



RINGVIRKNINGSANALYSE SKI-VM TRONDHEIM 2025

Levert av Sponsor Insight: 07.11.2025

**SPONSOR
INSIGHT**

// INNHOLD

- Om ringvirkningsundersøkelsen
- Hovedkonklusjoner
- 1. Bakgrunn
 - 1.1 Om Ski-VM 2025 og regionen
 - 1.2 Metode
- 2. Totale økonomiske ringvirkninger
 - 2.1 **Totale** økonomiske ringvirkninger
 - 2.2 Ringvirkninger fra **arrangør**
 - 2.3 Ringvirkninger fra **publikum**
- 3. Andre økonomiske effekter
- 4. Andre effekter



// OM RINGVIRKNINGSUNDERSØKELSEN

Sponsor Insight har fått i oppdrag av arrangøren, Ski-VM Trondheim, å gjennomføre en økonomisk ringvirkningsanalyse av Ski-VM 2025 i Trondheimsregionen. Regionene er definert som Trondheim kommune og nabokommunene Malvik, Melhus, Orkland, Skaun, Stjørdal og Midtre Gauldal.

Idéen bak en økonomisk ringvirkningsanalyse er å studere mennesker som besøker regionen, på bakgrunn av et spesifikt arrangement. Det kan være publikum, deltakere, journalister, frivillige, eller andre som er involvert på en eller annen måte. Disse menneskene vil bruke penger i regionen hvor arrangementet holdes, som igjen vil øke verdiskapningen i regionen fordi det er mer penger i sirkulasjon. Formålet med en økonomisk ringvirkningsanalyse er å fange opp denne verdiskapningen ved å først finne ut av hvor mye de ulike gruppene brukte når de oppholdt seg i regionen. Pengestrømmer fra arrangøren til regionen er også tatt med i betraktning, da store deler arrangørens inntekter kommer utenfra regionen, og dermed tilfører arrangøren «nye penger» til regionen.

Denne rapporten vil hovedsakelig fokusere på de økonomiske virkningene. Likevel er det viktig å huske på at det finnes mange effekter som er vanskelige å kvantifisere, men like fullt er viktig for befolkningen. Rapporten tar for seg noen av disse punktene i tillegg til de økonomiske hovedtallene. Blant annet ser den på hvordan et slikt arrangement kan bidra til samhold, tilhørighet og stolthet, og hvorvidt arrangementet er god reklame for Trondheim og området rundt.



Bildene i rapporten er hentet fra Ski VM Trondheim sin nettside.

**SPONSOR
INSIGHT**

// HOVEDKONKLUSJONER

TOTALE ØKONOMISKE RINGVIRKNINGER
622 190 000 NOK

Økonomiske ringvirkninger fra *arrangør* : **285,8 MNOK**

Direkte

199,9 MNOK

Indirekte

85,9 MNOK

Økonomiske ringvirkninger fra *publikum*: **336,4 MNOK**

Direkte

235,2 MNOK

Indirekte

101,1 MNOK

// SAMMENDRAG AV RINGVIRKNINGSTALL

- Ski-VM 2025 i Trondheim genererte økonomiske ringvirkninger på totalt **622,2 millioner** norske kroner for Trondheimsregionen (*Trondheim kommune og nabokommunene Malvik, Melhus, Orkland, Skaun, Stjørdal og Midtre Gauldal*).
 - *Tilreisende publikum stod for 336,4 MNOK.*
 - *Arrangørens forbruk i regionen stod for 285,8 MNOK.*
- Totalt ble det solgt 229 677 billetter (kilde: arrangør). Basert på publikumsundersøkelsen var deltakerne i gjennomsnitt til stede i 2,24 dager, noe som tilsvarer et estimert nettopublikum på 102 534 unike personer. Av disse var om lag 55 577 personer (54 %) tilreisende fra andre deler av landet eller fra utlandet.

*Analysen beregner hvor mye arrangøren av Ski-VM, sammen med publikum, har bidratt med i form av nye penger til regionen. I beregningene er det tatt hensyn til den frivillige akkordløsningen mellom arrangøren og kreditorene, og dette beløpet er derfor trukket fra. Det som derimot **ikke** er inkludert i analysen, er tap av overskudd eller reduserte profittmarginer hos leverandører og kreditorer som følge av avtalen. Slike effekter kan ha hatt betydelige økonomiske konsekvenser for enkeltaktører som leverte varer og tjenester til Ski-VM. (Se s.26 og 27 for mer info om analysens begrensninger).*

// SAMMENDRAG AV ANDRE EFFEKTER

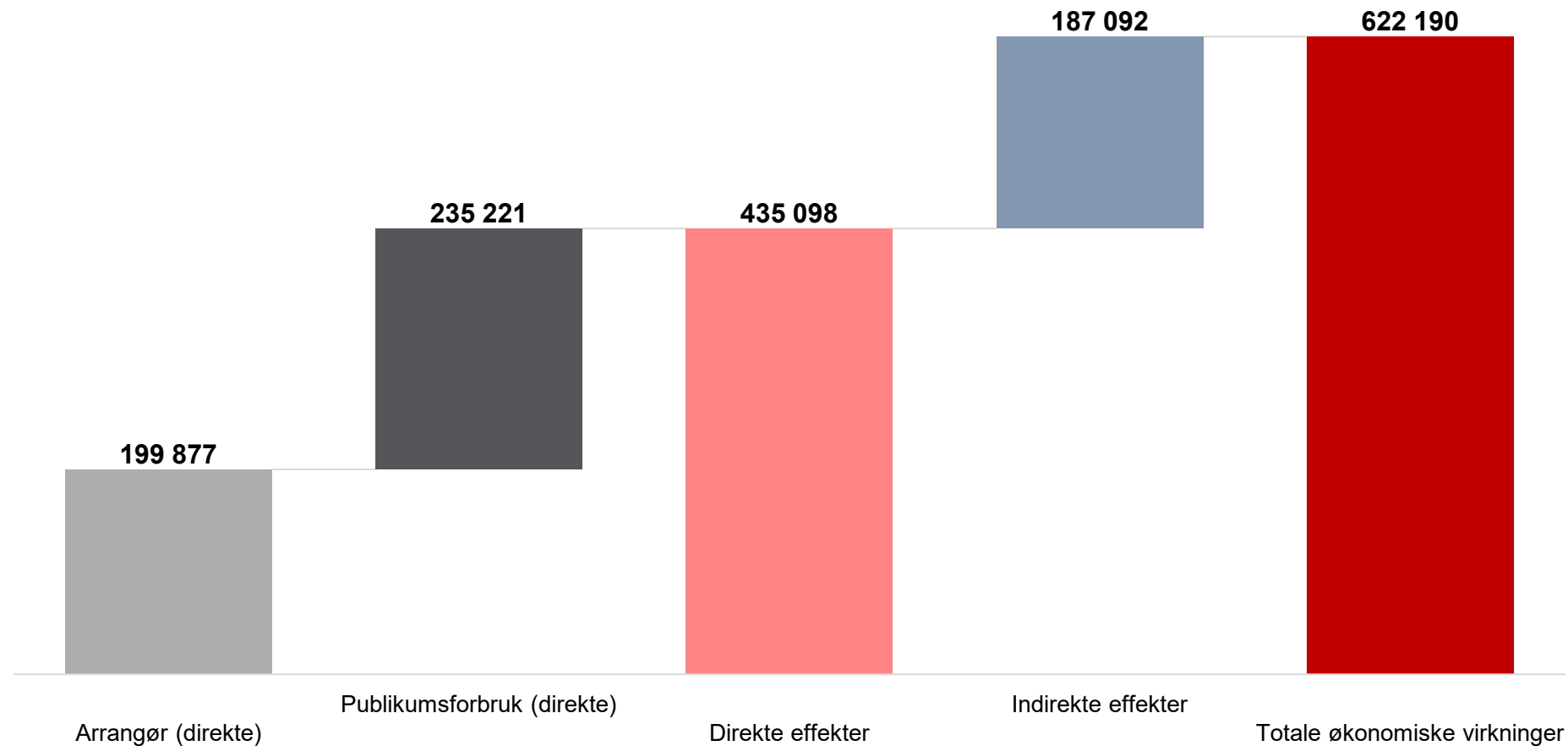
- **Over 1 av 3** tilreisende sier at de vil besøke Trondheimsregionen igjen med tilnærmet **100%** sikkerhet, basert på deres opplevelse under arrangementet. Rundt **halvparten** av aldersgruppen 15-29 år syntes Trondheimsregionen er mer attraktivt **å bo i** etter Ski-VM 2025.
 - Flere turister og fastboende i regionen vil resultere i ytterligere langtids effekter for økonomien i regionen. Dette er utenfor omfanget av studien.
- Over **3 av 4** er enig i at Ski-VM 2025 i Trondheim har bidratt til **økt rekruttering innen idrett**, og **97%** mener Ski-VM 2025 var med på å lage **idretts glede**.
 - Det viser at arrangementet ikke bare er en sportslig begivenhet, men også fungerer som en inspirasjonskilde og motivator for barn, unge og voksne til å bli med i organisert idrett eller være fysisk aktive. *Dette skaper ringvirkninger som styrker folkehelsen og idrettens framtid. Dette er utenfor omfanget av studien. (Les mer om andre effekter fra s.49 i rapporten)*



// OVERSIKT OVER DE ØKONOMISKE VIRKNINGENE FRA SKI-VM I TRONDHEIM 2025

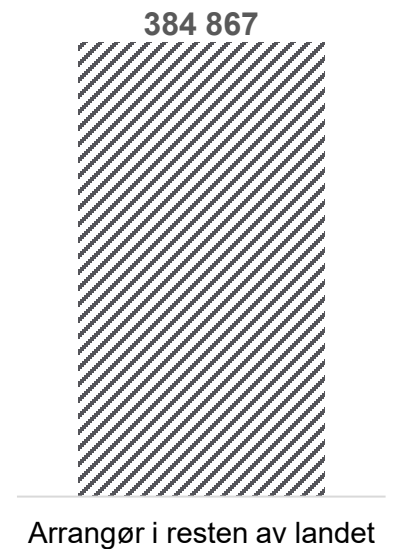
ØKONOMISKE VIRKNINGER AV SKI-VM TRONDHEIM 2025

Tall i '000 NOK



ØKONOMISKE VIRKNINGER AV ARRANGØRENS PENGBRUK I RESTEN AV NORGE

Tall i '000 NOK





**// TOTALE ØKONOMISKE
RINGVIRKNINGER**

622 190 000 NOK

**SPONSOR
INSIGHT**

// TOTALE ØKONOMISKE RINGVIRKNINGER FRA ARRANGØREN

285 823 000 NOK



SPONSOR
INSIGHT



**// TOTALE ØKONOMISKE
RINGVIRKNINGER FRA
PUBLIKUM SITT FORBRUK**

336 367 000 NOK

**SPONSOR
INSIGHT**

// EKSTRA PENGEBRUK FRA DE SOM ER FRA TRONDHEIMSREGIONEN, OG SOM HADDE BESØKT REGIONEN UAVHENGIG AV SKI-VM 2025

TILSVARER EN VERDI PÅ:

121 971 000 NOK

Summen er ekskludert fra ringvirkningsberegningene, da det er penger de sannsynlig ville brukt i regionen uavhengig av Ski-VM 2025 i Trondheim. Det ble likevel spurt hvor mye *ekstra* penger de brukte grunnet arrangementet, så selv om det ikke er en del av de offisielle økonomiske effektene er de viktige tilleggstell som er verdt å nevne.

