



# Legacy av idrottsevenemang

En litteraturstudie och en modell baserad på de sju kapitalen

Tommy D Andersson



# Innehåll

<b>Förord</b> .....	3	Snow Fest .....	13
<b>En definition av legacy</b> .....	4	Legacy av megaevenemang.....	14
<b>Effekter av evenemang</b> .....	4	Positiv legacy .....	14
<b>Typologier av legacy</b> .....	5	Negativ legacy .....	14
<b>Legacy i akademisk forskning</b> ...	6	<b>Kan man värdera legacy?</b> .....	15
<b>De sju kapitalen för att strukturera legacy</b> .....	7	<b>Det går att påverka legacy</b> .....	16
<b>Exempel på legacy enligt de sju kapitalen</b> .....	10	<b>Legacy Management</b> .....	16
<b>Positiv och negativ legacy</b> .....	10	Innan man ansöker .....	17
<b>Några internationella fallstudier</b> .....	12	När man förbereder för evenemanget .....	17
The Tour Down Under .....	12	Under evenemanget .....	19
		Efter evenemanget .....	20
		<b>Sammanfattande punkter om Legacy Management</b> .....	22
		<b>Bibliografi</b> .....	23

**Legacy av idrottsevenemang**  
av Tommy D Andersson,  
Centrum för turism Göteborgs universitet

**Form & produktion:** Normy AB, 2019

**Text:** Riksidrottsförbundet

**Foto:** Bildbyrån

# Förord

Denna rapport har sin upprinnelse i ett uppdrag från Riksidrottsförbundet att söka och sammanfatta akademiska studier om begreppet *legacy*. Detta uppdrag redovisades sedan vid en träff med evenemangsledare, huvudsakligen från idrottsrörelsen, som genomfördes i april 2019.

Inför detta föredrag funderade jag på hur man skulle kunna sätta in *legacy* i ett ramverk och undvika en tröttande uppräkningslista av de många studier av *legacy* som genomförts. Då kom jag att tänka på ”De Sju Kapitalen” som på ett intressant sätt omfattar de resurser som samhället bygger på.

Tidigare har jag använt de sju kapitalen i föredrag och funnit att de engagerar och förmår att ge en helhetsbild. Men jag har aldrig tidigare skrivit om dem. De sju kapitalen vilar, vart och ett av dem, på axlarna av akademiska giganter (bl. a. David Ricardo, Karl Marx, Pierre Bourdieu, Edward Banfield och Gary Becker) men det är inte vanligt att man ställer samman dem och särskilt inte att man använder dem för att analysera *legacy*.

Därför vore det för mig spännande att veta om läsaren tycker att denna modell tillför något för arbetet med *legacy*. Alla kommentarer är välkomna ([tommy.andersson@handels.gu.se](mailto:tommy.andersson@handels.gu.se)). Om denna modell ger upphov till kreativa idéer så är det för mig en tillräcklig *legacy* av detta projekt.

Träffen i april med idrottsledare var mycket stimulerande och jag fick uppleva glädjen med att forska och föreläsa. Särskilt vill jag tacka Leif Johansson och Stina Algotson som verkligen bidrog till detta. Mina kollegor vid Centrum för turism, John Armbrecht, Erik Lundberg och Martin Öberg, har läst igenom tidigare versioner och missade naturligtvis inte tillfället att ge nedgörande kritik som jag först uppfattade som fullständigt irrelevant men som jag senare insåg var ytterligare ett bevis på deras klokskap och kunnande. Sandhiya Goolaup har hjälpt till med att söka litteratur inom området.

Göteborg den 21 april 2019

**Tommy D Andersson**

*tommy.andersson@handels.gu.se*

# En definition av legacy

**LEGACY** är ett relativt nytt begrepp i evenemangsvärlden. Även om Donald Getz använde ordet i en lärobok redan 1991 så har det inte blivit vanligt i engelskspråkig litteratur förrän 2005 och framöver (Thompson m fl., 2018). Begreppet fyller en viktig funktion genom att peka på att evenemang ger många fler effekter på samhället än ekonomiska effekter vilka vanligtvis dominerar diskussionen.

En definition av legacy kan helt enkelt formuleras som: ”*Alla de materiella och immateriella effekter som finns kvar efter ett evenemang*”<sup>1</sup>. I akademisk forskning har begreppet använts särskilt för megaevenemang som t.ex. OS. Vanliga exempel på materiell legacy kan då vara att OS leder till nya idrottsanläggningar och nya eller förbättrade vägar och flygplatser. Som immateriell legacy kan man lyfta fram positiva minnen och stolthet hos befolkningen över evenemanget och ett ökat idrottsintresse efter evenemanget.

Syftet med denna rapport är att belysa begreppet legacy, särskilt i relation till mindre och medelstora evenemang. Med hjälp av forskningsresultat kommer vi, förutom att definiera begreppet, också att diskutera olika typer av legacy. En redogörelse av de typer som oftast förekommer i internationell forskning följs av ett förslag att kartlägga legacy med hjälp av de resurser i samhället som påverkas. Därefter presenteras legacy av två mindre evenemang i Australien samt några exempel på både positiv och negativ legacy av megaevenemang. Detta följs av en diskussion om hur legacy kan värderas och hur det bör hanteras. Slutligen ges råd och förslag till *Legacy Management*. Detta avsnitt är relativt omfattande och mynnar ut i ett antal sammanfattande punkter.

Måste det kallas *legacy* på svenska? Det stör förvisso språkkänslan men har nu blivit så pass etablerat och väl definierat att det är svårt att ändra till en svensk motsvarighet som t.ex. ”kvarlåtenskap”, ”arv” eller kanske något mindre dramatiskt ”avtryck” eller ”långsiktiga effekter”. Det beror också på att begreppet uppkommit i engelskspråkiga studier och där kommit att bli en del av den, även i svenska språket, accepterade ekonomistiska terminologin. Vi väljer därför att använda ordet legacy även om det fortsätter att skava på språkkänslan.

## Effekter av evenemang

Evenemangsforskning var redan från början kopplad till att utreda ekonomiska effekter. En av de första evenemangsforskarna var Brent Richie från Kanada som skrev ”*Assessing the impact of hallmark events*” (Brent Ritchie, 1984) och något senare skrev Tommy Andersson ”*Samhällsekonomi kring stora publikevenemang: analys av Dylan/Santanagalan i Göteborg juni 1984*”. Båda dessa studier, liksom många studier senare, beräknar de ekonomiska effekterna av att ett stort antal turister kommer till destinationen för att besöka ett evenemang. Båda dessa studier, liksom många studier senare, påpekar emellertid också att förutom de direkta ekonomiska effekterna av besökande turister så uppkommer en mängd andra både positiva och negativa effekter som inte fångas av studien.

---

<sup>1</sup> Den i akademiska sammanhang oftast refererade definitionen lyder: ”Legacy is planned and unplanned, positive and negative, intangible and tangible structures created through a sport event that remain after the event.” (Gratton and Preuss 2008, p. 1924)

Legacy kan förstås mot denna bakgrund som en ansats att fånga in mer än de ekonomiska effekterna i en bedömning av evenemangseffekter och särskilt då mer långvariga effekter. Det är en bred ansats såtillvida att inte bara materiella utan också immateriella (mjuka) effekter skall inkluderas och inte bara effekter som uppkommer under evenemanget utan också effekter som uppkommer före evenemanget och som dröjer kvar länge eller som kanske inte uppkommer förrän efter en viss tid.

