MISTRA SPORT & OUTDOORS
Rapport 2021:3

mistra
sport & outdoors

Covid-19 och hållbara evenemang

Påverkan, anpassning och framtid för evenemang inom idrott och friluftsliv

John Armbrecht, Erik Lundberg, Robert Pettersson, Malin Zillinger

Covid-19 och hållbara evenemang

Påverkan, anpassning och framtid för evenemang inom idrott och friluftsliv

John Armbrecht
Erik Lundberg
Robert Pettersson
Malin Zillinger

MISTRA Sport & Outdoors, Rapport 2021:3

Författare: John Armbrecht, Erik Lundberg, Robert Pettersson, Malin Zillinger

Omslagsfoto: Pixabay

ISBN: 978-91-88947-97-0

Förord

Idrott och friluftsliv står bakom många av de evenemang som årligen hålls i Sverige. När Sverige, där evenemang klassas som allmänna sammankomster och lyder under ordningslagen, beslutar om restriktioner på grund av pandemin drabbas evenemangssektorn omedelbart och hårt.

Ambitionen i denna rapport är att beskriva pandemins effekter på evenemang inom idrott och friluftsliv, men också diskutera hur anpassningar kan göras och om det kan finnas lösningar som kommer att bestå även efter pandemin. Kanske finns här lösningar där positiva effekter och besökaruppleveser kan bibehållas samtidigt som evenemangen ger mindre miljöavtryck?

Studien har genomförts inom ramen för forskningsprogrammet Mistra Sport & Outdoors i temat som handlar om Hållbara evenemang. Författarna vill tacka programmets styrelse för den extra medelstilldelning som möjliggjort studien. Forskarna vill också tacka Riksidrottsförbundet, Visit Stockholm samt Göteborg & Co för bra samarbete och möjligheten att få ta del av insamlat datamaterial. Delar av föreliggande rapport bygger på ett bokkapitel av författarna i antologin *Crisis Management and Recovery for Events: Impacts and Strategies* som utkommer under 2021 på förlaget Goodfellow Publishers.

Innehållsförteckning

Sammanfattning ..... **i**

1. Inledning **1**

1.1. Syfte och frågeställningar 2

2. Kunskapsläget **4**

2.1. Evenemang och deras värde för samhället 4

2.2. Evenemang, covid-19 och nytänkande 5

2.3. Hängivna evenemangsbesökare 6

2.4. Evenemangskarriär leder till mer resande 7

2.5 Evenemang, krishantering och resiliens 8

3. Metod och datainsamling **11**

4. Ekonomiska effekter **13**

4.1. Minskade intäkter och typer av sporter 13

4.2. Orsaker till minskade intäkter och sunk costs 14

4.3. Vilka föreningar hade störst intäktsbortfall och sunk costs? 15

4.4. Föreningars strategier för att hantera negativa ekonomiska effekter 16

5. Sociala effekter **20**

5.1. Medlemstapp 20

5.2. Aktivitetsminskning 21

5.3. Ökad fysisk och psykisk ohälsa 21

5.4. Minskad integration 22

5.5. Minskad glädje och minskad gemenskap 23

5.6. Behov av stöd utöver pengar 23

6. Anpassning och alternativa evenemang **26**

6.1. Anpassning till livet utan evenemang 26

6.2. Framtida evenemangsbeteende 26

6.3. Trygga evenemang 28

6.4. Digitala evenemangslösningar 30

7. Evenemang och tiden efter pandemin **32**

7.1. En grön omställning 32

7.2. Ändrade mönster och beteenden 33

7.3. Evenemang och resiliens 34

8. Referenser **36**

Sammanfattning

Evenemangsbranschen kopplad till Sveriges idrotts- och friluftsliv har påverkats kraftigt av pandemin. I det korta perspektivet har tusentals människors jobb och fritid påverkats då aktiviteter uteblivit och evenemang ställts in. De långsiktiga konsekvenserna kan leda till en förändrad syn på hur man i framtiden kommer att resa, delta i evenemang och använda arenor. Detta får i sin tur konsekvenser för miljön.

Danna rapport beskriver och analyserar studier gjorda under 2020 för att bättre förstå vilka effekter inställda evenemang har gett upphov till, men också huruvida det finns något i pandemin som kan bidra till mer hållbara evenemang. Studierna utgår från frågorna hur arrangörer och konsumenter påverkas av pandemin, hur alternativa evenemangslösningar kan uppstå och hur erfarenheterna kan tillvaratas efter pandemin.

Rapporten bygger dels på tidigare forskning, dels på en enkät som skickats ut av Riksidrottsförbundet till samtliga anslutna föreningar våren 2020 (n=3 513), och på en enkät som Visit Stockholm och Göteborg & Co skickade till svensk allmänhet hösten 2020 (n=3 159).

En stor del av idrottsutövandet i Sverige sker i organiserad form i någon av landets idrottsföreningar. För föreningarna och utövandet är evenemang centrala, och upp emot 90 procent av alla intäkter som föreningarna förlorat under pandemins första våg kan kopplas till uteblivna evenemang. Det är givetvis en varierande grad av intäktsbortfall, men hårdast drabbade i ekonomiska termer är ishockeyn och fotbollen.

De största intäktsbortfallen vid uteblivna evenemang kan kopplas till anmälningsavgifter, biljettintäkter, sponsormedel och försäljning. Men, det blir också tydligt att det finns påtagliga negativa effekter som inte i första hand rör ekonomi.

Vanliga icke-ekonomiska effekter är medlemstapp, liksom att färre aktiviteter leder till ökad fysisk och psykisk ohälsa, försämrad integration samt att idrotten inte längre får samma möjlighet att sprida glädje och gemenskap.

Föreningarna framhåller behoven av ekonomiskt stöd men efterfrågar också stödbehov kopplat till att tolka riktlinjer, driva enskilda frågor gentemot

myndigheter och andra, förnya evenemangen och inte minst hjälp med marknadsföring i tider när evenemangen startar upp igen.

Enkäten som under hösten riktades till den svenska allmänheten visar att många kände sig negativt påverkade av inställda evenemang och ansåg att deras livskvalitet påverkats negativt. Evenemang ligger nära livsstil för många besökare och i rapporten diskuteras begreppet *serious leisure* där evenemang konstateras påverka människors vardag före, under och efter själva evenemanget.

De flesta respondenter anser att digitala evenemang inte helt kan ersätta de evenemang där man träffas fysiskt. Dock anger var femte respondent att digitala evenemang helt eller delvis kan vara ett fullgott alternativ för framtiden vilket är en stor framtida utmaning och möjlighet både kommersiellt och miljömässigt.

Pandemin har ökat medvetenheten om trygghet och säkerhet. I rapporten konstateras att det finns en rad åtgärder som arrangörer kan vidta för att möta besökares oro och farhågor. Utöver handsprit, närvarande publikvärdar och annat efterfrågas också större avstånd till andra besökare. Detta kan innebära en utveckling med fler evenemang men med färre besökare.

Studien synliggör miljömässiga effekter där det kortsiktigt blivit ett minskat eller uteblivet resande på grund av inställda evenemang. Relativt få arrangörer har jobbat med att anpassa sina evenemang till distansoberoende genom exempelvis streaming eller andra digitala tjänster. På längre sikt konstateras dock pandemin kunna leda till att hela eller delar av evenemang anpassas till ett digitalt format, vilket kan innebära minskat resande och minskad miljöbelastning. Det kan också leda till ett ändrat användande av den infrastruktur som kopplas till evenemang, exempelvis minskat eller ändrat beroende av arenor.

Sammantaget kan det konstateras att miljöfrågorna får står tillbaka under en brinnande kris som en pandemi utgör. Fokus ligger på verksamheternas överlevnad, akuta åtgärder och uthållighet. Men såväl direkt som indirekt kan pandemin påverka svenskars evenemangsbeteende. Detta ändrade beteende kan i sin tur påverka miljön både direkt och indirekt. Mer kunskap på området är nödvändig på väg mot målet och mer hållbara evenemang.

1. Inledning

Evenemang är en viktig del av människors liv och vardag, och anges dessutom allt oftare som reseanledning. Evenemang innefattar allt ifrån de många mindre, lokala och regionala evenemang, till färre men stora nationella och internationella evenemang. Enstaka och återkommande evenemang har ökat kraftigt i antal de senaste decennierna. Det gäller inte minst idrottsevenemang som genom sin verksamhet och de upplevelser de erbjuder skapar stora ekonomiska och sociala värden. Samtidigt har resor till och från evenemang, samt evenemang i sig, betydande påverkan på miljön. Mot denna bakgrund förstår man att inställda evenemang på grund av en pandemi får stora konsekvenser.

Pandemin har påverkat världsekonomin starkt och olika branscher har dessutom varit än mer utsatta än andra. World Tourism Organisation utgår från att turismnäringen kommer att vara den bransch som påverkats allra hårdast (WTO 2020). Rese- och turismnäringen tros ha förlorat 20–30 procent av de internationella ankomsterna samt 50 miljoner arbetstillfällen jorden runt. Eftersom evenemang är en stor del av turismnäringen är de kritiska för hela branschens utveckling. Evenemangsbranschen är inte bara stor utan har av vissa utpekats som den snabbaste växande delen inom turismbranschen (Seraphin 2020). Den globala evenemangsnäringen erbjuder arbetstillfällen för 26 miljoner människor (Gössling, Scott & Hall 2020).

Alla typer av evenemang påverkas av pandemin, i alla delar av världen. Av de stora evenemangen kan nämnas sommarolympiaden i Tokyo, Cannes Filmfestival, Wimbledon Tennisturnering eller vallfärden till Mekka (Mohanty, Himanshi & Choudhury 2020). Evenemang inom konst och kultur, religionsutövning, idrott, politik... Listan kan göras lång på områden där evenemang utgör en självklar del som innan pandemin lockade enorma mängder besökare. Baserat på siffror som Oxford Economics (2018) tagit fram, beräknas antalet besökare enbart på affärsrelaterade evenemang ha legat på 1,5 miljarder besökare världen runt.

När coronaviruset spred sig över Sverige våren 2020 påverkades evenemangssektorn inte bara mycket utan också omedelbart. Statliga restriktioner som i flera steg begränsade antalet närvarande vid allmänna sammankomster tillsammans med införande av reserestriktioner innebar att nästan alla evenemang även i skrivande stund ställs in. Svenska myndigheter har infört begräsningar för genomförande av evenemang och allmänna sammankomster i flera steg. Högsta antalet deltagare begränsades till max 500 för att snart sänkas till 50. Under pandemins andravåg inskränktes förutsättningarna ytterligare när maxantalet

sänktes till 8 personer. Evenemangen påverkas också av andra restriktioner kopplade till t.ex. restriktioner för restauranger, resor och gränspassager.

Mer än var tredje svensk är medlem i någon av de omkring 19 000 föreningar som ingår i Riksidrottsförbundet. De flesta föreningar arrangerar och deltar årligen i ett stort antal större och mindre evenemang. Dessa evenemang i sig, och inte minst resor till och från, har en betydande påverkan på miljön. Evenemangseffekterna är dock mångfasetterade. För många arrangörer och föreningar är intäkter från evenemang avgörande för fortlevnad och finansiering av den egna verksamheten. Evenemangen bidrar också till många sociala värden såsom folkhälsa, integration, glädje och gemenskap (Pettersson & Wallstam 2017; Brown, Getz, Pettersson & Wallstam 2015; Wallstam, Ioannides & Pettersson 2020). I den här rapporten utgår vi från hur svenska idrottsföreningar i sin roll som evenemangsarrangörer påverkats av pandemin. Utöver det har vi analyserat besökarperspektivet, dvs. hur evenemangsbesökare påverkas av att inte längre kunna delta och besöka evenemang och hur man ser på kommande evenemangsbesök efter pandemin?

Samtidigt som flertalet restriktioner införs ser vi också framväxten av alternativa evenemang som inte inkluderar resande till en bestämd plats. Det kan vara virtuella lopp såsom Göteborgsvarvet och Hemmavasan, eller evenemang med fysiskt genomförande på behörigt avstånd såsom gemensamma gympapass från balkongerna i storstäderna.