SPONSOR
INSIGHT



RUNDT HALVPARTEN

AV ALDERSGRUPPEN 15-29 ÅR
SYNTES TRONDHEIMSREGIONEN
ER MER **ATTRAKTIVT** Å **BO** I
ETTER SKI-VM 2025

Kilde: Publikumsundersøkelse 2025

SPONSOR
INSIGHT



97%

ER ENIG I AT SKI-VM 2025 I
TRONDHEIM VAR MED PÅ Å LAGE
IDRETTSGLEDE

Kilde: Publikumsundersøkelse 2025

SPONSOR
INSIGHT



SKI-VM 2025 I TRONDHEIM HAR SKAPT FLERE **POSITIVE** EFFEKTER

98%

Er enig i at Ski-VM 2025 i Trondheim
var en **folkefest**

83%

Er enig i at Ski-VM 2025 i Trondheim
var **inkluderende**

OVER 3 AV 4

Sier at Ski-VM 2025 i Trondheim bidrar til
økt rekruttering innen idrett

OVER 1 AV 3

Av de tilreisende, sier at de vil **besøke
Trondheimsregionen igjen** med tilnærmet
100% sikkerhet basert på deres opplevelse
under arrangementet

**SPONSOR
INSIGHT**



// 1. BAKGRUNN

// 1.1 OM SKI-VM 2025 OG REGIONEN

// OM SKI-VM 2025 I TRONDHEIM

Fra 26. februar til 9. mars 2025 ble verdens øyne rettet mot Granåsen arena i Trondheim, da byen var vertskap for Ski-VM i de nordiske grener. Et 12-dagers mesterskap som samlet langrenn, hopp og kombinert under ett tak.

Trondheim var ikke ukjent som VM-by: Forrige gang dette mesterskapet ble arrangert i Granåsen var i 1997. Dermed ble 2025-utgaven både et tilbakeblikk og et nytt kapittel for byen med nyoppustede anlegg, økt publikumspotensial og ambisjoner om å sette standard innen gjennomføring.

Det er flere grunner til at nettopp 2025-utgaven skilte seg ut:

- For det første ble det gjort betydelige grep for å styrke **likestilling** og **inkludering**: Kvinnelige og mannlige utøvere konkurrerte om **like premiepenger**, og for første gang i VM-sammenheng ble en **para-sprint** inkludert som en del av hovedprogrammet.
- For det andre var **bærekraft** et tydelig tema: Arrangørene presenterte ambisjoner om å gjøre mesterskapet til et av de mest miljø- og samfunnsbevisste i nordisk skisports historie.
- For det tredje: Kombinasjonen av byliv og idrett på høyeste nivå. Med Granåsen som arena for mesterskapet og Trondheim sentrum som arena for medaljeseremonier, ble Ski-VM ikke bare et mesterskap for eliteidrett, men også for folkefest.

Ski-VM 2025 i Trondheim markerte et varmt gjensyn med en by full av skihistorie, men også et blikk mot fremtiden. →



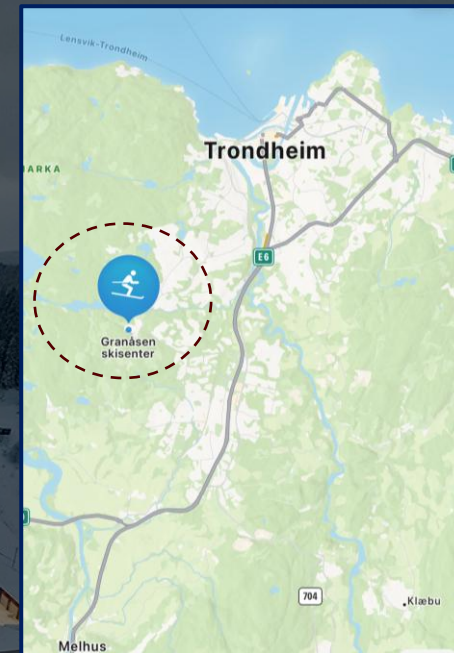
Med fokus på **likestilling**, **bærekraft** og **inkludering** har Ski-VM 2025 i Trondheim blitt et symbol på verdiene som driver skisporten videre, og et mesterskap som vil bli husket for mer enn resultatene alene.

// GRANÅSEN

Granåsen, som var hovedarena for Ski-VM 2025, er Trondheims stolte sentrum for vinteridrett innen hopp, langrenn og kombinert. Anlegget ligger vakkert til i Bymarka, mellom Stavset og Flatåsen, og har i flere tiår vært et naturlig samlingspunkt for både toppidrett og mosjon.

Her arrangeres årlig World Cup i både langrenn og hopp, og området har også moderne fasiliteter for skiskyting, rulleski og helårs trening. De siste årene har Granåsen gjennomgått en omfattende oppgradering med nye hoppbakker, forbedret stadionområde og bedre publikumsfasiliteter, alt for å møte kravene til store internasjonale mesterskap.

Granåsen er ikke bare et idrettsanlegg, men også en viktig del av byens friluftsliv. Om vinteren fungerer det som startpunkt for et stort nettverk av skiløyper i Bymarka, mens sommerhalvåret byr på flotte turmuligheter, trening, og rekreasjon. Med sin kombinasjon av moderne idrettsanlegg og naturnær beliggenhet er Granåsen et levende symbol på Trondheims tette bånd mellom sport, natur og fellesskap.



2 AV 3

AV PUBLIKUMMERNE I GRANÅSEN SYNTES TRONDHEIMSREGIONEN ER MER ATTRAKTIV, ENTEN Å BESØKE ELLER BO I ETTER DERES OPPLEVELSE UNDER SKI-VM 2025

**SPONSOR
INSIGHT**

// TRONDHEIMSREGIONEN

TRONDHEIM KOMMUNE

Trondheim er en by og kommune i Trøndelag fylke, beliggende ved munningen av elva Nidelva og ut mot Fjorden Trondheimsfjorden. Byen har røtter helt tilbake til vikingtiden, den ble grunnlagt rundt år 997 under navnet Nidaros. I dag er Trondheim Norges tredje største by etter innbyggertall, med over **216 000 innbyggere** i kommunen. Byen kombinerer historiske byggverk som Nidarosdomen med moderne byliv, studentkultur og naturskjønne omgivelser. Geografisk er Trondheim omgitt av kupert landskap, og har lett tilgang til både fjord og marka, for eksempel friluftsområdet Bymarka ved Byåsen.

Trondheimsregionen

I denne undersøkelsen referer vi til Trondheimsregionen, som vi har definert som kommunene, Trondheim kommune og nabokommunene, Malvik, Melhus, Orkland, Skaun, Stjørdal og Midtre Gauldal. De nevnte kommunene har et samlet innbyggertall på **307 867** (Kilde: SSB).

Populære turistattraksjoner:

- Nidarosdomen
- Bymarka
- Pirbadet
- Rockheim
- Kristiansten festning
- Ringve Museum
- Bakklandet og Gamle Bybro
- Munkholmen



Kilde: <https://www.visitnorway.no/reisemal/trondelag/trondheim>

Kilde: <https://en.wikipedia.org/wiki/Trondheim>

// PUBLIKUM

- Totalt ble det solgt **229 677 billetter** (kilde: arrangør).

Basert på publikumsundersøkelsen var publikum i snitt til stede i 2,24 dager, noe som tilsvarer et estimert netto publikum på 102 534 unike personer.

PUBLIKUM TOTALT:

229 677

Estimert netto publikumstall (unike personer): 102 534

// 1.2 METODE

// INNSAMLING AV DATA

Sponsor Insight har gjennomført en publikumsundersøkelse i forbindelse med **Ski-VM 2025 i Trondheim**, som har blitt brukt som grunnlag for den økonomiske ringvirkningsanalysen.

Utvalget består av totalt **1360** publikummere, 18 år+, under Ski-VM i Trondheim:

- Intervjuperiode 10 – 20. mars 2025.

Både norske og utenlandske publikummere fikk tilsendt link til undersøkelsen på SMS i etterkant av arrangementet. Undersøkelsen ble gjennomført som web-intervju, med et todelt formål: tradisjonell publikumsundersøkelse og input til den økonomiske ringvirkningsanalysen.

Respondentene kunne velge mellom norsk eller engelsk språk i undersøkelsen.



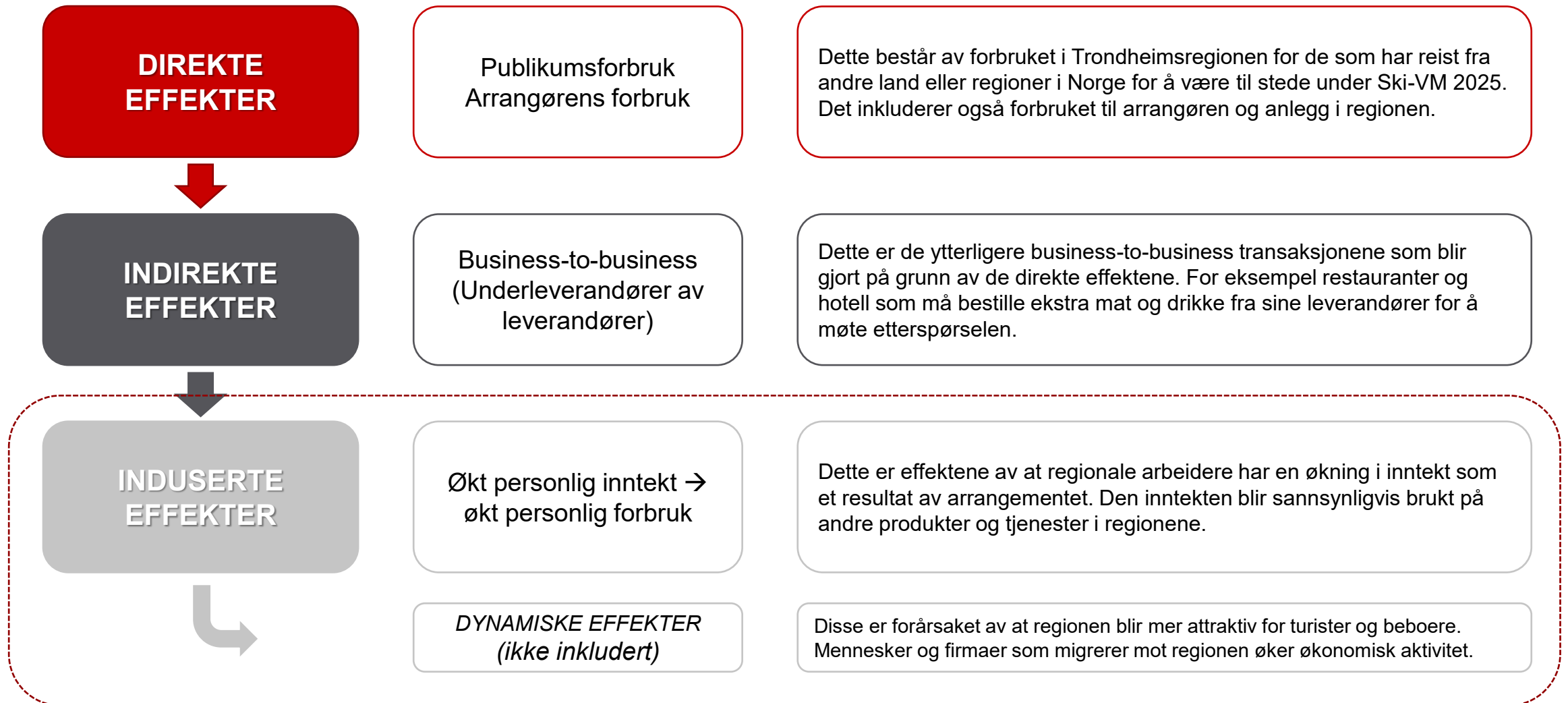
// METODE

Formålet med en økonomisk ringvirkningsanalyse er å analysere effektene av et arrangement på økonomien i et begrenset område, i dette tilfellet Trondheimsregionen. For å kunne gjennomføre en slik analyse er det noen viktige avklaringer som må gjøres.