Det kan nog ibland också vara så att man letar efter legacy för att bättra på en kalkyl som utan legacy skulle visa på ett ekonomiskt underskott vilket är helt korrekt eftersom en förkalkyl bör täcka in så många effekter som möjligt. Även för forskaren är det viktigt att få med så många effekter som möjligt så länge man på ett pålitligt sätt kan identifiera dessa och helst på ett sätt som gör dem jämförbara med direkta ekonomiska effekter. Detta betyder dock inte att legacy alltid är positivt utan det finns många typer av legacy, både materiella och immateriella, som är negativa och medför samhällsekonomiska kostnader.

### Typologier av legacy

Det finns inte någon allmänt accepterad typologi för legacy men man kan nämna tre förslag till typologier som publicerats:

1. En åtskillnad mellan transitoriska och permanenta effekter (Preuss, 2007) fungerar för att skilja mellan t.ex. de övergående (transitoriska) effekter som föreligger endast under ett evenemang och de permanenta effekter som finns kvar också efter evenemanget. Permanent är kanske ett olämpligt ord eftersom knappast någon effekt finns kvar för evigt. Att beskriva legacy som permanenta effekter är därför inte riktigt bra. Definitionen kräver endast att legacy finns kvar efter evenemanget. Så småningom bleknar även minnen, anläggningar förfaller och vunnen kunskap glöms bort. De svenska termerna övergående (för transitoriska) och långsiktiga (för permanenta) är därför lämpligare att använda.
2. Gratton och Preuss (2008) gjorde i den definition som vi refererade till ovan en uppdelning i:
  - materiella och immateriella effekter;
  - planerade och oplanerade effekter och i
  - positiva och negativa effekter.
3. Chappellet (2012) föreslår en indelning i fyra dimensioner:
  - territoriella – individuella;
  - medvetna – omedvetna;
  - globala – lokala; och efter
  - idrottsrelaterade – icke idrottsrelaterade.

Brown m fl (2015) argumenterade för att legacy utgörs av *möjligheter till långsiktiga effekter*. Ett evenemang skapar möjligheter till exempelvis ekonomisk utveckling, fler idrottsaktiviteter och fler framtida idrottsevenemang. Dessa möjligheter utgör legacy som ibland realiserar och ibland rinner ut i sanden.

## Legacy i akademisk forskning

Forskare i Australien (Thomson et al., 2018) gjorde nyligen en genomgång av alla engelskspråkiga artiklar i akademiska tidskrifter om legacy som är förknippad med idrotts- evenemang. Forskarna fann 305 artiklar publicerade under tidsperioden 2000-2016. Man jämförde bl. a. hur legacy har definierats, vilka forskare som dominerar och i vilka länder man forskar om legacy. En aspekt forskarna katalogiserade var vilka typer av legacy som uppmärksammats i dessa artiklar. Tio typer av legacy beskrevs i artiklarna och de tre typer som oftast förekom var:

1. Samhällslivet: ökad interaktion i samhället, politiska effekter och kulturell aktivitet;
2. Ökad idrottslig aktivitet: motion och träning på gräsrotsnivå, anläggningar för aktiviteter;
3. Ekonomi: ekonomiska aktiviteter för att ta vara på nya möjligheter tack vare evenemanget;

Dessa tre dominerar i akademisk forskning. En "bubblare" som blivit vanligare under senare år är:

4. Miljö och hållbarhetsaspekter vilket innefattar kunskap och erfarenhet om hur man utformar och driver hållbara evenemang.

De följs av ett ganska stort antal artiklar som behandlar:

5. Nybyggnationer som ej är direkt relaterade till idrott såsom vägar, bostäder samt upprustning och försköning av staden.
6. Idrottens infrastruktur såsom nybyggda arenor, parkeringsplatser och träningsanläggningar
7. Hälsoeffekter generellt i befolkningen kopplat bl a till p. 2 ovan.
8. Ökad kunskap om idrott och medvetenhet om idrottens värde för samhället
9. Framgångsrika elitidrottare: tack vare inspiration, lokalt stöd och nya träningsmöjligheter kan idrottsevenemang leda till en framgångsvåg för elitidrotten (t.ex. Friidrotts VM i Göteborg 1995)
10. Lokal historia: gemensamma minnen, symbolik och upplevda "historiska" händelser.

Förutom dessa tio typer menar artikelförfattarna (Thompson et al., 2018) att man saknar:

- Kompetensuppbyggnad inom administration, redovisning och finansiering för att leda och utveckla idrott och idrottsevenemang.

Man skulle också vilja tillföra några andra aspekter såsom:

- Ökad turism efter evenemanget; både "återvändare" och turister som uppmärksammat destinationen tack vare evenemanget;
- Orten sätts på kartan och får ökad "goodwill" förutsatt att evenemanget var lyckat
- Ökat idrottsintresse som leder till fler åskådare och större idrottsengagemang på orten
- Fler evenemang för orten tack vare uppbyggd kompetens, "goodwill" och idrottsintresse
- Ungdomsaktivitet som ger ungdomen goda alternativ för sin fritidsverksamhet
- Identitet och lokal stolthet bland befolkningen.

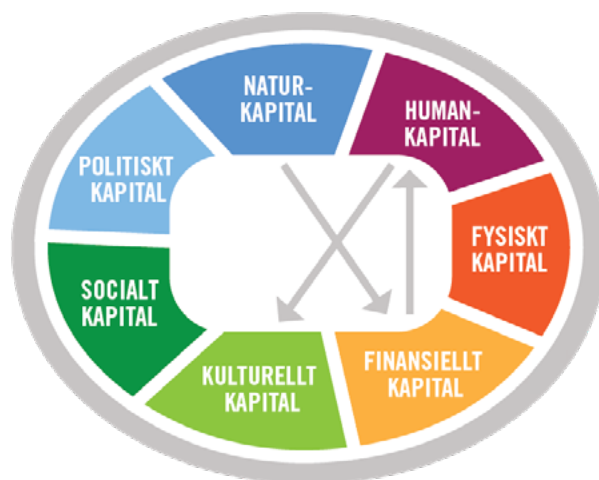
Listan innan är baserad på hur många studier som gjorts över respektive typ av legacy. De immateriella effekterna har ägnats mest uppmärksamhet. Mjuka effekter som ökad social interaktion och kulturella effekter ligger i topp tillsammans med politiska effekter. Därefter följer förhoppningar om att idrottsevenemang stimulerar till större idrottsaktivitet. En stor studie som publicerades 2015 (Ramshandani m.fl, 2015) gör en grundlig genomgång av de effekter nio medelstora idrottsevenemang i England hade på åskådarnas idrotts- och motionsaktiviteter. Forskarna kunde inte säkert visa att det blev fler motionärer även om vissa som tidigare motionerade gjorde detta i högre grad efter evenemangen. Forskarna formulerade sin slutsats som ”Evenemangen fungerade som en predikan för de redan frälsta men lyckades inte missionera till nya skaror”.

Materiell legacy finns med först på femte och sjätte plats i form av infrastrukturella satsningar. Att staden förskönas inför ett evenemang och vägnätet upprustas är en typ av legacy som skapar värde för hela samhället. Nya idrottsanläggningar utgör däremot en typ av legacy som riktar sig till de idrottsintresserade och där det ofta finns delade meningar i samhället om värdet av dessa anläggningar och denna typ av legacy.