Allt detta sammantaget står vi inför ett flertal vägval där megatrender såsom digitalisering och hållbarhetstänkande spelar in, men där det finns många faktorer som för nuvarande är ovissa. Exempel på osäkerheter är: Hur stor är acceptansen för digitala evenemang som ersätter fysiska sådana? I hur stor grad väljer individer att agera hållbart mot bakgrund av att en omställning krävs nu? Har evenemangsaktörer kunskapen och möjligheten att ställa om sitt erbjudande så att det passar i ett landskap som åter igen har öppnat upp efter pandemin? De slutsatser och rekommendationer för framtiden vilka görs i denna rapport bygger på tidigare forskning samt aktuella empiriska studier.

1.1. Syfte och frågeställningar

I denna rapport redovisas datamaterial som samlats in under 2020 med frågor om covid-19 och evenemang. Forskningsarbetet har syftat till att bättre förstå både arrangörer och besökare, beskriva vilken typ av effekter inställda evenemang har gett upphov till, men också kartlägga huruvida det finns något i pandemin som på lång sikt kan bidra till mer hållbara evenemang.

Nedanstående frågeställningar har utgjort studiens utgångspunkt:

- Hur påverkas evenemangskonsumenter och arrangörer av den rådande coronasituationen?

- Hur kan alternativa evenemangslösningar fungera som ersättning till vanliga (fysiska) evenemang?

- Hur kan erfarenheterna från alternativa evenemangslösningar tillvaratas efter pandemin?

2. Kunskapsläget

De flesta människor, i alla fall i Västvärlden, besöker flera evenemang under ett år. Den växande evenemangsbranschen har studerats under många år och definitionerna av *evenemang* kan variera. Under de senaste decennierna har det inom evenemangsforskningen dock utkristalliserats några ”minsta gemensamma nämnare” vid definitionen av evenemang. Återkommande nyckelbegrepp vid definiering är i) en avgränsning i tid och rum, ii) ett uttalat program/innehåll, iii) en arrangör och slutligen iv) åskådare och/eller deltagare (Andersson, Larsson & Mossberg 2009, Getz & Page 2016). I denna rapport ligger fokus på de evenemang där programmet i huvudsak inrymmer idrott och/eller friluftsliv

2.1. Evenemang och deras värde för samhället

Idrott och sport har starka kopplingar till evenemangssektorn som till exempel amatör- och motionslopp (marathon, triathlon, orientering etc.), lagsportsevenemang (ungdoms- och amatörturneringar), samt mer professionella sportevenemang (ligamatcher, mästerskap, internationella turneringar osv.). Evenemangen lockar både aktiva deltagare, professionella idrottare samt åskådare (fans, familj, vänner, ledare etc.) och företag som till exempel sponsorer. Sverige har en stor och växande marknad för deltagarevenemang vilket indikerar att människor vill vara aktiva och involverade i evenemanget, samskapa upplevelser och interagera med vänner i en evenemangskontext.

När utbud och efterfrågan möts har detta positiva och negativa sociala, ekonomiska och miljömässiga effekter (Getz and Page 2016, Hall and Page 1999). Positiva ekonomiska effekter kopplar ofta till sysselsättningseffekter, lokala intäkter, lokal ekonomisk utveckling, etc.) (Lee & Taylor, 2005). Bland de negativa ekonomiska effekterna som diskuterats finns en hög säsongsvariation, prisökningar för lokalbefolkningen, etc.. Sociala effekter har under senare tid fått ökad uppmärksamhet och har studerats i samband utifrån socialt kapital, ökad livskvalitet, stolthet etc. (Davies, Coleman & Ramchandani 2013). Det har även observerats flera negativa konsekvenser av ett ökat antal (ofta stora) evenemang, såsom ökad brottslighet. Med tillväxten inom evenemangssektorn följer dessutom flera hållbarhetsutmaningar, särskilt kopplade till miljöfrågor, ökad mobilitet och ökad materialkonsumtion. Exempelvis pekar Case (2013) ut två problematiska områden inom evenemangsbranschen som påverkar miljön: resurser som används för att arrangera ett evenemang (exempelvis mat, material, energi, bränsle); och miljöpåverkan på mikro- (exempelvis trampning, skräp) och makronivå (exempelvis koldioxidutsläpp).

Evenemang kopplade till sport och friluftsliv växer i antal, attraherar allt fler besökare och deltagare och har betydande ekonomiska, sociala och miljömässiga konsekvenser (Getz & Page 2016). De fungerar som mötesplatser för flera olika intressenter såsom professionella- och amatöridrottare, åskådare, fans, turister, lokalbefolkning, föreningar och företag. Inte minst i Sverige syns en stor och växande marknad av evenemang som engagerar människor inte bara under, utan även inför och efter själva evenemanget. Det kan ta sig uttryck som planering inför evenemanget, inköp av utrusning och förberedelser såsom träning. Människor vill vara involverade i evenemanget, sam-skapa upplevelser och interagera med andra människor. Här fungerar evenemangen som en arena för att möta en rad olika behov (Stebbins 2006).

Evenemang används ofta för att bidra till utvecklingen av en turistdestination eller, om resonemanget förs utanför turismkretsar, utvecklingen av en plats. Målgrupp kan vara alltifrån direkta besökare till lokalboende. I idrottssammanhang talar man ofta om att idrottsevenemang skapar glädje, stolthet och engagemang hos både besökare och deltagare. Överlag konstateras evenemang bidra till en större medvetenhet om platsen där evenemanget hålls samt möjligheter till ekonomiska intäkter både direkt och indirekt. På så sätt har evenemang många betydelsefulla bidrag till en positiv platsutveckling. På den negativa sidan finns risker för negativa sociala effekter, flera ekonomiska risker och negativ miljöpåverkan framför allt genom de resor som görs till och från platsen (Pettersson & Gunnervall 2008).

Överlag kan evenemang bidra till en positiv platsutveckling. Detta bidrar indirekt till platsens innovationsstyrka genom att evenemang stöttar den positiva utveckling som redan finns på plats. Men evenemang har också visat sig vara innovativa i sig själva. Både organisationen av evenemang, dess beroende av ny teknik samt marknadsfokus har ständigt förändrats, vilket visar på en hög innovationskraft. Samtidigt försöker många evenemang visa på den autentiska plats där de hålls. Detta medför en balansgång mellan det gamla och det nya, vilken inte alltid är helt enkel (Robinson, Wale & Dickson 2010). I idrottssammanhang är evenemang ofta kopplade till platsen och dess identitet och historia såsom vid skidåkning eller andra sammanhang.

2.2. Evenemang, covid-19 och nytänkande

Vanan att regelbundet besöka evenemang fick ett plötsligt uppehåll i och med spridningen av covid-19 och de restriktioner som följde. Kunskapen om vilka effekter inställda evenemang fick är än så länge ganska begränsat, även om nya studier presenteras löpande. Några forskare som skrivit om konsekvenserna är

Majumdar och Naha (2020). De konstaterar att pandemin tvingar fram andra lösningar såsom digitalisering och streaming av evenemang, vilket kan öppna upp för fler och kanske nya deltagare. Ur ett innovationsperspektiv kan en disruption som pandemin vara något positivt som öppnar upp för nya perspektiv och lösningar, samtidigt som det finns en viss påtryckning, inte minst en ekonomisk sådan, som gör att en förändringsvilja tvingas fram. Det ska dock noteras att detta anses positivt på makronivå. För den enskilda aktören som måste ställa om utifrån premissen "innovate or die" är det självklart inte lika enkelt eller inspirerande (Meged & Zillinger 2018).

Digitalisering och streaming av evenemang har av bland andra Triantafyllidis (2020) liksom Mastromartino, Ross, Wear och Naraine (2020) konstaterats kunna ha en positiv miljöpåverkan. Detta dels genom ett uteblivet resande med därtill hörande miljöpåverkan, dels genom ett minskat slitage och resursbehov under själva evenemanget. Evenemangens påverkan på miljön blir med andra ord positiv genom att färre evenemang arrangeras; en slags passiv nedgång. Mastromartino et al. (2020) använder sig av begreppet "replacement" när de beskriver utvecklingen inom större idrottsevenemang. Forskarna påpekar att den stora utmaningar med digitala ersättningsevenemang är att kunna skapa och behålla en teamkänsla som tidigare främst har uppstått vid större evenemang. Idrott innebär ju så mycket mer än själva resultat eller vilket lag som går vidare. Precis som när människor utövar olika sporter själva handlar det även om samhörighetskänsla och glädje. Det är därför ekvationen mellan hälsa, miljö och ekonomi är så svår att få ihop. Det här fenomenet diskuteras mer ingående i nästa kapitel.

2.3. Hängivna evenemangsbesökare

För vissa besökare är evenemang en central del av deras livsstil och identitet. Den här gruppen deltagare har varit viktig för evenemangbranschens tillväxt under de senaste decennierna, men det är också en grupp som nu påverkas ytterst konkret av att inte kunna besöka och delta vid evenemang under pandemin.

Begreppet hängivna evenemangsdeltagare kopplar till konceptet "highly involved event participants" (Getz & Andersson 2010). Hängiva evenemangsdeltagare är deltagare som mer än andra identifierar sig med och är involverade i en aktivitet. Dessa deltagare avser personer som utför fritidssysslor på ett mer seriöst sätt i termer av tid, pengar, kunskap och färdigheter. "Serious leisure" (Stebbins 1992) beskriver teoribildningen kring personer vars hängivenhet ökar kontinuerligt och skiljer sig från den genomsnittliga fritidsutövaren, också utifrån ett socialt perspektiv. Med hängivenheten följer ofta att individen besöker ett högt antal evenemang samt att detta kan ske på många olika platser. Med andra ord reser hen med eller efter sitt lag för att kunna närvara vid olika evenemang.

Begreppet ”sociala världar” (Jones & Green 2006; Unruh 1980) hänger nära ihop med serious leisure och kopplar till personers vilja och strävan efter att utveckla en social identitet kopplad till ens fritidssyssla. Meningsskapande och en känsla av tillhörighet uppstår inom gemenskapen kring aktiviteter såsom fotboll, ishockey eller ridning. Dessa gemenskaper kallas för sociala världar. I dessa världar skapas gemensamma normer, regler och värderingar samt sociala mål (Unruh 1980). Dessutom skapas ofta en specifik kommunikation och konsumtion. Ett evenemang fungerar som en katalysator för en social värld där hängivna deltagare kan träffas och utbyta erfarenheter och upplevelser.

Involvering och hängivenhet har också studerats i samband med konsumtion. Forskningen visar att ju mer hängivna utövare och (evenemangs-)deltagare är, desto mer konsumerar de vanligtvis (Ryan & Trauer 2005). Tjänsten eller varan som konsumeras skapar olika typer av värden för den involverade, såsom nöje, symbolvärde eller status av att ha deltagit i ett evenemang. En mer involverad och seriös deltagare söker gemenskap i sin konsumtion av evenemang. Därigenom möjliggör och understödjer evenemang konsumtion av sportrelaterade tjänster och varor (beroende på fritidssyssla). Hängivna aktivitetsutövare är således en central grupp ur ett evenemangs- och destinationsperspektiv.

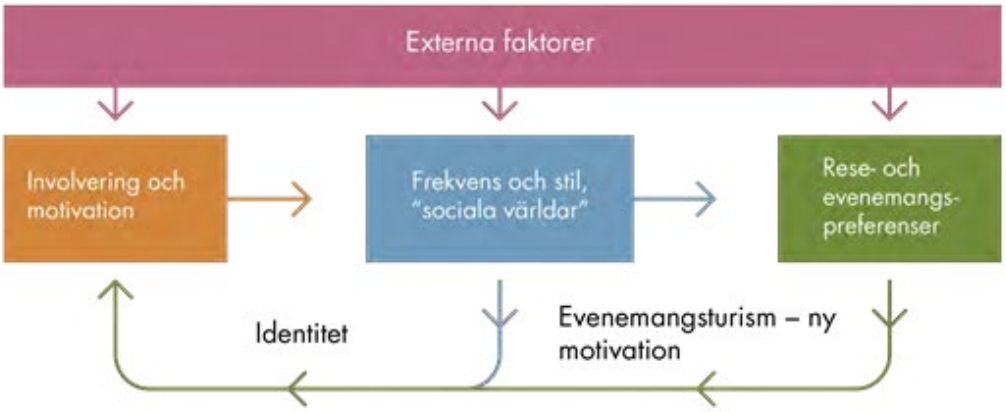
2.4. Evenemangskarriär leder till mer resande

Gruppen hängivna evenemangsbesökare och -deltagare reser och deltar i större utsträckning än genomsnittet vid evenemang både för att främja sitt intresse och delta i sociala sammanhang (sociala världar). Hängivna löpare utvecklar till exempel en resekarriär runt evenemangsdeltagande (event travel career trajectory) (Pearce & Lee 2005; Getz & Andersson 2020) som inte sällan leder till att de reser allt längre för att delta i olika aktiviteter och evenemang (jämför Figur 1 nedan). Med blicken riktad mot denna hängivenhet blir det extra tydligt att bortfall av evenemang så som det sker under pandemin har många och tunga konsekvenser för föreningar, evenemangsarrangörer, besökare och deltagare. Dessa konsekvenser rör sig långt bortom de ekonomiska ramarna för evenemang.