- Man må bestemme hvem som kvalifiserer som **besøkende**.
 - Når man definerer hvem som regnes som besøkende og hvem som skal bli ekskludert fra beregningene, er det viktig å tenke i gjennom hvem som bidrar til «nye penger» i regionen. Arrangementet kan hente store summer fra publikum og deltakere, men dette vil ikke bidra til økt verdiskapning hvis disse menneskene hadde brukt pengene i regionen uavhengig av om Ski-VM ble arrangert eller ikke. I dette tilfellet er det de som ikke er bosatt i Trondheimsregionen. Vi har også valgt å ekskludere personer som er tilreisende, men der Ski-VM i Trondheim ikke medvirket til selve reisen. Disse personene hadde besøkt regionen uansett, og vi har valgt å ekskludere denne gruppen i beregninger av direkte virkninger av arrangementet.
- Man må estimere **hvor mange besøkende** som kom til regionen på grunn av arrangementet.
 - Publikumstallet for alle dagene er hentet fra arrangøren av Ski-VM 2025. Videre må vi finne ut hvor mange av publikummerne som er tilreisende, dette hentes ut i fra publikumsundersøkelsen, som ble gjort på et utvalg fra hele publikum. Utvalget kom fra billettsalg fra arrangementet.
- Man må estimere **gjennomsnittlig forbruk** blant besøkende i regionen.
 - For å estimere direkte økonomiske ringvirkningseffekter må man fokusere på besøkende og deres forbruk under selve arrangementet og reisen relatert til arrangementet. For å beregne forbruket hos denne gruppen har en noen alternativer. Et alternativ er å bruke estimer basert på finansiell data, mens et annet alternativ er å bruke en spørreundersøkelse som blir sendt ut til besøkende hvor de beskriver sitt forbruk. Når nok data er samlet inn kan man regne ut gjennomsnittlig forbruk per person og multiplisere det med antall besøkende. I denne analysen er det brukt en spørreundersøkelse (publikumsundersøkelsen) som ble gjennomført i etterkant av Ski-VM 2025 i Trondheim.
 - Besøkende er spurt hvor mye penger **de** har brukt under oppholdet, i tillegg til å kategorisere forbruket sitt. Videre har de blitt spurt om overnatting, og hvor mange netter de bodde i regionen i forbindelse med arrangementet. Deretter har man kartlagt om de besøkende bodde med bekjente, på hotell, eller på camping/telt plass osv. Om en person bor hos bekjente eller på camping/telt plass er veldig viktig for verdiskapningen. Man må også ta med i beregningen hvor mange, og hvem, de besøkende reiser med. Utgifter for barn er vanligvis dekket av voksne, så barn må ekskluderes når man multipliserer gjennomsnittlig forbruk med antall besøkende.



// MODELL: ØKONOMISKE RINGVIRKNINGER



// DIREKTE VS. INDIREKTE EFFEKTER

Direkte effekter

- Med direkte effekter av Ski-VM i Trondheim menes forbruk av produkter og tjenester i forbindelse med arrangementet.

Indirekte effekter

- De indirekte effektene kommer fra business-to-business transaksjoner som er et resultat av arrangementet. For eksempel hoteller og restauranter som kjøper ekstra mat og drikke for å møte økningen i etterspørselen under arrangementet.

Induserte effekter

- Induserte effekter er at regionale arbeidere har en økning i inntekt som et resultat av arrangementet. Den inntekten blir sannsynligvis brukt på andre produkter og tjenester i regionen.
- For enkelthets skyld er sum av indirekte og induserte effekter kalt indirekte effekter i rapporten.

Multiplikator = (indirekte + induserte) / direkte

- Når besøkende kommer til regionen og bruker penger så er det enighet om at det forbruket vil forårsake ringvirkninger i økonomien, som krusninger i vannet. Multiplikatoreffekt er ordet som blir brukt for å beskrive at endringer i mengden penger som sirkulerer har en effekt på økonomisk aktivitet. Når et individ eller firma bruker penger, kan ringvirkningene påvirke andre individer og firmaer. Konsekvensene av en transaksjon kan bli mye større en den originale transaksjonen i seg selv.



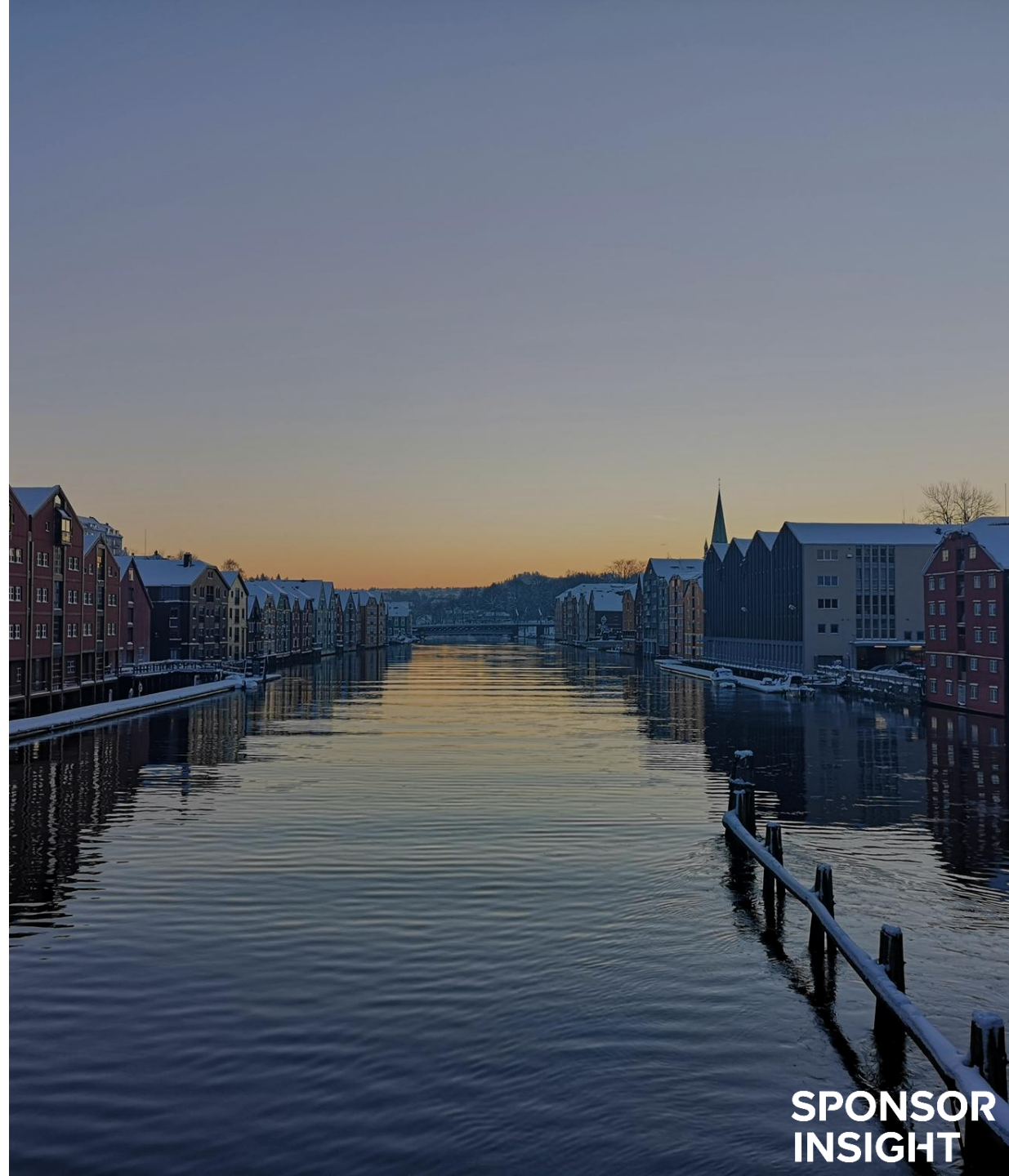


// ANALYSENS BEGRENSNINGER

- Hvor godt utvalget i undersøkelsen representerer populasjonen, i dette tilfellet publikum, påvirker presisjonen i de rapporterte tallene i markedsundersøkelser generelt.
 - Respondentene ble innhentet fra lister med billett kjøpere fra Ski-VM 2025 i Trondheim, tilsendt fra arrangør.
- Vi har ikke beregnet ledig kapasitet i den regionale økonomien. Hvis besøkende til Ski-VM i Trondheim for eksempel booket alle hotellrommene i et område kunne det begrense andre besøkende i å reise til regionen, og dermed bremse eller gi negative økonomiske effekter på regionen.
- Noen publikummere ville besøkt regionen uansett. For å prøve å utelukke så mange som mulig av disse, spurte vi konkret om ekstra forbruk i regionen alene på grunn av Ski-VM, men vi kan ikke si med sikkerhet at disse menneskene ikke ville ha brukt pengene i regionen på et senere tidspunkt uansett.
 - I tillegg spurte vi om motivasjonen til publikum for å dra, for å kunne ekskludere de som hadde dratt til regionen uavhengig av arrangementet.

// ANALYSENS BEGRENSNINGER FORTS.

- Analysen beregner hvor mye arrangøren av Ski-VM – sammen med publikum – har bidratt med i form av *nye penger* til regionen. I beregningene er det tatt hensyn til den frivillige akkordløsningen mellom arrangøren og kreditorene, og dette beløpet er derfor trukket fra.
- Det som derimot **ikke** er inkludert i analysen, er tap av overskudd eller reduserte profittmarginer hos leverandører og kreditorer som følge av akkordløsningen. Slike effekter kan ha hatt betydelige økonomiske konsekvenser for enkeltaktører som leverte varer og tjenester til Ski-VM.
- Videre er investeringer fra Trondheim kommune og Trøndelag fylkeskommune i tilknytning til Ski-VM *ikke* inkludert i regnskapet til arrangøren, og dermed heller ikke i denne analysen. Disse midlene representerer offentlige utgifter fra regionen selv – som i en utvidet analyse kunne vært betraktet som *negative ringvirkninger*. Samtidig må det understrekes at deler av disse midlene har gått til langsiktige investeringer, som oppgradering av anlegg og infrastruktur, og derfor kan bidra til **positive ringvirkninger over tid**.
- Det er en usikkerhet i multiplikatoren som er brukt til å beregne indirekte økonomiske effekter av økt forbruk i regionen.



// 2. TOTALE ØKONOMISKE RINGVIRKNINGER

// 2.1 TOTALE ØKONOMISKE RINGVIRKNINGER

// OVERSIKT OVER FORBRUK I TRØNDELAG

Data har blitt hentet fra arrangøren av Ski-VM og fra web-intervju med et utvalg fra publikum.