### De sju kapitalen för att strukturera legacy

Listan ovan visar att legacy omfattar många olika typer av effekter och det finns ett behov av att klassificera dessa effekter och att sätta in dem i ett sammanhang för att beskriva effekter på samhällets totala resurser. Ett samhälle bygger på resurser av många olika slag. Materiella resurser från naturen, fabriker och vägnät har inget värde om de inte kombineras med mänskliga resurser som kunskap, arbete, organisationsförmåga och kultur. Det är en utmaning att finna en modell som omfattar dessa totala resurser i ett samhälle.

Vi föreslår ett ramverk som vi kallar ”de sju kapitalen”. Det är ett övergripande perspektiv som ligger bakom detta ramverk där man delar upp samhällets alla resurser i sju typer av kapital (Emery & Flora, 2006; Mykletun, 2009). Dessa innefattar fysiskt, kulturellt, socialt, politiskt och finansiellt kapital såväl som naturkapital och humankapital. Genom att använda begreppet kapital så görs det tydligt att dessa kapital är utbytbara mot varandra och kan kopplas samman. Exempelvis kan samhället satsa finansiellt kapital på utbildning. Då minskar det finansiella kapitalet men humankapitalet ökar. Ett annat exempel kan vara begåvade musiker med ett stort humankapital. De skapar musik som blir en del av det kulturella kapitalet. Ett tredje exempel kan vara skog som avverkas och säljs så att naturkapital omvandlas till finansiellt kapital.



Figur 1. De sju kapitalen och tre exempel på hur de är sammankopplade.

Tanken är nu att ett evenemang påverkar dessa sju kapital så att vissa ökar och andra kanske minskar. Legacy utgörs då av alla dessa förändringar i de sju kapitalen. Följande sju kapital föreslår vi som ett ramverk för att identifiera olika typer av legacy:

1. **Naturkapitalet** är på många destinationer en viktig resurs också för turism. Idrotts-tävlingar som orientering, terränglopp och mountain-bike tävlingar utnyttjar (och förbrukar ibland också) naturkapitalet och arrangörer måste vara noga med att inte lämna fula spår efter evenemangen. Det stora intresset för miljöeffekter ökar vikten av detta. Miljöeffekter är till stor del kopplade till naturkapitalet (Cater & Cater, 2007). Man måste tänka på att inte störa balansen och den biologiska mångfalden genom en intensiv belastning med ett evenemang i naturen. Ett evenemang kan också öka naturkapitalet och utveckla naturresurser till ett ökat samhällsekonomiskt värde genom att göra naturen mer tillgänglig efter evenemanget. Nya varsamt anlagda skidspår kan möjliggöra naturupplevelser och ge ett samhällsekonomiskt värde efter ett skideevenemang.
2. **Humankapitalet** består av samhällsmedborgarnas kompetenser, kunskap, arbetsförmåga och entreprenörskap. Även medborgarnas hälsa, attityder, lycka och livskvalitet hör till humankapitalet. För de flesta samhällsaktiviteter är humankapitalet oundgängligt. Idrottsledare som ideellt bidrar med kompetens, kunskap, arbete och entreprenörskap utgör basen för många evenemang. Om humankapitalet överutnyttjas kan det minska i form av leda och stress men ett måttligt utnyttjande kan i stället innebära att samtidigt som humankapitalet utnyttjas så ökar det i form av ökat kunnande, erfarenhet och kompetens. Vid stora komplicerade evenemang kan kompetens och entreprenörskap tas in till destinationen utifrån men då med hjälp av finansiellt kapital som minskas på destinationen för att betala för dessa tjänster samtidigt som man går miste om möjligheten att bygga upp lokal kompetens. Idrottsevenemang kan leda till ett ökat intresse för motion och en bättre hälsa och livskvalitet hos befolkningen vilket ökar humankapitalet.



- 3. Fysiskt kapital** omfattar huvudsakligen den materiella infrastrukturen. För idrotts- evenemang behövs anläggningar, transportleder för deltagare och publik och parke- ringsplatser. Dessutom påverkas samhällets besöksnäring i form av hotell och restau- ranger. Kostnaden för upprustning och eventuell nybyggnation av anläggningar finns ofta med som negativa poster i en ekonomisk kalkyl som speglar hur det finansiella kapitalet investeras. Legacy effekter är däremot oftast positiva och speglar hur det ökade värdet av fysiskt kapital (till följd av minskat finansiellt kapital) leder till en förskönad stad och bättre infrastruktur på destinationen även långt efter evenemanget har ägt rum. Detta kan i sin tur leda till ökad turism, bättre vägnät och ökade möjlig- heter att idrotta för samhällets medlemmar vilket är effekter som finns kvar efter evenemanget och därför blir legacy i form av fysiskt kapital.
- 4. Finansiellt kapital** spelar normalt en huvudroll i prognoser över och utvärderingar av evenemangseffekter. Det är det mest likvida av de sju kapitalen och kan omvandlas till flera av de övriga sex kapitalen. Därför behövs ofta finansiellt kapital för att förbereda ett evenemang och för att investera t.ex. i fysiskt kapital. Om evenemangsarrangören har begränsat med eget kapital krävs förtroende och socialt kapital för att kunna låna finansiellt kapital innan intäkterna börjar komma. Framgångsrika evenemang gene- rerar ofta mycket finansiellt kapital som kommer andra aktörer (som hotell och restauranger) till del och dessa intäkter förvandlas delvis till socialt kapital i form av goda relationer mellan besöksnäringen och evenemangsarrangören.
- 5. Kulturellt kapital** omfattar traditioner, seder och levnadsvanor som går i arv generation efter generation. Mycket tyder på att kreativitet och entreprenörskap ofta hämtar näring ur det kulturella kapitalet. Evenemang bygger kulturellt kapital och de värde- ringar som är viktiga för idrott blir en del av det kulturella kapitalet. Dessa gemensamma värderingar betyder mycket för ett samhälle och idrott blir ett medel att bygga ett mångkulturellt samhälle på en gemensam värdegrund.
- 6. Socialt kapital** utgörs av de nätverk som finns på en destination. Idrottsevenemang är ofta attraktiva projekt som kan mobilisera sociala nätverk. Dessa nätverk kan ge positiva impulser för att fatta nödvändiga beslut och för att skaffa finansiering och garantier för evenemang. För att behålla sociala nätverk måste strömmar av tjänster information och värden flyta i båda riktningar. Humankapitalet ”entreprenörskap” spelar ofta en avgörande roll för att både ta och ge nytta genom sociala nätverk. Liksom för humankapital kan ett framgångsrikt projekt öka det sociala kapitalet trots att det utnyttjas. Idrottsrörelsen utgör oftast ett starkt socialt nätverk på en ort och förfogar över ett stort socialt kapital. Misslyckade projekt kan emellertid tära på det sociala kapitalet och särskilt om associala beteenden som (vänskaps)korruption gör att den socialt viktiga tilliten i samhället skadas.
- 7. Politiskt kapital** kan på många sätt påverka beslut som är nödvändiga för att genomföra ett evenemang. Ett lyckat evenemang som har genomförts väl med politikernas stöd ökar det politiska kapitalet. Politikerna, som hanterar det politiska kapitalet, syns ofta på huvudläktaren för att knyta sin person och sitt parti till det politiska kapital som ett evenemang genererar. I många väljares ögon är det ekonomiska utfallet avgörande för om ett evenemang genomförts väl och därför förekommer inte sällan mer eller mindre korrekta ekonomiska utvärderingar som visar ett positivt ekonomiskt resultat och som på så sätt räddar det politiska kapitalet. Vissa idrottsevenemang kan kräva impopulära politiska beslut (enligt vissa väljares bedömning) och modiga politiker kan då behöva utnyttja och satsa en del av sitt politiska kapital för att fatta dessa beslut.