Utvecklingen kan sammanfattas som om engagemanget för en aktivitet ökar, det vill säga utvecklas till en mer seriös fritidssyssla, startar ofta en resekarriär och man blir succesivt en mer hängiven evenemangsdeltagare. Med denna utveckling förändras beteende och motivation. En tidigare genomförd studie visar att resandet ofta sker i grupp tillsammans med en klubb (BFUF 2018).

Modellen nedan visar en linjär utveckling (trajectory) (jfr. Getz & Andersson 2010; Getz & McConnell 2011) vilket är en grov förenkling eftersom det finns flera

externa faktorer som kan påverka eller avbryta en fritids- och evenemangskarriär. Det kan till exempel handla om tidsbrist, brist på pengar, eller förändrad livssituation såsom familj, barn, etc. Modellen visar endast en schematisk utveckling, det vill säga ett system där involvering och motivation hos utövaren kan förstärkas genom evenemangsdeltagande och därigenom skapar mer hängivna sportturister.



Figur 1: Resekarriär inom sportevenemang, ett förstärkande system (BFUF 2018)

Modellens logik är att involvering i sporten och motivation för att resa till evenemang är grunden som sedan förstärks på evenemangen (i de sociala världarna) och påverkar ens rese- och evenemangsreferenser. En förstärkt identitet som till exempel löpare förstärker involvering i idrotten samtidigt som ny motivation från resorna förstärker motivation för framtida evenemangsresor (BFUF 2018).

2.5 Evenemang, krishantering och resiliens

Evenemangsbranschen påverkas såväl av interna som av externa faktorer. Detta betyder att evenemangsaktörer kan påverka en del av utvecklingen själva, men en stor del av påverkan kommer också från faktorer som ligger utanför branschen. Ett tydligt exempel på en sådan extern faktor är ekonomins upp- och nedgång som också hänger samman med den breda samhällsutvecklingen. På så sätt är eventbranschen sårbar eftersom aktörerna bara till viss del kan förbereda sig på oväntade händelser (Mohanty, Himanshi & Choudhury 2020).

En extern händelse såsom pandemin belyser rollen som krishantering och resiliens kan ha för att besvara frågor om hur evenemangsarrangörer påverkats under pandemin och hur arrangörer anpassar sig utifrån rådande omständigheter. Begreppen ovan är väl beforskade inom flera fält, men det är endast på senare tid som evenemangsforskare har applicerat dem i en evenemangskontext. Framförallt

hjälper begreppen oss att förstå vilka faktorer som är viktiga för att anpassa sig efter de nya omständigheterna och att, efter pandemin, ha möjlighet att återuppbygga kapaciteten för att arrangera nya evenemang.

Nya situationer och händelser kräver att evenemangsarrangörer hanterar risker kontinuerligt. Det kan vara ekonomiska, politiska, sociala och teknologiska risker. Generellt har dessa risker ökat i och med den pågående globaliseringen av evenemangsekonomin. När kriser och katastrofer som innebär radikalt förändrade förutsättningar (såsom pandemin) blir det extra tydligt, och särskilt utmanande. Alla arrangörer kan förutsättas arbeta strategiskt med krishantering och katastrofhantering för att vara beredda om något oväntat inträffar (Ritchie 2004). De som förbereder sig och har möjlighet att hantera risker kopplade till plötsliga förändringar har bättre möjlighet att reducera negativa ekonomiska och icke-ekonomiska effekter. En organisation som besitter dessa färdigheter är resilient och har bättre förutsättningar att återhämta sig starkare och snabbare (Shipway & Miles 2020; Lew 2014).

Inom turism- och evenemangsforskning har resiliens främst använts för att förstå hur organisationer reagerar vid förändring kopplat till katastrofer och kriser (Lew 2014). Till exempel turistaktörers reaktioner relaterat till klimatförändringar, vid tidigare pandemier eller katastrofer såsom tsunamin i Asien 2014 och jordbävningar. Dessa exempel belyser både långsam (exempelvis klimatförändringar) och snabb förändring (exempelvis naturkatastrofer). Olika situationer kräver olika typer av anpassning med hänsyn till förändringstakt, men också beroende på den enskilda aktörens situation.

Bara under senaste åren har katastrofhantering och resiliens fått mer uppmärksamhet inom evenemangsforskningen. Shipway och Miles (2020) introducerade till exempel international sport events resilience continuum som är ett försök att klassificera stora sportevenemang för att förstå hur de strategiskt kan arbeta med resiliens. De definierar resiliens som "ett systems förmåga till återhämtning efter att ha genomgått en kraftig störning" (Shipway & Miles 2020, s. 186). I den här rapporten är det relevant att diskutera just svenska evenemangsarrangörers (med fokus på idrottsföreningar och idrottsförbund) förmåga att återhämta sig och återigen ha möjlighet att arrangera sportevenemang under och efter pandemin. Förmågan till återhämtning varierar enligt tidigare forskning beroende på faktorer såsom arrangörens adaptiva kapacitet, sårbarhet, beredskap, reaktionsförmåga, och lärandeprocesser (Koronis & Ponis 2018; Biggs, Hall & Stoeckl 2012). Utöver det är det också viktigt att se till aktörens storlek och sammanhang (till exempeltyp av sport eller geografisk kontext).

Även om de flesta svenska evenemang inte kan klassificeras som "stora sportevenemang" i enlighet med Shipway och Miles (2020) modell så framhåller de vikten av att involvera gräsrötterna (bottom-up approach) för att öka evenemangens resiliens. Detta är ytterst relevant, om man som i denna rapport, utgår från ett fokus på svenska idrottsföreningar. Även hur arrangören är organiserad, samhället de verkar i, och de individuella evenemangsdeltagarna och evenemangsbesökarna lyfts upp som viktiga delar i att förstå ett evenemangs resiliens (Shipway & Miles 2020). Allt detta pekar på att hela sammanhanget där evenemanget befinner sig är viktig och att idrottsföreningar som arrangerar evenemang behöver olika typer av stöd och resurser för att återhämta sig beroende på kontext och faktorer som de som nämnts ovan.

I den här rapporten fokuserar vi utöver besökarperspektivet även på ekonomiska och icke-ekonomiska effekter för evenemangsarrangörer i pandemins tidiga stadium (mars 2020 till juni 2020). Därför är det endast några faktorer som vi har möjlighet att belysa. Framförallt gäller det arrangörernas reaktionsförmåga (responsiveness) som kan definieras som "en organisations förmåga att reagera i tid och konstruktivt vid en utmaning som kritiskt påverkar dess motståndskraft" (Koronis & Ponis 2018, s. 37). För att ha den förmågan förutsätts en bra beredskap (preparedness). Dock spelar det ingen roll hur hög beredskap en arrangör har om de inte reagerar eller agerar (Crandall et al. 2010). Att sedan kunna anpassa sin verksamhet till den nya omvärlden (både på kort och lång sikt) och att skapa lärandeprocesser för att lära av krisen är andra förmågor, efter den initiala chocken, som är viktiga att stödja och utveckla (Koronis & Ponis 2018).

3. Metod och datainsamling

Forskargruppen består av ett flertal individer som med olika ämnesbakgrund under många år studerat turism och evenemang. Forskarna har haft kontinuerlig dialog med flera evenemangsaktörer i Sverige. Mer ingående samarbete har initierats med Riksidrottsförbundet, Visit Stockholm och Göteborg & Co. Baserat på en kontinuerlig observation av forskningsläge och branschutveckling vittnar samtliga forskare om ett stort kunskapsbehov. Ovan angivna aktörerna har samlat in eget datamaterial med anledning av pandemin. Forskarna har kunnat ha löpande dialog med aktörerna och kunnat ta del av insamlat datamaterial. Perspektiv på covid-19 och hållbara evenemang har dessutom diskuterats med de samverkansparter som kopplats till forskningsprogrammet respektive forskningstemat om hållbara evenemang. Därtill har publicerade forskningsresultat kontinuerligt scannats för att på så sätt få en bättre förståelse av de pandemiska effekterna på evenemangsbranschen i olika delar av världen.

Denna rapport bygger i huvudsak på datamaterial från en enkät utskickad av Svenska Riksidrottsförbundet (RF) våren 2020. En av författarna till detta kapitel deltog i arbetet med att utforma enkäten. I april 2020 skickade RF ut en webbaserad enkät till samtliga 19 000 anslutna föreningar. Målet var dubbelt; att mäta de ekonomiska och icke-ekonomiska effekterna som idrottsföreningar upplever på grund av inställda evenemang, och att utveckla en modell för staten för att kompensera för uteblivna intäkter och täcka kostnader. I undersökningen definieras ”evenemang” som tävlingar, turneringar, cuper och liknande aktiviteter. Uppgifterna täcker händelser mellan den 12 mars (då de första nationella begränsningarna infördes av regeringen) och den 30 juni, totalt 111 dagar. Enkäten besvarades av personer på ledningsnivån såsom ordföranden, kassörer eller administratörer. Respondenterna kunde svara på undersökningen mellan den 16 och 30 april 2020. Sammantaget deltog 3,513 idrotts föreningar i undersökningen, vilket ger en svarsfrekvens på cirka 20 %.

Riksidrottsförbundets enkät analyserades med såväl kvantitativa som kvalitativa metoder. De kvantitativa uppgifterna analyserades med hjälp av IBM SPSS Statistics 25. Beskrivande statistik och regressionsanalys användes för att uppskatta storlek, proportioner och orsaker till förlorade intäkter och sänkta kostnader. Den kvalitativa analysen av icke-ekonomiska effekter är baserad på svar från öppna frågor. Den bygger på specifika frågor om a) icke-ekonomiska konsekvenser för föreningarna, och b) öppna svar om behovet av stöd. För att hitta de vanligaste svaren gjordes en första klusteranalys med programvaran NVivo. Ytterligare kvalitativ analys gjordes av två forskare som parallellt läste, sorterade och märkte datamaterial.

Rapporten bygger dessutom på en enkät som skickats ut av Stockholms stad och Göteborg & Co under hösten 2020. Forskare har haft dialog med Visit Stockholm under enkätens utformning. Enkäten distribuerades som en webbundersökning genom Norstats Sverigepanel vilket säkerställer ett rikstäckande svarsunderlag. Enkäten låg öppen den 7–20 september 2020. Totalt inkom 3159 svar. Svaren har analyserats genom körningar i IBM SPSS Statistics 25.

4. Ekonomiska effekter

Detta kapitel belyser hur evenemangsarrangörer påverkats ekonomiskt av den rådande coronasituationen. I flertalet fall där evenemang planerats har organiseringen av evenemangen emellertid redan orsakat kostnader för organisatörerna som inte kommer att generera en intäkt i framtiden. Inte heller går det att återvinna vissa kostnader såsom betalda arbetstimmar för att planera ett evenemang, hyreskontrakt som skrivits på, eller tjänster som köpts in och så vidare. Den här typen av kostnader, som inte kommer att generera intäkter eller kan återbäras, kallas för Sunk Cost. Flera organisatörer (i många fall idrottsföreningar) har dessutom gått miste om betydande intäkter på grund av inställda evenemang. Kostnaderna (Sunk Costs) och minskade intäkter beskrivs i följande avsnitt. Därefter beskrivs effekterna kopplat till olika idrottsföreningar i termer av storlek, typ av sport och så vidare. Den tredje delen visar vilka strategiska åtgärder som föreningar vidtog under pandemins första våg.

