

# ARENA OSLO

REALISERINGSSTRATEGI 2018–2020

MAI 2018





## Dette er Arena Oslo

Arena Oslo er en næringsutviklingsklynge der flere forskjellige næringssegmenter møtes rundt felles innsats og verdiutvikling via innovasjon rundt arrangementer i Oslo. Vi jobber med hele verdikjeden rundt arrangement for arrangementsnæringen og reiselivsnæringen, og med verdiuttak og formidlingsverdier for innholdsleverandørene som kommer fra kreativ-, kultur- og kunnskapsnæring.





# Bakgrunn

Bakgrunnen for klyngens eksistens er behovet for bedre samhandling og helhetsforståelse på tvers av aktører i de 5 segmentene og hvordan Oslo kan fungere som arena for arrangement.

Realiseringsstrategien er en beskrivelse av hvordan vi ønsker å få klyngesøknaden innvilget i november 2017 realisert. Vi beskriver hva, hvorfor og hvem i søknaden og realiseringsstrategien fokuserer på hvem alle er, hvem flere som er med og hvordan og når vi skal få dette realisert.

- Vi skal lage en klynge for å utvikle arrangementer for og i Oslo på tvers av fem segmenter, men med aktivisering av mange flere. Oslo som fellesnevner er veldig viktig og en viktig del av vår strategiske tilnærming er å få til klyngeutvikling der man etablerer en forståelse av hvordan Oslo som sted og identitet kan bidra til og skape verdier for de arrangementene og aktørene som er involvert.
- Vi skal sørge for at klyngens aktører jobber sammen med oss og hverandre for å løse oppgavene som er definert i søknadsarbeidet.
- Vi skal sørge for å utløse en rekke felles prosjekter der klyngens aktører jobber sammen om verdiskapende aktiviteter.
- Vi skal helt strategisk jobbe for verdiskapende klyngedynamikk og sørge for at klyngens aktører blir bevisste hverandre og ser verdien de kan tilføre hverandres arrangementer.





# Formål

## FORMÅL OG STRATEGI FOR ARENA OSLO

Prosjektet skal sikre økt innovasjon i, økt eksport av og økt samarbeid mellom arrangement og reiselivsnæringen og kreativ, kulturell, og kunnskapsnæring i Oslo. Det skal skje gjennom privat/offentlig innovasjonssamarbeid om smarte eventløsninger.

## FORMÅL MED REALISERINGSSTRATEGIEN

Realiseringsstrategien skal erstatte søknaden som det guidene dokument. I søknaden er strategien lagt frem. Nå skal vi legge frem strategien fra søknaden inn i en realiseringsplan / strategidokument for Arena Oslo.





# Tilnærming og metode

## HELHETLIG TILNÆRMING

Tilnærmingen vi i Arena Oslo jobber etter er helhetlige verdiutviklingsstrategier med base i et utvidet verdibilde, der vi ser på de menneskelige, samfunnsmessige, og miljømessige verdiene som like viktige deler av den helhetlig markedsfæren og de kommersielle verdiene.

Denne tilnærmingen er spesielt gunstig å jobbe med i privat offentlige samarbeidsløp, eller i utviklingen av prosjekter som har tung samfunnsmessig del. Bylab Hamar har både en tung samfunnsmessig del og skal være en offentlig aktør som private skal samarbeide og samhandle med.

Vi baserer prosessen på prinsipper der åpenhet, transparens og inkludering er nøkkelverdier for å få til genuint engasjement og da et genuint og positivt prosjekt.

## PRAKTISK METODIKK

Arena Oslo vil være en pådriver for å teste ulike konsepter og tiltak tidlig, og komme i gang med ting heller enn å prate om ting. Dette vil føre til større grad av transparens, læring og utvikling av gode tiltak som faktisk treffer målgruppen og er godt forankret i gruppene som involveres. Å teste tidlig, heller enn å jobbe med å utvikle løsninger over flere år, er på mange måter kostnadsbesparende og sikrer et resultat som treffer. Det anbefales å ta i bruk en praktisk og designmetodisk tilnærming til å løse utfordringer og oppgaver vi har.



# Realisering

- Vi skal lage en klynge for å utvikle arrangementer for og i Oslo på tvers av fem segmenter, men med aktivisering av mange flere i de berørte verdikjedene.
- Oslo som fellesnevner er veldig viktig og en viktig del av vår strategiske tilnærming er å få til klyngeutvikling der man etablerer en forståelse av hvordan Oslo som sted og identitet kan bidra til å skape verdier for de arrangementene og aktørene som er involvert. Vi legger oss derfor til Oslos eksisterende strategier for internasjonalt profileringsarbeid, og fysisk utforming og fremtidig verdsett.
- Vi skal sørge for at klyngens aktører jobber sammen med oss og hverandre for å løse oppgavene som er definert i søknadsarbeidet.
- Vi skal sørge for å utløse en rekke felles prosjekter der klyngens aktører jobber sammen om verdiskapende aktiviteter.
- Vi skal helt strategisk jobbe for verdiskapende klyngedynamikk og sørge for at klyngens aktører blir bevisste hverandre og ser verdien de kan tilføre hverandres arrangementer.
- Vi skal sørge for at alle klyngeprosjekter som kommer til skal finansieres av eksterne strukturer, enten offentlige utviklingsmidler eller privat/offentlige samarbeid.
- Vi skal jobbe for at klyngedynamikken blir sterk og at alle klyngens partnere øker sin helhetlige tilnærming til å arrangere arrangementer i Oslo.
- Vi skal jobbe for strategisk involvering med offentlige programmer og Oslo-aktører for merkevarebygging og potensiell rekruttering.

## HA01

### KLYNGEUTVIKLING

Vi skal utvikle samhandlingsarenaer, nettverk og kompetanse i og mellom partnerne i arenaklyngen, vi er og arbeider som en næringsklynge, men vil også arbeide med eksterne aktører og berørte i alle ledd av verdikjedene.

- Klyngedynamiske prosjekter
- Klyngedynamikk og klyngekobling
- Klyngefasiitering
- Forståelse av oppgaver, medlemmer og dynamikk

## HA02

### INTERNASJONALISERING OG EKSPORT

Vi skal løfte Oslos arrangementer ut i verden ved å kombinere en spydspisstrategi innefor hvert segment og en smart distribusjonsstrategi for relevant marked.

- Signatur arrangement arbeid
- Internasjonale felles prosjekter,
- Internasjonale arrangement ute.
- Støtte de store Oslo-prosjektene
- Støtte klyngeaktørers arbeid i utlandet.

## HA03

### RAMMEBETINGELSER OG INFRASTRUKTUR

Vi skal identifisere viktige flaskehals for utviklingen av Oslo som en by-arena og gjennom privat-offentlig innovasjonssamarbeid, digitalisere og forenkle viktige prosesser som forbedrer rammebetingelsene for arrangementsvirksomhet i Oslo.

