

Notat til styrene i Finnmark, Troms og Nordland skikrets

1. Markedsarbeid

Etter mange år som tillitsvalgt i Finnmark skikrets har jeg mange ganger sett at det er et behov for ressurser som driver med markedsarbeid for kretsene i nord. Dette er et område som i praksis er overlatt til de tillitsvalgte å ivareta slik dette er organisert i dag.

Samtidig vet vi at det er mange området hvor vi har forsømt markedsarbeidet, og området vi har et uutnyttet potensial.

Eksempler på hvor vi kan få til økte inntekter er:

- Teamene vi drifter i lag. Team ELON og Team SNN. Her er det noen sentrale avtaler, men mye må sikres lokalt. Dette arbeidet krever kunnskap om og innsikt i markedet. De løperne som er tatt ut på disse lagene får fortsatt ikke noe å leve for, kun tilrettelagte treningsksamlinger, fellesturer og trener. Etter mitt skjønn bør vi ha som mål å kunne tilby stipender for å skape flere nordnorske toppløpere!
- Vårt felles arrangement NNM i langrenn og alpint. Markedsarbeidet tilknyttet dette er i dag lagt til hver enkelt arrangør. Det varierer mye hvor godt man kan og lykkes med dette. Samtidig er vi alle enig om at det er viktigere enn noen gang før at vi holder NNM i hevd - innen alle grener - for at dette skal bestå som den nordnorske skifesten det er ment å være, og som vi alle ønsker det skal være. Da trenger vi at våre beste løpere stiller, både på renn og premieutdeling, og vi trenger å legge til rette for at alle aktive skiløpere drømmer om å delta i NNM, ikke bare de aller mest aktive. Jeg er sikker på at vi har et potensial på over 500 deltakere på NNM, istedenfor årets 307.

Jeg lufter derfor tanker om tiltak for å gjøre noen grep fremover.

Jeg tror vi som kretser skal jobbe for å inngå og konsolidere noen gode generalsponsorater for NNM. Jeg ser for meg store institusjonelle nordnorske samarbeidspartnere som vi inngår flerårige avtaler med.

Jeg tror dette vil være kjærkomment for arrangørene - de kommer til en grunnpakke på inntekter, og er sånn sett økonomisk sikret og de trenger heller ikke gå opp veien hvert år på nytt med de samme partnerne. Det tror jeg de også setter pris på - flerårige avtaler skaper forutberegnelighet og gir rom for planlegging. Vi har et produkt som vi må tørre å ta større eierskap til og foredle!

Man kan se for seg tv-bilder med «SNN-bakken», «Laksesvingen» eller «Harilatoppen», tapetsert i logoer på amediasendingen, korresponderende eq-mellomtider mv. Det ser proft ut og vil garantert heve arrangementets anseelse.

Det som er nytt nå, og gjør at vi tar opp saken er at vi i Finnmark har tilsatt ny adm sjef, hvor vi har fått øket lønnstilskuddet fra NSF nettopp for å jobbe mot markeds og samfunnsprosjekter. Vi har fått 20% ekstra stilling til dette arbeidet i en to årig prøveperiode.

Forslaget herfra er at Finnmark skikrets tar ansvar for dette arbeidet, og at administreringen av dette arbeidet legges til vår adm sjef. Han leder et felles markedsutvalg, hvor en representant fra de andre kretsene utpekes og kan jobbe i team med han rundt dette arbeidet. Vi jobber inn avtaler for

teamene, i samarbeid med de andre kretsene etter behov, og det avsettes en viss andel av avtalesummene til å finansiere lønnskostnaden til stillingen.

2. Arrangørmal for NNM

NNM som arrangement, både fro ski og alpint, er vår felles største eiendel. Dette må vi forvalte på en god måte slik at vi opprettholder statusen til arrangementet. Jeg mener derfor vi må utarbeide en arrangementsmal/håndbok over hva et slikt arrangement som minimum skal inneholde. NNM regelverket er et godt utgangspunkt, men jeg mener vi må utvidet dette.

Dette arrangementet går på rundgang blant kretsene og har vært arrangert siden «tidenes morgen». Opprinnelig var dette et arrangement for å gi et samlet tilbud i en tid hvor kommunikasjoner ikke var så enkelt.

I sin gullalder var det splittet i to arrangement, med NNM for aldersbestemte klasser og NNM for jr og sr klassen. Det var til og med kvoter for å delta på de aldersbestemte klassene.

I de senere år er dette et fellesarrangement, og med stadig dalende deltakertall. Fra rundt 450-500 for 5-6 år siden til årets ca 310.

Denne utviklingen må vi snu.

Vi må sørge for at dette arrangementet blir så attraktivt for alle, kanskje mest for senior, at man ønsker å delta og føler tilhørighet og stolthet over å være med.

Et tiltak for å sikre dette er at vi som kretser stiller krav til arrangøren, slik at vi sikrer oss at konkurransen holder det høye nivået som vi krever og at arrangementet totalt sett har et «24 timers tilbud» til alle besøkende. Det bør kanskje også kreves at det arrangeres en NNM-uke lokalt for å sikre publisitet og oppslutning rundt arrangementet.

Vi bør også utvikle gjenkjennelseeffekten ved at vi lager en grafisk profil som arrangørene får til eget bruk. En fast årlig profil skaper tilhørighet og gjør at man føler at dette er noe felles og varig.

Den sosiale profilen på arrangementet må også være hør. Dette skal være arrangementet hvor man samles på tvers av klubber og kretser og skaper nye vennskap og danner grobunn for tilhørighet.

Konkrete forslag er:

- profilering - en fast logo som vi eier, litt som OL-ringene
- tv-avtale/profilering, som kretsene fremforhandler grunnstammen i
- sosial profil, med minimum skoleovernatting for alle løpere
- bankett for alle løpere
- involvere samfunnet og næringslivet på arrangørstedet
- felles stor NNM for alle grener når det er mulig basert på lokale forhold/arrangører

Målet må være å skape et knallgodt produkt som ikke står noe tilbake for NM eller et hvilket som helst annet topparrangement.

Konkret foreslås det at det nedsettes et utvalg bestående av to fra hvert styre, som utarbeider forslag til arrangørmal, logoer mm, som skal gjelde fra og med NNM arrangørene i 2024. Frist for fremleggelse foreslås satt til 01.12.2022 og at malen vedtas endelig på det nordnorske møtet våren 2023.

Disse to sakene henger sammen, men er ikke gjensidig avhengig av hverandre for å kunne realiseres.
Målsettingen her er å skape flere, glade skiløpere i nord.

14.06.2022

Thomas E Darell
kretsleder i Finnmark