## Exempel på legacy enligt de sju kapitalen

För att ge några exempel på hur legacy kan klassificeras i de sju kapitalen kan vi diskutera de typer av legacy som finns på ”tio i topp” listan ovan där Thompson m.fl. (2018) gått igenom över 300 vetenskapliga arbeten om legacy.

1. Ökad interaktion i samhället leder till ett större *socialt kapital* och kulturella aktiviteter ökar dessutom det *kulturella kapitalet*. Många studier analyserar politiska effekter och hur det *politiska kapitalet* påverkas.
2. Ökad idrottslig aktivitet kan ha positiva effekter på *humankapitalet* i form av bättre hälsa och nya anläggningar för att motionera faller under nytt *fysiskt kapital*.
3. Nya ekonomiska möjligheter som utnyttjas kommer att bringa in mer *finansiellt kapital* i samhället och en ökad ekonomisk aktivitet leder troligen också till större *humankapital* i form av ökat t ex affärskunnande och socialt kapital i form av utvecklade affärsnätverk.
4. ”Bubblaren” – miljö- och hållbarhetseffekter visar på den ökade vikt och omsorg vi nu ger åt *naturkapitalet*.
5. Därefter följer på rankningen över de vanligaste typerna av legacy två exempel på förändringar i *fysiskt kapital* i form av försköning av staden, nybyggda vägar och bostäder såväl som...
6. ... nybyggda och upprustade idrottsanläggningar.
7. Hälsoeffekter påverkar *humankapitalet*.
8. En ökad medvetenhet om idrottens värde påverkar *kulturkapitalet* och *humankapitalet*.
9. Ett ökat idrottsintresse till följd av framgångsrika elitidrottare påverkar *kulturkapitalet* och *humankapitalet*.
10. En lokal historieskrivning och symbolik kring ett evenemang ger tillskott till *kulturkapitalet*.

## Positiv och negativ legacy

De flesta akademiska forskare inom detta område är överens om att legacy omfattar såväl positiva som negativa effekter även om ordet legacy i sig har en positiv klang. De exempel vi hittills diskuterat har också varit övervägande positiva effekter. Ibland kan en och samma effekt vara både positiv och negativ. Olika intressen i samhället kan påverka om en effekt värderas positivt eller negativt. Idrottsevenemang har ofta ett stort positivt legacy värde för de idrottsintresserade som uppskattar upprustade eller nya anläggningar såväl som starka upplevelser på plats. Positiv legacy kan också uppkomma långt efter ett evenemang när det ekonomiska uppsvinget för länge sedan har klingat av. Hotell och restauranger har återgått till normal verksamhet och evenemangsturisterna har åkt hem igen. Men mycket kan ändå finnas kvar efteråt. Även om den största delen av turistsättningen har förbrukats till inköp, löner mm och därför inte räknas som legacy så kan ett rejält överskott finnas kvar i samhället och i t.ex idrottsföreningen som en långsiktig effekt. Detta finansiella överskott är i sig legacy som senare, kanske långt efter evenemanget, kan investeras i ny utrustning eller ungdoms-aktiviteter vilka blir legacy som realiseras när investeringen görs. Ungdomsaktiviteterna kan i sin tur leda till att nya stjärnor föds. Man kan fundera över om t.ex. Christian Olssons framgång kan betraktas som legacy av friidrottsVM i Göteborg 1995.

Den ”klassiska” konflikten gentemot skolor och sjukvård illustrerar ofta att en del av befolkningen tycker att idrottsevenemang är ett slöseri med allmänna medel och särskilt minns trafikstörningar under evenemanget och gärna talar om de nya anläggningarna som ”vita elefanter”. Inte sällan spelar mediebevakningen en stor roll för om värdet av legacy upplevs positivt eller negativt i ett samhälle.

Några exempel på negativa och positiva legacy effekter finns i tabell 1 på sidan 12.

*Naturkapitalet* som är beroende av evenemangets miljö- och hållbarhetspolicy kan påverkas negativt av en tävling i naturen där man underlåter att bevara värdefull natur. En mountain-bike tävling som inte tar sådana hänsyn påverkar *naturkapitalet* negativt. Däremot kan *naturkapitalet* ökas med varsamt anlagda skidspår som ökar befolkningens möjligheter att ta till sig naturvärden.

Flera studier pekar på den kunskapsuppbyggnad som ett evenemang kan generera lokalt. Detta är särskilt relevant för idrottsrörelsen med många ideella funktionärer. Att då i stället hyra in externa administratörer är negativt. Även om det inte direkt minskar *humankapitalet* så går man miste om den positiva legacy effekten att ge lokala ledare ökad kompetens.

*Socialt kapital* bygger på tillit och det är ett skört nätverk som kan trasas sönder av korrupta beslut. Medier spelar en viktig social roll och har stor påverkan på hur det sociala kapitalet påverkas. Ökad social interaktion genom volontärsarbete är ett klassiskt sätt att öka socialt kapital.

Om *fysiskt kapital* i form av anläggningar används utan att underhållas kommer det fysiska kapitalet att minska till följd av förslitning. Nya anläggningar innebär däremot ett ökat fysiskt kapital. Det blir ofta en avvägning mellan ett större finansiellt överskott från evenemanget å ena sidan och en ökning av det fysiska kapitalet å andra sidan. Det är då viktigt att det rör sig om idrottsanläggningar som kommer att användas och vara till nytta efter evenemanget och inte blir överdimensionerade och felplacerade. Det kan i så fall bli ett fysiskt kapital som har ett negativt värde även om det kostat stora summor.

Det företagsekonomiska resultatet påverkar det *finansiella kapitalet*. Ett misslyckat evenemang, kanske pga av dåligt väder, kan efterlämna skulder. På samhällsekonomisk nivå är detta samma negativa legacy vare sig det bärs av idrottsföreningen eller med kommunala bidrag. Ett positivt tillskott till det *finansiella kapitalet*, som det ofta knyts förhoppningar till, är om ny lönsam affärsverksamhet kommer till orten. Denna kan vara direkt kopplad till evenemanget eller bara vara kopplad till att företag vill lokalisera sin verksamhet till orter som är attraktiva. Detta kan vara legacy som uppkommer lång tid efter evenemanget och i detta sammanhang är det intressant att knyta an till Brown's (2015) definition av legacy som *de möjligheter* som ett evenemang skapar – ibland realiserade, ibland orealiserade.

I en analys av hur det *kulturella kapitalet* påverkas av idrottsevenemang är utgångspunkten att idrottsmoral och filosofi utgör en viktig del av vår kultur. Tyvärr förekommer oönskade subkulturer förknippade med lagidrott, särskilt fotboll. Våldsamma konflikter mellan dessa grupper av ”fans” skapar negativ legacy och en förlust av *kulturellt kapital*. Idrott spelar emellertid i de flesta fall en mycket positiv roll för att integrera olika grupper, särskilt ungdomar, in i de värderingar och ideal som är grundläggande för vårt samhälle och ger på så sätt ett värdefullt tillskott till *kulturellt kapital*.