- Sikre tallgrunnlag for offentlig forståelse av verdi av klyngens segmenter
- Hoveddialogpartner for Oslo Kommunes arrangementsstrategi
- Sikre offentlig anseelse av bransje og bransjerepresentanter
- Jobbe med "night mayor" konseptet som felles prosjekt

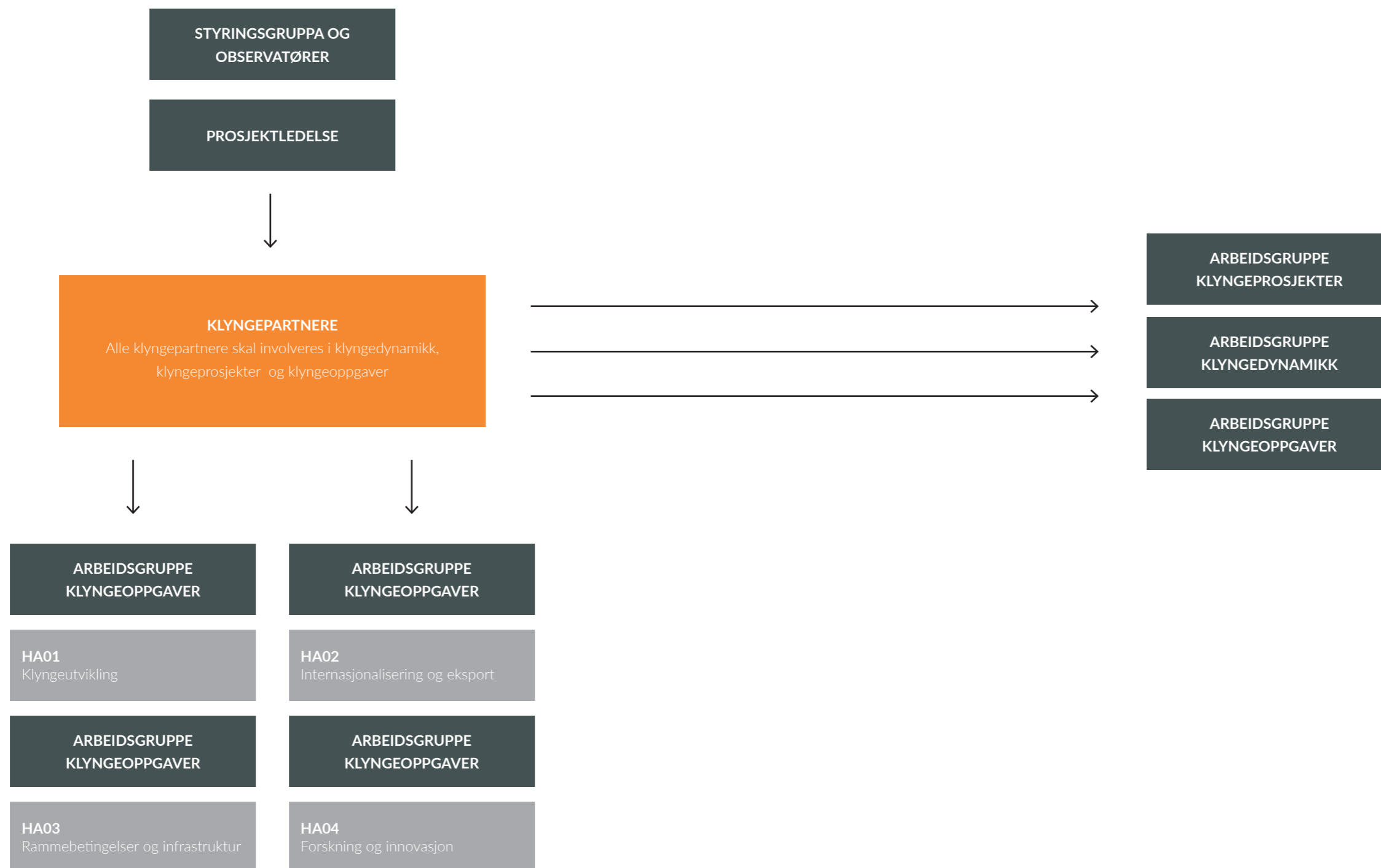
## HA04

### FORSKNING OG INNOVASJON

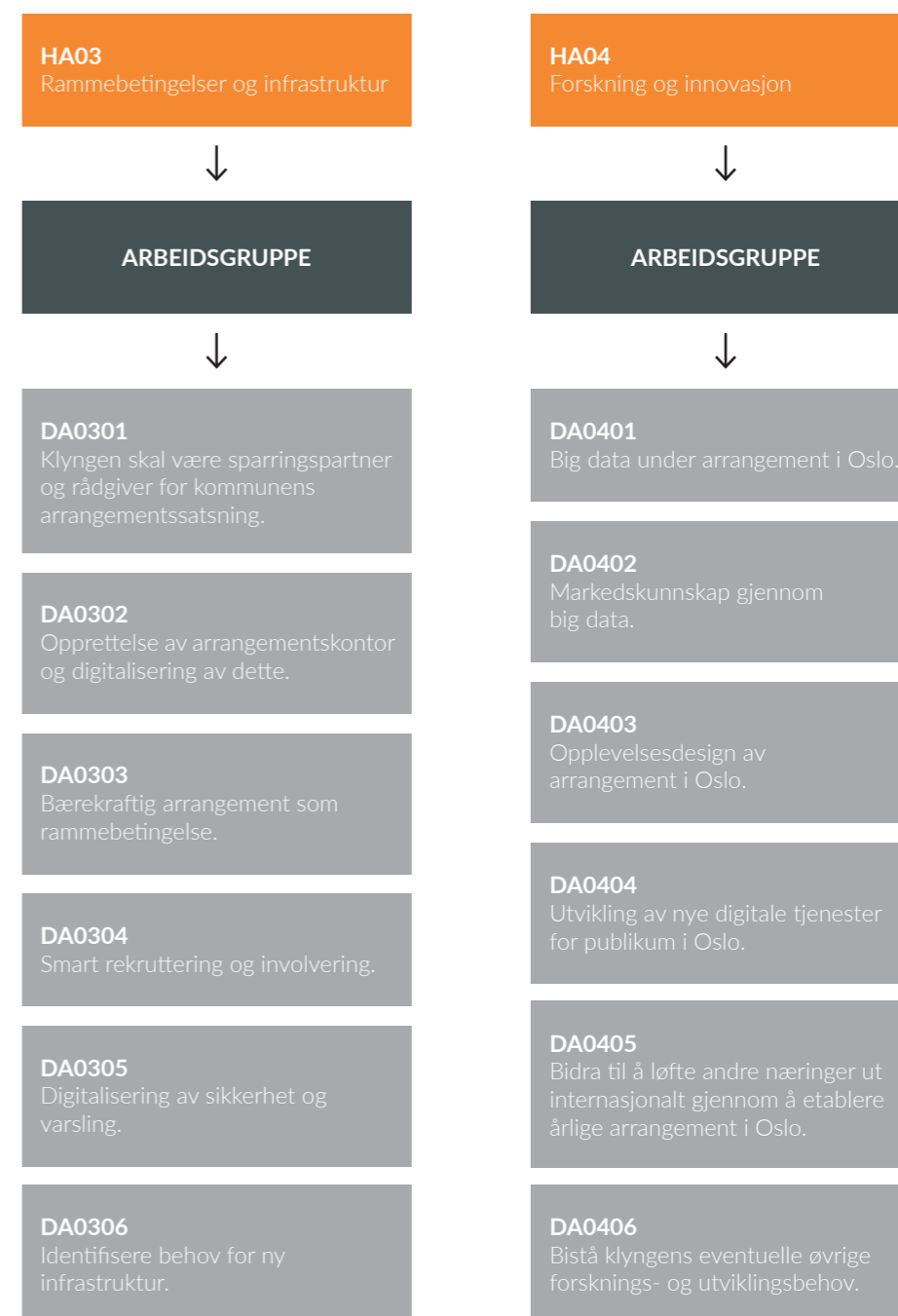
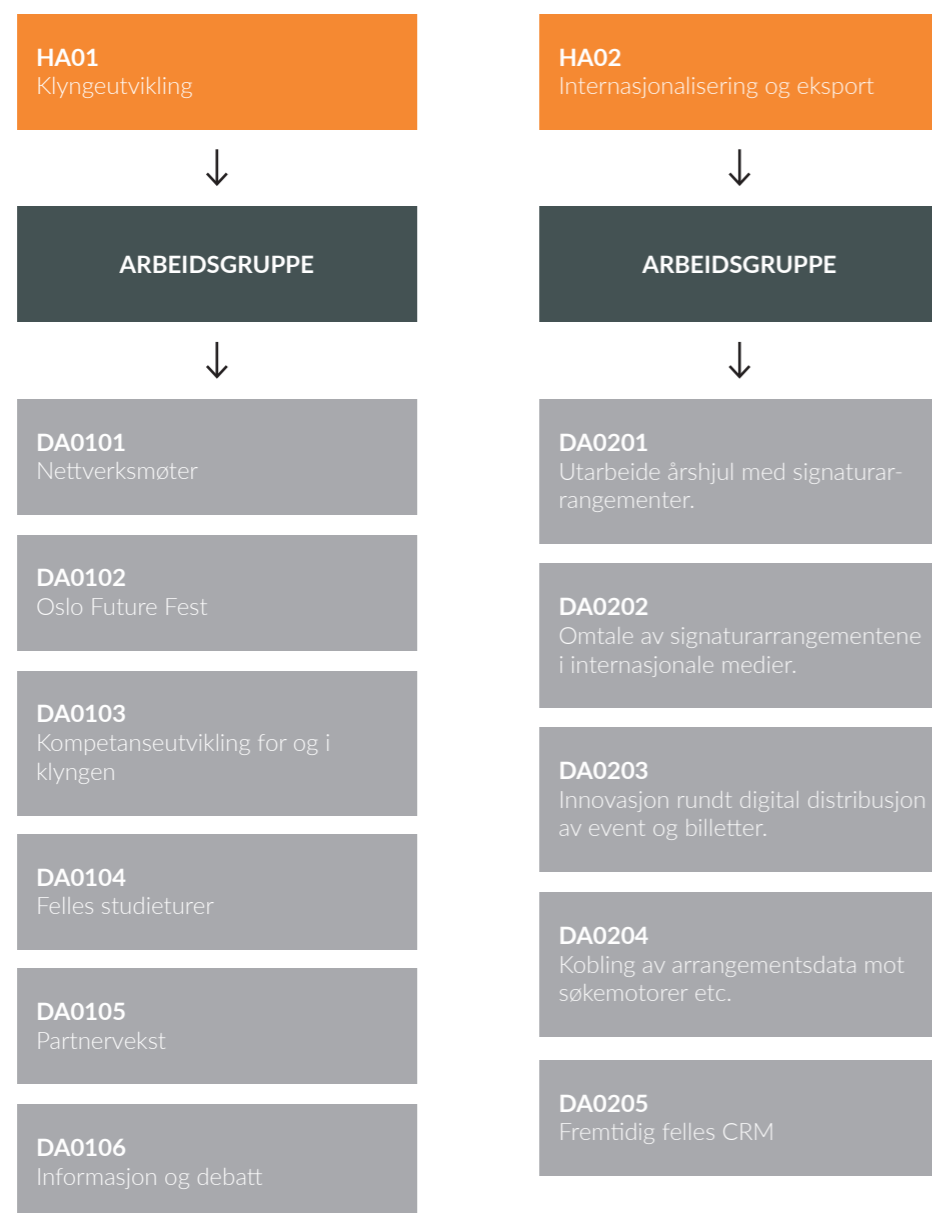
Arena Oslo skal fungere som felles forsknings- og utviklingsavdeling for klyngens aktører og for samfunnet generelt. Vi vil sørge for at alle viktige løsninger som har stor samfunnsnytte vil bli spredt ut over klyngens aktører også.