I Sverige organiseras många sport och idrottsevenemangen av idrottsföreningar. Därför lider föreningarna särskilt under covid-19-pandemin. Sammantaget pekar resultaten ut idrottsföreningar som en hårt drabbad bransch. De som ingår i denna studie (och som står för omkring en femtedel av alla svenska idrottsföreningar) uppger att de har gått miste om mer än en miljard kronor under våren 2020. Dessutom tydliggör antalet inställda evenemang och de minskade intäkterna att föreningarna är en betydande del av evenemangs-Sverige. Sist men inte minst antyder resultaten också att evenemang spelar en viktig roll för att generera intäkter för många idrottsföreningar under normala förhållanden.

4.1. Minskade intäkter och typer av sporter

Minskade intäkter (dvs. intäkter som idrottsföreningar gick miste om) fördelas ojämnt mellan idrottsföreningar. Ett större antal föreningar (21 %) anger ingen minskning av intäkter. För dessa föreningar har evenemang sannolikt en marginell betydelse. Övriga (79 %) svarade att de haft minskade intäkter. Fördelningen av förlorade intäkter visas för de 15 största sporterna (av 68 representerade i undersökningen) i tabell 1. Dessa sporter står för 93 % av alla minskade intäkter. Fotboll går miste om flest intäkter (53 % av den totala minskningen), men har också det största antalet föreningar. I relativa termer minskar intäkterna mest för ishockeyföreningar.

Hur olika föreningar drabbas av minskade intäkter bör ses i relation till när undersökningen genomfördes, nämligen april till juni 2020. Under den perioden har vissa idrotter färre planerade evenemang än andra. Sannolikt är det en

förklaring till varför bandy (och ishockey), som har sina slutspel under denna period, går miste om relativt höga intäkter. Tabell 1 visar i vilken utsträckning olika idrotter som ishockey, fotboll och handboll är beroende av evenemang. Ridsport verkar vara mindre beroende av evenemang (med mer intäkter från andra källor som träning och medlemsavgifter). En annan tolkning av fördelningen är att vissa idrotter har varit bättre förberedda (dvs. högre grad av resiliens) än andra på en stundande kris.

Tabell 1. Intäktsbortfall för de 15 mest drabbade sporterna

Sport	Ranking (tot. summa)	Andel (%) av total	Föreningar (n)	Ranking (relativt antal föreningar)
Fotboll	1	53,40	815	2
Ishockey	2	63,36	100	1
Friidrott	3	69,36	217	8
Handboll	4	73,44	77	3
Basket	5	76,94	76	4
Ridsport	6	80,03	238	18
Innebandy	7	82,38	98	9
Bilsport	8	84,20	62	7
Bordtennis	9	85,92	108	15
Gymnastik	10	87,57	148	23
Bandy	11	89,11	37	5
Cykel	12	90,44	77	14
Golf	13	91,43	53	13
Segling	14	92,14	31	10
Motorcykel och skoter	15	92,71	30	12

Orsaker till minskade intäkter och sunk costs

Minskningen av evenemangsrelaterade intäkter har flera orsaker. Den största andelen (33 %) uppstår på grund av ett minskat antal deltagare och därmed registreringsavgifter. Minskningen förtydligar rollen som deltagarevenemang har som finansieringskälla för idrottsföreningar. Biljettintäkter från åskådare och intäkter från sponsorer utgör normalt också betydande finansieringskällor som vardera utgör cirka 20 procent av de minskade intäkterna.

Kostnaderna som uppstår och ej täcks genom intäkter kan exempelvis kopplas till planering och organisation av evenemangen. Vissa kostnader kopplade till t.ex.

utrustning, planering och organisation kanske inte var helt förgäves i den meningen att delar av en utrustning kan användas för framtida evenemang. Tjänster och arbete samt hyra är dock inte lagringsbara produkter. Löner som redan betalats för planering, som inte kunde arrangeras, kan inte heller användas på andra sätt. Sistnämnda posten står för nästan 50 procent av den totala kostnaden.

4.2. Vilka föreningar hade störst intäktsbortfall och sunk costs?

Hur mycket intäkterna minskade beror både på idrotten och föreningarnas storlek. För att beskriva föreningars storlek användes tre variabler: Först delades svenska föreningar i fyra lika stora grupper beroende på hur mycket stöd de får från Svenska idrottsförbundet. Stödet är ett statligt bidrag, som kanaliseras genom Svenska idrottsförbundet, för att organisera sportaktiviteter för ungdomar (i åldern 7 till 25 år) (jfr www.rf.se/bidragochstod/lok-stod). En stor idrottsförening med många medlemmar och aktiviteter för ungdomar får mer statligt stöd. Statliga bidrag utgör därför en lämplig indikator för föreningsstorlek. De två andra indikatorerna för föreningsstorlek är antal heltidsanställda och antal deltidsanställda.

Två regressionsanalyser genomfördes. Den första modellen var signifikant (F (5, 2267) = 303,109, p <0,000), med ett R2 på 0,401. Detta bör tolkas som om de oberoende variablerna förklara 40 % av intäktsförlusterna. När man undersöker de oberoende variablerna (tabell 2) bidrar antalet heltidsanställda mest (β = .498), följt av deltidsanställda (β = .192). Att ha ett stort aktivitetsstöd bidrar också till intäktsförluster, men mindre starkt (β = .056). Detta innebär att det är viktigt att stora idrottsföreningar är aktiva när det gäller aktiv krishantering för att optimera sina möjligheter att återhämta sig och anpassa sig till krisen och tiden därefter (se Shipway & Miles, 2020).

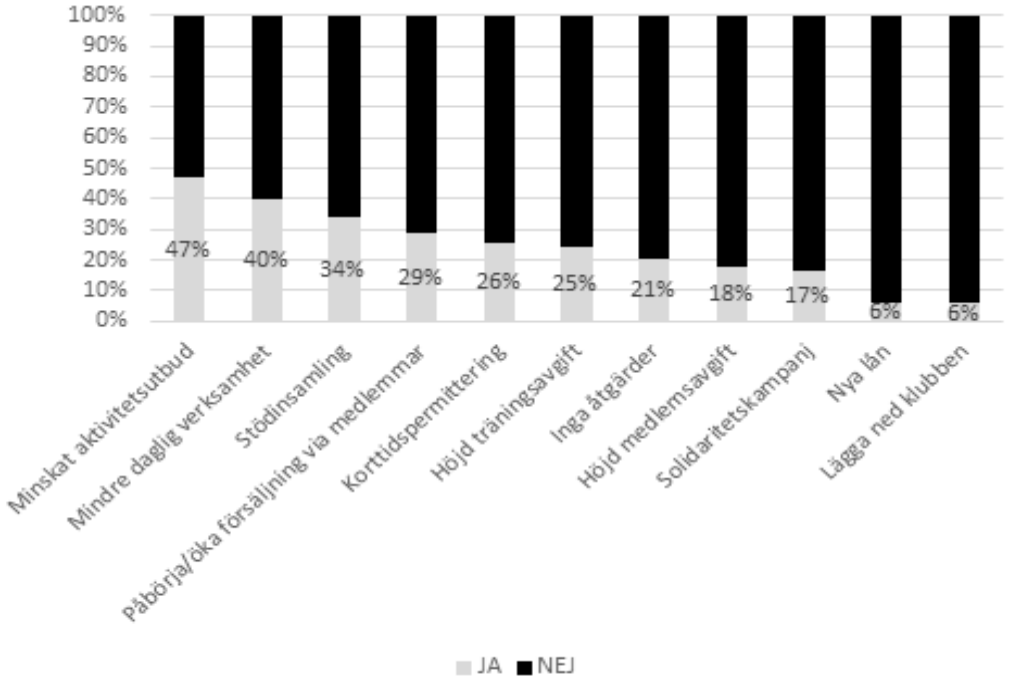
Tabell 2. Föreningsstorlek, intäktsförluster och förlorade medel.

	Intäktsbortfall			**Sunk costs**		
	β	T	Sig.	β	T	Sig.
Heltidsanställda	0.498	26.71	0.000	0.200	8.52	0.000
Deltidsanställda	0.192	10.21	0.000	0.172	7.27	0.000
Hög stödnivå	0.056	2.81	0.005	-0.037	-1.55	0.122
Mellan-hög stödnivå	-0.030	-1.67	0.096	-0.034	-1.51	0.131
Låg-mellan stödnivå	-0.002	-0.09	0.927	-0.007	-0.31	0.758

Den andra regressionsmodellen var också signifikant (F (5, 2270) = 48,344, p <0,000), om än med ett mycket lägre R2 på 0,094. Statligt stöd, dvs. storleken, kan inte förklara föreningars sunk costs, men både antalet heltidsanställda (β = .200) och deltidsanställda (β = .172) gör det (Tabell 2). Resultaten visar således att föreningsstorlek, särskilt antalet anställda, har en viktigare roll i att förklara intäktsbortfall än sunk costs.

4.3. Föreningars strategier för att hantera negativa ekonomiska effekter

Det finns en rad olika åtgärder som föreningar vidtar för att hantera de negativa ekonomiska konsekvenser pga. inställda evenemang. Figuren (Figur 2) nedan visar möjliga strategiska beslut och åtgärder. Förutom att välja ett eller flera av alternativen, kunde respondenterna också svara "inga åtgärder".



Figur 2. Föreningarnas strategier för att hantera negativa ekonomiska effekter.

I genomsnitt vidtar föreningarna tre åtgärder för att hantera pandemins negativa konsekvenser. Cirka 20 procent av föreningarna vidtar ingen åtgärd, vilket innebär att fyra av fem föreningar vidtog minst en åtgärd. De mest gängse åtgärderna kopplar till strategier riktade mot att minska kostnader genom att “minska aktivitetsutbud", "minska daglig verksamhet" eller nyttja “korttidspermitteringar".

Strategier som handlar om att öka intäkter anges vara att samla in pengar, “Påbörja/öka försäljning via medlemmar", "höjd träningsavgift", "höjd medlemsavgift" samt "solidaritetskampanj" vilket innebär att föreningen inte återbetalar avgifter (för t.ex. evenemangsdeltagande). Det förefaller som att de flesta åtgärderna som genomfördes är relativt enkla och snabba.

En analys av vilka föreningar som vidtagit åtgärder visar att det finns signifikanta samband mellan intäktsförluster, sunk costs och vidtagna åtgärder. Föreningar som anger att de vidtagit åtgärder har drabbats mer av ekonomiska problem än föreningar som inte vidtagit några åtgärder (signifikant skillnad). Föreningarna som vidtog åtgärder var också betydligt större i termer av antal heltidsanställda och/eller deltidsanställda. Deras geografiska läge förefaller emellertid inte ha någon betydelse för vilka åtgärder som vidtas.

Som nästa analytiska steg genomfördes en klusteranalys för att synliggöra grupper, så kallade kluster, av föreningar utifrån vilka åtgärder de anammat. Tabell 3 visar klustren av föreningar och de olika strategierna som de tillämpade.

Tabell 3. Klusteranalys gällande föreningarnas strategier och olika åtgärder

Åtgärder	Multipla åtgärder (a)	Kostnads- och intäkts-fokus (b)	Kostnads-fokus (c)	Aktivitets-fokus (d)	Medlemmar bär kostnader (e)
	(n = 185, 7%)	(n = 891, 33%)	(n = 609, 22%)	(n = 705, 26%)	(n = 335, 12%)
Sänka kostnader					
Korttidspermittering	**78%**	48%	32%	*14%*	*9%*
Minskat aktivitetsutbud	68%	46%	**70%**	**92%**	*14%*
Mindre daglig verksamhet	**77%**	**66%**	**100%**	*2%*	*14%*
Öka intäkter					
Stödinsamling	39%	**93%**	*17%*	*12%*	33%
Påbörja/öka försäljning via medlemmar	**79%**	**61%**	*16%*	*22%*	*23%*

Öka avgifter/kostnader för medlemmar					
Höjd träningsavgift	**95%**	34%	*7%*	*23%*	**53%**
Höjd medlemsavgift	**37%**	25%	*5%*	*14%*	**65%**
Solidaritetskampanj (ingen återbetalning av avgifter)	51%	27%	16%	15%	15%

Obs. Procenten i tabellen anger hur stor andel av föreningarna i klustret som vidtagit åtgärden. De fetmarkerade procenten (XX%) är statistiskt högre än medlet för samtliga föreningar (deras förväntade värde). Procenten i kursiv stil (XX%) är statistiskt lägre än medlet för samtliga föreningar. Chi-square test med post-hoc test användes för analysen.