Den påverkan ett evenemang har på det *politiska kapitalet* utgör ofta ett intressant skådespel för öppen ridå där politiker och media spelar huvudrollerna. Medierna ser sin uppgift som den kritiskt granskande ”tredje statsmakten” och är ofta måna om att ge både en positiv och negativ bild. Inte sällan blir det varannandagsjournalistik kring längre evenemang med en positiv artikel ena dagen som följs av en negativ artikel nästa dag. Om den negativa bilden kommer att dominera påverkas det *politiska kapitalet* negativt och politiker agerar då ofta genom att peka på de ansvariga och kräva en ”transparant genomlysning av problemen”. Men politikerna, liksom naturligtvis lokalbefolkningen, önskar att den positiva bilden skall dominera och politikerna brukar då inte vara sena med att visa sitt aktiva intresse i evenemanget för att på så sätt utveckla sitt *politiska kapital*.

Tabell 1: Exempel på negativ och positiv legacy i förhållande till de sju kapitalen.

	<i>Negativ Legacy</i>	<i>Positiv Legacy</i>
<b>Naturkapital</b>	Skador på skog efter en MTB tävling	Nya natursköna skidspår anläggs
<b>Humankapital</b>	Externa arrangörer sköter allt	Lokala ledare får ökad kompetens
<b>Fysiskt kapital</b>	Förslitning av anläggningar	Nya nyttiga anläggningar
<b>Finansiellt kapital</b>	Skulder att betala efter en förlust	Ny ekonomisk aktivitet har startat
<b>Kulturellt kapital</b>	Konflikter mellan grupper har skapats	Ökad ungdomsaktivitet i idrott
<b>Socialt kapital</b>	Korruption kring beslut	Lokal vilja att volontärarbeta
<b>Politiskt kapital</b>	Folk skäms över evenemanget	Folk är stolta över hur allt sköttes

## Några internationella fallstudier

Den akademiska litteraturen kring legacy domineras av studier som gjorts av stora, oftast mega, evenemang och det finns endast få exempel på studier av mindre evenemang. Nedan finns korta sammanfattningar av två studier gjorda i Australien (där mycket forskning om legacy bedrivits) som beskriver legacy av två mindre evenemang.

### The Tour Down Under

The Tour Down Under är en internationell sexdagars cykeltävling som 2014 genomfördes i South Australia. Eftersom den går genom många delar av landet som är glest befolkade blev det en stark upplevelse för lokalbefolkningen. Brown m.fl (2015) som studerade legacy av detta evenemang lyfter fram att ett evenemang av denna typ inte skapar mycket materiell legacy eftersom cyklisterna passerar på landsvägar. Däremot var immateriell legacy betydande. Mediebevakningen var intensiv och efter evenemanget har många amatörcyklister cyklat samma bana. Cykeluthyrningen har ökat och information om cyklingens positiva hälsoeffekter har gett resultat. Ett amatörlopp ”Challenge Ride” har startats och mötts av ett stort intresse. Samarbeten mellan mindre kommuner och mellan små kommuner och huvudorten (Adelaide) har utvecklats. Det skapades möjligheter för mindre samhällen att knyta an till större organisationer också på global nivå genom att cykeltävlingen är en del av UCI World Tour.

Författarna Brown m.fl (2015) menar att en viktig legacy är att skapa möjligheter till utveckling. Många av dessa möjligheter utnyttjas inte eller utnyttjas först efter flera år.

I fallet The Tour Down Under skapades ett intresse för motion och hälsosamma vanor som tillvaratogs. Möjligheter till ekonomisk utveckling finns men har ännu inte resulterat i nya företag. Det fysiska kapitalet har ökat genom att vägar uppgraderats för att hålla god tävlingsstandard och författarna föreslår att platser skapas utefter cykelspåret med t ex handavtryck i cement av segrarna, viloplatser för amatörcyklister osv vilket ytterligare skulle öka det fysiska kapitalet.



## Snow Fest

Amanda Davies (2015) studerade legacy av en festival "Snow Fest" som hölls årligen i en mindre stad i Australien. En avfolkningsort med 2,300 invånare och tomma affärer utmed huvudgatan. Studien av legacy är grundlig och unik genom att Davies studerar effekterna under 10 år efter festivalen. Hon har fokus på hur ledarskap har utvecklats och kommit till användning i samhället. Snow Fest startades med syftet att stimulera turismen i området och en viktig legacy av festivalen var att lokalbefolkningens attityder mot turism blev mer positiva. Huvudattraktionen för festivalen kan låta underlig för en svensk men det var att forsla stora lass med snö från en bergstopp 750 km bort till byns torg för att särskilt barn skulle kunna leka i snön vilket var en exotisk upplevelse för dem.



En Cool Mate under the Snow Fest i Gloucester; New South Wales; Australien.

Föga förvånande mötte detta förslag stort politiskt motstånd och man argumenterade att denna festival skulle störa den redan problemtyngda jordbruksnäringen. Entreprenörerna bakom Snow Fest agerade nu intensivt med utvalda individer och använde sitt sociala nätverk för att vända motståndet. Den första festivalen (med 40 ton snö på gator som aldrig tidigare varit snöiga) attraherade 8000 besökare varav de flesta tillresande. Den lokale entreprenören bakom Snow Fest såg behovet av att utveckla ledarskap och gav stöd och råd till dem som hjälpte honom med organisationen. Därför fanns det inför nästa års festival redan ett lag med ledare som också knöt till sig ett stort antal lokala volontärer. Några år senare uppkom emellertid svårigheter att rekrytera dessa ledare och volontärer. Orsaken till detta var inte brist på intresse utan att många hade startat upp egna företag och startat nya festivaler.

Tio år efter den första Snow Fest fanns inte denna festival kvar men den döende lilla staden hade förvandlats till en välmående ort. Man kunde räkna till 15 evenemang under ett år. Ungefär hälften av de ledare som var med och startade Snow Fest var nu ledare inom olika delar av samhället. Davies (2015) påpekar också betydelsen av den informella praktiska ledarskapsträning som entreprenören bedrev med sina kollegor inför det första Snow Fest evenemanget.

### **Legacy av megaevenemang**

Som nämnts tidigare så domineras den internationella forskningen kring legacy av studier av megaevenemang. Därför görs i detta avsnitt en sammanställning av flera studier kring mega evenemang. Särskilt intresse riktas mot de typer och exempel på legacy, både positiv och negativ, som beskrivs i forskningsartiklarna.

### **Positiv legacy**

Genua betraktades under 1960 talet som en trött nedsliten industri- och hamnstad men man har använt sig av ett antal stora evenemang som "Världsutställningen 1992", G8 möte 2001 och "Europeisk Kulturhuvudstad" 2004 för att förnya staden. Några exempel på legacy är: förbättrad stadsplan, högre livskvalité, förbättrat kulturellt utbud och en väl-organiserad turistnäring.

Staden Turin var känd som framför allt Fiats huvudstad innan man stod värd för vinter-OS 2006 vilket bidrog till att förändra Turins image. En annan legacy av detta OS var kunskap och erfarenhet att värva större evenemang till staden som World Masters Games 2013 och European Sport Capital 2015. Dessutom finns det legacy i form av nya byggnader, upp- rustning av vissa stadsdelar, kommersiella centra och nya lokaler för stadens universitet. Författarna Ferrari och Guala (2017), understryker att denna positiva legacy är i båda fallen ett resultat av planering och en strategi för att skapa samförstånd och stöd från befolkningen samt från allmänna och privata institutioner.

### **Negativ legacy**

Flera studier har uppmärksammat att sk imageeffekter inte alltid är positiva. Bråk och slagsmål i samband med tävlingarna kan efterlämna en negativ image. Nya anläggningar kan också vara exempel på negativ legacy om dessa anläggningar inte kommer till användning efter evenemanget utan blir sk "Vita elefanter". Ett exempel som ges av Alm mfl. (2016) är fotbollsstadion för VM i Kapstaden 2010 som inte används mycket. De stora rugbyklubbar föredrar att vara kvar på sina gamla traditionella arenor och man har inte heller lyckats med att arrangera musikevenemang eller andra evenemang på den stora fotbollsstadion.

