöndin eru dreifbýlissvæði í Skotlandi, sem nær yfir um helming landsins en hefur einungis um einn sjötta af íbúum landsins). Svæðið sem tekur þátt, hefur nú verið stækkað þannig að það inniheldur marga bæi og mörg þorp í héruðunum í kringum Inverness. Eftir því sem hátíðin nýtur meiri athygli, aðallega vegna árangursríks almannatengslastarfs, hafa margir staðir og viðburðir óskað eftir því að taka þátt. Sem dæmi má nefna heimsmeistaramótið í hafragrautsgerð, sem haldið er í þorpinu Carr-bridge, og Loch Ness maraþonið. Það sem helst takmarkar áframhaldandi þróun hátíðarinnar er, og hefur verið, skortur á fjármögnunarmöguleikum. Til dæmis starfar viðburðarstjórnin undir taxa. Einnig má nefna að þó sumir aðilar haldi áfram að styrkja hátíðina ár eftir ár með peningum

og móttframlögum þarf viðburðarstjórnin alltaf að eyða miklum tíma og orku í að finna og tryggja nýja kostunaraðila. Þannig hafa fjármögnunarvandamál alltaf staðið frekari stækkun hátíðarinnar fyrir þrífum. Fyrir neðan má sjá töflu sem sýnir vöxt hátíðarinnar á árlegum grunni frá árinu 2002, þar sem lögð er áhersla á fjölgun viðburða sem sigla undir fána hátíðarinnar:

Fjöldi einstakra viðburða*	Ár
24	2002
26	2003
37	2004
42	2005

* Sumir viðburðir eiga sér stað oftár en einu sinni

Framkvæmdaliðið

Á fyrstu árum hátíðarinnar var henni stjórnað af stjórnunarnefnd sem var skipuð sjálfboðaliðum sem svo réðu til sín framkvæmdaaðila. En þó að þetta fyrirkomulag hafi virkað komust framkvæmdaaðilarnir að því að kostnaðurinn væri óþarflega mikill vegna þess hversu oft þeir neyddust til að gefa stjórnunarnefndinni skýrslu. Árið 2001 var tekin ákvörðun um að framkvæmdaaðilarnir myndu stofna hlutafyrirtæki (Highland Feast Ltd.) til að stjórna og reka hátíðina, og að stjórnunarnefndin myndi halda áfram að aðstoða, en einungis á óformlegan máta sem ráðgjafar. Með þessu skapaðist nými til að þróa og framkvæma spennandi hátíð sem snýst um mat og Hálandamenningu. Framkvæmdaaðilarnir urðu forstjórar í nýja fyrirtækinu og hlutverkum þeirra má lýsa svo:

Staða	Hátíð – Ber ábyrgð á
Viðburðastjóri	Andlit hátíðarinnar út á við. Viðburðastjórinn hefur líka með einstaka viðburði hátíðarinnar að gera. Aðal tengiliður við kostunaraðila og þátttökufyrirtæki
Markaðsstjóri	Markaðsstjórinn sér um að búa til markaðsáætlun og að hrinda henni í framkvæmd. Sér einnig um að tryggja styrki frá opinberum aðilum
Almannatengslafulltrúi	Almannatengslafulltrúinn sér um samskipti við fjölmiðla. Á að sjá til þess að tryggja umfjöllun um hátíðina í ýmsum fjölmiðlum
Fjármálastjóri	Framkvæmdastjórinn stjórnar fjármálum hátíðarinnar og sér um aðra stjórnunarpætti

Framkvæmda- og skipulagsliðin gera samning við undirverktaka um einstök verk, svo sem eins og hönnun, auglýsingatextaogprentunkynningarefnis. Framleiðslustjórn er líka ráðin til þess að hjálpa til við að útvega ákveðna þjónustu sem stjórn Hálandaveislunnar ábyrgist (sem dæmi um aðkeypta þjónustu má nefna siðameistara, ljósa- og hljóðmenn, kvikmyndatökulið, veitingaþjónustu, heilbrigðis- og öryggissérfræðinga, o.s.frv.).

Innra skipulag

Stærstur hluti innviða hátíðarinnar er þegar til staðar á svæðinu. Sem dæmi má nefna

fjöldann allan af ferðamannastöðum um öll Hálöndin og gististaði. Þá eru einnig vel ásættanlegar almenningssamgöngur til staðar, boðið er upp á flug til Inverness frá mörgum flugvöllum í Bretlandi og utan landsteinanna; reglulegar ferðir með lestum og rútum til og frá svæðinu; og hraðbrautir fyrir einkabíla. Önnur þjónusta, sem styður við hátíðina, er sömuleiðis til staðar og auðveldar framkvæmd hátíðarinnar.

Hátíðin

Grundvallar markmið hátíðarinnar er að koma Hálöndunum á framfæri sem miðstöð matar- og drykkjarmenningar, og fá matartúrista til að líta á svæðið sem



ákjósanlegan áfangastað. Í þessu felst: Að kynna mat og drykk frá Hálöndunum; að hvetja gesti til að heimsækja svæðið utan helstu ferðamannavertíðarinnar (hátíðin er haldin í október, á uppskerutímanum); og að rugla saman reitum mats og drykkjar við Hálандаarfleiðina til að skapa minnisverða viðburði. Eins og minnst hefur verið á er

aðal markmiðið að bjóða gestum upp á eitthvað sem er öðruvísi með því að kalla til óvenjulega staði og bjóða upp á framleiðslu frá svæðinu á marga mismunandi vegu í bland við skemmtiatriði. Til að benda á hversu fjölbreytilegir og einstakir viðburðir hafa verið á dagskránni síðustu árin, er hér lítill listi með dæmum:

Nafn viðburðar	Lýsing á viðburði
Eldur í virkinu	Haldinn í Fort George – stórkostlegu virki, og gestir fengu notið indverskra þjóðarrétta sem voru matreiddir úr framleiðslu frá svæðinu, á meðan þeim var skemmt með músík og ljóðalestri, flugeldasýningu og fallbyssuserimóníu
Sjávarréttir og siglingar	Siglt er um Loch Ness á hefðbundnum síldarbát, og þannig fá gestir notið ljúffengs fiskmetis frá svæðinu í bland við töfrandi landslag Hálöndanna
Ferskt fæði og fjör í Nairn	Vörusýning vinsæls matarframleiðanda sem haldin er í stóru tjaldi. Tækifæri gefst til að smakka á kræsingum og versla beint af bændum, auk þess sem boðið er upp á skemmtiatriði fyrir alla fjölskylduna
Galaveisla með tvisti	Frægur einstaklingur er fenginn til að vera kynnrir og taka viðtal við einhvern frægan úr matarbransanum (t.d. frægan kokk, matargagnrýnanda og fyrrum kokk), og gestir fá einnig vel útlátinn kvöldverð
Golf, Haggis, & Háländasveifla	Golf er leikið um eftirmiðdaginn og svo er boðið upp á drykki og smárétti á flötinni fyrir framan eitt Háländahótelanna, þá er Háländaveisla og loks sekkjapípuleikur og þá gefst tækifæri til að dansa skoska ceilidh-dansa
Bjórhatíðin í Inverness	Smakkað á alvöru öli frá Hálöndunum og Skotlandi á vinsælum sveitapöbb
Síðdegiste – Lipton fjölskyldan	Njóttu þess að fá „viktoríanskt síðdegiste“ á fyrrum heimil hinnar frægu Lipton te fjölskyldu

Til að koma viðburði að í dagskrá Hálandaveislunnar þurfa umsækjendur að geta boðið upp á gæðapjónustu fyrir gesti og hafa eitthvað „viðbótargildi“ að auki. Sem dæmi má nefna að viðburðirnir sjálfir þurfa að vera öðruvísi en það sem er í boði á hverjum degi, og helst algerlega sérstakir. Einnig er skilyrði að bjóða upp á mat og drykk frá svæðinu, og skemmtiatriðin eiga að vera minnisstæð og peninganna virði.

Auglýsingar og kynning

Frá fyrsta degi var framkvæmdaliðinu ljóst mikilvægi þess að stunda góð almannatengsl. Því er t.d. einn meðlimur stjórnunarráðsins með próf í almannatengslum. Í gegnum tíðina hefur framkvæmdaliðið ræktað tengsl sín við fjölmiðla. Sem dæmi má nefna að á síðasta ári (2005) var 13.500 pundum eytt í ráðgjöf til fjölmiðlasérfræðinga sem skilaði sér í kynningu að andvirði 200.000 punda fyrir hátíðina. Í þessari tölu eru 98 einstakar umfjallanir í fjölmiðlum, bæði héraðsfjölmiðlum sem og fjölmiðlum á landsvísi og heimsvísi (t.d. dagblöðum, tímaritum, útvarpi, sjónvarpi og vefsíðum). Auk þessa er prentaður kynningarbæklingur fyrir hátíðina og minni pésar fyrir einstaka viðburði. Þessu kynningarefni er dreift á strategískt mikilvæga staði, svo sem upplýsingamiðstöðvar fyrir ferðamenn, hótél og aðra gististaði, bensínstöðvar, og samgöngumiðstöðvar (t.d. flugvelli,

lestarstöðvar og rútustöðvar). Á þessu ári (2006) verður notast við dreifingarfyrirtæki sem mun dreifa bæklingum á sölustaði í Glasgow og Edinborg (sem eru tvær stærstu borgirnar í Skotlandi). Samtökin eru líka með greinargóða heimasíðu www.highlandfeast.co.uk. Viðbótarkynningarstarf felur meðal annars í sér eftirfarandi: Að kynna hátíðina á ráðstefnum og fyrir ýmsum hagsmunaaðilum; að búa til plaköt; að hengja upp auglýsingar úti á götum; og að dreifa þriggja mínútna kynningar-DVD á ferðasýningum, til fjölmiðla og mögulegra kostunaraðila.

Kostunaraðilar

Stærsti kostunaraðili hátíðarinnar hefur alltaf verið nýsköpunarsjóður svæðisins (hét áður Inverness & Nairn Enterprise, en heitir nú Inverness Nairn Badenoch & Strathspey Enterprise). Þetta fyrirtæki, sem er í opinberri eigu, hefur stutt duglega við hátíðina (veittu 25.000 punda styrk á síðasta ári, og mun að líkindum veita enn stærri styrk á næsta ári þar sem starfssvæði fyrirtækisins hefur verið stækkað svo það felur nú í sér Badenoch og Strathspey að auki, sem veittu 15.000 pund á síðasta ári). Sökum þessa mun hátíðin halda áfram að einblína á svæðið í kringum Inverness, Nairn, Aviemore og nágrannasveitarfélögin um fyrirsjáanlega framtíð, þó að skipuleggjendurnir haldi áfram að leita eftir stuðningi frá öðrum

sveitarfélögum á Hálandasvæðinu, til að reyna að stækka hátíðarsvæðið. Að því er viðkemur því að tryggja einkafjármagn er það sífelldur flöskuháls að á þessu dreifbýlissvæði eru engin stórfyrirtæki. Hins vegar ber að líta til þess að á þessu ári og því næsta hefur byggingarfyrirtæki af svæðinu (Tullochs) samþykkt að veita 22.500 pund sem verða greidd út á tveimur árum. Aðrir stórir stuðningsaðilar eru The Seafish Authority (fagsamtök sem sjá um að kynna sjávarfang), the Inverness City Partnership (regnhlífarsamtök sem kynna Inverness), og Highland 2007 (nýsköpunarfyrirtæki í opinberri eigu sem var stofnað til þess að vekja athygli á svæðinu með því að styrkja nýja og gamla viðburði). Hátíðin fær líka mikið af mótframlögum, sem eru metin upp á meira en 37.000 pund. Stærstu mótframlögin koma frá héraðsdagblaðinu (Press & Journal) sem útvegaði ritstjórnar- og auglýsingakynningu upp á um 40.000 pund árið 2005. Meðal annarra mótframlaga má nefna að viðburðastjórnin starfar undir texta, lækkaða eða niðurfellda leigu á húsnæði, og afslátt á ýmislegri þjónustu.