Den vänstra kolumnen i tabellen ovan visar vilka åtgärder som hör ihop tematiskt. Åtgärderna organiseras i tre kategorier (”sänka kostnader”, ”öka intäkterna”, ”Öka avgifter/kostnader för medlemmar”). De återstående fem kolumnerna till höger visar fem kluster med föreningar som har vidtagit olika kombinationer av åtgärder. Nästa steg är att beskriva klustren mer i detalj:

Multipla åtgärder (a): Detta kluster av idrottsföreningar lanserade flera åtgärder (fler än något annat kluster) för att klara situationen. Gruppen har, mer än andra grupper, fokuserat på korttidspermittering (78 %), höjda träningsavgifter (95 %) och att (om möjligt) inte återbetala erlagda avgifter (51 %). Detta kluster är det absolut minsta klustret (7 %), men innehåller de allra största föreningarna. Många ishockeyföreningar som var evenemangstunga under våren är i detta kluster.

Kostnads- och intäktsfokus (b): Det här är det största klustret (33 %) och innehåller stora föreningar. Den innehåller fler fotbolls- och handbollsföreningar, som var två av de mest drabbade idrotterna pga. inställda evenemang. Föreningarna i detta kluster liknar dem i föregående. Föreningarna vidtog flera åtgärder (mer än genomsnittet), men de har i mindre utsträckning vidtagit åtgärder som drabbar medlemmar, dvs. de höjer exempelvis inte avgifterna för medlemmar. Istället fokuserar föreningarna på kostnadsbesparingar och andra intäktskapande aktiviteter, särskilt genom stödinsamlingar (93 %) och genom påbörjad/ökad försäljning via medlemmar (61 %).

Kostnadsfokus (c): Detta kluster fokuserar på att sänka kostnaderna. Alla föreningar i klustret fokuserade på att minska den dagliga verksamheten (100 %) och många minskade dessutom sitt utbud av sportaktiviteter (70 %). Klustret består av ganska stora föreningar (men mindre än i föregående kluster). En särskiljande egenskap hos detta kluster är att de, i större utsträckning än andra kluster, driver och äger sina egna anläggningar. Att minska kostnader kopplade till ägande och drift framstår således som nödvändigt.

Aktivitetsfokus (d): Föreningarna i detta kluster har ett huvudsakligt fokus: att minska sitt aktivitetsutbud (92 %) - de drar ner på verksamheten. Klustret är relativt stort (26 %), innehåller många mindre föreningar (liknar kluster e) och vidtar färre åtgärder än föreningar i alla andra kluster. Med tanke på att de i mindre utsträckning äger och driver sina anläggningar är fokus på att minska aktiviteterna, sannolikt också som följd av en minskad efterfrågan. Förmodligen lyckas föreningarna på så sätt anpassa kostnader till minskade intäkter.

Medlemmarna bär kostnaderna (e): I det sista klustret inriktas fokus på åtgärder där föreningarnas medlemmar är en del av lösningen. Föreningarna i klustret höjer avgifter för medlemmarna. Det handlar främst om höjda träningsavgifter (53 %) och att höja medlemsavgifterna (65 %). Detta är ett relativt litet kluster (12 %) som innehåller flera mindre föreningar. De vidtar färre åtgärder än de flesta kluster.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att de valda strategierna tydligt relaterar till storleken på föreningen, oavsett om de äger eller driver sina egna anläggningar. De större föreningarna med fler anställda och medlemmar har mer akuta behov av att reagera, och att reagera snabbt. Snabbare och mer omfattande åtgärder kan samtidigt vara ett tecken på högre resiliens (Shipway & Miles 2020; Koronis & Ponis 2018), som i sin tur kan kopplas till deras professionaliseringsnivå. Kluster a och b kan sägas vara mer aktiva och svara bredare när det gäller mångfalden av åtgärder, medan de andra tre klustren genomför mer begränsade (eller specifika) och riktade åtgärder.

5. Sociala effekter

Även om de ekonomiska effekterna framhålls som det mest kritiska av de flesta respondenter är även pandemins icke-ekonomiska effekter påtagliga. Effekterna rör både föreningarna och samhället i stort. De är förvisso svåra att kvantifiera men ger ändå tydliga resultat. Utifrån de frågor som ställdes i Riksidrottsförbundets enkät beskrivs nedan sociala effekter indelat i fem större områden i) medlemstapp, ii) aktivitetsminskning, iii) fysisk och psykisk ohälsa, iv) integration samt v) glädje/gemenskap. De icke-ekonomiska effekterna av pandemin är betydande, och det uttrycks även icke-ekonomiska behov av stöd. Ett viktigt resultat är således att pandemin sätter tydliga spår även där effekterna inte kan mätas i kronor.

5.1. Medlemstapp

Många föreningar konstaterar att evenemang som man arrangerar själva och inte minst sådana som medlemmarna deltar i är viktiga för medlemmarnas engagemang. Evenemang i form av tävlingar, cuper och turneringar motiverar många till medlemskap och träning. Redan under pandemins förstavåg våren 2020 konstateras avsaknaden av träning och tävling göra att fysisk aktivitet avstannar och många avslutar sina medlemskap. Det uttrycks en oro för att det kommer att bli svårt att få tidigare aktiva medlemmar att ”slita sig från skärmen” och komma tillbaka till idrotten efter avslutad pandemi. Några föreningar uttrycker farhågor för vilka konsekvenser ett ökat medlemstapp kan ge på sikt. En simförening ser människors framtida simkunnighet hotad:

”Vi befarar ett medlemstapp till hösten då vi nu ser en nedgång i antalet deltagare i våra grupper, vilket i förlängningen försämrar simkunnigheten i kommunen.”

Rädslan för pågående och framtida medlemstapp gäller inte bara för aktiva medlemmar utan även för ledare, domare och funktionärer. En del ideella ledare vill inte utsätta sig för smittorisk, särskilt under resor. Vissa föreningar har anställda på kansli- eller tränarfunktioner och de känner oro för sin framtid. Flera föreningar konstaterar att ett stort humankapital riskerar att gå förlorat. Det tar tid att utbilda ledare och tränare, och även efter att smittspridningen upphör finns det risk för ett glapp innan man kunnat fylla på med nya personresurser. Situationen löses helt enkelt inte genom att trycka på pausknappen när träningar och tävlingar ställs in. Ju längre tiden går desto större blir risken att människor förlorar kunskap, intresse och engagemang. Dessa insatser skulle kunna riktas mot andra föreningar i framtiden eller försvinna helt, om intresset för föreningsliv och idrott skulle

komma att minska i stort. I förlängningen betyder detta ett stort tapp i det sociala kapitel som finns inom och mellan föreningarna.

5.2. Aktivitetsminskning

En minskning av aktiviteter och evenemang riskerar inte bara medlemstapp och på sikt föreningars existensberättigande, vilka kan kallas för primära konsekvenser. I ett andra steg kan det också konstateras att uteblivna evenemang gör att en stor motivator för årets övriga träningstillfällen uteblir. Sekundära konsekvenser handlar med andra ord om att ett uteblivet evenemang har potential att få vidare konsekvenser i tid och rum när människor exempelvis slutar träna inför ett evenemang som annars fungerar som motivator. På så sätt slår minskningen av antal evenemang mot folkhälsan i stort, då minskningen leder till att många individer reducerar sin träning. Våra stora deltagarevenemang som Göteborgsvarvet och Vasaloppet motiverar människor till aktivitet och socialt utbyte som åtminstone delvis försvinner med inställda evenemang: folk springer och tränar helt enkelt mindre om de inte har målet, evenemanget, för ögonen. Ett exempel på att både sociala och fysiska aktiviteter hotas av inställda evenemang uttrycks väl av en svensk orienteringsklubb:

”Orienteringen i allmänhet och vår klubb i synnerhet har en stor andel aktiva äldre, vilket gör att både träningsaktivitet och funktionärsuppdrag drabbas.”

När man som i detta fall har många äldre medlemmar blir man särskilt utsatt eftersom många medlemmar också ingår i en riskgrupp. Dessa bör enligt rekommendationerna vara än mer försiktiga i sitt urval av aktiviteter. Men just dessa grupper har ibland också ett särskilt behov av föreningsaktiviteter då de vid sidan om fysisk träning bidrar till socialt engagemang och samhörighetskänsla; något som är mycket viktigt ur ett folkhälsoperspektiv.

5.3. Ökad fysisk och psykisk ohälsa

En av de vanligaste pandemieffekterna kopplad till minskat aktivitetsutbud och uteblivna evenemang är ökad fysisk och psykisk ohälsa. Detta pekas ut som en konsekvens av föreningslivets breda hälsofrämjande anslag. Det finns mycket forskning om de positiva effekter som träning och den medföljande samvaron leder till. Pandemin visar tydligt på de negativa effekter som inträffar när ett system som bygger på regelbundna träningar störs så kraftigt som under 2020 när träningar och tävlingar ställdes in på bred front. En parasportförening uttrycker det så här:

”Vi riskerar psykisk ohälsa och viktuppgång hos våra medlemmar. Vi bedriver verksamhet för en redan sårbar grupp som har stort behov av social samvaro och träning.”

Citatet pekar på en tendens där de mer sårbara i samhället också drabbas hårdare av pandemin. Detta tycks gälla inom idrott och evenemang, men även i andra sammanhang har detta rapporterats under året, exempelvis sociodemografiskt sårbara grupper. Risker som oro, stress och depression pekas ut inte bara bland aktiva utan även bland tränare, ledare och anställda som riskerar att förlora sitt sammanhang och i vissa fall kanske också anställning och intäkter. Det behövs mer kunskap om evenemangens hälsofrämjande och närmast samhällsbärande roll.

5.4. Minskad integration

Av svaren framkommer det att idrotten, föreningarna och evenemangen spelar en viktig roll för integration i Sverige. Det handlar om integration av människor med olika etnisk och kulturell bakgrund, men även integration utifrån kön och ålder. Vi ser med andra ord att det bidrag till jämställdhet som ges utifrån idrotten störs, vilket igen kan få mer långsiktiga konsekvenser i samhället. En bandyklubb konstaterar att:

”Vi kan inte arrangera vår största cup där mängder av barn och ungdomar skulle deltagit och troligen sett fram emot under lång tid. Vi kan heller inte arrangera vår stora föreningsdag där våra medlemmar, deras familjer och släktingar, boenden i närområdet och våra samarbetspartners träffas för en dag i integrationens tecken.”

Flyktingströmmen till Sverige under senare år har tydliggjort den samhällsutmaning som lyckad integration innebär. Integration är något som görs och levs väldigt konkret på många olika platser samtidigt; det måste också hållas levande med många initiativ. Det kan konstateras att svenska idrottsföreningar, och inte minst fotbollen, utgör en viktig del i denna process. Här blir det stora bidraget till människors livskvalitet synligt.

”Vi blir tvungna att avveckla den omfattande träning av nyanlända (3 pass i veckan) under hela 2020, som vi bedriver utan krav på att erlägga träningsavgift för de som deltar. Vi brukar finansiera detta genom att många av dessa deltagare kan göra rätt för sig genom att arbeta som funktionärer under Gothia Cup.”

Citatet visar på i) pandemins påverkan på evenemang i Sverige under 2020 och ii) hur tätt sammanvävda föreningsliv, idrott och evenemang är.

5.5. Minskad glädje och minskad gemenskap

Det femte och sista området kopplat till sociala effekter av uteblivna evenemang som vi väljer att ta upp här är minskad glädje och minskad gemenskap. Detta område har genomsyrat alla ovanstående områden på olika sätt och visar på det tydliga sociala hållbarhetsbidraget som evenemang ger till deltagare och åskådare. Dessa variabler är svåra att mäta och svåra att sätta värden på, men framhålls likväl som mycket betydelsefulla. En sådan betydelse är att gemenskapen i sig inte har något annat syfte än att känna tillhörighet och glädje. Här krävs inga träningsresultat eller en färdig produkt eller tjänst när evenemanget är klart; det är ett syfte i sig. En av landets fotbollsföreningar uttrycker det så här:

”Vårt lag har samlat pengar under lång tid för att kunna delta i Gothia Cup. Även om vi inte hade någon chans att vinna har både spelare och ledare sett fram emot resan som nu ställdes in på grund av pandemin.”