- Jobbe som FoU-avdelingen til alle medlemmene
- Sikre innsikt til FoU-arbeid.

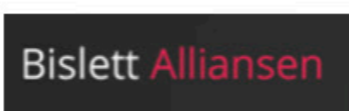








# Klyngens partnere







# Parter

Arrangører  
Reiseliv  
Kulturnæring  
Kunnskapsnæring  
Kreative næringer  
Oslo Kommune  
Virkemiddelapparatet  
Forskning og utvikling



# Arrangører

## KULTUR OG KREATIVE

Parkteateret Scene  
 Rockefeller Auditorium AS  
 Nasjonalmuseet  
 Munchmuseet  
 Den Norske Opera og Ballett  
 Øyafestivalen  
 Ultimafestivalen  
 Inferno Metal Festival  
 Oslo Jazzfestival  
 Oslo Operafestival  
 Oslo Pride  
 Bislett Alliansen (Bislett Games)  
 Holmenkollen Skifestival  
 DogA  
 Trøbbelskyter  
 Cuma Event  
 Tårnet Kulturfabrikk  
 Oslo Urban Arena

Blå

TSV

Hovinbyen – formidlingsarena for byutvikling

Oslo Konserthus

Mini Øya

Sentralen

Vippa

Vega Scene

Atomic

Live Nation

Salt

## KUNNSKAP

Norges Varemesse

Deichmanske bibliotek

Nobel Fredssenter

By:Larm

Schibsted

Music Norway

*Totalt står disse aktørene for (2014) en omsetning på 1,9 mrd. De arrangerte til sammen 8000 arrangement og hadde et samlet besøkstall på 4,9 millioner besøkende i 2014.*





# Hotell, restaurant og transport

Fursetgruppen

Fuglen

Vulkan Eiendom / Vulkan

Scandic Hotels

Thon Hotels

Carlson Rezidor Hotel Group

NSB

Flytoget

Vingen ved Astrup

*Disse reiselivsaktørene omsetter årlig for omtrent 10 mrd. (2014).*



# Formidling og distribusjon

Visit Oslo  
Norwegian Icons  
Ticketmaster  
Oslo Guidebureau  
Ruter  
HMK Buss

*Disse omsetter samlet for omtrent 100 mill. kroner årlig (2014). Ticketmaster solgte i 2014 omtrent 5 millioner arrangementsbilletter.*