Tekjur & gjöld

Flestir viðburðirnir eru haldnir af viðkomandi stöðum; og því hefur hátíðin fjarska litlar tekjur af miðasölu. Megnið af innkomunni kemur frá opinberum aðilum. Árið 2005 skiptust tekjurnar eins og hér segir: Opinberir aðilar útveguðu

83% af nauðsynlegu reiðufé og 53% af heildarstuðningi – ef mótframlög eru talin með. Einkafjármagn og mótframlög veita þá 47% af heildarstuðningi.

Tekjufirlit	
Opinber fjármögnun	53%
Einkafjármögnun (t.d. kostunaraðilar og innkoma)	10%
Mótframlög frá einkageiranum	37%
Alls	100%

Helsti kostnaðurinn við hátíðina (fyrir utan mótframlög) fer í eftirtalda hluti: Kostnaður við að framkvæmd þriggja aðalviðburða (t.d. tjalð, lýsing Inverness-kastala, heilbrigðis- og öryggisráðgjafar, hljómsveitir og tónlistarmenn, götuskemmtikraftar, framkomugjöld frægra einstaklinga, veitingaþjónusta, öryggisþjónusta, tryggingar o.s.frv.); kostnaður við markaðsstarf og almannatengsl (t.d. að starfrækja upplýsingasíma fyrir fyrirspurnir, hönnun og framleiðsla bæklinga, pósthærförðir, auglýsingar, markaðsstarf á internetinu, auglýsingatextar, opunarveisla, samkeppnir, o.s.frv.) og ráðgjafagjöld fyrir stjórnendur hátíðarinnar.

Kostnaðaryfirlit:	
Kostnaður við helstu viðburði	41%
Markaðsstarf & almannatengsl	36%
Ráðgjöf	23%
Alls	100%

„Fólkið sem fengið er til þess að sjá um viðburð skiptir öllu máli. Við (stjórnendur Hálandaveislunnar) erum mjög heppin í þessu tilliti því starfsliðið okkar vinnur að öðrum viðburðum líka, og þannig höfum við lært að skilja styrkleika og hæfileika hvers annars. Við notum líka áreiðanlega undirverktaka sem við þekkjum vel og treystum.“

Willie Cameron, hátíðarstjóri Hálandaveislunnar

Framtíðin

Hálandaveislan er meiriháttar matar- og drykkjahátíð sem haldin er á hverju ári í norður Skotlandi. Framtíðarþróun hátíðarinnar verður alltaf háð því fjármagni sem hægt verður að afla. Til dæmis má nefna að stjórnendur vildu gjarnan að hátíðin næði yfir stærra svæði en fjármagnið hefur ekki leyft slíkt.

Stjórnendurnir eru ástríðufullir í garð hátíðarinnar og það verður að teljast líklegt að henni verði haldið gangandi um fyrirsjáanlega framtíð. Árið 2007, sem er menningarár Hálandanna, vonast stjórnendurnir til að geta bætt alþjóðlegri vidd við hátíðina með því að bjóða brottfluttum Hálendingum um víða veröld „að koma heim í mat“.

Hálandaveislan – ástæður velgengninnar

- Hátíðin nýtir sér helstu styrkleika svæðisins: nefnilega þann orðstír svæðisins að þar fari fram besta matar- og drykkjarframleiðsla á Bretlandseyjum.
- Sköpunarkraftur þeirra viðburða sem eiga sér stað á hátíðinni, það er, hið einstaka tækifæri sem gefst til að taka þátt í viðburðum sem einungis er hægt að taka þátt í á meðan hátíðinni stendur.
- Matartúrismi er sífellt stækkandi iðnaður; góður matur og drykkur er óaðskiljanlegur hluti allra ferðalaga.
- Hæfileikar og eiginleikar stjórnendanna, sérílagi að því er viðkemur því að framkvæma óvenjulega gæðaviðburði.
- Sú mikla fjárfesting (í peningum og vinnuframlagi) sem lögð er í almannatengsl til að vekja athygli markhópa á hátíðinni.
- Stöðugur stuðningur opinberra aðila (án þeirrar aðstoðar væri ekki hægt að halda hátíðina).



Ferilsrannsókn 3

Fossavatnsgangan, Íslandi

Ágrip

Fossavatnsgangan er árlegt gönguskiðamót sem haldið er á Ísafirði á norður Íslandi. Mótið var fyrst haldið árið 1935 og var því komið á fót af skátahreyfingunni. Á mótunarárunum var gangan 20 km, en í dag er keppt í fjórum vegalengdum með það að augnamiði að koma til móts við mismunandi getu keppenda (7 km., 10 km., 20 km. og 50 km.). Árið 1935 voru einungis fjórir keppendur; í ár (2006) búast skipuleggjendur við 250 keppendum. Heildarfjárlög til skipulagningar og framkvæmdar viðburðarins eru í ár um 4,5 milljónir króna (65.000 evrur).

Hugmyndin að baki viðburðinum

Þegar maður leitar að innblæstri til þess að koma á fót viðburði getur umhverfið sem maður býr í oft veitt góðar hugmyndir. Svæðið í kringum Ísafjörð er umlukið fjöllum sem eru snævi þakin stærstan hluta ársins (frá miðjum október og til loka júnímánaðar). Gönguskiðamennska er mörgum Íslendingum lífsstíll, og því var fyllilega rökrétt að lofsygja þá iðkan með því að efna til keppni. Árið 1935 fór lítill hópur einstaklinga um brekkurnar á svæðinu og stíkaði út 20 km keppnisbraut. Keppnin gaf skiðagöngumönnum á svæðinu tækifæri til þess að láta reyna á gönguskiðahæfileika sína og þrek



Að koma viðburðinum á fót

Fyrstu árin var viðburðurinn fyrst og síðast „áhugamannaviðburður“. Með öðrum orðum var viðburðurinn skipulagður af nokkrum gönguskiðamönnum sem skemmtun fyrir þá sjálfa. Í upphafi – og jafnvel ennþá nú – voru engin mannvirki fyrir keppnina. Sem dæmi má nefna að á fjórða áratugnum og fram á þann sjötta þurftu keppendur fyrst að ferðast fótgangandi 15 km leið áður en þeir gátu tekið til við að keppa. Í dag er hægt að keyrastærstan hluta leiðarinnar. Hins vegar eru engin mannvirki sett upp þar sem hægt er að kaupa kaffi eða varning, sem dæmi. Keppendurnir verða að berjast við náttúruöflin, og þetta er hluti af aðdráttarafli viðburðarins.