5.6. Behov av stöd utöver pengar

På frågan om vilken typ av stöd man ser behov av utöver det ekonomiska svarar flera att det i slutänden trots allt ändå är det ekonomiska stödet som är viktigast. Bland de som lyfter andra saker särskiljer sig fyra områden. Dessa fyra områden står dels för sig och kan således förstås helt utanför ett ekonomiskt perspektiv. Men i visst hänseende kan områdena också förstås i samband med ekonomi: När aktörerna genomför olika aktiviteter så omsätter de ju pengar från olika stödformer. För det första vill flera föreningar ha hjälp med tolkning av rekommendationer och restriktioner. Det är helt enkelt svårt att förstå alla regler när de ska anpassas till den egna, individuella situationen. Vad betyder det till exempel att “trängsel bör undvikas”? I detta exempel kan alla tre ord vridas och vändas på. Så här skriver till exempel en förening inom konståkning:

”I dag gäller t ex förbud mot sammankomster med mer än 50 deltagare men det blir ju många tolkningsfrågor. Kan man ha flera mindre grupper i olika lokaler men i samma byggnad? Ska antalet då räknas ihop?”

Föreningens funderingar är inte oväsentliga. Samma situation stod under sommaren 2020 Astrid Lindgrens Värld inför när reglerna sattes så att det fick vara 50 personer på plats. Frågan var då om temaparken tolkades som en plats eller om det skulle tolkas som att det finns flera platser inom parken. Utöver att rekommendationer och riktlinjer upplevs som svåra att tolka upplevs de även som orättvisa. Gränsdragningarna mellan evenemang, platser och föreningar upplevs

delvis inte som helt logiska. I sanningens namn är de väl inte det heller; det ligger i själva implementeringen av reglemente och gränsdragningar.

Det andra området som nämns är lobbying där man önskar hjälp att skapa bättre förutsättningar för sin egens förenings evenemang. I grunden handlar detta om hjälp med lansering av det egna utbudet. Höjer man blicken kan detta också innebära att den egna branschen kommer mer till tals på en högre strategisk nivå. En återkommande kritik från besöksnäringen under pandemin har varit att denna typ av näring inte har tagits på allvar och/eller inte har förståtts av politiker som bestämt varierande regler för branschen. Så här skriver en förening inom friidrott:

”Vi önskar att Riksidrottsförbundet i sin kommunikation med regeringen yrkar på att man ändrar restriktionerna för evenemang. Det är t.ex. inte lika stor smittrisk i ett löpevenemang som vid en fotbollsmatch. Man kanske även ska göra skillnad på evenemang inomhus och utomhus.”

Det tredje området handlar om pandemin i relation till tidsaspekten. Flera föreningar inser att pandemin kan bli utdragen och att det kommer att dröja innan man arrangera vanliga evenemang igen. Med “vanliga” menas här evenemang så som de brukade arrangeras före pandemin. Flera ber därför om stöd kring anpassning och förnyelse av evenemang. Häri ligger en tanke om innovation och även en insikt om att evenemangsbranschen kan komma att förändras i grunden genom pandemin. Om förutsättningarna för evenemang delvis kommer att vara förändrade på ett principiellt plan betyder detta att branschen behöver adaptera nya tillvägagångssätt, nya marknader och nya sätt att organisera sig på. Då räcker det inte med att vänta tills pandemin är över för att fortsätta så som man har gjort under en lång tid. Detta tyder på en typ av insikt som leder till att ett passivt förhållningssätt behöver bli aktivt eller till och med proaktivt. I grunden pratar vi här om möjligheten till resiliens och, för att tala i Koronis och Ponis (2018) termer, arrangörernas reaktionsförmåga. Ur ett samhälleligt utvecklingsperspektiv är denna insikt något mycket positivt; på bransch- eller till och med aktörsnivå betyder det dock att det krävs mycket tankearbete och långtgående omställningsprocesser vilka kan vara både dyra och smärtsamma att genomgå.

Avslutningsvis är det flera föreningar som önskar stöd i form av förstärkt marknadsföring. Stora evenemang har ofta en egen avdelning för marknadsföring och kommunikation, något de mindre aktörerna ofta måste klara sig utan. Det är då upp till de enskilda medlemmarna att bedriva marknadsföring och då kan denna helt nya situation med dess många utmaningar bli nästintill ouppnåbar. Enkätsvaren handlar om marknadsföring av alternativa evenemang men också

marknadsföring av evenemang när verksamheten startar upp igen. Här befarar man att invanda mönster ("Jag besöker alltid vinterevenemanget i min hemstad") kommer av sig och att traditioner bryts. Evenemangen kan konstateras vara mycket viktiga för att få intäkter för att bedriva tränings- och tävlingsverksamhet som i sin tur bidrar till socialt och ekonomiskt välmående. Så sluts cirkeln.

6. Anpassning och alternativa evenemang

Att studera en värld utan vanliga evenemang ger en unik möjlighet att kartlägga effekter av uteblivna evenemang. Vi kan då lära av de alternativa evenemang som genomförs och när evenemangsbranschen startar upp sin ordinarie verksamhet kan dessa lärdomar förhoppningsvis implementeras för att skapa mer innovativa och hållbara evenemang. Utifrån Visit Stockholms och Göteborg & Co.:s enkät som vände sig till ett representativt urval av den svenska allmänheten följer här ett antal resultat kopplat till framtida beteende, t.ex. viljan att besöka evenemang under 2021, uppfattningen om digitala evenemangslösningar och vad som krävs för att skapa trygga evenemang. Men först diskuteras frågan om hur svensk allmänhet uppfattar hur avsaknaden av evenemang påverkat deras livskvalitet. Flera studier har på senare tid visat på ett tydligt samband mellan evenemangsdeltagande och livskvalitet där frekvent deltagande i evenemang höjer ens livskvalitet (Armbrecht & Andersson 2020; Sato, Jordan & Funk, 2015).

6.1. Anpassning till livet utan evenemang

Då evenemang kan förutsättas vara en viktig del i mångas liv är hypotesen att återkommande evenemangsbesökares livskvalitet också påverkas negativt. Frågan i enkäten mättes på en skala (1 till 5) där svaret 1 innebär att respondenten upplever en "mycket negativ" inverkan på hens livskvalitet till svaret 5 som innebär en "mycket positiv" inverkan på livskvalitet. Svaret 3 innebär "varken eller", dvs. att det varken påverkat livskvalitén negativt eller positivt.

Resultatet visar ett medeltal på 2,58 vilket indikerar en liten negativ inverkan på svenskars livskvalitet. En närmare analys visar att ju fler evenemangsbesök vi hade innan pandemin, desto större negativ påverkan på livskvaliteten. De som inte besökte evenemang upplevde statistiskt lägre negativ påverkan (M = 2,81) i jämförelse med t.ex. de som besökte tio eller fler evenemang per år (M = 2,18). Den skillnaden är logisk, speciellt i ljuset av teorier om serious leisure, sociala världar och evenemangskarriärer (Andersson et al. 2019) där evenemangsdeltagande är en viktig del i att fullfölja sin involvering i en sport eller annat fritidsintresse.

6.2. Framtida evenemangsbeteende

I enkäten ingick frågor om hur svenskar ser på evenemangsbesök (som åskådare respektive deltagare) när det är möjligt igen och hur coronakrisen påverkar deras attityder och intentioner. För 2021 uppger 36 % att de är "mindre eller mycket mindre benägen" att vara åskådare på evenemang. Det vanligaste är dock att svenskar uppger att deras beteende inte kommer att förändras (41 %). På frågan om att vara deltagare vid evenemang (exempelvis springa ett motionslopp)

uppger svenskarna att de är "mindre eller mycket mindre benägen" (41 %), medan 43 % uppger att deras beteende inte kommer att förändras. Det finns således en stor utmaning för evenemangsarrangörer att övertyga allmänheten att komma tillbaka genom att erbjuda säkra och attraktiva evenemang. Detta gäller speciellt äldre besökare (över 65 år gamla) som avser minska sina besök av och deltagande i evenemang avsevärt. De yngre (under 30 år) är de som är statistiskt mest benägna att delta i evenemang under 2021.

Personers benägenhet att vilja besöka evenemang under 2021 är också beroende av tidigare evenemangsvanor. Gruppjämförelser (T-test) visar att de som inte besökte evenemang alls före pandemin är de som är minst benägna nu. Det är inte direkt överraskande. En grupp som arrangörer dock behöver vända sig till är de som vanligtvis besöker 1–5 evenemang per år. Det är den största gruppen (omkring 64 % av respondenterna) och även om de är mer benägna att besöka evenemang under 2021 än de som inte går på evenemang vanligtvis uppger en stor del av dessa en mindre eller mycket mindre benägenhet att vilja besöka evenemang (36 % som åskådare och 40 % som deltagare). De som är regelbundna evenemangsbesökare (över sex evenemang per år) är statistiskt mer benägna att vilja besöka evenemang under 2021. Här finns en stor del som uppger sig vilja öka antalet besök (42 % som åskådare och 28 % som deltagare) även om det främst rör evenemangsbesök som åskådare. Det kan vara ett tecken på ett uppdämt behov att vilja återuppta sina evenemangskarriärer och ta igen för förlorad tid och att det är centralt för deras livsstil (Andersson, Armbrecht & Lundberg 2019). Mycket talar för att vi har en stark habitus bland evenemangsbesökare, där rutinen och traditionen att besöka evenemang (eller inte) håller i sig även genom pandemin.

En annan utmaning, baserat på enkätsvaren, som kommer att påverka planeringen av evenemang framöver är när kunder planerar köpa biljetter till evenemang. Med ökad osäkerhet kring evenemangens genomförande följer ett förändrat köpbeteende. Här finns en tydlig trend och väntad skillnad (chi square-test med posthoc-test) mellan de som inte besöker evenemang (uppgett 0 besök/år under senaste åren) och de som besökte minst ett evenemang per år innan pandemin. Icke-besökare uppger till stor del alternativet "Jag är inte intresserad av att köpa biljetter till något evenemang alls" (57 % för åskådarevenemang och 63 % för deltagarevenemang) medan tidigare evenemangsbesökare till stor del kommer att köpa biljetter senare än vanligt (44–47 % för åskådarevenemang och 39–41 % för deltagarevenemang). Detta ökar osäkerheten för arrangörer. De som besökte 1–5 evenemang/år har uppgett högst vilja att förändra köpbeteendet (statistiskt högre än de som besökt fler än fem evenemang/år). Förutom att med olika kommunikations- och prisstrategier få kunderna att återfå förtroende och återgå

till att köpa evenemangsbiljetter tidigare så finns det också behov (enligt enkätresultaten) att införa olika trygghetsinsatser kring evenemanget.

6.3. Trygga evenemang

I enkäten föreslogs nio åtgärder för att göra evenemangsbesök trygga (se tabell 4). Svaren anges på en skala från 1 ("Mycket oviktigt") till 5 ("Mycket viktigt"). Åtgärderna rangordnade från viktigast till oviktigast.

Tabell 4. När restriktionerna lättar vad gäller folksamlingar och avstånd, hur viktiga är följande åtgärder för att du ska känna dig trygg när du besöker ett evenemang? Medelvärden och standardavvikelser.

Åtgärd	***M***	***SD***
Att det erbjuds handsprit vid ingångar, toaletter etc.	4,04	1,21
Att jag inte behöver stå i kö utan kan boka allt jag vill göra på evenemanget digitalt	3,90	1,18
Att det finns tillräckligt med personal på plats som ser till att alla besökare håller sig till regler och håller fysisk distans	3,78	1,22
Att det är stora avstånd mellan personerna som är på evenemanget	3,68	1,23
Att evenemanget genomförs med ett begränsat antal personer i publiken	3,63	1,26
Att man genomför hälsokontroller på personal och funktionärer strax innan evenemanget (t.ex. temperaturmätning eller symtomkontroll)	3,21	1,39
Att man genomför hälsokontroller på åskådare och deltagare strax innan evenemanget (t.ex. temperaturmätning eller symtomkontroll)	2,85	1,36
Att all personal och funktionärer som är på evenemanget bär munskydd	2,67	1,43
Att alla åskådare och deltagare som är på evenemanget bär munskydd	2,49	1,36

Den viktigaste åtgärden enligt den svenska allmänheten är relativt enkel att implementera, dvs. att erbjuda handsprit. Det är redan i dag norm i flera offentliga sammanhang och behöver inte innebära en stor extra kostnad, men kan innebära vissa logistiska utmaningar när antalet deltagare och besökare är stort. När det gäller digitala lösningar så har pandemin inneburit att flera innovativa lösningar

testats. Erfarenheter från detta kan med fördel tas med i utveckling av trygga evenemang efter pandemin. Däremot finns flera viktiga åtgärder (enligt enkätsvaren) som är kostsamma och kan vara komplicerade att införa, t.ex. att ha tillräckligt med personal på plats och att besökare håller stora avstånd. Frågan är om det är möjligt för t.ex. musikfestivaler eller välbesökta sportevenemang att möta vissa krav då det kräver stora logistiska och finansiella insatser. Den kanske största utmaningen som kan kräva evenemangsinnovation och utveckling är att en betydande del av respondenterna anser att evenemang bör genomföras med ett begränsat antal besökare. En sådan åtgärd kan innebära att prisbilden eller utbudet för besökare behöver anpassas. Men nya evenemangsformer där evenemang fördelas på större geografisk yta och/eller över en längre period dock med samma antal besökare/deltagare är också möjliga. Mer kunskap krävs för att understödja evenemangsbranschen i att finna attraktiva och lönsamma evenemangsformer och helt eller delvis nya koncept.

