



Vårmøte 2021



Resultater 20/21

VM Oberstdorf

- 9 GULL
- 5 SØLV
- 3 BRONSE

Para VM Lillehammer

- Utsatt til 2022

Jr VM Vuokatti

- 3 GULL
- 1 SØLV
- 1 BRONSE

U 23 Vuokatti

- 1 GULL
- 1 SØLV
- 2 BRONSE





Landslagene 21/22

Elite damer

- 11 løpere

Allround menn

- 6 løpere

Sprint menn

- 5 løpere

Para-langrenn elite

- 3 løpere og en ledsager

Equinor Rekruttlandslag

- 6 kvinner
- 6 menn

Equinor Juniorlandslag

- 6 kvinner
- 6 menn

Para-langrenn rekrutt

- 2 løpere





Sesongen 21/22 høydepunkter

Para VM Lillehammer
OL Beijing
Jr/U23 VM Zakopane
PL Beijing

12-23 januar
4-20 februar
28 feb-6 mars
2-13 mars

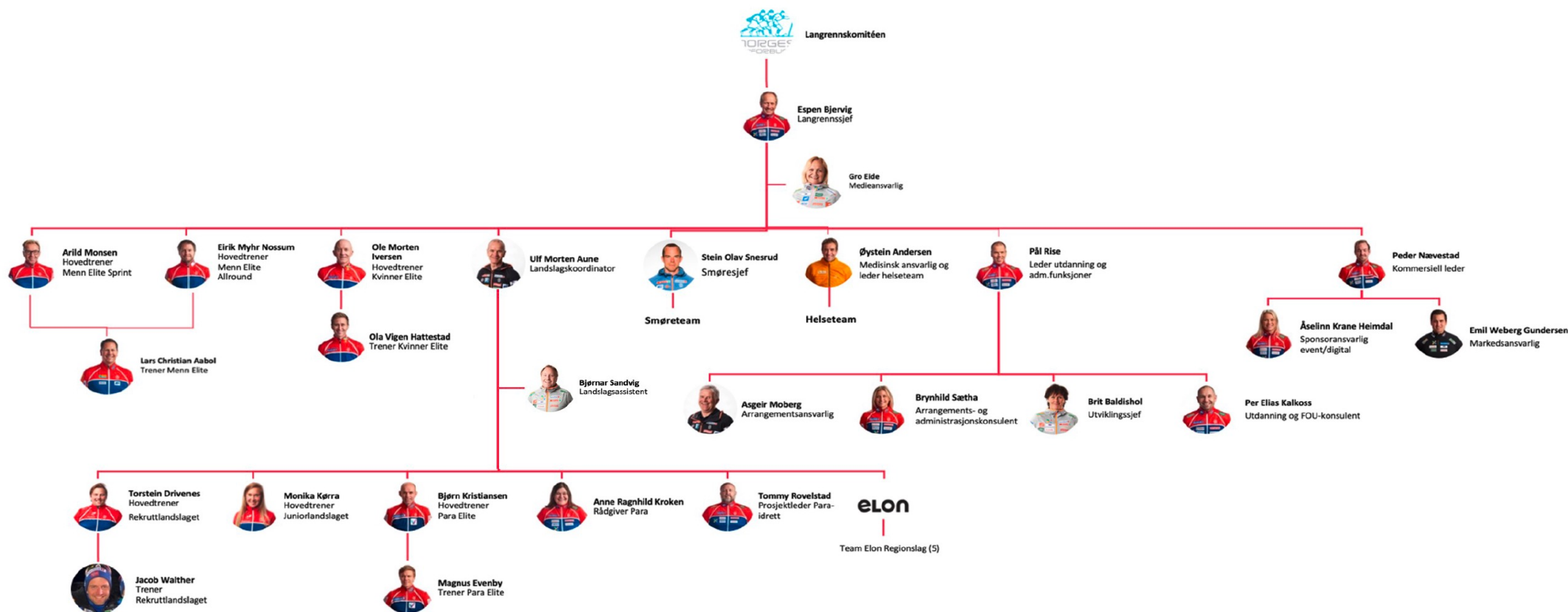


World Para Snow
Sports Championships
Lillehammer 2021





Langrenns organisasjon 2022





Økonomi 2020 og budsjett 2021

		Inntekter		Kostnader		Resultat	
		Regnskap 2020	Budsjett 2021	Regnskap 2020	Budsjett 2021	Regnskap 2020	Budsjett 2021
	SUM TOTALT	-93 026 707	-96 863 180	84 814 963	100 013 880	-8 211 745	3 150 701
Avd.nr	Avdelingsnavn						
70	Langrenn adm.	-82 954 363	-85 219 533	28 163 987	31 559 116	-54 790 376	-53 660 417
71	Landslag	-2 020 818	-2 600 370	36 699 466	39 041 565	34 678 648	36 441 195
72	Rekrutteringslag	-673 550	-650 000	12 412 845	16 191 404	11 739 295	15 541 404
73	Bredde & utvikling	-4 605 604	-4 400 276	5 142 073	7 566 871	536 469	3 166 594
74	Integrering langrenn	-2 772 372	-3 993 000	2 396 591	5 654 924	-375 781	1 661 924
	SUM TOTALT	-93 026 707	-96 863 180	84 814 963	100 013 880	-8 211 745	3 150 701