Að byggja á góðri byrjun

Fossavatnsgangan hefur verið haldin árlega í meira en 70 ár. Til nokkurrar furðu hefur aldrei þurft að aflýsa keppninni vegna veðurs eða snjóleysis. Keppninni hefur nokkrum sinnum verið frestað um nokkra daga vegna óhagstæðra veðurskilyrða, en það hefur alltaf verið nægur snjór. (Viðburðurinn fer fram ár hvert síðustu helgina í apríl eða fyrstu helgina í maí, og er síðasti skiðaviðburður vetrarins). Á tíunda áratug síðustu aldar ákváðu skipuleggjendur, sem eru allir meðlimir í skiðafélaginu á svæðinu, að breyta hátíðinni úr óformlegri samkomu í alvöru viðburð. Keppnisáætlun var búin til, til að mæta mismunandi aldurshópum



og getu keppenda. Sem dæmi má nefna að sérstök 7 km keppni var sett á fót fyrir börn undir 16 ára aldri. Þessi stefnumörkun hjálpaði líka til við að vikka út aðdráttarafl keppinnar, með því að fá yngri kynslóðir til að taka þátt (sem er kannski góð hugmynd, þegar lítið er til þess að einn keppenda tók fyrst þátt árið 1938 og er enn að!). Þá var einnig sett á fót 10 km keppni til að fá fleiri fullorðna til að taka þátt, og árið 2004 var 50 km maraþoni bætt við, sem enn jók á aðdráttaraflið, með því að laða að þrekgönguskíðamenn frá öðrum svæðum á Íslandi og jafnvel erlendis frá. Keppnin fékk svo aukin styrk árið 2005 þegar Heimir Hansson, úr skíðafélaginu á Ísafirði (einn af lykilskipuleggjendum Fossavatnsgöngunnar) hélt fund með Fédération Internationale de Ski (FIS), alþjóðasambandi skíðamanna. Þessi fyrsti fundur kallaði svo á fleiri fundi sem urðu til þess að stofnað var til skandinavísku maraþonbikars, þar sem keppnisröð maraþonmóta myndar FIS Norræna Maraþon skíðabikarinn. Aðildarlönd keppnisraðarinnar eru Noregur, Finnland, Svíþjóð og auðvitað Ísland. Eftir að stofnað var til þessa bikars er Fossavatnsgangan orðin alþjóðlegt mót. Fossavatnsgangan mun nú laða að fyrsta flokks þrekíþróttamenn frá allri Skandinavíu og víðar, auk þess sem fleiri áhugaskíðamenn munu taka þátt. Þessi nýja þróun mun einnig kalla

á frekari umfjöllun í fjölmiðlum (lykilatriði í því að koma þessu í gegn var stuðningur frá USEVENUE verkefninu, sem veitti fjárhagsaðstoð sem og kynningu fyrir erlendum samstarfsaðilum).

Stöðuga þróun viðburðarins frá því hann var fyrst settur á fót til dagsins í dag má best sjá með því að skoða fjölda þátttakenda:

Ár	Fjöldi þátttakenda
1935	4
1955	40
1975	70
1995	120
2005	170
2006	250 (Áætlað)

Eins og gildir um marga íþróttaviðburði var áherslan fyrst lögð á þátttöku íbúa á svæðinu, sem síðan varð að þátttöku íbúa fjórðungsins, og loks íbúa á landsvísi. Á árinu 2006 hefur viðburðurinn hlotið alþjóðlega viðurkenningu sem hluti af norræna bikarinn (FIS Nordic Marathon Cup) sem alþjóða skíðasambandið stendur fyrir. Fjöldi þátttakenda (2005) eftir búsetu má sjá hér að neðan.

Hvaðan þátttakendur voru árið 2005	% af heildarþátttakendum
Heimamenn	65%
Frá öðrum svæðum Íslands	31%
Útlendingar	4%

Framkvæmdaliðið

Í framkvæmdaliðinu eru þrír lykileinstaklingar. Fyrstan ber að nefna keppnisstjórnann sem sér um að skipuleggja viðburðinn sjálfan. Þá er það sá sem sér um fjármögnun og fjárhagsáætlun, og sá þriðji sér um allt sem tengist tölum og tækni. Aukameðlimur hefur yfirumsjón með sjálfbóðaliðunum, sem er mikið verk þar sem að viðburðurinn treystir á meira en 100 sjálfbóðaliða sjálfan keppnisdaginn. Samskipti milli aðila í framkvæmdaliðinu fara fram með óformlegum hætti og þessir einstaklingar eru einnig í stjórn skíðafélagsins. Líkt og gildir um alla viðburði verða fundir og önnur samskipti tíðari eftir því sem líður nær viðburðinum. Auk þess sest framkvæmdaliðið niður að lokinni hverri keppni og ræðir hvernig til tókst, og hvað mætti betur fara næst.

Innra skipulag

Keppnin fer fram á fjöllum í kringum Ísafjörð. Keppnin treystir á viðamiklð tímabundið táknkerfi. Sem dæmi má

nefna að sett eru upp skilti sem merkja leiðina með eins kílómetra millibili eftir allri brautinni. Auk þess eru notuð alþjóðleg merki, sem benda á læknisþjónustu og drykkjastöðvar. Aukamerki eru notuð til þess að vekja athygli á hættulegum svæðum á leiðinni, eins og kröppum beygjum og ójöfnum. Keppendur fá allir sendar upplýsingar um keppnisleiðina áður en keppnin fer fram auk þess sem þeir eru hvattir til að heimsækja vettvanginn fyrir keppnina, til að kynna sér leiðina. Þá geta þeir einnig farið á heimasíðu keppinnar á www.fossavatn.com til að fá betri og nákvæmari upplýsingar um keppnina.