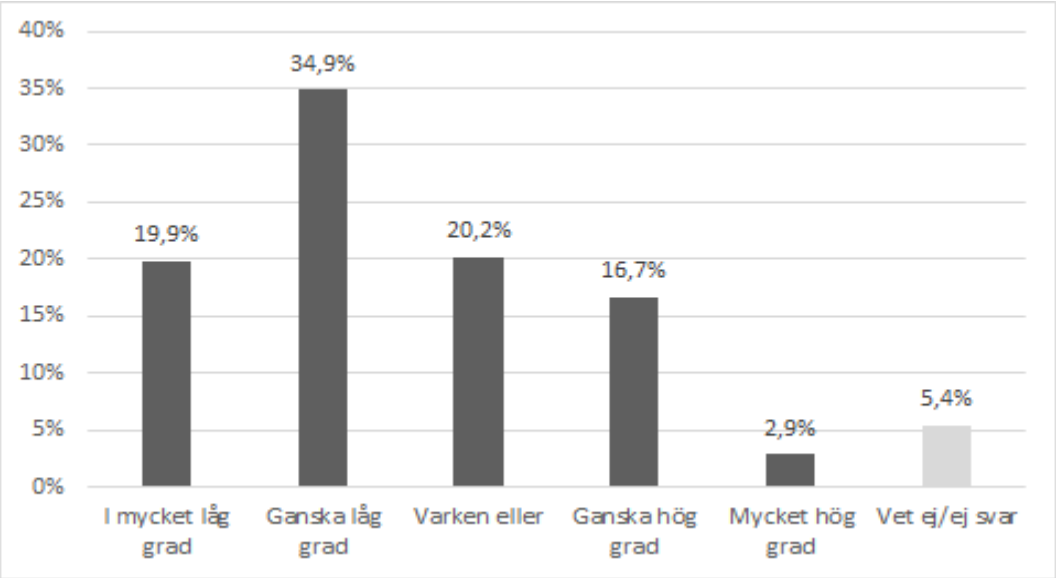
Det är viktigt att påpeka i det här sammanhanget att enkäten ger en ögonblicksbild av svenskarnas uppfattningar från två veckor i september 2020. Dels mäter enkäten uppfattningar (dvs. attityder) som inte behöver (eller ens kan) realiseras. När det väl är möjligt att besöka evenemang igen så är det möjligt att majoritetens beteende inte ändrats och vi kommer tillbaka till en liknande situation som innan pandemin med liknande efterfrågan och utbud. En annan viktig aspekt kopplat till tidpunkten för enkäten är att den genomfördes innan den andra vågen av smitta i Sverige och uppfattningar kan ha skiftat sedan dess. Ett exempel på det kan vara uppfattningarna om åtgärder kopplat till munskydd som idag (februari 2021) är mer accepterade än i september 2020. Redan då var det, om man tittar på standardavvikelserna, en av åtgärderna där svaren hade högre spridning i jämförelse med andra åtgärder (SD = 1,43 och 1,36).

Ett trygghetsindex skapades för att analysera närmare vilka grupper i befolkningen som efterfrågar åtgärder i större eller mindre grad. Det gjordes genom en summerad skala av samtliga nio åtgärder (dvs. ett medelvärde, 1 till 5, av alla nio påståenden för varje enskild respondent). Med hjälp av gruppjämförelser (Analysis of variance) i SPSS är det möjligt att se vissa grupper som har statistiskt annorlunda uppfattningar. När det gäller ålder så står gruppen 30–49 år ut. De har ett statistiskt lägre trygghetsindex (M = 3,26) än de andra åldersgrupperna (M = 3,41 – 3,49). De har samma rangordning som i Tabell 4, men något lägre medelvärden på samtliga åtgärder. En annan grupp som står ut är de mest erfarna evenemangsbesökarna (dvs. tio eller fler evenemangsbesök/år). De har ett statistiskt lägre trygghetsindex (M = 3,16) än grupperna med 0 besök/år och de med 1–5 besök/år. En tolkning är att det beror på just deras vana att besöka evenemang och deras starka vilja att uppta sina evenemangskarriärer. Det finns

också en koppling mellan trygghetsindexet och svenskarnas inställning till digitala evenemangslösningar. Mer om det i nästa avsnitt.

6.4. Digitala evenemangslösningar

En åtgärd som rankas högt är digitala lösningar som gör att det fysiska besöket kan ske tryggt. Men under pandemin har flera arrangörer också testat helt digitala/virtuella arrangemang istället för att ställa in. Under pandemin har detta ofta varit det enda alternativet eftersom de flesta fysiska evenemang ställts in, åtminstone för åskådare. Det finns flera exempel som visar på innovationsförmåga under krisen som t.ex. Lidingöloppet, Göteborgs filmfestival och Midnattsloppet. Enkäten från Visit Stockholm och Göteborg & Co. att digitala evenemang inte anses utgöra ett fullvärdigt alternativ för en majoritet av deltagarna. Över hälften (55 %) av de tillfrågade svarar att digitala alternativ i ”mycket låg grad” eller i ”ganska låg grad” är fullvärdiga jämfört med evenemang där man deltar på plats (se Figur 3). Denna slutsats är hoppingivande för de evenemang och aktiviteter som i hög grad är beroende av fysiska möten och evenemang. Resultaten pekar på att dessa evenemang kommer att få en tillströmning så snart det tillåts av pandemimedicinska skäl.



Figur 3. Figuren visar i vilken grad (procent) respondenterna anser att digitala alternativ är fullvärdiga jämfört med evenemang där man deltar på plats (skala 1–5 där 1 = “I mycket låg grad” och 5 = “Mycket hög grad”.).

Å andra sidan anser knappt 20 % att det är ett fullgott alternativ (till ”ganska hög grad” och ”hög grad”). Det innebär att det finns ett relativt stort intresse för

digitala evenemangslösningar vilket är såväl en möjlighet som en utmaning för dagens evenemangsarrangörer. En analys av vilka denna grupp är visar att de till större grad vill se trygghetsåtgärder såsom begränsat antal personer på evenemang, munskydd och avstånd. Analyserna (t-test) visar att det är signifikanta skillnader på samtliga trygghetsinsatser vid jämförelse mellan de som är positivt inställda och de som är negativt inställda till digitala evenemang som fullgott alternativ. Det finns även en signifikant positiv korrelation mellan trygghetsindexet (se 6.2) och inställning till digitala evenemangslösningar ($r = .24$, $p < .05$). Vidare är det respondenter som är äldre, har något lägre inkomst och vars intresse att besöka och delta i evenemang under 2021 är lägre. Analysen visar att det finns en marknad för digitala evenemang, men framförallt kanske hybridevenemang där en fysisk (med nödvändiga trygghetsåtgärder) kompletteras med ett digitalt evenemang. Utmaningen blir att hitta hållbara affärsmodeller för en sådan lösning där arrangören kan ta betalt för både ett fysiskt och/eller ett digitalt evenemang.

7. Evenemang och tiden efter pandemin

Evenemang är värdefulla för både arrangörer och besökare. Rapporten lyfter fram hur evenemang drabbar besökare, deltagare och föreningar på olika sätt. Reaktionerna varierar men mycket av datamaterialet tyder på att pandemin har förändrat spelplanen för de flesta aktörer. I rapportens avslutande kapitel diskuteras resultaten och sätts i ett framtidsperspektiv.

7.1. En grön omställning

Både arrangörer och besökare ser framför sig en fortsättning med evenemang även efter pandemin. Här ligger de svenska resultaten nära resultaten från internationella studier (ex. Mohanty et al. 2020). Dock tycks det finnas större potential än tidigare att utveckla olika hybridlösningar där man kombinerar fysiskt och virtuellt deltagande. En sådan utveckling skulle kunna skapa intäkter för evenemangsarrangörer eller till och med utöka antalet deltagare i och med att man kan nå både fler och nya deltagare. En utveckling mot en större andel virtuella deltagare skulle samtidigt möjliggöra för minskade klimat- och miljöbelastande effekter av evenemang såsom transport till evenemangsdestinationen eller slitage och försurning av evenemangsområdet.

Nya typer av evenemang kan innebära en förändrad miljöpåverkan, såväl positivt genom minskade utsläpp, som mer problematiskt i form av ökat slitage i känsliga natur- och kulturmiljöer. Det finns en del som tyder på att rådande reserestriktioner och osäkerhet bland delar av befolkningen leder till mer lokalt resande, åtminstone på kort och medellång sikt. Detta har positiva klimateffekter genom exempelvis mindre utsläpp av flyg och andra transportslag. Samtidigt kan det innebära ökade lokala påfrestningar i form av markslitage eller behov av nya lokala infrastrukturer. I viss mån bör förändrade miljökonsekvenser därför förstås som en omfördelning av miljöpåverkan från global till nationell nivå.

Dessutom bör förändrat beteende ses utifrån alternativa fritidsaktiviteter. De som väljer bort evenemang nu och i framtiden ägnar sig sannolikt åt någon alternativ aktivitet, som i sin tur har större eller mindre miljöpåverkan. Antagandet att färre evenemang automatiskt leder till mindre miljöpåverkan är vilseledande då det beror framför allt på alternativen som står till buds.

7.2. Ändrade mönster och beteenden

Det är påtagligt hur flera svenska idrottsföreningar upplever en ansträngd relation mellan den egna föreningen på ena sidan och medlemmar, utövare, volontärer och personal på den andra. Idrottsföreningar riskerar att läggas ner och medlemmar riskerar att vända sig till andra aktiviteter; mindre fysiskt ansträngande och med mindre socialt utbyte. Sannolikt hittar människor också till nya sportaktiviteter och nya sportevenemang inte minst utomhus. Detta kan i sin tur leda till nya resmönster och nya evenemangsbeteenden.

Pandemin har påverkat vårt sätt att utöva idrott och idka friluftsliv, inte minst genom de tusentals evenemang som tvingats ställas in. Rapporten visar att många föreningar i Sverige har drabbats hårt under covid-19-pandemin och att de går en osäker och utmanande framtid till mötes. Ett viktigt resultat från denna studie är att svenska evenemang spelar en betydelsefull roll för idrottsföreningar, och uteblivna evenemang är den främsta orsaken till förlorade intäkter under coronakrisens initiala fas.

Pandemin innebär en möjlighet till omställning och innovation där man ställer om evenemang för att helt eller delvis tillhandahållas via exempelvis streaming eller mobilapplikationer. Hittills verkar en sådan anpassning till stora delar ha uteblivit vilket bland annat kan bero på den svenska regeringens ersättningsmodell, där fokus legat på att hjälpa arrangörer att hålla ut tills evenemangen kan komma igång igen. Fördelen med en sådan ersättningsmodell är att bevara status quo men minskar samtidigt behovet till omställning och innovation bland aktörer.

Långsiktigt kan hela eller delar av evenemang anpassas till ett digitalt format, som kan innebära minskat resande. En sådan utveckling innebär att allt fler kan delta i evenemang nära där man bor, se till exempel Hemmavasan (www.vasaloppet.se). Dock tycks människors vilja till fysiska evenemang och social interaktion vara stor varför efterfrågan av, och resor till och från evenemang, sannolikt kommer att vara fortsatt stor när pandemin är över. Dock ser vi redan nu att omkring en femtedel av de tillfrågade tycker att digitala evenemang kan vara ett alternativ. Det finns anledning att tro att denna andel kommer att öka över tid varför vi föreslår evenemangsbranschen att omgående ta sig an möjligheter och utmaningar kopplade till detta.