Rio de Janeiro är en stad med en lång erfarenhet av mega evenemang och mycket positiv legacy. Men där finns också exempel på negativ legacy. På grund av bristande underhåll har den stora fotbollsstadion blivit en "vit elefant". Det finns också många exempel på att en del grupper i samhället påverkas positivt och andra grupper negativt. Allmänna platser har privatiserats och förbättringar i fattiga bostadsområden har uteblivit och i vissa fall har dessa bostadsområden också omlokiserats.

Ferrari och Guala (2017) pekar på dålig planering och menar att mycket negativa legacy kan undvikas genom en hållbar stadsplanering och genom att inkludera olika sociala grupper i planeringen.

## Kan man värdera legacy?

Mycket av stämningen alldeles efter ett evenemang kretsar kring frågan ”Tjänade vi på det här eller har vi förlorat?”. Man kan tycka att det är en ogin fråga – som om man frågade sig samma sak efter att ha haft en fest hemma – men media spelar här också en roll med sin iver att avge ett omdöme. Som vi diskuterade ovan, är detta viktigt för om det politiska kapitalet skall påverkas positivt eller negativt. Finansiella effekter dominerar ofta eftermälet och legacy spelar därför en stor roll för att balansera detta och inte bara se de övergående utan också de långsiktiga effekterna.

Det vore idealiskt om man kunde ge ett finansiellt värde för all legacy och ställa detta i relation till effekterna på det finansiella kapitalet. Metoder för att värdera finansiellt och fysiskt kapital är väl etablerade. Men det pågår också forskning kring hur man kan utvärdera humankapital, socialt kapital och naturkapital (t ex Andersson, Armbrrecht och Lundberg, 2016). Dock är det ännu alltför tidigt att säga om detta kommer att leda till allmänt accepterade beräkningsmetoder.

Däremot kan man vara överens om att logiken för bedömningar gäller för både övergående och långsiktiga effekter. För att göra en bedömning av om en effekt är positiv eller negativ måste man nämligen alltid också ställa denna effekt i relation till vilket som är det bästa alternativet. Detta kallas alternativ användningen eller alternativkostnaden. Det är denna logik som intuitivt ligger bakom argumentet att resurser i stället borde satsas på skolor och sjukvård.

De sju kapitalen kan ge en mer detaljerad beskrivning av vilka samhällsresurser som används för t ex ett idrottsevenemang i form av natur, sociala nätverk, entreprenörskap och kunskap samt finansiellt, fysiskt och kulturellt kapital. Man måste då ställa frågan vad man i stället skulle ha kunnat göra med dessa samhällsresurser och vilka värden och legacy detta skulle ha skapat. Nettot dvs skillnaden mellan det verkliga utfallet och alternativkostnaden avgör om resultatet är positivt eller negativt.

I de flesta fall blir detta ett teoretiskt resonemang. Oftast använder ett idrottsevenemang specifika resurser som annars inte skulle användas vid just det tillfället som t ex idrottsarenor, idrottsledare och volontärarbetande idrottsungdomar. Detta innebär att alternativkostnaden är noll eller mycket låg och inte minskar (eller minskar mycket litet) det slutliga värdet. Värdet som skulle kunna skapas i skolor och sjukvård med dessa resurser är till exempel mycket lågt.

Sammanfattningsvis kan man säga att än så länge måste vi använda olika mått för legacy i form av finansiellt och fysiskt kapital å ena sidan samt naturkapital, humankapital, socialt, kulturellt och politiskt kapital å den andra sidan. Monetära mått vid sidan om kvalitativa omdömen och argument. Däremot bör man i båda fallen tänka på att resurser skulle kunna ha använts på ett annat sätt (alternativ användning av resurser) och man bör diskutera vilka effekter detta skulle ha kunnat ge. Först då kan man avgöra om nettot är positivt eller negativt.

## Det går att påverka legacy

En stor del av effekterna utgörs av ekonomiska flöden som genereras av evenemanget. Detta är i form av finansiellt kapital som kan användas för att skapa positiv legacy. Man kan se det som en avvägning mellan legacy i form av finansiellt kapital och legacy i form av andra kapital. Ett starkt fokus på finansiellt överskott kan leda till biljettpriser som inte många lokalboende finner prisvärda, administration som sköts av ett externt bolag, låga investeringar i underhåll av anläggningar och begränsade aktiviteter runt evenemanget.

En motsatt strategi för att skapa legacy är att skapa stort lokalt intresse för evenemanget med hjälp av en god mediestrategi, lokala administratörer, överkomliga biljettpriser, en gatufestival (gratis) med anknytning till evenemanget och investeringar av finansiellt överskott i ungdomsverksamhet och nya eller upprustade anläggningar.

I termer av de sju kapitalen kan man se den planerade legacy strategin i exemplet ovan som att finansiellt kapital omvandlas till fysiskt kapital (nya eller upprustade anläggningar), kulturellt kapital (ungdomsverksamhet), socialt kapital (gatufest och idrottsgemenskap), humankapital (lokal erfarenhet av att driva evenemang) och politiskt kapital (en positiv mediebild). Det totala resultatet blir då troligen ett mindre finansiellt kapitalöverskott av evenemanget men större legacy.



Swemo verkar för biologisk mångfald. Bilden visar Andreas Linusson, Kinna MK, under en deltväling i Enduro-SM 2018.



## Legacy management

Legacy av idrottsevenemang är av mycket stor betydelse för idrottsrörelsen totalt men också för idrottsföreningen lokalt. Framtida intresse för idrott, uppskattning och stöd för idrottsrörelsen påverkas direkt av vilken legacy ett evenemang skapar. Legacy påverkar långt efter evenemanget.

Man bör på ett tidigt stadium diskutera den legacy man kan lämna efter sig och bygga en organisation där legacy får en plats. En person som känner betydelsen av detta och som kan ansvara för att dessa aspekter inte faller mellan stolarna behövs i organisationen. Det behöver inte vara någon som enbart sysslar med dessa frågor på heltid men det bör vara någon som känner ansvar för att legacy finns med igenom hela processen och även efter evenemanget. Det är fullt förståeligt om arrangörer med begränsade resurser känner sig tvingade att helt fokusera på de närmaste och mest akuta uppgifterna men i ett längre perspektiv är detta olyckligt.

Det finns fler faser av legacy management som man bör planera.

1. Innan man bestämmer sig för att visa sitt intresse av att arrangera ett evenemang bör man tänka igenom den legacy och de möjligheter till legacy som evenemanget erbjuder och knyta till sig nyckelaktörer och medarbetare för evenemanget.
2. Under planeringen av evenemanget måste man integrera planering för en positiv legacy med planeringen av själva evenemanget.
3. Under själva evenemanget bör man ha en noggrann kontroll av alla de aktiviteter som kan inverka på evenemangets legacy.
4. Efter evenemanget gäller det att förvalta de möjligheter till legacy som har uppkommit.