Keppnin

Meginmarkmiðið með skíðagöngunni er að bjóða keppendum að láta reyna á gönguskiðahæfileika sína og þrek. Viðburðinum er einnig ætlað að lofsygja lífnaðarhætti heimamanna. Gönguskiðapróttin er jafn vinsæl í Skandinavíu og fótbolti í Brasilíu. Þrátt fyrir að viðburðurinn sé skipulagður fyrir þátttakendur



mæta áhorfendur líka, en hversu margir mæta byggist þó nokkuð á veðri. Lykilatriði til frampróunar viðburðarins var þegar nýlega náðust samningar um að deila bókunarkerfi á netinu með öðrum keppnum í Skandinavíu. Á mótunarárum keppninnar borguðu keppendur þátttökugjaldið rétt áður en keppnin hófst. Nú er jafnan byrjað að rukka þátttökugjaldið mörgum mánuðum fyrir keppni. Auk þess eru keppendur hvattir til þess að greiða gjaldið snemma og greiða minna ef þeir gera það, eins og sést á töflunni hér fyrir neðan:

Keppni	Verð: Fyrir apríl	Verð: Eftir apríl
50km	3.000 krónur	4.000 krónur
10km/20km	2.000 krónur	3.000 krónur
7km*	1.500 krónur	1.500 krónur

*börn undir 16 ára aldri greiða alltaf sama gjald, sama hvenær þau borga

Auglýsingar og kynning

Fyrir árið 2005 voru auglýsingar og kynning af takmörkuðu magni. Þetta var aðallega vegna þess að áratugina á undan

hafði keppnin aðallega vaxið af orðrómi. Á síðustu árum hefur það fjármagn sem lagt er í kynningu viðburðarins aukist. (Af heildarférlögum upp á 4,5 milljónir króna fer hálf milljón í kynningu og auglýsingar). Sem dæmi má nefna að nú er bæklingum dreift til allra helstu skíðafélaga á Íslandi og í gegnum tengiliði og samstarfsaðila í Noregi, Finnlandi og Svíþjóð. Þátttakendur úr röðum heimamanna taka þá líka með sér bæklinga þegar þeir taka þátt í öðrum keppnum á Íslandi, Evrópu og í Ameríku. Hingað til hafa fjölmiðlar á svæðinu, fréttablað og sjónvarp, fjallað um viðburðinn og mun fjölmiðlaumfjöllun aukast nokkuð með alþjóðlegri tengingu viðburðarins. Samtökin hafa einnig verið með heimasíðu í næstum því átta ár og nú er hægt að bóka þátttöku sína á netinu. Á síðasta ári (2005) var framleiddur DVD-diskur um keppnina, og honum er nú dreift til allra skíðafélaga á Íslandi, til allra helstu aðila innan FIS og til allra samstarfsaðilanna í Skandinavíu.



Styrktaraðilarnir

Skipuleggjendur keppinnar njóta mikils stuðnings frá samfélaginu á svæðinu, með hliðsjón af sjálfbærliðum og styrktaraðilum. Sem stendur eru styrktaraðilarnir fimmtán talsins – allir af svæðinu og flest allir smáfyrirtæki. Styrktaraðilarnir eru úr öllum áttum og má þar meðal annars finna aðila úr ferðabransanum, verslanir, bensínstöðvar og bankaútibú. (Útibússtjóri Glitnis banka á svæðinu er ákafur skíðagöngumaður – það hjálpar till!). Á Íslandi er nánast ómögulegt að fá neinn fjárstuðning frá opinberum aðilum í svona viðburð; höfuðstóllinn

þarf allur að koma frá einkageiranum. Hið opinbera veitir hins vegar keppninni liðsinni sitt með því að útvega starfsfólk á vinnuvélarnar sem troða skíðabrautina og halda henni við síðustu vikurnar fyrir keppnina. Á árunum 2006 og 2007 stendur til að gera sérstakt markaðsátak til að útvega stuðning frá stærstu fyrirtækjunum í Reykjavík, og við þetta verk njóta skipuleggjendur keppinnar einnig stuðnings frá hinu opinbera.

Tekjur og gjöld

Allar tekjur Fossavatnsgöngunnar koma frá tveimur uppsprettum: styrktaraðilum og þátttökugjaldinu.



Styrktaraðilarnir útvega um það bil 90% allra tekna og þátttökugjaldið útvegar hin 10%. Skipuleggjendurnir eru með tíu ára áætlun um að auka fjölbreytni tekjulinda. Sem dæmi má nefna að til stendur að selja varning tengdan keppninni (eini varningurinn sem er seldur nú eru barmmerki, og þau eru fjarska fá). Hvað varðar gjöld er einungis rétt rúmlega 10% tekna eytt í auglýsingar og kynningu, og restin fer í framkvæmdina sjálfa, s.s. búnað og stjórnun. Loks ber að nefna að ekkert arðsemismat hefur verið framkvæmt vegna keppninnar, og þetta er sjálfsgagt vegna þess að ekkert fé hefur fengist úr opinberum sjóðum og því hefur arðsemismat ekki þótt eins mikilvægt. Hins vegar ber að nefna að viðeigandi markaðs- og fjárhagsáætlun er í smíðum, og mun slík áætlun gefa skipuleggjendum tækifæri til þess að meta og greina viðburðinn næstu fjögur árin.

Lært af reynslunni

Sumar lykillexiurnar hafa lærst auðveldlega, eins og að tryggja að eigur keppenda verði örugglega fluttar frá rásmarkinu að marklínunni. Þá hefur verið haldin pastaveisla daginn fyrir keppnina til þess að tryggja að keppendur fái fullnægjandi fæði/orku til að klára keppnina. Keppnin hefst nú fyrr

en áður svo að flestir keppendur ná nú að klára áður en sólin sest og síðustu keppendur í mark ná kökuveislunni og verðlaunaafhendingunni!