ARRANGØR: SKI-VM TRONDHEIM

- Overnatting
- Mat og drikke
- Transport og logistikk
- Kultur og underholdning
 - Musikk og scene
 - Event- og produksjonsbyråer
- Markedsføring / media / kommunikasjon
- Teknisk produksjon / utleie
- Utleie / eiendom / bygg
- Renhold og drift
- Konsulent / rådgivning
- Andre tjenester / diverse

DELTAKERNE

- Mat og drikke
 - Restaurant
 - Café
 - Øvrige spisesteder
 - Pub/bar
- Overnatting
 - Hotell
 - Privatutleie av hus/hytte/leilighet
 - Camping plass, camping hytte
 - Turisthytte
- Transport
 - Lokal transport (buss/taxi/leiebil)
 - Bensin/diesel/ladestasjoner
 - Bompenger og parkering
- Opplevelser
 - Kultur
 - Sport
 - Sightseeing

INDIREKTE EFFEKTER

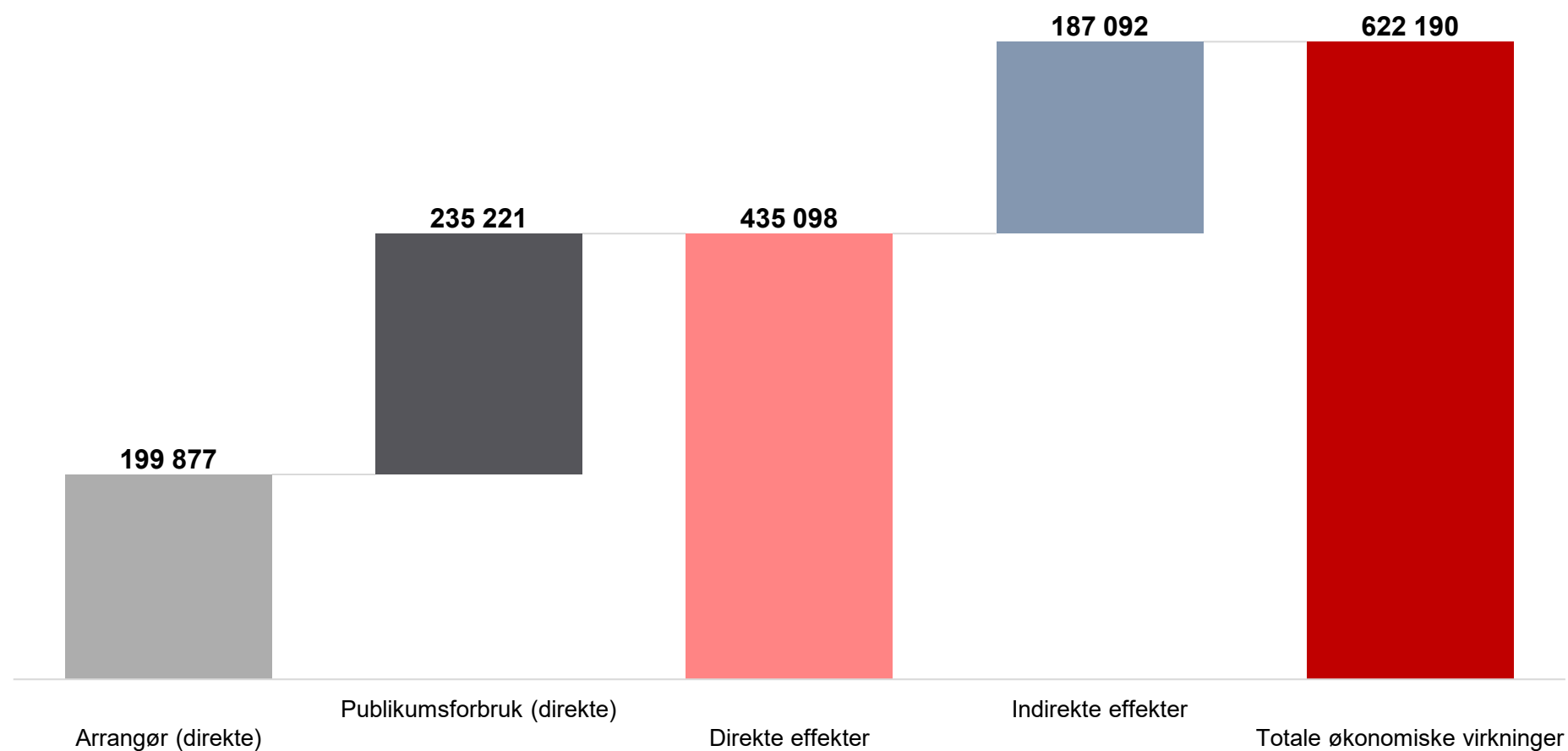
De indirekte effektene av forbruket til både arrangøren og deltagerne er estimert ved å bruke en regional multiplikator som er standardisert for denne type studier. De indirekte effektene består av:

- Business-to-business transaksjoner som er et resultat av økt etterspørsel.
 - Varer og tjenester fra underleverandører.
- Økt etterspørsel etter arbeidskraft, f.eks.
 - Event personale
 - Flere servitører/kokker ved spisesteder
 - Flere ansatte på hoteller
 - Servitører
 - Resepsjonister
 - Renholdere

// OVERSIKT OVER DE ØKONOMISKE VIRKNINGENE FRA SKI-VM I TRONDHEIM 2025

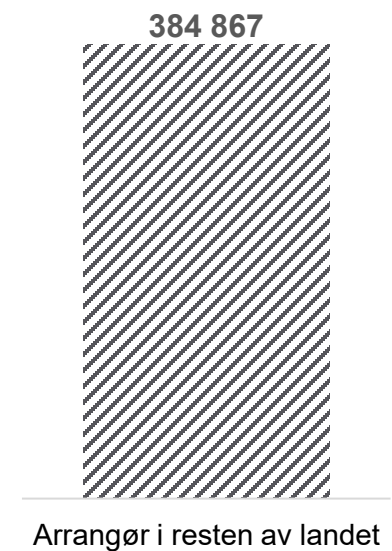
ØKONOMISKE VIRKNINGER AV SKI-VM TRONDHEIM 2025

Tall i '000 NOK



ØKONOMISKE VIRKNINGER AV ARRANGØRENS PENGBRUK I RESTEN AV NORGE

Tall i '000 NOK



// DE TOTALE ØKONOMISKE RINGVIRKNINGENE FRA SKI-VM TRONDHEIM 2025



// 2.2 ARRANGØR

// ARRANGØRENS FORBRUK I TRONDHEIM

Direkte økonomiske effekter

- De direkte økonomiske effektene er et mål på det totale ekstra forbruket i et definert område (*Trondheim kommune, Malvik, Melhus, Orkland, Skaun, Stjørdal og Midtre Gauldal*) som en direkte følge av arrangementet.
- Basert på besøkendes og arrangørens forbruk så er direkte økonomiske effekter i denne rapporten en beregning av nettoøkningen i forbruk som er et resultat av arrangementet.
- For Ski-VM 2025 er den direkte økonomiske virkningen av arrangementet relatert til alle tjenestene som trengs for å gjennomføre mesterskapet. Bruken av tjenester vil ha stor innvirkning på lokalsamfunnet.
- Alt i alt hadde arrangøren av Ski-VM 2025 en direkte økonomisk effekt på Trondheim på **199,9 MNOK**.
 - I hele Norge bidro arrangøren med til sammen 472,5 MNOK.
 - Akkordløsningen er tatt hensyn til og trukket fra.

Kategorier for Ski-VM Trondheim sine kjøp
(Tilfeldig rekkefølge. Størrelsen på kostnadsgruppene vises ikke)



// RINGVIRKNINGER FRA ARRANGØRENS FORBRUK

Direkte økonomiske effekter

- For Ski-VM 2025 kommer de direkte økonomiske virkningene fra arrangørens innkjøp av varer og tjenester fra regionale leverandører.
- Alt i alt hadde arrangøren av Ski-VM 2025 en direkte økonomisk effekt på Trondheim med **199,9 MNOK** basert på det rapporterte forbruket fra arrangøren.
 - Akkordløsningen er i denne sammenhengen trukket fra arrangørens totale forbruk.

Indirekte økonomiske effekter

- De indirekte økonomiske effektene er ringvirkningene i økonomien som stammer fra tilføringen av «nye penger». Ringvirkningene baseres på en multiplikatoreffekt av økt pengebruk, og er hentet fra forskning spesifikt på Trøndelag.
- For Trøndelag er multiplikatoreffekten 1,43 (kilde: TØI). Alle nye penger i sirkulasjon resulterer i 43% høyere inntekter. Dette betyr at de indirekte effektene av arrangøren av Ski-VM Trondheim sitt forbruk er omtrentlig **85,9 MNOK**.

Totale økonomiske effekter fra arrangøren

- Forbruket til Ski-VM Trondheim 2025, og de indirekte effektene av dette forbruket, resulterer i en total økonomisk effekt av forbruket på **285,8 MNOK**.



Totale økonomiske effekter
Kr. 285 823 000

// EKSTRA FORBRUK FRA ARRANGØREN I ANDRE DELER AV NORGE

- Arrangøren hadde også utgifter på **272,7 MNOK** i andre deler av Norge.
- Selv om det ikke er en del av de økonomiske ringvirkningene for Trondheim, er det en del av de økonomiske effektene for Norge som helhet. De indirekte effektene er beregnet til 112,2 MNOK*, som resulterer i en total økonomisk effekt på **384,9 MNOK**.
- I tillegg brukte Ski-VM Trondheim 77,9 MNOK på internasjonale leverandører.

* De indirekte økonomiske effektene er ringvirkningene i økonomien som stammer fra tilføringen av «nye penger». Ringvirkningene baseres på en multiplikatoreffekt av økt pengebruk. Multiplikatoren her er en snitt av TØI sin forskning på multiplikatorer i Norges fylker.

Kategorier for Ski-VM Trondheim sine kjøp i Norge utenfor Trondheimsregionen

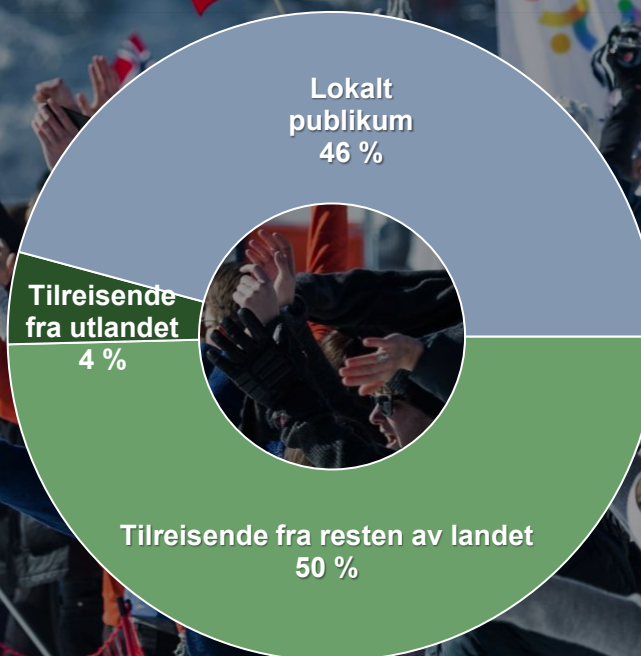
(Tilfeldig rekkefølge. Størrelsen på kostnadsgruppene vises ikke)



// 2.3 PUBLIKUM

// PUBLIKUM I GRANÅSEN UNDER SKI VM 2025

- Det **var totalt 229 677** solgte billetter under Ski-VM 2025 i Trondheim.
(kilde: arrangøren av Ski-VM Trondheim).
 - I snitt var folk tilstede **2,24 dager** under mesterskapet.
(kilde: publikumsundersøkelse) Siden publikummerne kan ha vært tilstede flere av dagene, må vi dele antall solgte billetter/ med snitt dager for å få et estimat på andel av *unike personer* blant publikummerne under Ski-VM 2025.
 - Netto publikummere under mesterskapet er = **102 534 personer**.
- Blant publikum er **46% lokale** fra regionen.
 - Dette utgjør **46 957 unike personer** (netto lokalt publikum).
- **54%** er tilreisende fra andre deler av Norge eller utlandet.
 - Dette utgjør **55 577 unike personer**. (netto tilreisende publikum)