# Forskning og utvikling

Handelshøyskolen BI

Høyskolen Kristiania

IKT-Norge

Arkitekt- og designhøgskolen i Oslo

DogA

Greener Events

Westerdals

Data Factory

# Oslo Kommune

Byrådsavdeling for næring og eierskap

Byrådsavdeling for kultur, idrett og frivillighet

Byrådsavdelingen for Byutvikling

Smart Oslo

EGC 2019

Oslo Business Region





# De ulike måsegmentene

Film og kreative næringer

Mote og design

Arkitektur og byutvikling

Arrangement

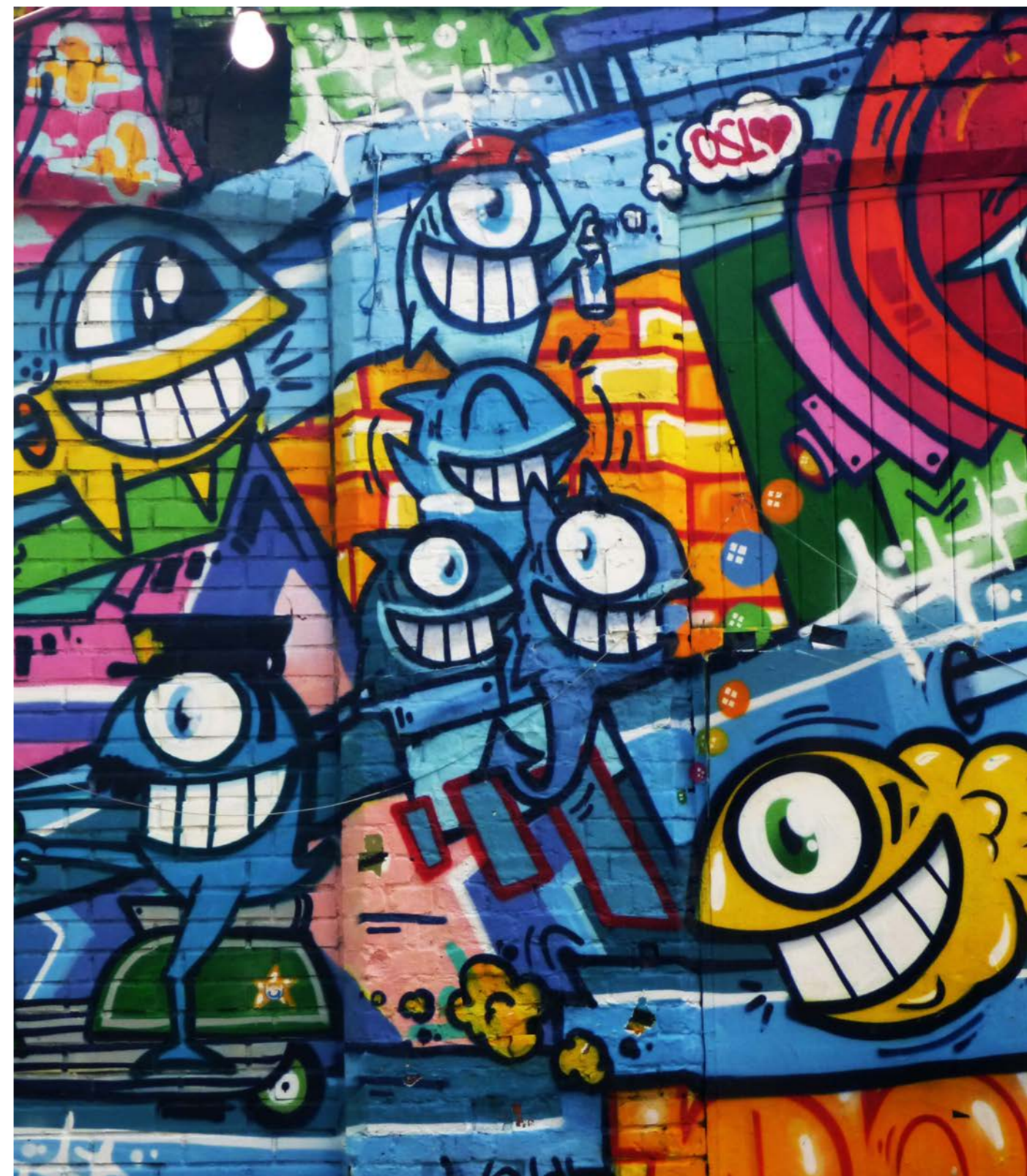
Kombo natur og by

Miljøbyen

Kunst og kultur

Matscenen

Fred

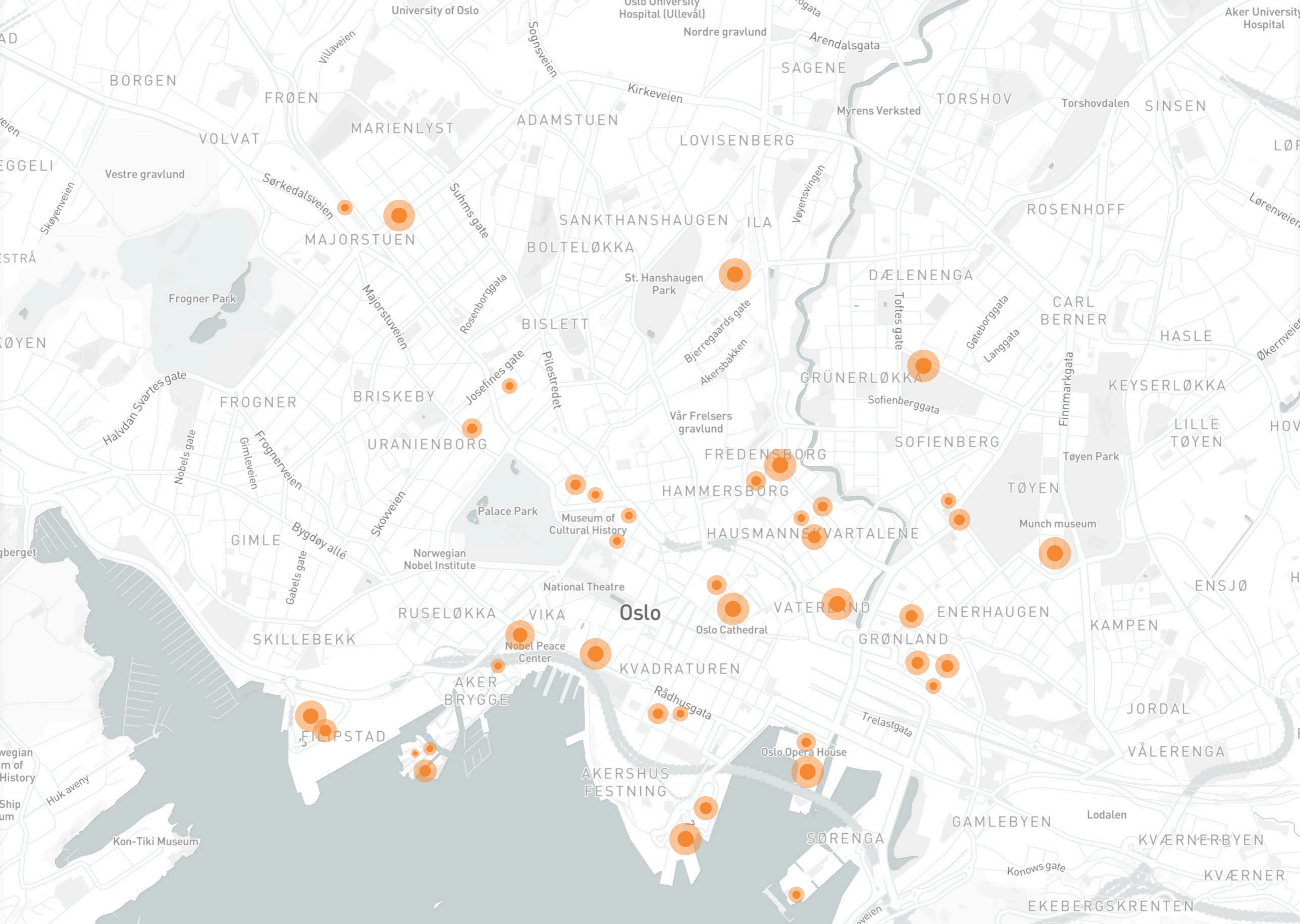




# Arenaer i Oslo







University of Oslo

Oslo University Hospital (Ullevål)