### Innan man ansöker

En genomgång t ex efter ”de sju kapitalen” och en kartläggning av möjlig legacy ger en klar bild av vad man siktar på. Det kan naturligtvis göras efter andra mallar men det är viktigt att ha ett så heltäckande perspektiv som möjligt och ”de sju kapitalen” kan fylla denna funktion. En tabell liknande Tabell 2 på nästa sida, fast i större format med plats för många fler effekter, kan vara ett första steg. Det är viktigt att tänka på den negativa legacy man kan få så att man i förhand kan bygga strategier för att minimera eller helt eliminera dessa negativa effekter. Positiv legacy kan också användas som viktiga argument för att mobilisera ett intresse i samhället. Om man använder positiv legacy som argument för att få stöd så måste man också tänka på det ansvar man då tar på sig. Svikna löften minns man ofta länge.

Tabell 2: Ett schema för att identifiera negativ / positiv legacy med hjälp av de sju kapitalen.

	Negativ Legacy	Positiv Legacy
Naturkapital		
Humankapital		
Fysiskt kapital		
Finansiellt kapital		
Kulturellt kapital		
Socialt kapital		
Politiskt kapital		

Man måste också vara medveten om att genomförandefasen kan bjuda på komplikationer. Phillips och Barnes (2015) diskuterar detta i en studie av en investering i nya idrottsanläggningar i Hamilton, en stad i Kanada. Under planeringsfasen enades många viljor i staden eftersom man önskade vara värd för ett evenemang. När beslutet väl var fattat och skulle genomföras visade sig viljorna ta olika riktningar och den tidigare enigheten förbyttes i oenighet med olika förslag på hur beslutet skulle genomföras.

Det är också innan man ansöker om att arrangera ett evenemang som allianser och stöd måste cementeras. Politiskt stöd, sponsorer, volontärer, företag och allmänhet måste involveras och garantier för arbete med legacy måste finnas innan man fattar beslutet att man skall arrangera ett evenemang. Med hjälp av positiva media och gott humör kan man kanske knyta stöd och hjälp till sig efter beslutet men det är mycket riskfyllt att förlita sig på detta. Risken att man sitter med evenemanget i sitt knä och måste tiggas fram och pruta på legacy aktiviteter är mycket stor om man inte har säkrat sig med avtal innan beslutet tas om att arrangera evenemanget.

#### När man förbereder för evenemanget

Mycket intresse riktas nu mot det fysiska kapitalet. Är arenan i gott skick, behövs fler läktarplatser, parkeringsplatser osv? Ett legacy perspektiv ger mer förnuftiga beslut. Är det inte bättre att renovera träningsanläggningar och bygga tillfälliga läktarplatser än att bygga ut arenan till en storlek som inte kommer att behövas efter evenemanget? Kan arenan byggas om inför evenemanget på ett sätt så att den kan användas till fler typer av evenemang efteråt? Vilka allianser har man skapat som kan involveras och finansiera byggnationerna och vilka tankar har de angående framtida bruk och legacy?

Ett fokus på hållbarhet måste också återspeglas i planeringen. En systematisk genomgång av de 17 målen för agenda 2020 (<http://tourism4sdgs.org/sdg-11-sustainable-cities-communities/>) lägger en grund för arbetet. Riksidrottsförbundet har också producerat utmärkt material "Hållbara aspekter – att inspireras av" som kan vara till stor nytta: <https://hallbaraidrottsevenemang.se/>

En workshop där pressen är inbjuden kan signalera ambitionerna. Detta bör också leda till att man förbinder sig till att vidta nödvändiga åtgärder för att skapa ett hållbart evenemang. Risken att anklagas för "green washing" dvs göra endast enkla saker och prata mer om det än man egentligen gör måste arrangören försöka undvika. Detta ger god legacy som ett hållbart evenemang och är positivt för *naturkapitalet*. Dessutom ger detta arbete också legacy i form av *humankapital* när arrangörerna får kunskap och erfarenhet av att skapa hållbara evenemang.

Medarrangörer och sponsorer måste också involveras i hållbarhetsarbetet för att vårda *naturkapitalet*. För många sponsorer är ett hållbart evenemang mycket värt och sponsorer, liksom vilka sponsorer man arbetar med, påverkar bedömningen. Det är också många sponsorer som själva kan vidta åtgärder för att bygga sin image kring hållbarhet.

Imagefrågor bör man också diskutera. En del sponsorer vill förknippa hela evenemanget med sin image och sätta ett namn på evenemanget som inkluderar varumärket. Det vanligaste är dock fortfarande att ett idrottsevenemang förknippas med samhället där det äger rum och bl a politiker kan var angelägna om detta. Onekligen skapas mer legacy i ett samhälle av ett lyckat evenemang som förknippas med staden än om evenemanget förknippas med ett varumärke.

Mycket legacy kan skapas i det privata näringslivet och ett samarbete för att finna lösningar som är bra för alla parter blir viktigt. Hotellen kanske bestämmer sig för en utbyggnad och restauranglivet förbereder sig kanske genom investeringar och upprustning som också blir legacy efter evenemanget.

Arbetet med att ställa i ordning de materiella förutsättningarna får emellertid inte över-skugga betydelsen av social och kulturell legacy som också måste planeras. Kontakter med pressen formar mycket av eftermälet och en strategi för kommunikation och sociala medier behövs. Många journalister har ett starkt etiskt patos och måste naturligtvis få skriva vad de tycker men de är samtidigt beroende av information och erbjuder på så sätt en kanal för att sända ut budskap. Det faktum att lokalbefolkningen vanligtvis är mycket intresserad av kommande evenemang gör också att det kan bli mycket publicitet kring ett evenemang.

Uppmärksamheten kring ett evenemang bör utnyttjas bl a för att stimulera ungdomen och olika aktiviteter bör planeras i förväg för att t ex få idrottsstjärnor att lova ställa upp. Kontakter med skolan kan ge möjligheter att nå alla ungdomar och förhoppningsvis bli legacy i form av ett viktigt bidrag till att skapa ett integrerat samhälle.

Lokalbefolkningens attityder påverkas oftast positivt om man genomför arrangemang utanför själva idrottsarenan. Det kan vara av typ (en mindre) stadsfestival med möjligheter för barn, ungdom och amatörer att pröva på idrott; möjligheter att möta idrottsstjärnor på en scen: Prisutdelning kan t ex ske inför alla som (gratis) vill komma till "idrottsfestivalen" för att hylla segrarna. Restaurangnäringen kanske också vill bidra med att sätta upp tält och erbjuda möjligheter att äta och dricka på festivalen.

### **Under evenemanget**

Nu är det "skarpt läge" och ett prov på om planeringen varit god. En god planering gör att man har mindre "otur" och att evenemanget löper mer eller mindre av sig självt. Mediestrategin spelar nu stor roll och bör få hög prioritet. Man bör vara beredd på oplanerade händelser under evenemanget som kan skapa legacy. Den kan vara negativ där krishanteringsberedskapen samt mediestrategin ställs på prov.

Säkerheten är mycket viktig och uppnås till stor del genom ett nära samarbete med myndigheter som polis, sjukvård och brandkår. Få minnen stannar kvar så länge som olyckor och många evenemang har ett legacy som "evenemanget där den där olyckan hände...". Olyckor kan man inte alltid planera bort men man kan ha en god beredskap för vad man skall göra ifall de händer.

Oplanerad legacy kan också vara positiv och inspirera till att ta vara på möjligheter till mer legacy. Kanske uttalar sig en idrottsstjärna eller ledare på hög nivå om hur väl evenemanget genomförts och med hjälp av en god mediestrategi kan sådana omdömen finnas kvar länge som stolthet hos lokalbefolkningen och positiv legacy.