Aktiviteter förutspås bli mer lokala, söka sig till "glesare" miljöer och i allt större utsträckning vara mer utomhusbaserade. Detta går tvärt emot de framtidsspaningar man gjorde för några år sedan, då man såg en tillväxt av utomhusaktiviteter som mer och mer flyttar inomhus (ex. klättring, skidor;

Fredman et al. 2016). Detta kommer att påverka hur vi använder turistisk infrastruktur som hotell, restaurang och inte minst arenor. Arenor bidrar inte till markslitage jämfört med ett fjällmarathon, men kräver å andra sidan energi till belysning, och i förekommande fall gödsel, bevattning eller konstgräs som väcker frågan om mikroplaster (Mastromartino et al. 2020). En tänkbar utveckling är därför att idrotter som klarar sig utan stora arenor kommer att främjas i sin utveckling. Hit hör sporter som cykel, löpning och orientering. Kanske leder behoven av "glesare miljöer" också mot en utveckling av fler och mer geografiskt distribuerade evenemang med färre besökare. En sådan utveckling kan leda till att det totala antalet evenemangsbesökare ökar.

Det tycks finnas större potential än tidigare att utveckla olika hybridlösningar där man kombinerar fysiskt och virtuellt deltagande. En sådan utveckling skulle utifrån ett arrangörsperspektiv kunna skapa intäkter för arrangörer genom att utöka antalet deltagare. Sett ur ett samhälleligt perspektiv skapar nya hybridevenemang chansen att inkludera tidigare exkluderade individer och konsumenter.

7.3. Evenemang och resiliens

Ur ett resiliens- och krishanteringsperspektiv kan medvetenhet om vad störningar kan ställa till med driva på i utvecklandet av strategier som stöder den ekonomiska, och kanske också mentala, motståndskraften i framtiden. I sådana strategier bör fokus ligga på hur det går att utarbeta en väl utvecklad reaktionsförmåga vid kommande kriser, en hög beredskap och möjlighet till snabb anpassning som bör bygga på lärandeprocesser från nuvarande kris (Koronis & Ponis, 2018; Shipway & Miles 2020). I och med detta resultat visar rapporten att finansiella bidrag är viktiga, men omsättningen av bidragen, möjliggörandet av kreativa och innovativa arenor och möjligheten att ge och/eller arrangera återkoppling till aktörernas idéer är nog så viktiga. Här talar vi om strukturella insatser som bör ske på regional och/eller nationell nivå.

Andra resultat i rapporten visar betydelsen av en uttalad strategi för hur man jobbar med en diversifiering av evenemang till att inbegripa både fysiska evenemang, digitala evenemang och hybridlösningar. Det kommer sannolikt att minska riskerna för negativ påverkan liknande framtida krissituationer och öka arrangörens resiliens. I det här sammanhanget är det också viktigt att, enligt Koronis och Ponis (2018), inte bara utveckla planer och strategier utan också skapa en organisationskultur som är öppen för förändring och snabb omställning. Detta är ett långsiktigt arbete.

Enkäten till föreningarna skickades ut relativt tidigt under pandemin, då mycket av fokus låg på att överleva till man (snart) skulle kunna dra igång verksamheten igen. Allteftersom månaderna gick har frågan om anpassning till nya förhållanden aktualiserats, och medvetenheten om evenemangsbranschens sårbarhet vuxit. Beredskapsnivån för denna pandemi var låg. Det finns ingen enskild som kan beskyllas för det eftersom ingen hade kunnat förutse en pandemi av denna omfattning. Dock kan en lärdom bli att man kan utarbeta strategier för att begränsa negativ påverkan vid framtida störningar. Detta arbete tar tid och god resiliens är beroende av flera olika aktörers samverkan (jfr. Shipway & Miles, 2020).

Flera evenemang har en resa att göra för att uppnå större motståndskraft. För att klara det behövs hjälp och stöd som möjliggör kontakt med andra aktörer, möjligheter till kreativitet och innovation och en strukturell hjälp som möjliggör långsiktiga förskjutningsprocesser mot mer resilienta organisationer. Denna förskjutning är en förutsättning för att på lång sikt kunna vara både konkurrens- och innovationskraftiga (jfr. Lew 2014; Koronis & Ponis 2018; Shipway & Miles 2020).

Avslutningsvis kan det konstateras att miljöfrågorna får stå tillbaka under en brinnande kris som en pandemi utgör. Både inom och utanför evenemangs- och föreningskretsar verkar resonemangen gå till på följande sätt: Antingen argumenterar man för att det är nu som vi behöver göra allt för att skapa en mer hållbar evenemangsbransch. Eller så hävdar man att det är just nu som vi inte kan arbeta för mer hållbarhet, eftersom vi har så många andra trängande problem. Fokus ligger på verksamheternas överlevnad, akuta åtgärder och uthållighet. Pandemin kan förändra svenskars evenemangsbeteende. Detta ändrade beteende kan i sin tur påverka miljön både direkt och indirekt. Här har både föreningslivet och evenemangsbranschen en stor möjlighet att bidra till en mer hållbar framtid: evenemang och andra sammankomster ger utmärkta möjligheter till att utbilda och vägleda deltagarna i ett mer hållbart beteende. Detta kan nyttjas ännu mer än vad det görs nu (jfr. Mastromartino et al. 2020). Från forskarhåll kan vi konstatera att mer forskning på området och en uppföljning post-covid-19 är nödvändig för att skapa mer kunskap. Det vore ett viktigt steg på väg mot målet om mer hållbara evenemang.

8. Referenser

Andersson, T., Armbrecht, J., & Lundberg, E. (2019). Participant events and the active event consumer. In J. Armbrecht, E. Lundberg, & T. Andersson (Eds.), A research agenda for event management (pp. 107–124). Cheltenham: Edward Elgar.

Andersson, T., Larsson, M. & Mossberg, M. (2009). Evenemang - från organisering till utvärdering. Studentlittertur, Lund.

Armbrecht, J. and T. D. Andersson (2020). The event experience, hedonic and eudaimonic satisfaction and subjective well-being among sport event participants. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 12(3), 457-477.

Biggs, D., Hall, C. M., & Stoeckl, N. (2012). The resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: Reef tourism in Phuket, Thailand. Journal of Sustainable Tourism, 20(5), 645–665.

BFUF (2018). Sikte mot pallen: En studie av svenska Sportevenemang och deras deltagare (Report No. 10). Stockholm: BFUF.

Brown, S., Getz, D., Pettersson, R., & Wallstam, M. (2015). Event evaluation: Definitions, concepts and a state of the art review. International Journal of Event and Festival Management, 6(2), 135–157.

Case, R. (2013). Events and the Environment. Routledge, Oxford.

Crandall, W.R., Parnell, J.A. & Spillan, J.E. (2010). Crisis Management in the New Strategy Landscape. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Davies, L., Coleman, R., & Ramchandani, G. (2013). Evaluating event economic impact: rigour versus reality? International Journal of Event and Festival Management 4(1), 31-42.

Fredman, P., Wolf-Watz, D., Sandell, K., Wall-Reinius, S., Lexhagen, M.,

Lundberg, C., Ankre, R. (2016). Dagens miljömål och framtidens fjällturism. Östersund, Etour. www.storslagnafjall.se/siteassets/publikationer/syntesrapportden-nya-fjallupplevelsen-slutgiltig-for-webb.pdf.

Getz, D., & Page, S. (2016). Event Studies: Theory, research and policy for planned events. Routledge, Oxford.

Getz, D., & Andersson, T. (2010). The event-tourist career trajectory: A study of high-involvement amateur distance runners. Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism, 19(4), 468-491.

Getz, D., & Andersson, T. (2020). Testing the event travel career trajectory in multiple participation sports. Journal of Sport & Tourism, 24(3), 155-176.

Getz, D., & McConnell, A. (2011). Serious sport tourism and event travel careers. Journal of Sport Management, 25(4), 326-338.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. Journal of Sustainable Tourism, 1(20), 1-20.

Hall, C.M. & Page, S.J. (1999). The geography of tourism and recreation, environment, place and space. London: Routledge.

Jones, I., & Green, C. (2006). Serious leisure, social identity and sport tourism. In H. Gibson (ed.), Sport tourism, concepts and theories, 32-49. New York: Routledge.

Koronis, E., & Ponis, S. (2018). Better than before: the resilient organization in crisis mode. Journal of Business Strategy, 39(1), 32-42.

Lew, A. A. (2014). Scale, change and resilience in community tourism planning. Tourism Geographies, 16(1), 14-22.

Lee, C. K., & Taylor, T. (2005). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup. Tourism Management, 26(4), 595-603.

Majumdar, B., & Naha, S. (2020). Live sport during the COVID-19 crisis: Fans as creative broadcasters. Sport in Society, 23(7), 1091–1099.

Mastromartino, B., Ross, W. J., Wear, H., & Naraine, M. L. (2020). Thinking outside the "box": A discussion of sports fans, teams, and the environment in the context of COVID-19. Sport in Society, 23(11), 1707–1723.

Meged Widtfeldt, J., & Zillinger, M. (2018). Disruptive network innovation in free guided tours. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 18(3), 303-318.

Mohanty, P., Himanshi, & Choudhury, R. (2020). Events tourism in the eye of the COVID-19 Storm: Impacts and implications. In S. Arora & A. Sharma (eds.), Event Tourism in Asian Countries: Challenges and Prospects. Apple Academic Press. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3682648.

Oxford Economics. (2018). Global Economic Significance of Business Events. Retrieved from:

https://insights.eventscouncil.org/Portals/0/OEEIC%20Global%20Meetings%20Significance%20%28FINAL%29%202018-11-09-2018.pdf

Pearce, P., & Lee, U. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. Journal of Travel Research, 43(3), 226-237.

Pettersson, R., & Gunnervall, A. (2008). Effekter av Vinterfestivalen och Biathlon 2008. Mittuniversitetet.

Pettersson, R., & Wallstam, M. (2017). Idrottsevenemangs samhällsnytta. I J. Faskunger & P. Sjöblom (eds.) Idrottens samhällsnytta - En vetenskaplig översikt av idrottsrörelsens mervärden för individ och samhälle, ss. 180-189. Riksidrottsförbundet, R&D-report 2017:1.

Robinson, P., Wale, P., & Dickson, G. (2010). Events management. Cabi.

Ryan, C., and Trauer, B., 2005. Sport tourist behaviour: The example of the Masters games. In, J. Higham (ed.) Sport tourism destinations: Issues, opportunities and analyses, pp. 177-187. Elsevier, Oxford.

Sato, M., Jordan, J. S., & Funk, D. C. (2015). Distance running events and life satisfaction: A longitudinal study. Journal of Sport Management, 29(4), 347-361.

Seraphin, H. (2020). COVID-19: an opportunity to review existing grounded theories in event studies. Paper presented at the Journal of Convention & Event Tourism.

Shipway, R., & Miles, L. (2020). Bouncing back and jumping forward: Scoping the resilience landscape of international sports events and implications for events and festivals. Event Management, 24(1), 185-196.

Stebbins, R. (1992). Amateurs, professionals, and serious leisure. McGill-Queen's University Press, Montreal.

Stebbins, R. (2006). Serious leisure: A perspective for our time. Aldine Transaction Publications. Somerset NJ.

Triantafyllidis, S. (2020). Environmental change, the sport industry, and Covid-19. I M. Paul, & P.M. Pedersen, B.J. Ruihley, & B. Li, B. (eds.) Sport and the pandemic: Perspectives on Covid-19's impact on the sport industry. Routledge.

Unruh, D. (1980). The nature of social worlds. Pacific Sociological Review, 23(3), 271-296.

Wallstam, M., Ioannides, D., & Pettersson, R. (2020). Evaluating the social impacts of events: in search of unified indicators for effective policymaking. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 12(2), 122–141.

WTO (2020). Tourism and COVID-19. Retrieved from https://www.unwto.org/tourismcovid-19.

Mistra Sport & Outdoors
Rapport 2021:3
ISBN: 978-91-88947-97-0