Framtíðin

Í framtíðaráætluninni felst meðal annars að stækka kepnina, jafnvel svo að úr verði tveggja daga viðburður. Skipuleggjendurnir vilja sömuleiðis bæta brautina, til að gera hana sléttari (t.d. með því að færa grjót og breyta landslaginu). Það eru spennandi tímar framundan fyrir Fossavatnsgönguna. Á þessu ári hlýtur viðburðurinn í fyrsta sinn viðurkenningu sem alþjóðleg skíðagöngukeppni. Þetta er merk þróun sem mun auka á virðingu skipuleggjendanna, styrktaraðilanna og sjálfbóðaliðanna – og mun auka ábyrgðina sömuleiðis. Eitt lykilatriði til að ná frekari árangri í framtíðinni er að keppnin er síðla á tímabilinu og öllum öðrum alþjóðlegum skíðagöngumaraðonum í Ameríku og Evrópu er lokið, og því er samkeppnin við aðrar keppnir engin

„Viðburður eins og Fossavatnsgangan gæti ekki átt sér stað án fulls stuðnings frá samfélaginu. Keppnin er að miklu leyti félagslegt framtak. Fyrirtæki og samtök í héraði útvega stóran hlut af þeim fjárstuðningi sem þörf er á. Auk þess fáum við næstum því 100 sjálfboðaliða til þess að veita hjálparhönd á keppnisdegi, og allir vinna þeir kauplaust.“

Heimir Hansson, keppnisstjóri Fossavatnsgöngunnar

Fossavatnsgangan – ástæður velgenginnar

- Viðburðurinn byggist á gamalli skíðahefð Íslendinga.
- Hann nýtur fulls stuðnings heimamanna.
- Skipuleggjendurnir eru sífellt að þróa viðburðinn, og auka orðstír keppinnar í leiðinni.
- Skipuleggjendurnir eru sjálfir ákafir skíðamenn og eru því fullir ástríðu í garð viðburðarins.
- Það er tryggt að snjór er á svæðinu á þessum árstíma.
- Viðburðurinn á sér sögu og hefð.
- Vöxtur er í ferðapjónustu á Íslandi.



Ferilsrannsókn 4

Hemavan skíðavatnsstökkkeppnin

Ágrip

Hemavan skíðavatnsstökkið er skemmtilegur viðburður sem á sér stað í lok skíðatímabilsins, á fyrsta degi/fyrstu helgi vorsins. Fyrsta tilraunamótið var haldið árið 2001 og viðburðurinn hefur styrkst mikið á síðustu árum og er nú einn umtalaðasti viðburðurinn á viðburðadagatalinu. Viðburðurinn á sér þannig stað að fjöldinn allur af einstaklingum og liðum rennir sér niður skíðabrekku að stökkpalli, þar sem þeir takast á loft og lenda í vatni. Meirihluti heimamanna fylgist með upptakum og árleg fjárlög viðburðarins eru talin vera upp á 6.000 evrur.

Hugmyndin að baki viðburðinum

Sam Hedman, viðburðastjóri skíðasvæðisins, átti hugmyndina. Sam hafði orðið vitni að svipuðum viðburðum á skíðasvæðum í suður Svíþjóð. Á einum slíkum viðburði var notast við alvöru útisundlaug. Sam Hedman tók auk þess eftir því að þessir skemmtilegu viðburðir fóru fram undir lok skíðatímabilsins, og hjálpuðu þannig til við að draga að gesti og viðskipti á rólegustu mánuðum skíðatímabilsins.



Að koma viðburðinum á fót

Skíðasvæðið í Hemavan hélt fyrsta skíðavatnsstökkið árið 2001. Skipulagningin lá tiltölulega beint við því skíðasvæðið á sitt eigið land og allan búnaðinn sem þarf til (til dæmis skíði, klossa, stangir og galla til leigu, auk nauðsynlegs búnaðar á borð við snjósleða, gröfur, tjöld o.s.frv.). Auk þess þurfti ekkert leyfi frá yfirvöldum eða íþróttaráðum. Stjórnunarliðið valdi brekku sem gestir gætu nálgast án mikilla erfiðleika og lét byggja bráðabirgðapall og vatnslaug. Þá var reist lítið tjald þar sem þátttakendur gætu skipt um föt og heitir pottar voru nýttir svo að þátttakendur

gætu hitað sig upp eftir að hafa lent í ísköldu vatninu! Þá voru reyndir kafarar frá nálægum kafaraklúbbi fengnir til að hjálpa keppendum upp úr vatninu. Á fyrsta árinu tóku um það bil tíu manns þátt, og voru þeir flestir atvinnuskíðamenn sem stukku oftast en einu sinni, til að skemmta áhorfendum.

Að byggja á góðri byrjun

Skíðavatnsstökkið tókst vel fyrsta árið (2001) og því ákvað skíðasvæðið að gera það að árlegum viðburði. Einnig var litið svo á að viðburðurinn væri góð leið til þess að fá heimamenn á svæðið. Fyrirtækið (STROMMA Fjall Aktivitet)



hefur sterka nærveru á svæðinu og er einn helsti atvinnuveitandinn. Skíðavatnsstökkið er vel heppnaður almannatengslaviðburður og sem slíkur fær hann heimamenn (og ferðamenn) til þess að koma upp í brekkurnar og taka þátt í ókeypis skemmtun – sem er haldinn á sænskum hátíðisdegi, þegar fyrsta degi vorsins er fagnað. Hvað varðar þátttakendur þá hefur á síðari árum verið lögð aukin áhersla á að fá áhugaskíðamenn af svæðinu til þess að taka þátt, frekar en atvinnumenn. Fjöldi þátttakenda hefur aukist sem hér segir:

Ár	Fjöldi þátttakenda
2000	10
2001	15
2002	25
2003	30
2004	40
2005	50

Þá hafa önnur skemmtiatriði verið skipulögð í kringum viðburðinn, eins og kvöldveisla, fylking skíðamanna með kyndla, stór brenna og flugeldasýning, og verðlaunaafhending fyrir „áhugaverðustu“ stökkin. (Höfundur þessarar samantektar vann á síðasta ári (2005) með heljarstökki sem hann fór fyrir hreinan misgáning!)