Aker University Hospital

BORGEN

FRØEN

ADAMSTUEN

LOVISENBERG

TORSHOV

Torshovdalen

SINSEN

VOLVAT

MARIENLYST

SAGENE

ROSENHOFF

MAJORSTUEN

SANKTHANSHAUGEN

ILA

BOLTELØKKA

DÆLENENGA

CARL BERNER

HASLE

Frogner Park

St. Hanshaugen Park

Majorstuveien

Rosenborggata

BISLETT

Bjerregaardsgate

Toftes gate

Gøteborggata

Langgata

FROGNER

BRISKEBY

Josefines gate

Pilestredet

Vår Frelzers gravlund

GRÜNERLØKKA

Sofienberggata

Finmarkgata

KEYSERLØKKA

LILLE TØYEN

URANIENBORG

FREDENSBORG

SOFIENBERG

Tøyen Park

TØYEN

Munch museum

Palace Park

Museum of Cultural History

HAMMERSBORG

HAUSMANNSSKVARTALENE

GIMLE

Bygdøy allé

Norwegian Nobel Institute

National Theatre

Oslo

Oslo Cathedral

VATERLAND

ENERHAUGEN

ENSJØ

RUSELØKKA

VIKA

Nobel Peace Center

KVADRATUREN

Rådhusgata

GRØNLAND

KAMPEN

SKILLEBEKK

AKER BRYGGE

AKERSHUS FESTNING

Oslo Opera House

Trelastgata

JORDAL

VÅLERENGA

FILIPSTAD

Norwegian Museum of History

Huk aveny

Kon-Tiki Museum

GAMLEBYEN

Lodalen

KVÆRNERBYEN

KVÆRNER

Konowsgate

EKEBERGSKRENTEN

SØRENGA





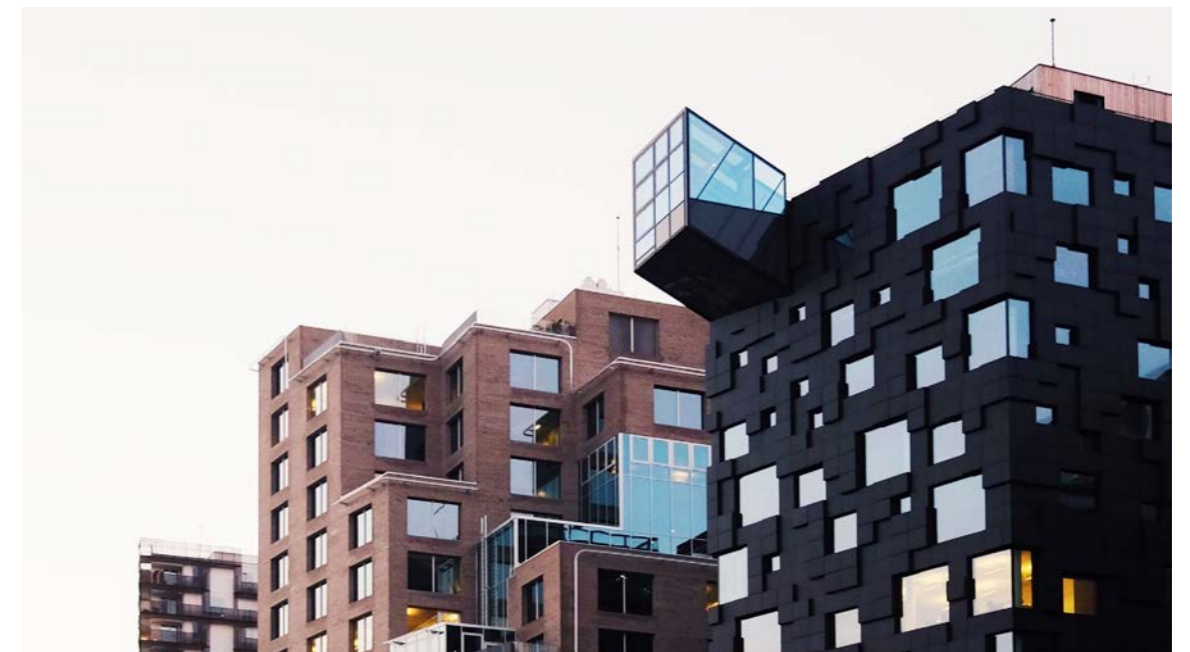
Holmenkollen



Losæter Gård

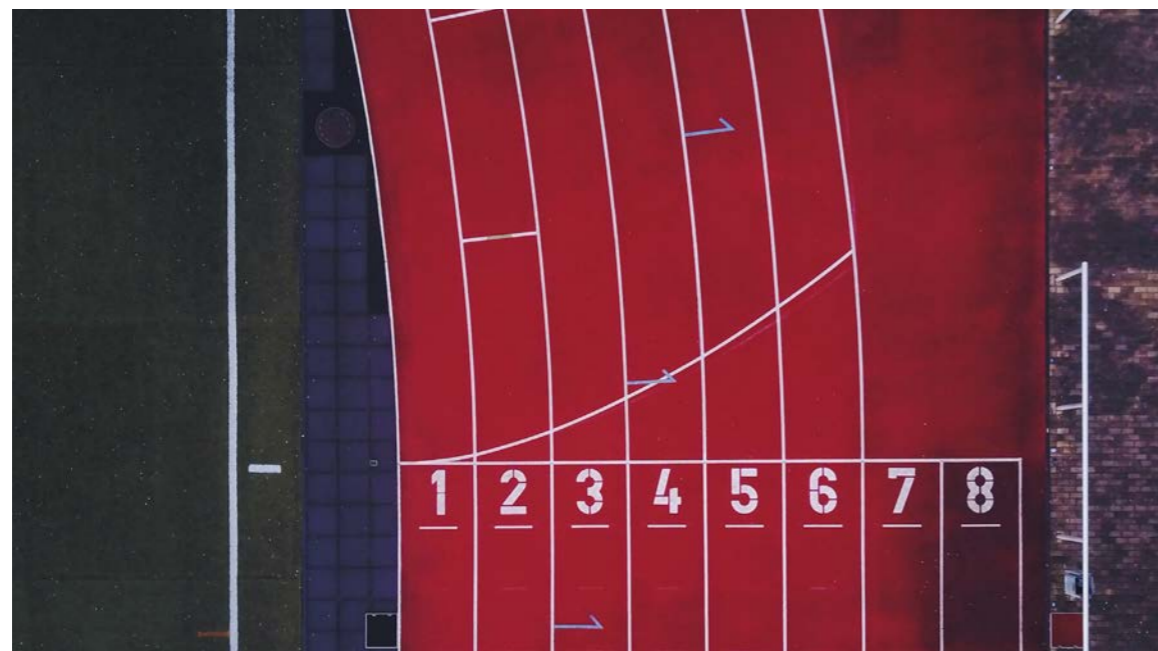


657 Oslo



Barcode





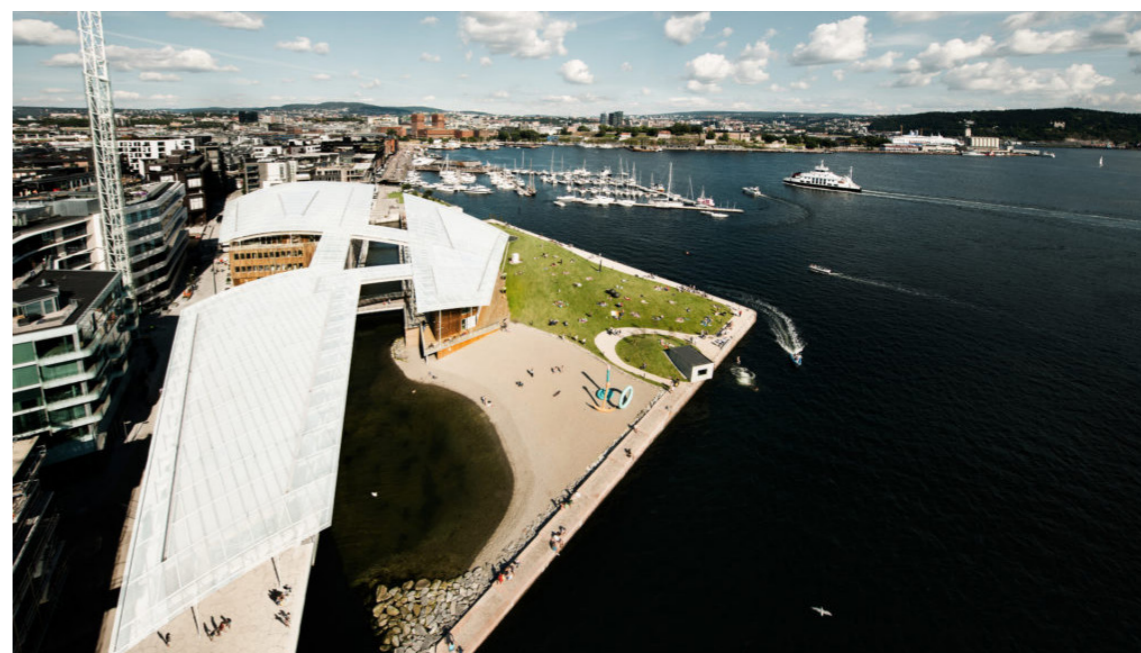
Bislett Stadion



MESH



X Games på Tøyen



Astrup Fearnley





Ekebergparken



Operataket



Vippa



SALT art & music



**2018 / ARENA OSLO – OPPSTARTSÅR**

**2019 / BÆREKRAFTIGE OSLO, EGC 2019**

**2020 / KULTURBYEN OSLO MUNCH, DEICHMAN & NATIONALTEATERET**

#### **TID**

Den viktigste ressurser vi har å forvalte er tid, i en klynge er det partnerenes tid på prosjektet som er viktig, og 3 år er lite tid å gjøre det på. Vi må se hva som er hoved teamet for hvert år for Oslo og jobbe aktivt og konkret for å bruke tiden vi har optimalt. Og skape verdier av våre tidsprioriteringer. All tid klyngens medlemmer bruker i Arene Oslo, bidrar til å skape bedre klyngedynamikk og sådan utvikling. Derfor er dette hovedfokus.