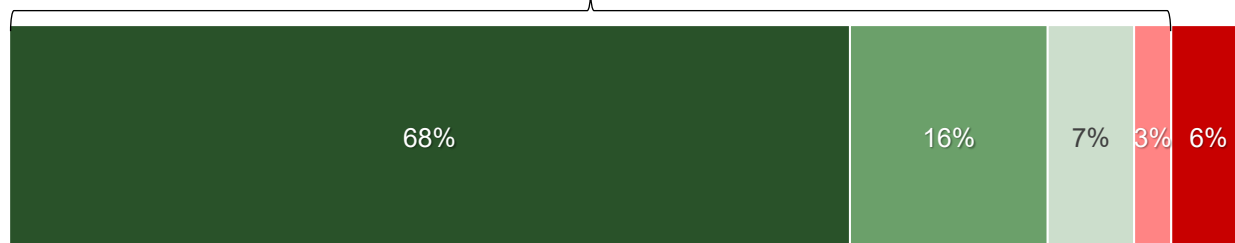


// PUBLIKUM SIN MOTIVASJON

- Det tilreisende publikummet ble de spurt hvor viktig Ski-VM 2025 var for reisen deres til Trondheimsregionen. Dette er for å filtrere ut besøkende som ville besøkt og brukt penger i Trondheimsregionen uavhengig av Ski-VM 2025.
 - Blant disse var det **6%** (3 335 netto publikummere) som oppga at Ski-VM 2025 ikke medvirket deres reise til regionen i det hele tatt. Disse er dermed ikke tatt med i de totale beregningene.
 - Denne gruppen ble i midlertidig også spurt om hvor mye *ekstra* penger de brukte på grunn av Ski-VM 2025 i Trondheim. Vi har beregnet effektene av forbruket til denne gruppen i et vedlegg til hovedtallene, s. 46.
- For **94%** av det tilreisende publikummet hadde Ski-VM 2025 en *betydning* for deres reise til Trondheimsregionen. Dette utgjør **52 242 unike personer**.

Hvor viktig var **Ski-VM 2025** for reisen din til **Trondheimregionen**?

94%



■ Helt avgjørende for reisen min ■ Veldig viktig ■ Ganske viktig ■ Litt viktig ■ Det medvirket ikke til reisen min i det hele tatt

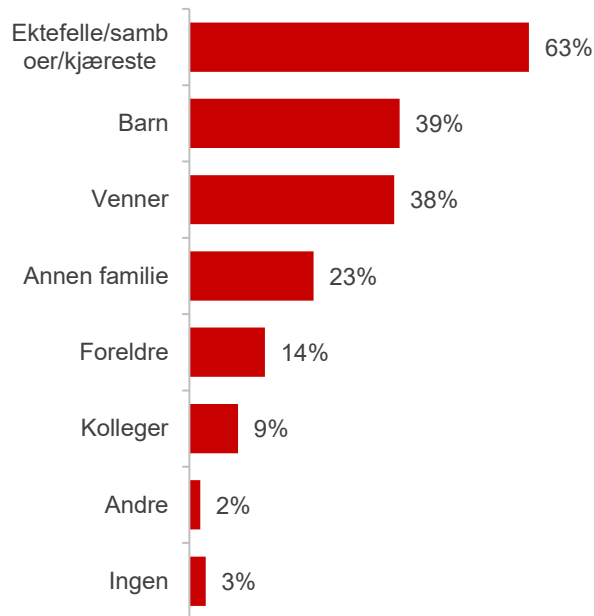


// 97% AV DE BESØKENDE REISTE MED ANDRE

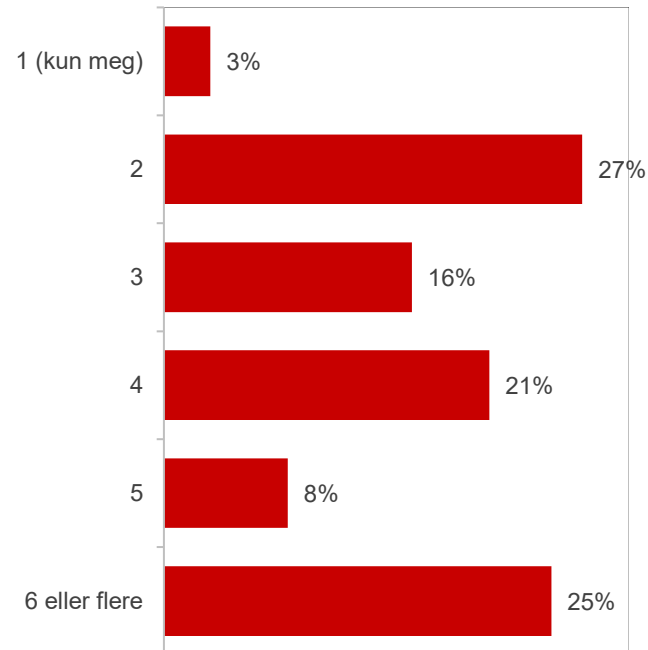
Andelen voksne til barn er brukt i beregningen av økonomiske effekter. Dette er fordi barnas forbruk vanligvis dekkes av voksne og at barn ikke er en del av utvalget til undersøkelsen.

Det er omtrent **4,5** voksne per barn under 18 år blant publikummet i Trondheim under Ski-VM 2025.

Hvem dro du sammen med på Ski-VM 2025 i Trondheim?

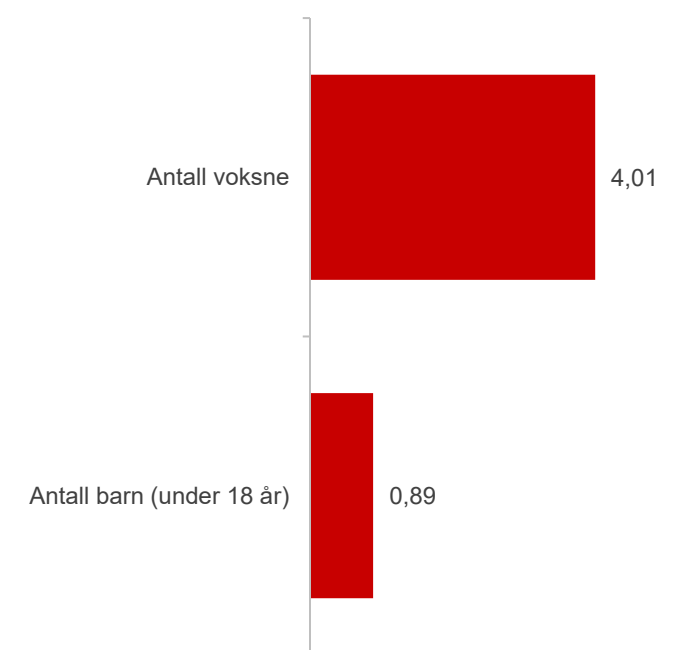


Hvor mange personer var dere i følget? (inkludert deg)



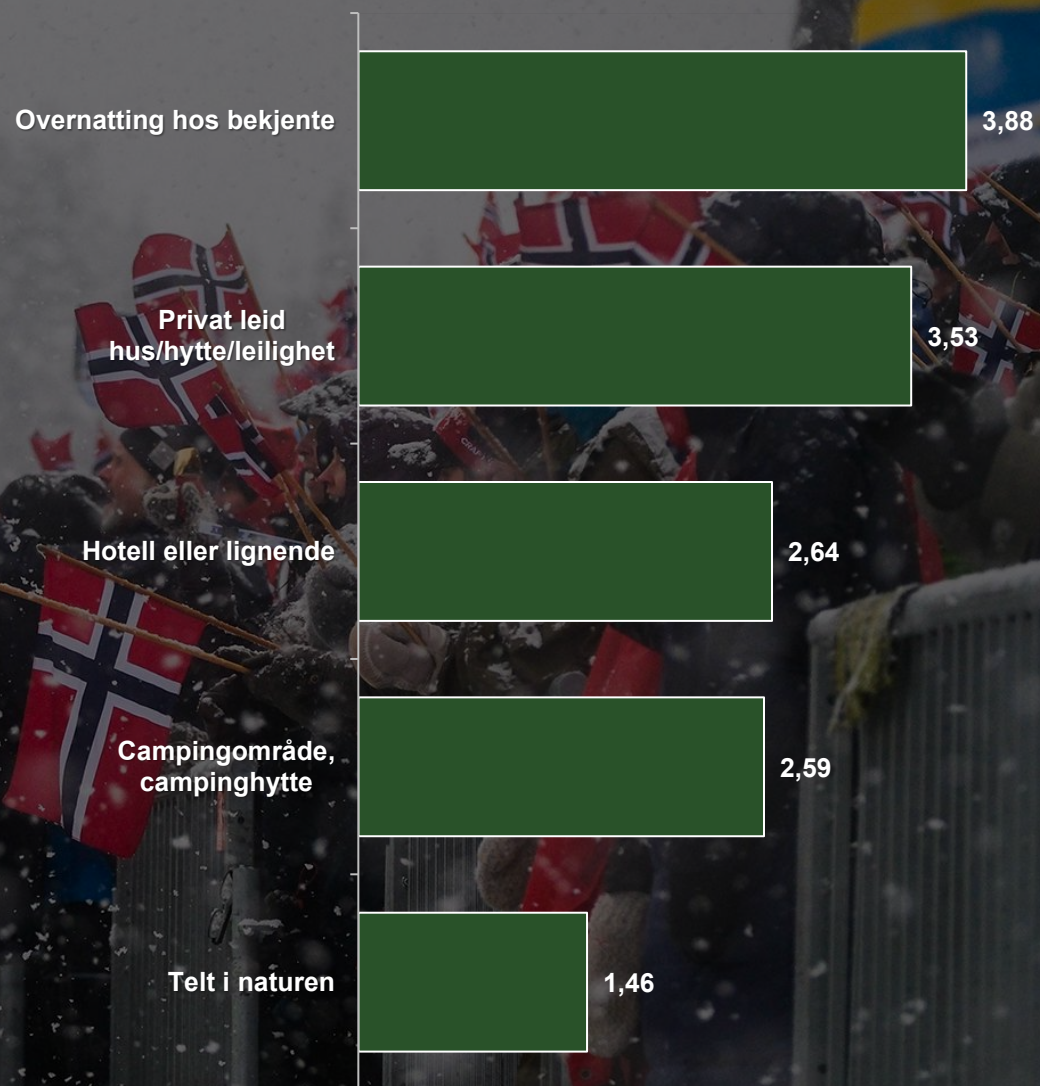
Filter: Dro sammen med noen

Hvor mange voksne og barn var det i følget ditt (inkludert deg)?