Framkvæmdaliðið

SamHedmanstjórnarskíðavatnsstöckinu, sem yfirmaður á skíðasvæðinu, og öðrum tengdum viðburðum. Fyrir hvern viðburð er sett saman lið, sem samanstendur af traustum heimamönnum, og ber hvert þeirra ábyrgð á ákveðnum hlut. Sem dæmi má nefna að fyrir skíðavatnsstökkið er settur saman lítill hópur sem sér um að grafa og búa til vatnslaugina, og reisa stökkpallinn. Annar einstaklingur hefur yfirumsjón með öryggismálum og á í samskiptum við lögregluna og spítalann á svæðinu. Þá er enn annar einstaklingur sem ber ábyrgð á því að hanna „útlit“ hátíðarinnar. Sá ber til dæmis ábyrgð á því að setja upp skilti á svæðinu og við alla helstu vegi sem liggja að svæðinu, auk þess að tryggja að allir lykilstyrktaraðilar fái auglýsingaborða á svæðinu. Annar stjórnar bílastæðamálum. (Bílastæðið við skíðasvæðið er ekki sérlega stórt og því þurfa margir gestir að leggja nærri miðbænum, í um það bil hálfs kílómetra fjarlægð). Þá ræður viðburðarstjórnin auk þess undirverktaka til þess að sjá um almannatengsl, og tryggir hann fjölmiðlaumfjöllun fyrir alla viðburði sem haldnir eru á skíðasvæðinu. Framkvæmdin er að mörgu leyti óformleg enda þekkjast starfslíðin hvert annað ansi vel. Fundir eru yfirleitt haldnir í eigin persónu því að viðburðurinn á sér stað á svæðinu og stjórnunar- og framkvæmdaliðin eru

líka staðsett á svæðinu. Alls eru þetta um sautján einstaklingar sem sjá um framkvæmd viðburðarins, og þessir sömu aðilar sjá svo um vinnuna á þeim degi sem viðburðurinn er haldinn.

Innra skipulag

Skíðasvæðið hefur yfir að ráða öllum byggingum sem til þarf til að halda viðburði af þessu tagi. Eins og áður var sagt þá felur þetta í sér það að geta leigt út skíðabúnað, útvegað skíðalyftur og létt byggingarvinnutæki. Skíðasvæðið á einnig sitt eigið hótél sem er staðsett við rætur brekkunnar. Í Hemavan-Tarnaby eru alls um 3.500 gistiþláss – þar með talið á hótélum, gistiheimilum, í gistiskálum og sumarbústöðum. Skíðasvæðið á líka tjöld af ýmsum tegundum (til að vera viðbúið hvers kyns veðrum), dýra plastábreiðu (til að halda vatninu í lauginni), hitara (til að halda hitanum á vatninu réttu megin við núllið), og varanlega heita potta (fyrir keppendurnar). Oft reynist þörf á því að útvega einhvern sérstakan búnað, svo sem snjóvélf til að

tryggja að nægursnjór verði á svæðinu. Einn smávægilegur galli er skortur á bílastæðum á svæðinu. Komist er fyrir þennan galla með því að fá leyfi bæjaryfirvalda til að leggja annars staðar í bænum og með því að útvega fastar rútuferðir frá bænum til skíðasvæðisins og til baka.

Viðburðurinn

Þátttakendur þurfa að skrá sig til leiks. Þetta er nauðsynlegt til þess að tryggja megi að þátttakendur þekki reglurnar, eins og t.d. að útvega sér tryggingu. Keppendur á öllum aldri eru hvattir til þess að taka þátt og búnaðurinn sem þeir nota er mjög mismunandi. Sem dæmi getur einn maður tekið þátt á skíðum, eða hópur á handsmiðuðum sleða. Þátttakendur eru líka hvattir til þess að mæta í búningum, til að gera viðburðinn að meira sjónarspili. Þátttakendur koma aðallega úr hópi heimamanna, þó sumir komi frá öðrum svæðum í Svíþjóð og Noregi, og jafnvel lengra að. Eins og með flesta viðburði hafa verið gerðar smávægilegar breytingar frá



ári til árs, til að bæta viðburðinn sem heild. Sem dæmi má nefna að til þess að auka öryggi geta keppendur nú valið um þrjár mismunandi stökktegundir (sem hver er mishá), til að gera öllum til hæfis eftir því hversu mikla kunnáttu og sjálfstraust hver þátttakandi hefur. Skipuleggjendur sjá líka til þess að allir þátttakendur séu edrú. Auk þess var, á mótunarárum viðburðarins, bráðabirgða heitum pottum komið fyrir. Nú hefur varanlegum heitum pottum verið komið fyrir við hliðina á skiptiklefunum, þar sem finna má sturtur og sánaklefa. Viðburðurinn er ókeypis fyrir áhorfendur, og ætlaður til að auka viðskiptavild á svæðinu. Séð er til þess að önnur skemmtiatriði séu á svæðinu, svo sem eins og lífandi tónlist á einum baranna við skíðavatnsstökkið. Mikið er um að vera í bænum á kvöldin og bjóða margir veitingastaðir upp á hlaðborð. Þá er einnig boðið upp á brennu og flugeldasýningu í tilefni af fyrsta degi vorsins. Skipuleggjendurnir halda líka verðlaunaafhendingu fyrir bestu skíðastökkvarana. Eins og má ímynda sér

þjóna fjölmargir þriðju aðilar einnig lyklatríði við framkvæmd viðburðarins. Til dæmis er mikilvægt að hægt sé að leigja mörg herbergi á þessum árstíma (frá einkaeigendum) og að veitingastaðir séu opnir og hafi opið langt fram á kvöld. Viðburðurinn treystir á að starfsfólk úr röðum heimamanna hjálpi til, svo sem kafarar, eftirlitsmenn í brekkunum, og sjúkraliðar á spítölunum. Það er talið að viðburðurinn laði til sín allt frá 1.000 upp í 1.500 áhorfendur, sem skiptast til helminga í heimamenn og aðkomumenn. (Á svæðinu eru margir sumarbústaðir í eigu Norðmanna – því að framfærslukostnaður er lægri í Svíþjóð en í Noregi).