#### **PENGER**

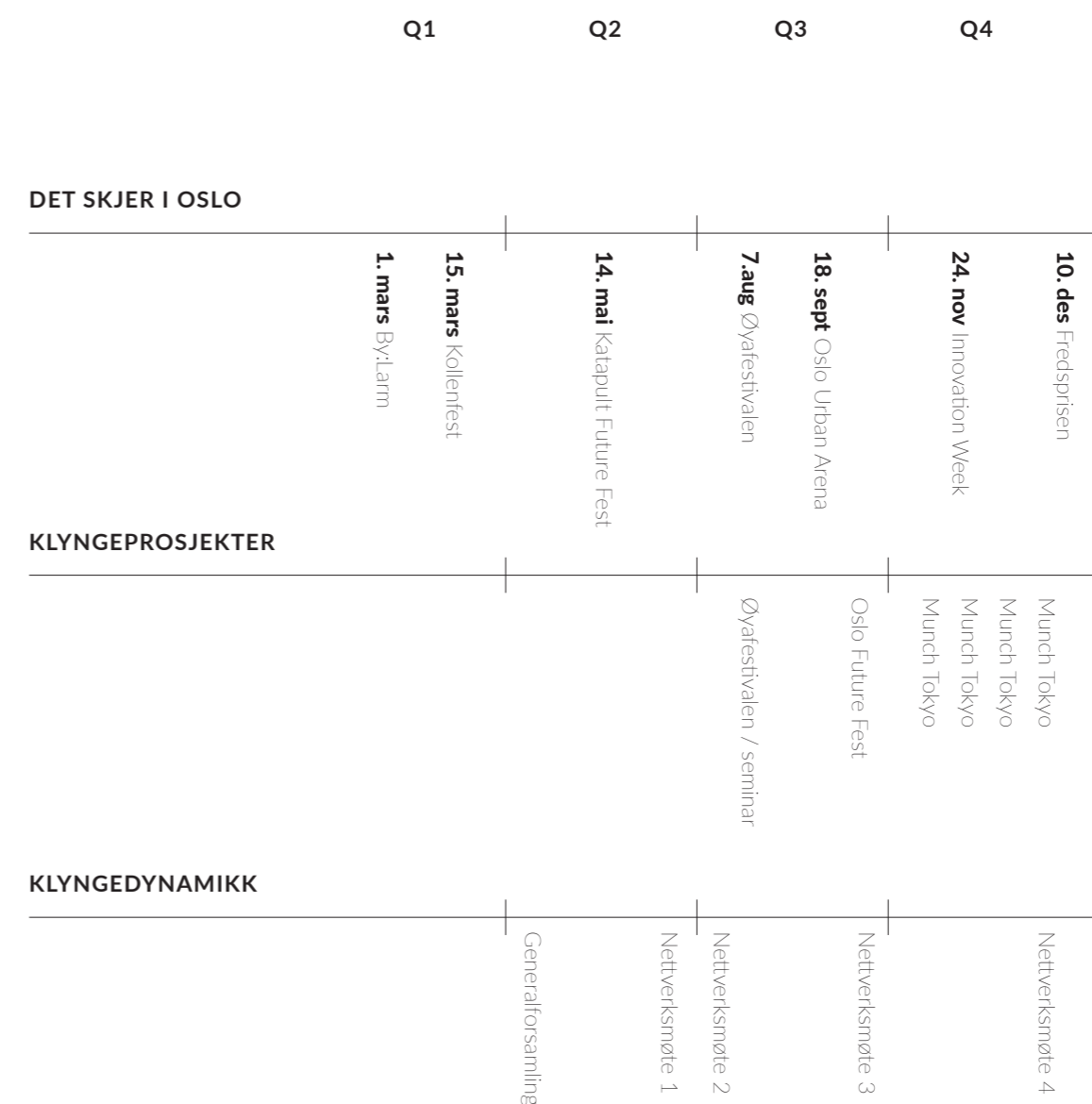
Den andre viktige ressurser vi har å forvalte er midler, vi skal sørge for å at klyngen fasiliteres og drives fremover på klyngens støttemidler og medlemmers avgift, men vi ønsker å skape klyngeprosjekter der vi paralelt med å skape verdier lager samhandlingsarener for klyngens medlemmer. Klyngeprosjekter skal kunne finansieres utenfor klyngens driftsøkonomi. Vi skal sammen med alle klyngemedlemmer og nøkkelpartnere skape klyngeprosjekter som kan være selvfinansierte og sådan utvide klyngedynamikken ytterligere. Alle klyngeprosjekter skal være verdiskapende på en eller annen måte, men med hovedfokus på at de også er økonomisk bærekraftige og positive for klyngen..