Filter: Var mer enn «meg selv» i følget

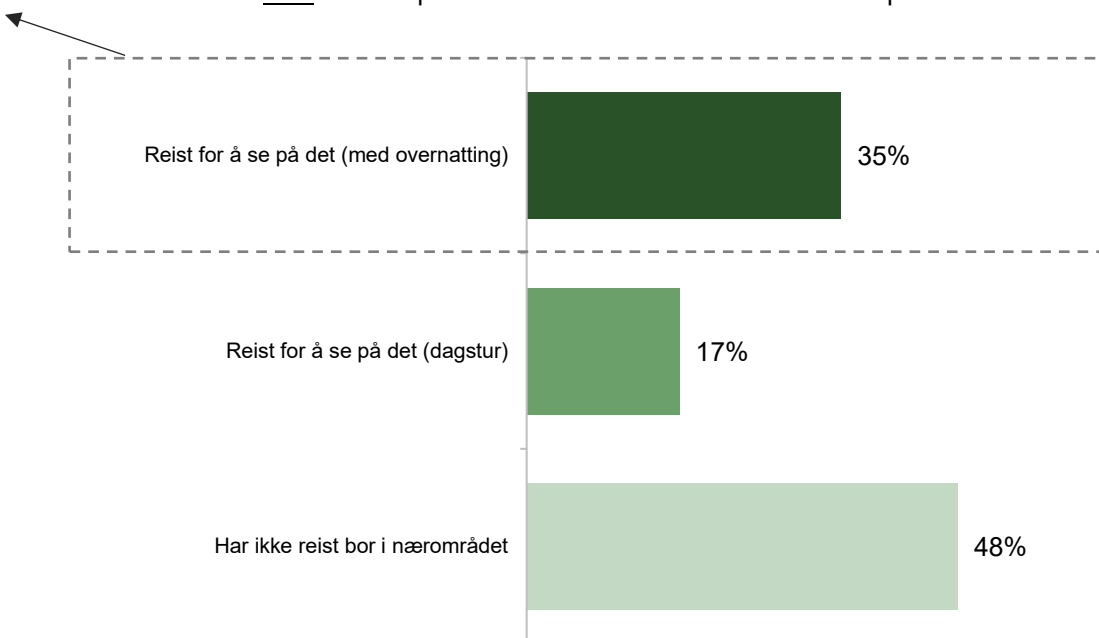
Hvor mange netter har du overnattet eller kommer du til å overnatte i Trondheimsregionen i forbindelse med reisen for å se Ski-VM 2025?



// OVERNATTING

Overnatting er den viktigste faktorene når det kommer til å beregne ringvirkningene av et arrangement som Ski-VM i Trondheim. Publikumsundersøkelsen som ble gjennomført i forbindelse med arrangementet bekrefter dette.

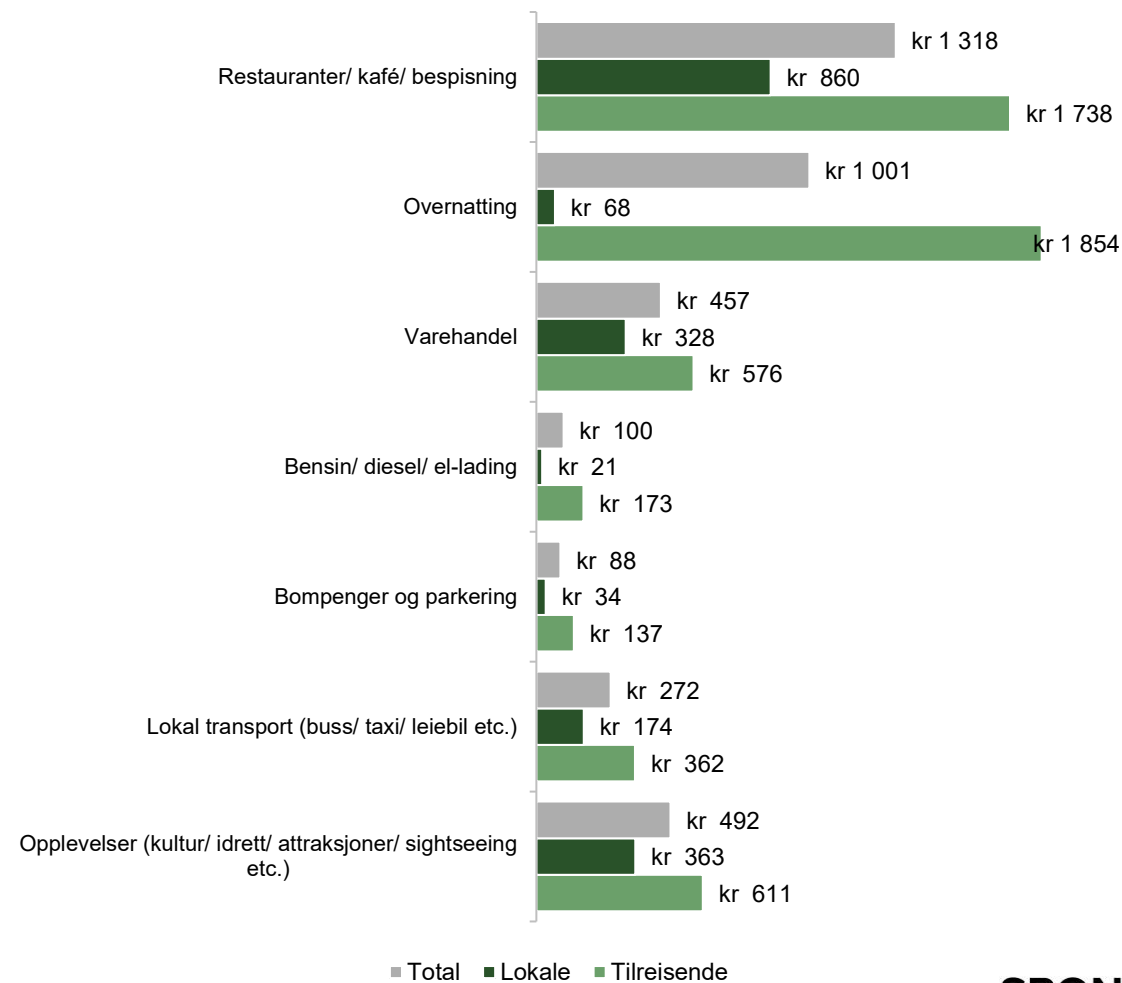
Har du reist for å se på Ski-VM i Trondheim eller har du sett på det der du bor?



// FORBRUK FRA PUBLIKUM – SKI VM TRONDHEIM 2025

- I gjennomsnitt brukte publikum på Ski VM 2025 **NOK 3 728 kr** i Trondheimsregionen på bakgrunn av arrangementet.
- Tilreisende brukte i gjennomsnitt **5 451 kr** ekstra i regionen på grunn av Ski VM 2025. Lokale fra området brukte i gjennomsnitt **1 848 kr** ekstra.
- Alle publikummere, også de tilreisende, brukte mest penger på overnatting og restauranter/kafé/bespisning.
- For folk som reiser, er overnatting og transport de mest kostbare utgiftene på reisen. Av de lokale bedriftene er det derfor bedrifter innen overnatting som vil få de største gevinstene.
 - Hovedpostene på transport for de reisende skjer som regel utenfor regionen de besøker. Fly er f.eks. ikke med i beregninger av virkninger i regionen.

Hvor mye penger tror du at du brukte (din andel hvis dere er flere som deler) i løpet av Ski-VM 2025 eller reisen i Trondheimsregionen?
Ikke ta med penger som du uansett ville ha brukt i Trondheimsregionen selv uten Ski-VM 2025.



■ Total ■ Lokale ■ Tilreisende

Kilde: Publikumsundersøkelsen 2025

// BEREGNING AV PUBLIKUMS FORBRUK – SKI VM 2025

Antall besøkende	×	Gjennomsnittlig ekstra forbruk	=	Totalt forbruk
43 152	×	5 451 NOK	=	235,2 MNOK

- Antall besøkende, som besøkte Trondheimsregionen på grunn av Ski VM 2025: **43 152**.
 - Barn og de som ikke hadde Ski VM 2025 som motivasjon for å reise er ekskludert.
- Gjennomsnittlig samlet forbruk for alle kategorier, inkludert overnatting, mat og drikke, transport er **NOK 5 451**.
- Den totale direkte økonomiske effekten fra publikums forbruk er **235,2 millioner NOK**.

// RINGVIRKNINGSEFFEKT AV PUBLIKUMS FORBRUK – SKI VM 2025

Direkte økonomiske effekter

- De direkte økonomiske effektene av publikums forbruk er regnet ved å se på snittet av forbruk til de som er tilreisende, multiplisert antall publikum som har besøkt regionen fra et annet land eller et annet sted av landet.
- Direkte økonomiske effektene fra publikum på Ski VM 2025 i Trondheim er **235,2 millioner NOK**.

Indirekte økonomiske effekter

- De indirekte økonomiske effektene er ringvirkningene i økonomien som stammer fra tilføringen av «nye penger». Ringvirkningene baseres på en multiplikatoreffekt av økt pengebruk, og er hentet fra forskning spesifikt på reiseliv i Trøndelag fylke.
- Vi har brukt en multiplikatoreffekt på 1,43. (kilde: TØI). Alle nye penger i sirkulasjon resulterer i 43% høyere inntekter. Ut i fra de tilreisende til Trondheimsregionen, er det beregnet at de indirekte effektene av publikum sitt forbruk er **101,1 millioner NOK**.

Totale økonomiske effekter fra publikum

- Publikum sitt forbruk i forbindelse med Ski VM 2025 i Trondheim-, og ringvirkningene av det, er beregnet til **336 millioner NOK**.



// 3. ANDRE ØKONOMISKE EFFEKTER

// EKSTRA PUBLIKUMSFORBRUK

To publikumsgrupper ble ekskludert fra beregningene:

1. De som er bosatt i Trondheimsregionen.
2. De hvor Ski-VM 2025 i Trondheim ikke var en faktor i deres avgjørelse om å reise til Trondheimsregionen.

De er ekskludert fra ringvirkningsanalysen fordi det er sannsynlig at de ville brukt pengene sine i Trondheimsregionen uansett, uavhengig av om Ski-VM 2025 i Trondheim ble avholdt.

Det ble likevel spurt hvor mye *ekstra* penger de brukte på grunn av arrangementet, så selv om det ikke er en del av de offisielle økonomiske effektene så rapporterte dette publikummet at de brukte:

- **Lokalt publikum: 70,3 MNOK** ekstra på grunn av mesterskapet.
- **Ski-VM medvirket ikke reisen min: 15 MNOK** ekstra på grunn av mesterskapet.

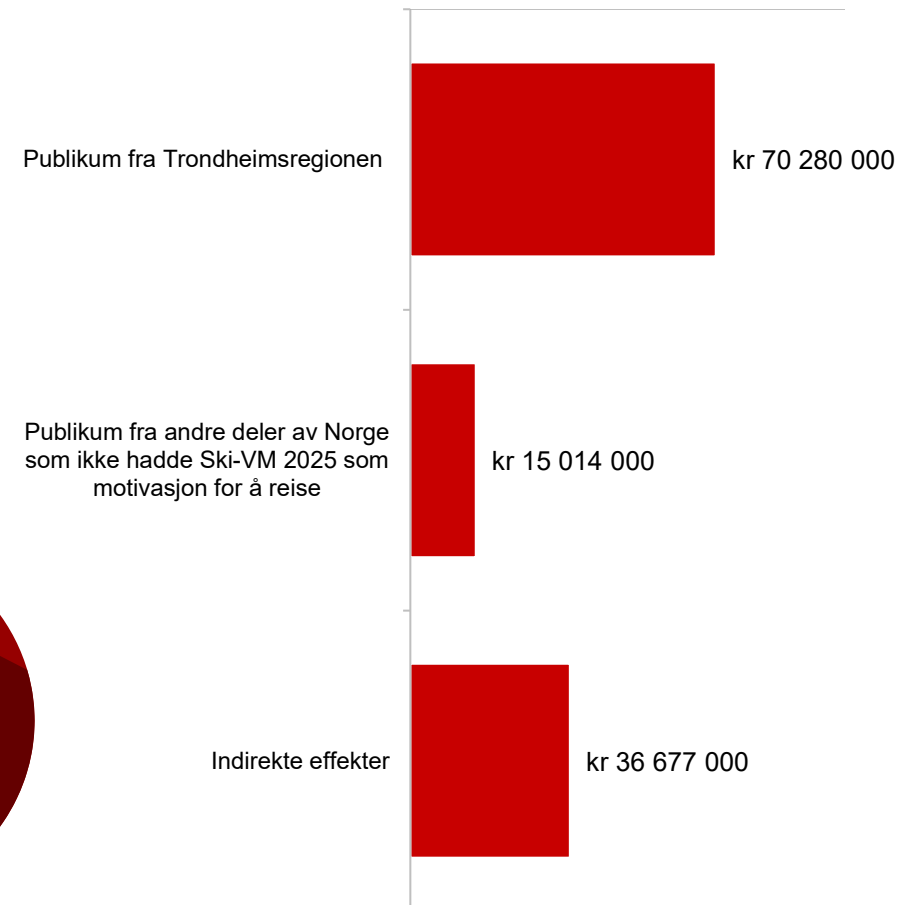
Dette forbruket førte til **indirekte effekter** på:

- **Lokalt publikum: 30,2 MNOK**
- **Ski-VM medvirket ikke reisen min: 6,5 MNOK**

Dette resulterer i totale økonomiske effekter på: 122 MNOK



Publikumsforbruk ekskludert fra ringvirkningsanalysen til Trondheimsregionen 2025



// GRANÅSEN IDRETTSPARK

Trondheim kommune har investert betydelige midler i forbindelse med Ski-VM 2025, med en total kostnadsramme på 1,2 milliarder kroner. Av dette utgjør **1,1 milliarder** kroner investeringer i Granåsen idrettspark. Disse investeringene omfatter blant annet oppgraderinger som gjør Granåsen til et moderne helårsanlegg, med fasiliteter som rulleskiløyper, ny fotballhall og forbedret infrastruktur for både vinter- og sommeridrett.