Auglýsingar og kynning

Skíðavatnsstökkkeppninni er fyrst og síðast ætlað að laða að heimamenn og gesti sem eiga sumarbústaði á svæðinu. Allir viðburðir sem skíðasvæðið skipuleggur eru auglýstir á heimasíðunni og í bæklingum. Þegar líður nær viðburðinum eru plaköt hengd upp á svæðunum í kring. Samtökin hafa líka



yfir að ráða póstlista með um 7.000 netföngum þeirra sem hafa komið áður, og reglulega eru sendir póstar á þennan hóp til þess að láta vita af því þegar líður að viðburðum. Undirverktakinn sem sér um almannatengsl sendir frá sér fjöldann allan af fréttatilkynningum og útvegar tengiliðum hjá fjölmiðlum ljósmyndir, t.d. til skíðatímarita í Svíþjóð og til dagblaða – sérílagi sökum þess hversu dýrt það er (fyrir blaðamenn) að ferðast til norður Svíþjóðar.

Styrktaraðilarnir

Viðburðurinn græðir á því að vera einn af mörgum sem skipulagðir eru á

svæðinu allt árið. Sökum þess eru margir styrktaraðilar sem styrkja marga viðburði, kaupa „viðburðapakka“. Viðburðastjórinn (Sam Hedman) á farsælan feril í því að skipuleggja viðburði, bæði í Hemavan-Tarnaby og á öðrum svæðum í Svíþjóð. Styrktaraðilar veita bæði fjárstuðning og mótframlög. Birgðasalar skíðasvæðisins eru góðir styrktaraðilar, og má þar t.d. nefna skíðaverslanir, skíðaframleiðendur og matar- og drykkjasalar. Til dæmis styrkti Red Bull keppnina eitt árið og Yamaha útvegaði snjósleða þrjú ár í röð. Sumir matar- og drykkjasalar hafa útvegað birgðir án þess að taka greiðslu fyrir, og skíðasvæðið græðir á því að selja birgðirnar í gegnum sína eigin veitingastaði og bari.



Tekjur og útgjöld

Að skipuleggja fjármál viðburðar er alltaf erfitt fyrsta árið, því að allt er nýtt. Hins vegar lagast þetta til muna eftir því sem á líður, eftir því sem fólk þekkir viðburðinn betur. Heildarfjárlög skíðavatnsstökkisins er upp á 6.000 evrur á ári. Það auðveldar nokkuð fjármögnun að skíðavatnsstökkið skuli vera einn af mörgum viðburðum á ári. Þetta þýðir að útgjöldin dreifast á fjölda viðburða, sem gerir framkvæmdina skilvirkari. Kostnaður við skíðavatnsstökkið skiptist sem hér segir:

Útgjöld	%
Framkvæmdakostnaður (fyrir utan vinnuafli)	45%
Vinnuafli	35%
Kynning og almannatengsl	20%
Alls	100%

Hvað varðar tekjur þá er gróði af viðburðinum meiri en kostnaður (u.þ.b. 40.000 evrur), og tekjunum má skipta upp sem hér segir:

Tekjur	%
Áhorfendagjöld	0%
Leiga/sala á skíðabúnaði	20%
Styrktaraðilar	10%
Bar/matur á svæðinu	40%
Annað (t.d. varningur)	30%

Framtíðin

Til að próa viðburðinn áfram eru skipuleggjendur að hugsa um að skipta skíðavatnsstökkinu í tvo hluta: Skíðastökk fyrir atvinnumenn; og skíðastökk fyrir áhugamenn. Hvað sem verður um viðburðinn er mikilvægt að benda á að viðburðurinn má ekki taka lengri tíma en eina klukkustund, að því er viðburðastjórinn segir. Viðburðurinn laðar að sér áhorfendur á öllum aldri, frá kornabörnum upp í ellilífeyrispega, og heilu fjölskyldurnar. Þess vegna er mikilvægt að þetta breiðum hópi sé skemmt á takmörkuðum tíma.



„Styrktaraðilar eru mjög mikilvægir flestum viðburðum. Styrktaraðilar eru samstarfsaðilar sem veita mikilvægan stuðning í formi fjármagns, varnings eða annarar aðstoðar. Margir viðburðir gætu aldrei spjarað sig án styrktaraðila, vegna þess að þeir geta veitt nauðsynlega innkomu til að greiða kostnað við að koma viðburðinum í verk. Sem skipuleggjandi viðburða er mikilvægt að eiga gott samband við styrktaraðila.“

Sam Hedman, viðburðarskipuleggjandi í Svíþjóð

Skíðvatnsstökkið í Hemavan – Hvers vegna nýtur það velgengni?

- Skíðaípróttinn er helsta dægradvöl Svía og verður vinsælli með hverju árinu
- Skemmtanagildi viðburðarins höfðar til allra aldurshópa
- Helsti markhópur viðburðarins er heimamenn og er lögð áhersla á þátttöku þeirra
- Viðburðurinn á sér stað á hátíðardegi í Svíþjóð – fyrsta degi vorsins
- Viðburðurinn er einnig markaðssettur sem sá síðasti á skíðavertiðinni
- Mikil þróun hefur átt sér stað frá því viðburðurinn var fyrst haldin með breiðari skemmtidagskrá eins og stórum varðeldi og flugeldasýningu



Viðburðastjórnun – Ferilsrannsókn

Minnispunktur

Photographs courtesy of SwampSoccer, Highland Feast, Fossavatn Ski Marathon, Hemavan Ski Water Jump