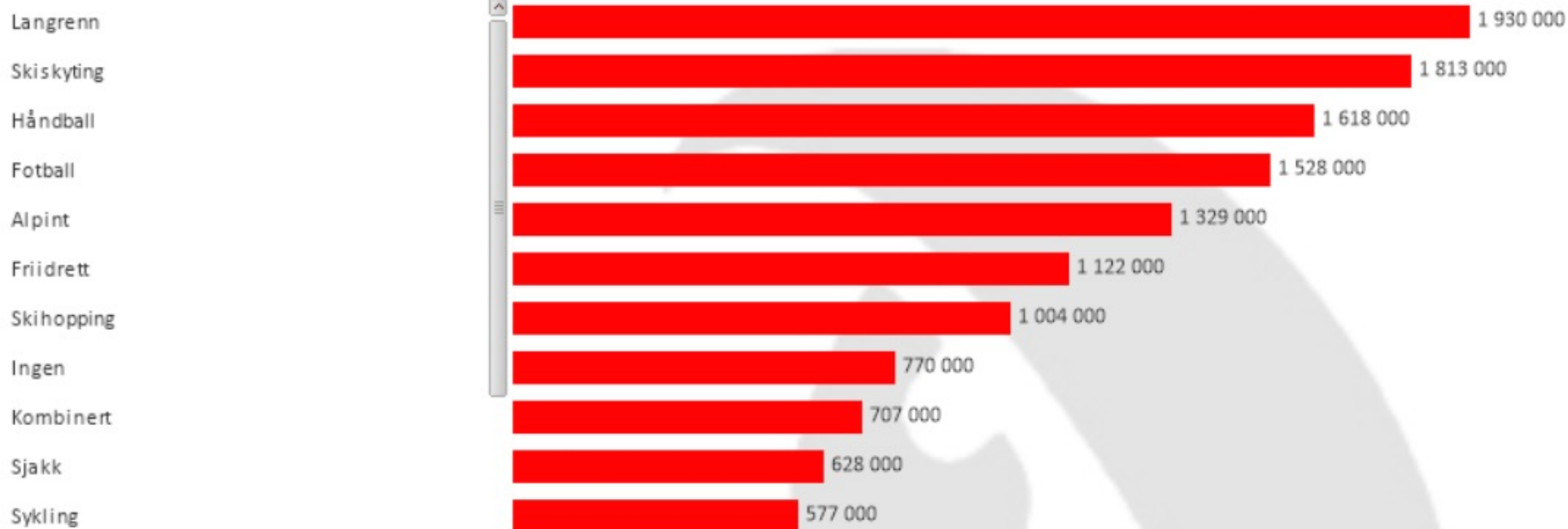


Idrettsinteresse

IDRETTSINTERESSE

Kilde: Sponsor Insight

Tidsperiode: Mai-2020 - Apr-2021





Eksponeringsverdier



 **EKSPONERINGSTID**
109:05:11
▲ 42,7%

 **EKSPONERINGER**
13 779
▲ 0,9%

 **VERDI**
484 548 353
▲ 42,9%

 **REKKEVIDDE**
7 244 499 683
▲ 37,1%

I løpet av VM perioden oppnådde NSF langrennssponsorer en akkumulert eksponeringsverdi på 183 millioner NOK.

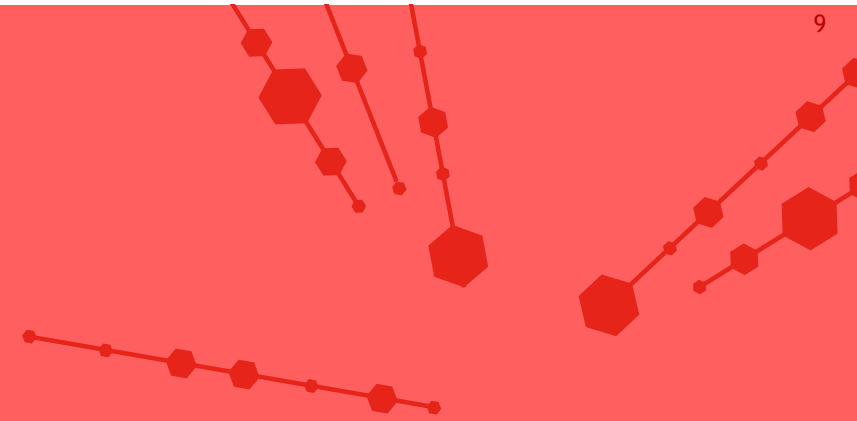
Snitt fra VM Seefeld 2019

Seersnitt: **538 000** ↑ **121 000**

Markedsandel: **75,7%** ↑ **8,2 %**



Sosiale Medier



I løpet av VM perioden ble de produsert 294 innlegg i sosiale medier, med et samlet engasjement på 561.535 og en total rekkevidde på 11,9 millioner.



Langrenn sine egne digitale sendinger under VM-perioden skapte stort engasjement i egne kanaler.
God måte å aktivisere og engasjere langrennsinteresserte publikum og samarbeidspartnere!