Selv om deler av kostnadene er direkte knyttet til gjennomføringen av mesterskapet, er en stor andel av investeringene ment å gi varig verdi for byens innbyggere og idrettsmiljø. Oppgraderingen av Granåsen legger til rette for økt aktivitet, bedre treningsforhold og muligheter for å arrangere både nasjonale og internasjonale konkurranser i fremtiden. Anlegget skal kunne brukes av både toppidrett og breddeidrett, og er tilgjengelig for skoleklasser, idrettslag og mosjonister året rundt.

Investeringene i Granåsen er en langsiktig satsing på idrett, folkehelse og byutvikling, med potensial for å styrke Trondheim som arrangementsby og idrettsarena i årene som kommer.

Investeringene i anlegg er ikke med i tallene for ringvirkninger, fordi en stor andel av disse pengene stammer fra Trondheim kommune, og er således ikke nye penger inn i regionen.

Kilde: Ski-VM koster Trondheim kommune 1,2 milliarder kroner – NRK Sport – Sportsnyheter, resultater og sendeplan



**TOTALT HAR DET BLITT INVESTERT
TILNÆMRET 1,1 MILLIARDER
KRONER I GRANÅSEN IDRETTSPARK**

// 4. ANDRE EFFEKTER

// BÆREKRAFTSMÅL I SENTRUM

«Målet er klart: Trondheim 2025 skal bli tidenes mest bærekraftige ski-VM.»

Kilde: Ski-VM Trondheim

Ski-VM Trondheim 2025 prioriterte seks bærekraftsmål der det var mulig å påvirke verden til et bedre sted.

Med dagens klimatiltak vil vinteren på den nordlige halvkulen krympe til 4,7 dager per tiår dersom dagens trender forsetter (FIS). Med et høyt utslippsscenario kan vinteren bestå av fattige 31 dager innen utgangen av århundret (FIS).

Skisporten har en unik evne til å samle mennesker på tvers av kulturer, aldre og landegrenser. Den bygger broer og engasjerer neste generasjon. Et arrangement av denne størrelsen kan være en arena hvor miljøvennlige løsninger promoterer, og Ski-VM sitt mål om å gi god informasjon til både publikum og besøkende kan påvirke enkelt individets holdninger tilknyttet bærekraft. – (Bære)kraften ligger i folk!

«Ambisjonen er å gjøre Ski-VM i Trondheim 2025 til et forbilde – en drivkraft som viser hvordan store idrettsarrangement kan gå foran i det grønne skiftet.»

Kilde: Ski-VM Trondheim

**SPONSOR
INSIGHT**



Trondheim 2025 skal legge til rette for bærekraftig verdiskapning og videreføre en (bære)kraftig arv til Trondheim og Trøndelag

- Ambisjon for Ski-VM 2025

ET MESTERSKAP FOR ALLE!

OVER 4 AV 5

ER ENIG I AT SKI-VM 2025 I TRONDHEIM VAR INKLUDERENDE

Kilde: Publikumsundersøkelse 2025

10 MINDRE ULIKHET



Ski-VM Trondheim 2025 markerte et viktig skifte i hvordan store internasjonale mesterskap kan bli brukt som verktøy for samfunnsendring. Arrangementet hadde som ambisjon å være langt mer enn et sportslig høydepunkt – det skulle være en arena for inkludering, likestilling og nytenkning.

En arbeidsinkluderende arena: Trondheim 2025 tok et tydelig samfunnsansvar ved å bruke verdensmesterskapet som plattform for å redusere utenforskap. Gjennom samarbeidet med en rekke aktører, tilrettela mesterskapet at flere fikk mulighet til å delta i arbeidslivet, både før og under arrangementet. Ved å åpne dørene for mennesker som står utenfor, viste Ski-VM hvordan idrett kan bidra til sosial inkludering og verdiskaping utover det sportslige.

Likestilling og mangfold i idretten: Mesterskapet utfordret også etablerte strukturer i idretten. Ski-VM Trondheim 2025 tok en ledende rolle i arbeidet for økt likestilling og integrering, og ønsket å være en rollemodell for fremtidige mesterskap. Dette ble vist tydelig gjennom flere banebrytende grep:

- For aller første gang ble **para-langrenn en integrert del av VM-programmet**, noe som ga utøverne en felles arena og synlighet på lik linje med øvrige grener.
- Kvinnelige og mannlige utøvere konkurrerte om **like premiepenger** – et historisk gjennombrudd i nordiske grener.
- Trondheim 2025 arbeidet for å få inn en **ekstra VM-øvelse for kombinert kvinner**, samt innførte en **miks lagkonkurranse i hopp stor bakke**, for å fremme kjønnsbalanse og mangfold i sporten.

Trondheim 2025 ble det første idrettsarrangementet i Norge som mottok tilgjengelighetsmerket – et tydelig bevis på målrettet arbeid for inkludering. En egen veileder for tilgjengelighet ved store vinterarrangement ble utarbeidet med støtte fra Stiftelsen DAM. Under mesterskapet ble det tilbudt skrive- og tegnspråktolkning, og tilrettelagt transport, slik at alle med spesielle behov kunne delta.

En varig påvirkning: Ved å sette likestilling, inkludering og mangfold høyt på agendaen, sendte Trondheim 2025 et sterkt signal til det internasjonale idrettssamfunnet. Disse grepene kan bidra til å forme nye standarder for hvordan mesterskap planlegges og gjennomføres, og inspirere fremtidige arrangører til å tenke helhetlig – ikke bare på medaljer, men på mennesker.

Slik viste Ski-VM at idrettens største arenaer også kan være en av samfunnets viktigste møteplasser.

Hentet fra: [Ski-VM Trondheim 2025](#)

**SPONSOR
INSIGHT**

«Trondheim 2025 skal være en drivkraft for innovasjon og være et forbilde for andre arrangører. Vi skal tilrettelegge for nye løsninger, bidra til økt kompetanse og være en katalysator for bærekraftig arbeid. Vi bidrar også i utviklingen av klimaverktøy for måling av bærekraft.»

- Ski VM Trondheim 2025



9 INDUSTRI,
INNOVASJON OG
INFRASTRUKTUR



// INNOVASJON FOR EN VARIG VINTER

Snow for the Future: Gjennom deltakelse i styringsgruppen til *Snow for the Future* støttet Trondheim 2025 et forskningsprosjekt som er avgjørende for fremtiden til skisporten. Prosjektet fokuserer på utviklingen av energieffektive og klimavennlige metoder for snøproduksjon i stadig varmere vintre. Dette er ikke bare viktig for å sikre gjennomføring av arrangementer som Ski-VM – det er også kritisk for å bevare vinteridrettens eksistens i et endret klima.

Ved å investere i og samarbeide om utvikling av ny teknologi for snøproduksjon, bidro Trondheim 2025 til å gjøre vintersport mulig i en fremtid med stadig mildere vintre. Dette har verdi både for eliteidrett, breddeidrett og destinasjoner som er avhengige av snø for turisme og lokal verdiskaping.

Green Producers Tool – måling av klimafotavtrykk: I samarbeid med Norges Skiforbund fungerte Ski-VM 2025 som pilot for utviklingen av *Green Producers Tool*, et banebrytende verktøy for kartlegging og reduksjon av CO₂-utslipp i idrettsarrangementer. Verktøyet bygger på forskningsbaserte metoder og gir en detaljert oversikt over hele arrangementets klimafotavtrykk – fra transport og energibruk til produksjon og gjennomføring.

Dette gjør det mulig å identifisere konkrete tiltak for utslippskutt, og samtidig gi en transparent og etterprøvbar rapport til kommende arrangører, som VM i 2027. Ved å være tidlig ute med å teste og forbedre dette verktøyet, var Ski-VM Trondheim 2025 med på å løfte hele arrangement bransjen i en grønnere retning. Dette setter en ny standard for hvordan idrettsarrangement kan planlegges og gjennomføres med miljøansvar som kjerneverdi.

Hentet fra: *FIS Nordic World Ski Championship 2025. Bærekraftsrapport.*

**SPONSOR
INSIGHT**

// SOSIAL BÆREKRAFT: FOLKEHELSE

En rapport¹ fra helsedirektoratet om videreutvikling av folkehelsepolitikken, understreker psykososiale faktorer sin betydning for livskvaliteten. Blant disse faktorene blir **sosiale relasjoner**, **samhørighet** og **tilhørighet** trukket frem.

Et konkret tiltak, som Helsedirektoratet trekker frem, er lokale arrangementer. Arrangementer i lokalmiljøet gir en møteplass for innbyggerne, og kan skape en følelse av tilhørighet til nærmiljøet. Rapporten fra Helsedirektoratet viser at en tilhørighet til nærmiljøet har en positiv effekt på mental helse. Å stå sammen med folkemengden og heie kan bidra til følelsen av å være en del av noe.

Et arrangement på denne størrelsen hjelper kommunene med å samle lokalbefolkningen – her kan det bygges relasjoner og bånd, som varer. Det kan også være en god arena for kommunene og lokale bedrifter å få spredt viktige budskap på.

¹ https://www.helsedirektoratet.no/rapporter/folkehelse-og-baerekraftig-samfunnsutvikling/Folkehelse%20og%20b%C3%A6rekraftig%20samfunnsutvikling.pdf/_attachement/inline/3bee41d0-0b38-4957-913e-bedad965e37a:a89f2b8d35a30992c90f2f4c4f872d2ffdd0abaa/Folkehelse%20og%20b%C3%A6rekraftig%20samfunnsutvikling.pdf

3 GOD HELSE OG
LIVSKVALITET



«Vi har en tydelig rolle som sosial entreprenør og skal være en inkluderende arena for alle.»

- Ski VM 2025 Trondheim

SPONSOR
INSIGHT

// SKI-VM BIDRO TIL IDRETTSGLEDE!

«Trondheim 2025 setter fokus på sosiale og fysiske aktiviteter tilpasset alle grupper. Vi skal inspirere til økt aktivitet for en bedre folkehelse og økt livskvalitet.»