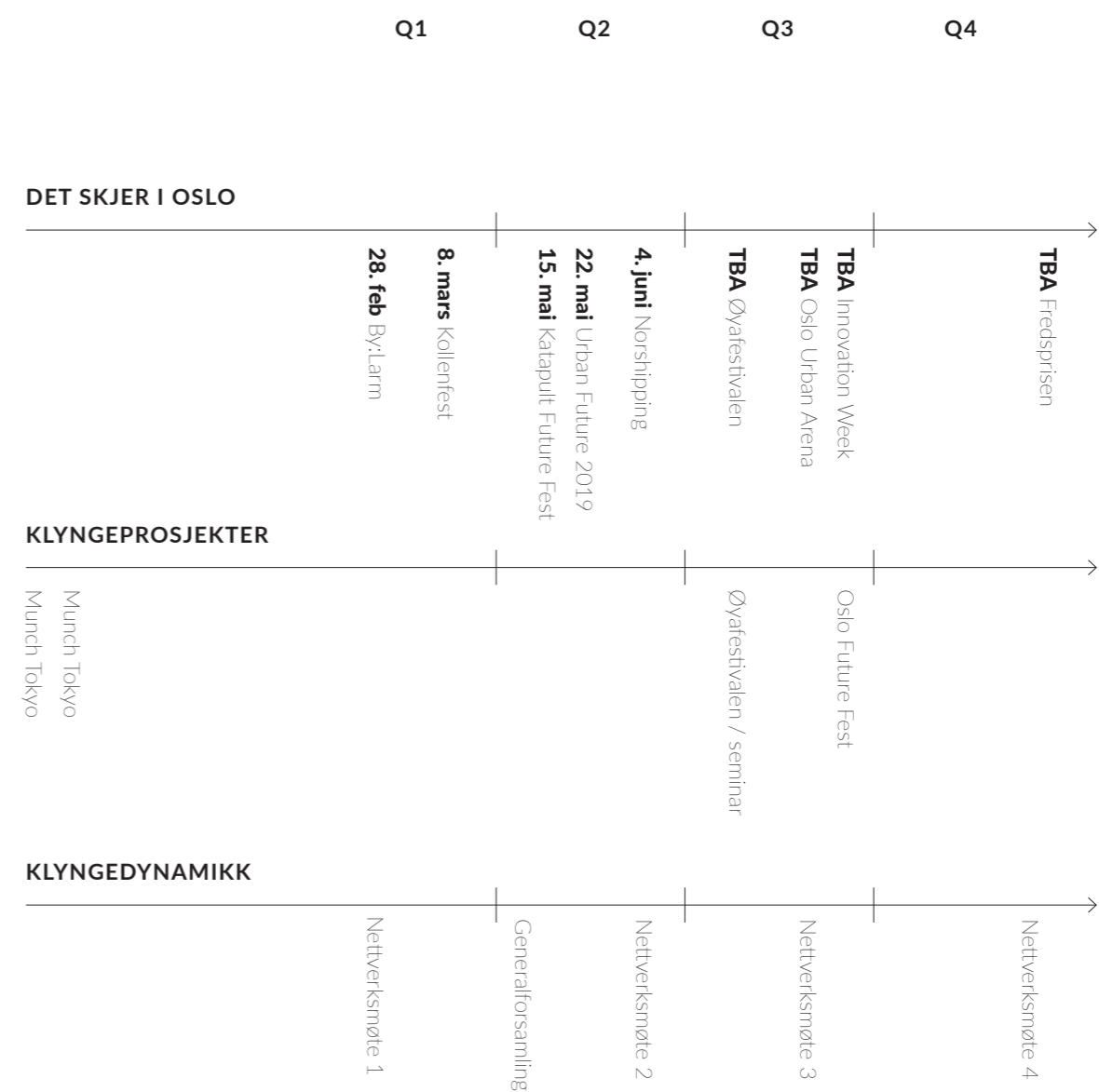
# 2018 / ARENA OSLO – OPPSTARTSÅR

	KLYNGEPROSJEKTER	KLYNGEDYNAMIKK
<b>Q1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dialogmøte med Oslo Kommune</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eablering og oppstart av klyngeorg.</li> <li>Lansering av nettsider og PR/kom.</li> <li>Orienteringsmøter alle partnere</li> <li>ByLarm seminar</li> <li>Generalforsamling</li> <li>Styremøter</li> <li>Rekruttering av nye medlemmer</li> </ul>
<b>Q2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Big data, small data</li> <li>Munch Tokyo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Første nettverksmøte, store data og Oslo i det store utland</li> <li>Partnermøter og styremøter</li> <li>Rekruttering av nye medlemmer</li> </ul>
<b>Q3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bærekraftssystemet Øya Oslo</li> <li>Arena Oslo + EGC 2019</li> <li>Oslo Urban Arena: eventful city</li> <li>Future Fest</li> <li>Oslo Innovation Week</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Andre nettverksmøte, bærekraft og forståelsen av Oslo</li> <li>Tredje nettverksmøte, arr tech og Smart Oslo</li> <li>Partnermøter og styremøter</li> <li>Future Fest – seminar</li> <li>Rekruttering av nye medlemmer</li> </ul>
<b>Q4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Munch Tokyo</li> <li>Fredsfest 2019</li> <li>"Night mayor"</li> <li>Temporære strukturer Oslo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tredje nettverksmøte, fred ut og opplevelsesdesign for Oslo</li> <li>Tredje nettverksmøte, arr tech og Smart Oslo</li> <li>Partnermøter og styremøter</li> <li>Rekruttering av nye medlemmer</li> </ul>



# 2019 / BÆREKRAFTIGE OSLO, EGC 2019

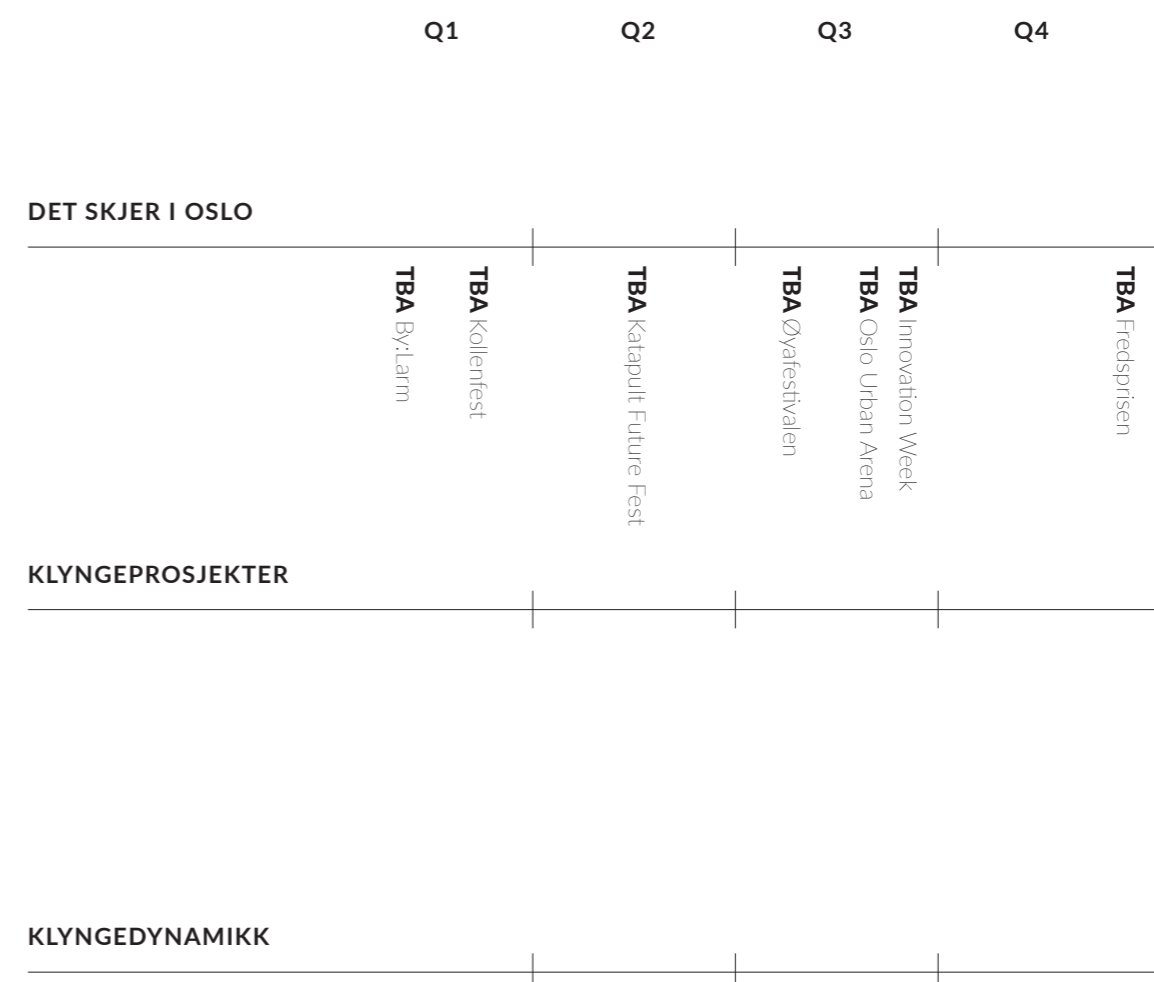
	KLYNGEPROSJEKTER	KLYNGEDYNAMIKK
<b>Q1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EGC 2019 + Arena Oslo</li> <li>En grønn næring for hele Oslo</li> <li>Vinterfest seminar sikkerhet</li> <li>Munch Tokyo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Første nettverksmøte, Safe &amp; Sound</li> <li>Bylarm seminar</li> <li>Partnermøter</li> <li>Styremøter</li> <li>Rekruttering av nye medlemmer</li> </ul>
<b>Q2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Urban Future 2019</li> <li>Formidlingsarene for byutvikling Hovinbyen</li> <li>Tårnet Kulturfabrikk, temporære arenaer</li> <li>Norshipping for Oslo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Andre nettverksmøte, arrangement for byen og byen som arena</li> <li>Studietur – Salone del Mobile</li> <li>Partnermøter</li> <li>Styremøter</li> <li>Generalforsamling</li> </ul>
<b>Q3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oslo Urban Arena</li> <li>"Night mayor"</li> <li>Future Fest</li> <li>Oslo Innovation Week</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tredje nettverksmøte, bærekraft, bærekraft og bærekraft</li> <li>Partnermøter</li> <li>Styremøter</li> <li>Future Fest, seminar</li> </ul>
<b>Q4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oslo 2020 for arrangørene</li> <li>Fredsfest</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fjerde nettverksmøte, folk og fe</li> <li>Partnermøter</li> <li>Styremøter</li> </ul>





# 2020 / KULTURBYEN OSLO

	KLYNGEPROSJEKTER	KLYNGEDYNAMIKK
Q1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturkapital og verdien av det hele</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Første nettverksmøte, kulturnæring og andre ukulturer</li> <li>Bylarm seminar</li> <li>Partnermøter</li> <li>Styremøter</li> <li>Studietur Austin, Texas</li> </ul>
Q2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Det nye Munch</li> <li>Det nye Deichman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Andre nettverksmøte, store åpninger</li> <li>Bylarm seminar</li> <li>Partnermøter</li> <li>Styremøter</li> <li>Generalforsamling</li> </ul>
Q3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oslo Urban Arena: kultururbanisme xxi</li> <li>Future Fest, sponsor it</li> <li>Oslo Innovation Week</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tredje nettverksmøte, privat og offentlighet hand i hand</li> <li>Partnermøter</li> <li>Styremøter</li> <li>Arbeidsmøter forlengelse</li> </ul>
Q4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Det nye Nasjonalmuseet</li> <li>Fredsfest</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fjerde nettverksmøte, hva har vi lært og hva vil vi videre</li> <li>Partnermøter</li> <li>Styremøter</li> <li>Prosjektgruppe forlengelse</li> </ul>





# Tilnærming til ekstraoppgaver

Alle ekstra oppgaver vi ser at kan være viktig for å løse egne oppgaver, være viktig fou aktivitet eller utløse verdier for flere klynge partnere vil vi vurdere om kan legges til i klyngens aktiviteter. Da vil vi søke å realisere midler til Arene Oslo for gjennomføring av dette, og skape en utvidet økonomi gjennom slike klyngeprosjekter.