-Ski VM Trondheim (arrangør)

Trondheim 2025 satt seg som mål å fremme sosiale og fysiske aktiviteter tilpasset alle samfunnsgrupper. Med dette ønsket de å inspirere til økt deltakelse i aktivitet som et virkemiddel for bedre folkehelse og høyere livskvalitet. Dette arbeidet er forankret i FNs bærekraftsmål nr. 3 – «God helse og livskvalitet» – og skal bidra til å redusere utenforskap og fremme mestring og fellesskap. For å konkretisere innsatsen, etablerte de **AktiVM**.

AktiVM var et bredt anlagt folkehelseinitiativ som hadde som mål å engasjere hele befolkningen gjennom fysisk og sosial aktivitet. Prosjektet fungerte som en inkluderende oppladning til Ski-VM i Trondheim 2025. Tiltakene under AktiVM inkluderte: **VM-løypa**, **Barnas mini-VM**, **VM-strikk**, **Kronprinsparets Fond** og **Early Birds**.

VM-løypa, ble etablert tidlig i prosjektet. Målet var å «*ta tilbake søndagsturen*» ved å tilrettelegge for tilgjengelige og sentrumsnære turløyper. Løypene ble bevisst utformet med enkel vanskelighetsgrad, slik at de kunne favne bredt og engasjere både lokale og regionale brukere. Prosjektet resulterte i totalt **49 etablerte løyper**, med over **8 500 innsjekk** og **1 250 registrerte deltakere**. I tillegg ble det utviklet to paraløyper i samarbeid med Beitostølen Helsesportsenter, og flere av løypene i Trøndelag ble tilrettelagt for rullestol og barnevogn.

Barnas Mini-VM var en omreisende skikarusell med mål om å skape gode skiopplevelser for barn i deres nærmiljø. I tillegg fungerte det som en læringsarena for utvikling av lokal arrangementskompetanse. Vinteren 2023/24 besøkte mini-VM hele **40 steder**, med lek og skiglede i sentrum. I 2024/25 fortsatte turneen med ytterligere **40 steder**. Antall deltakere på arrangementene lå på mellom **70-500**.

Hentet fra: *Evalueringsrapport AktiVM, 2025*.

97%

ER ENIG I AT SKI-VM 2025 I TRONDHEIM VAR MED PÅ Å LAGE IDRETTSGLEDE

Kilde: Publikumsundersøkelse 2025



3 GOD HELSE OG
LIVSKVALITET



3 GOD HELSE OG LIVSKVALITET



AKTIVM SINE TILTAK HAR LAGT TIL RETTE FOR LAVTERSKELAKTIVITETER OG BROBYGGER MELLOM ULIKE ALDERSGRUPPER OG SAMFUNNSLAG. SLIK SKAPES BÅDE TILHØRIGHET OG VARIGE HELSEVANER.



// SAMMEN FOR BEDRE HELSE

VM-strikk Trondheim 2025 ble etablert som en sosial og inkluderende aktivitet med mål om å engasjere mennesker med felles interesse for strikking og håndarbeid. I forkant av mesterskapet spredte strikkefeberen seg over hele landet, og prosjektet samlet inn over **1 250 par utøvere**. Disse ble delt ut som deltakerpremie til alle utøvere under VM. Facebook-gruppen knyttet til prosjektet har samlet over **10 000 medlemmer** og er aktiv den dag i dag. Det er også gjennomført totalt **55 strikkekafeer** fordelt på seks ulike steder i Trøndelag. VM-strikk Trondheim 2025 vant «*Nasjonalforeningen Trøndelags folkehelsepris 2025*» for sitt engasjement og bidrag knyttet til folkehelse.

Early Birds var et lavterskel bevegelsestilbud som samlet deltakere første fredag hver måned kl. 06:30 på **40 steder** i Norge. Aktiviteten var åpen for alle, med inkluderingsansvarlige på hver lokasjon. Deltakertallet varierte fra **10 til 500** per arrangement. Konseptet har skapt nye relasjoner og engasjert både privatpersoner, bedrifter og større arrangementer som Arendalsuka og Reiselivsmessa.

Hentet fra: *Evalueringsrapport AktiVM, 2025.*

**SPONSOR
INSIGHT**



// ANSVARLIG FORBRUK I PRAKSIS

Ski-VM i Trondheim 2025 satt bærekraft høyt på agendaen gjennom en tydelig satsing på plastsmarte løsninger. Arrangementet hadde som mål å redusere unødvendig plastbruk og fremme gjenbruk, med ambisjonen om å gjøre utendørs vinterarrangement mer miljøvennlige. Gjennom konkrete tiltak skulle mesterskapet bidra til varige regionale ringvirkninger slik at både små og store arrangementer i fremtiden får bedre forutsetninger for å håndtere plastbruk på en mer bærekraftig måte. I tillegg ville Ski-VM bruke anledningen til å engasjere og utdanne barn og unge i smart plastbruk og viktigheten av å forebygge forsøpling – *en investering i framtidens holdninger og løsninger.*

Trondheim 2025 skulle også fremme bærekraft gjennom maten som ble servert. Ved å basere seg på lokale råvarer fra hav, fjell og jordbruk, ønsket arrangøren å løfte fram Trøndelag som en stolt matregion. I samarbeid med lokale matprodusenter ble det utviklet et bærekraftig matkonsept som både fortalte historien om regionens matkultur og ga publikum en smak av kortreist kvalitet. Mesterskapet ble dermed også en plattform for å styrke lokal verdiskaping og redusere klimaavtrykket fra matproduksjon og transport.

Ved å løfte frem plastsmart tenkning og bærekraftig mat på en konkret og synlig måte, inspirerte arrangementet både publikum og internasjonale arrangører til å ta mer miljøbevisste valg. Samtidig ved å støtte lokale bedrifter og produsenter, bidro mesterskapet til å styrke det regionale næringslivet og bygge robuste lokalsamfunn – både økonomisk og sosialt. Lokale leverandører fikk vist fram sin kompetanse og sine produkter for et internasjonalt publikum, noe som kan gi varig verdiskaping langt utover mesterskapets rammer.

Hentet fra: [Ski-VM Trondheim 2025](#)

// **SKI-VM SOM SAMARBEIDSARENA**

To fyrtårnprosjekter er definert under FNs bærekraftsmål nr. 17 – *Samarbeid for å nå målene*:

SPOR – Et bærekraftig bedriftsnettverk: I tilknytning til Ski-VM 2025 ble bedriftsnettverket SPOR etablert, med mål om å skape bærekraftig verdiskaping der verdensmesterskapet fungerte som drivkraft og plattform. Nettverket bygde på prinsippene om åpenhet og transparens, og gjorde arrangementets bærekraftsarbeid tilgjengelig for alle. Dette initiativet bidro til erfaringsdeling, økt ansvarlighet og styrket samhandling mellom næringsliv og samfunn. Nettverket samlet over **200 bedrifter**.

Ungt lederprogram – Fremtidens bærekrafts ledere: Trondheim 2025 utviklet et lederprogram for unge i alderen 18–26 år, med fokus på ledelse, bærekraft, teknologi og arrangementsutvikling. Programmet ga unge talenter praktisk innsikt og faglig utvikling i et tverrfaglig miljø, samt la til rette for personlig vekst og profesjonell modning. Dette bidro til å bygge en ny generasjon ledere som er rustet til å møte fremtidens utfordringer med bærekraft som kjerneverdi. Samtidig ga det unge lederprogrammet, unge mennesker en arena for medvirkning og læring, og styrket demokratisk deltakelse, sosial mobilitet og inkludering. Når unge får mulighet til å engasjere seg i meningsfulle oppgaver, skapes det en kultur for engasjement, ansvar og fremtidstro – som igjen fører til et mer robust, bærekraftig og inkluderende samfunn.

Hentet fra: *FIS Nordic World Ski Championship 2025. Bærekraftsrapport.*



«Trondheim 2025 skal være en samarbeidsarena som bygger kompetanse og fremmer bevissthet om bærekraftig verdiskaping.»

- Ski VM 2025 Trondheim

**17 SAMARBEID
FOR Å NÅ MÅLENE**



// ET GRØNNERE MESTERSKAP

Ski-VM Trondheim 2025 tok et tydelig ansvar for å redusere klimaavtrykket knyttet til mesterskapet. Arrangøren oppfordret både utøvere, publikum, samarbeidspartnere og leverandører til å ta ansvarlige valg med fokus på miljø og klima.

To sentrale fyrtårnprosjekter ble utviklet og gjennomført i tråd med dette målet:

Under Ski-VM 2025 i Trondheim ble det lagt stor vekt på bærekraftig avfallshåndtering. Effektive systemer for resirkulering, gjenbruk og kildesortering ble etablert, og engangsprodukter ble i stor grad erstattet med gjenbrukbare alternativer. Publikum fikk gode muligheter til å sortere avfall riktig, takket være tydelig merking og tilgjengelige sorteringsstasjoner.

Arrangørene stilte strenge krav til leverandørene for å sikre ansvarlig forbruk og redusere unødvendig produksjon. Spiselig overskuddsmat ble distribuert videre, og det ble samarbeidet med flere aktører for å sikre at emballasje brukt i matservering var både resirkulerbar og miljøvennlig.

Resultatet av disse tiltakene var en sorteringsgrad på **50%**, over det opprinnelige målet på **40%**. Totalt ble **37,5 tonn** avfall materialgjenvunnet, og den samlede avfallsmengden ble redusert med rundt **50 tonn** sammenlignet med Ski-VM i Holmenkollen i 2011.

Transport og mobilitet: For å redusere klimagassutslipp ble det ikke tilbudt publikumsparkering i Granåsen. I stedet tok hele **308 000 personer** buss til arenaen, noe som tilsvarte en besparelse på utslipp fra rundt 7 500 biler. Det ble også tilrettelagt for sykkel- og skiparkering i gangavstand til arenaen for å fremme bærekraftige reisemåter. I tillegg ble 76 elektriske biler brukt til transport av gjester og varer, noe som halverte utslippene sammenlignet med fossildrevne alternativer. Totalt ble det kjørt over **166 000 km** med elbil under mesterskapet.

På Ski-VMs offisielle nettside var det tilgjengelig informasjon om hvordan man kunne komme seg til Granåsen-skistadion. Uavhengig av hvor publikum reiste fra, hadde arrangøren en tydelig oversikt over kollektive reiseruter. Publikum ble aktivt oppfordret til å velge miljøvennlige alternativ som gange, sykkel eller ski.

204 000 mennesker tok ruten «Granåsen 2025». Spesielt for VM-shuttelen ble det satset på en blanding av drivstoffteknologier, med 28% elbusser og 36% biogassbusser, noe som førte til at en betydelig andel av de totalt 180 402 kilometerne kjørt med skyttelbussene var fossilfrie.

Gjennom dette bidro Ski-VM i Trondheim til å fremme bærekraftig mobilitet og økt bevissthet rundt klimavennlige transportvalg – et viktig ledd i arbeidet med å redusere mesterskapets klimaavtrykk.

Hentet fra: *FIS Nordic World Ski Championship 2025. Bærekraftsrapport.*

13 STOPPE
KLIMAENDRINGENE



SPONSOR
INSIGHT

**VI HÅPER DU ER FORNØYD MED RAPPORTEN. HAR
DU SPØRSMÅL, TILBAKEMELDINGER ELLER
TRENGER ASSISTANSE PÅ ANDRE OMRÅDER?**

Besøk oss på www.sponsorinsight.no

For spørsmål til rapporten:

Lisa Marie Trønnes Røren

Prosjektleder

+47 948 95 340

lisa@sponsorinsight.no

Fredrik Thune-Larsen

Analysesjef

+47 908 59 328

fredrik@sponsorinsight.no