## EKSEMPLER

night mayor  
munch  
brussel





# Offentlige planer, strategier og arrangementer som danner grunnlaget for utviklingsstrategi for Arena Oslo

- Vår by, vår fremtid; en varmere, grønnere og mer skapende by med plass til alle – *Oslo mot 2040*
- Smart, grønn og trygg; et mangfoldig byliv som er trygt, aktivt og tilgjengelig for alle – *Oslo mot 2030*
- Handlingsprogram for økt byliv i Oslo sentrum – *2017*
- Bylivsfaktorer for Oslo Sentrum
- Budsjett 2017 og Økonomiplan 2017-2020 – *Byrådets klimamål til 2020 og til 2030*
- Klimabudsjettet
- Smart City Oslo – *kommer 2018*
- Oslos Arkitekturpolitikk – *kommer 2018*
- Future Built, Urban Future – *kommer til Oslo 2019, Oslo Kommune*
- Green Capital of Europe 2019 – *kommer 2019*





2017:

# Handlingsprogram for økt byliv i Oslo sentrum

Oslo kommune

HØRINGSUTKAST  
27.03.2017

Handlingsprogram for økt byliv i Oslo sentrum

Plan- og bygningsetaten | Oslo kommune Bymiljøetaten | Eiendoms- og byfornyelsesetaten



2015:

# The Oslo Region Brand Management Strategy

#ProjectOsloRegion

# The Oslo Region Brand Management Strategy

An aerial photograph of the Oslo region, showing a dense urban landscape with buildings, roads, and green spaces. The image is overlaid with a semi-transparent green filter. The text 'The Oslo Region Brand Management Strategy' is superimposed on the image in a large, bold, black font.



**2017:**

# Vår by, vår fremtid – en varmere, grønnere og mer skapende by med plass til alle

Oslo kommune  
Byrådet

Kommuneplan for Oslo  
Samfunnsdel med byutviklingsstrategi  
Høringsutkast april 2017

# HØRINGSUTKAST

## VÅR BY VÅR FREMTID

EN GRØNNERE, VARMERE  
OG MER SKAPENDE BY  
MED Plass TIL ALLE

VISJON, MÅL OG STRATEGIER MOT 2040  
HØRINGSUTKAST APRIL 2017



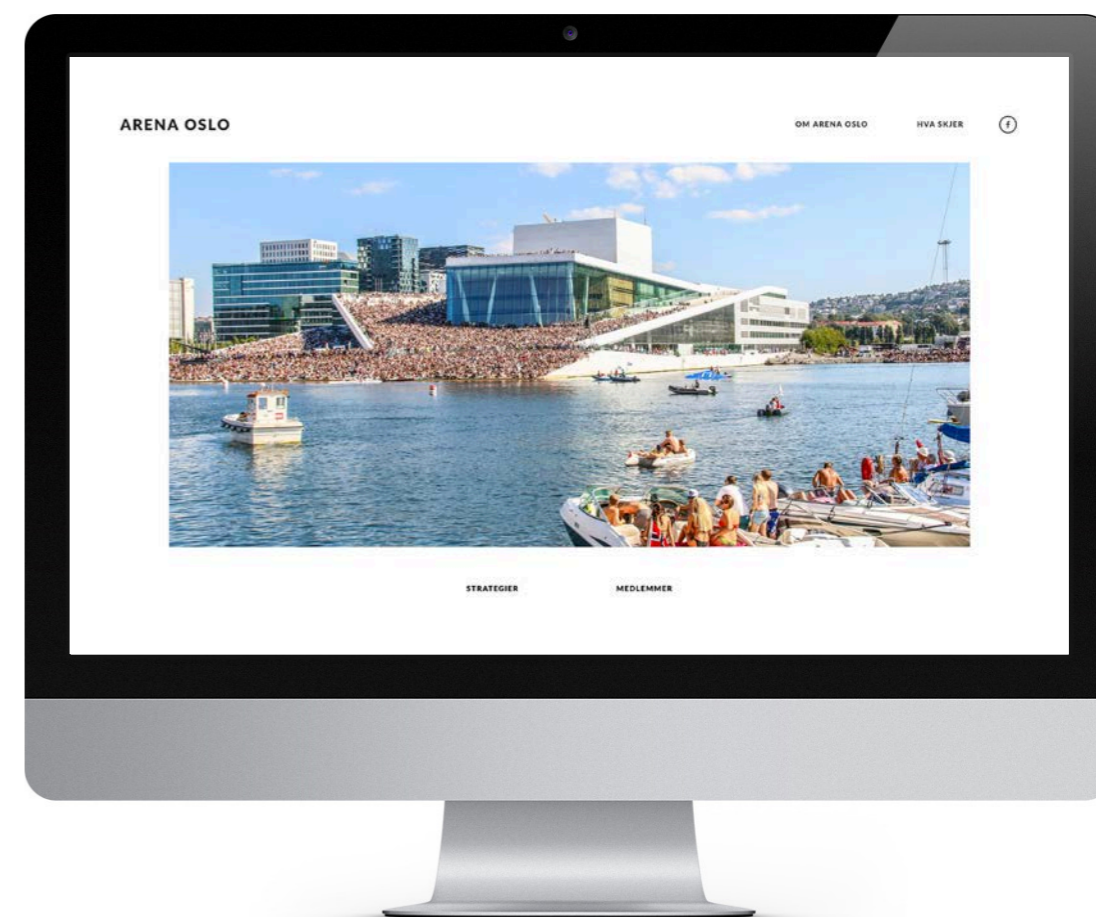
# Kommunikasjon, PR og media

PR- og mediestrategien skal underbygge identitet og omdømme for prosjektet som formidler aktivt. Den skal være et grunnlag for videre arbeid med egne PR - og kommunikasjonsstrategier for enkeltdele på B2C, B2P og B2B.

Nettsiden er hovedformidlingspunktet for all offentlig kommunikasjon rundt prosjektet.

Web brukes aktivt til å formidle status, fremgang og relevante nyheter. Oppdatering av sidene gjøres i tråd med utviklingen av prosjektet og det gjør at sidene vil være et dynamisk prosessarkiv og informasjonsbank for prosjektet. Det vil produseres innhold som skal underbygge identiteten til prosjektet og posisjonere prosjektet riktig i henhold til ønsket utfall hele tiden.

- Nettsiden vil være avsender til alle andre kanaler for kommunikasjon.
- Facebookside opprettes for medvirking, dialog og informasjon om aktiviteter
- Fokus bør ligge på å dokumentere prosessen og arbeidet som gjøres fra start.





# De ulike segmentene vi anser som viktige for Oslo å skape arrangementer rundt



- Musikk
- Kunst
- Kultur
- Film
- Mote
- Design
- Arkitektur

- Byutvikling
- Natur
- Bærekraft
- Samfunn
- Fred
- Matscenen