Det är naturligtvis under evenemanget som många aktiviteter för att öka legacy genomförs. Möten mellan ungdomar och idrottsstjärnor intresserar förhoppningsvis många ungdomar. "Idrottsfestivalen" blir en glad fest och inte enbart en samling öltält. Sociala medier får ett stort genomslag tack vare en skicklig hantering av evenemangsorganisationen och traditionella medier sprider en positiv bild. Denna form av positiv legacy kan planeras och uppnås med god legacy management.

### Efter evenemanget

Det är mycket frestande (och ofta välförtjänt) att pusta ut efteråt men för legacy återstår nu det viktigaste. Brown m fl (2015) definierade legacy som *möjligheter att uppnå långsiktiga effekter* och det är nu efteråt som de flesta av dessa möjligheter skall realiseras. Om man har haft ett lyckat evenemang och lyckats skapa ett intresse för idrott kan många möjligheter visa sig:

Ungdomar strömmar till idrottsklubbarna och vill vara med. Detta är mycket sannolikt och idrottsklubben måste vara beredd på att snabbt ta hand om detta intresse och utveckla idrottsrörelsen. Den roll som idrott kan spela i samhället för att fostra unga människor enligt idrottens moral och filosofi är mycket viktigt för samhällets utveckling och *kulturella kapital*. En moral där alla har samma chans, med rättvisa beslut, regler att följa, där alla gör sitt bästa och en attityd som goda förlorare med respekt för dem som lyckas bättre osv.

Idrottsklubbens sociala nätverk och *sociala kapital* har oftast blivit större och starkare av ett lyckat evenemang. Detta måste tas tillvara också för att kunna ta hand om ungdomarna. Fler ledare behövs och fler medlemmar i klubben ger ett större nätverk att kontakta när man behöver hjälp inom något speciellt område. Politiker inom nätverket kan också passa på att göra framstötter för att flytta fram idrottens positioner om det finns positiv legacy hos lokalbefolkningen.

Man erbjuds att arrangera fler (hållbara) evenemang eftersom det finns ett kunnande och en erfarenhet, ett *humankapital*, hos ledare och arrangörer. Många idrottstävlingar flyttar till nya platser varje tävling som SM och EM. Arrangörens erfarenhet och kunskap spelar då en viktig roll när man bestämmer var evenemanget skall förläggas. Särskilt kunskap om att arrangera hållbara evenemang med tanke på *naturligt kapital* är numera ett mycket viktigt argument. Ett annat viktigt argument är att det finns ett idrottsintresse i samhället som behövs både för att få åskådare, ett positivt bemötande och volontärer till ett nytt evenemang. Just detta kan vara en positiv legacy av evenemanget i form av ett ökat *socialt* och *kulturellt kapital*.



Arrangörernas kunskap och erfarenhet kommer till användning i andra sammanhang. Att organisera är en kompetens, ett *humankapital*, som behövs på många ställen i ett samhälle och den kompetens som finns inom idrotten och som utvecklas med hjälp av lyckade evenemang, kan komma till stor nytta. Exemplet ovan från ”Snow Festival” i Australien visade hur ett evenemang fostrade en kår av nya ledare som sedan behövdes inom flera områden av samhället.

”Idrottsfestivalen” kan bli årligen återkommande för att sätta ett starkt fokus på idrotten åtminstone en gång om året. Kanske bör man i så fall lägga stor vikt att festivalen skall vara livskraftig så att den inte år efter år visar på ett dalande intresse. Men med kreativa arrangörer kan en festival bli en påtaglig legacy som kanske också kan bidra till klubbens ekonomi.

Intresset för motionsaktiviteter ökar och erbjuder stora möjligheter för idrotten. Motionstävlingar med varierande ambitionsnivåer har under en lång tid ökat i storlek och omfattning och för idrottsrörelsen kan detta kanske snart bli det dominerande området. För en lokal idrottsklubb kan det vara mycket viktigt att fånga upp denna trend. Legacy av ett evenemang i form av t ex årligen återkommande motionstävlingar kan vara vägen in i framtiden både vad gäller antal medlemmar och ekonomi. Men framförallt för samhällets hälsa och *humankapital*. Den erfarenhet av att arrangera, det *humankapital*, som skapades som legacy av evenemanget kan på så sätt användas (och ökas) genom att, med hjälp av motionsaktiviteter, öka välbefinnande och hälsa, *humankapitalet*, hos lokalbefolkningen.

Arenor och infrastruktur som finner nya användningsområden kan bli värdefull legacy. Det kan gälla arenor som blir användbara för nya idrotter men oftast är det nuförtiden festivaler och musikkonserter som utnyttjar lämpliga idrottsarenor. Dessa evenemang kan tillföra samhället mycket och arenan skapar ofta legacy för lång tid (Nya Ullevi i Göteborg från 1958). Det behövs affärsplaner för en arena och medfinansiärer måste vara med i processen och diskutera eventuella investeringar som behövs för att locka evenemang till arenan.

En legacy man ofta nämner är att nya företag kommer till samhället. Det kan vara företag som lokaliserar sin verksamhet till ett samhälle man fått upp ögonen för i samband med evenemanget. Det kan också vara lokala entreprenörer som hittar affärsmöjligheter i samband med evenemanget. Arrangören kan i viss mån påverka detta genom att göra evenemanget attraktivt för företagsbesök. Man kan t ex ordna möten mellan sponsorer och andra företagare.

## Sammanfattande punkter om Legacy Management

*Legacy Management* har här ovan diskuterats efter en tidsmall i termer av vad man kan tänka på innan man söker ett evenemang, när man planerar för ett evenemang, under evenemanget och efter evenemanget. Förhoppningen är framförallt att tydliggöra de möjligheter som ett evenemang ger att lämna efter sig långsiktiga effekter – legacy. Men innebörden i *Legacy Management* är också att man måste realisera dessa möjligheter genom ett aktivt och medvetet arbete. Alltför ofta rinner möjligheterna ut i sanden och man minns ett lyckat evenemang som ett lyckat evenemang till dess att man glömmer det – ett evenemang utan legacy. Nedan sammanfattas detta avsnitt om Legacy Management med ett antal strategier att fundera över:

### Den övergripande legacy strategin:

*Planera och kartlägg legacy före evenemanget:*

- Gå igenom de sju kapitalen och detaljera möjlig positiv och negativ legacy
- Hur kan vi reducera negativ legacy och hur kan vi förstärka positiv legacy?
- Tänk igenom genomförandefasen: Hur kan vi behålla kontrollen?

*En hållbarhetsstrategi för naturkapital*

- Gör en genomgång av de 17 målen i Agenda 2020.

*Använd RF:s material ”Hållbara aspekter – att inspireras av”.*

- Ignorera inte kravet på hållbara evenemang – det betyder mycket för många
- Ta hjälp av expertis och involvera media från början

*En strategi för humankapital:*

- Investera i ledarskapsträning – helst praktisk på jobbet träning
- Använd i första hand lokala medarbetare
- Anordna amatörtävlingar för att stimulera motion och hälsa

*En strategi för socialt kapital:*

- Ordna också en festival för att skapa glädje hos lokalbefolkningen
- Social hållbarhet betyder mycket för långsiktighet
- Gör volontärarbetet till en positiv upplevelse

*En strategi för fysiskt kapital:*

- Underhåll anläggningar
- Bygg ett fysiskt ”minneskapital”
- Planera noga för långsiktig nytta av ev. nybyggnationer

*En strategi för finansiellt kapital:*

- Knyt upp löften om finansiering och sponsorskap i ett tidigt skede
- Undvik en överoptimistisk budget som riskerar att spricka
- Övertyga allmänhet och politiker om att en fin fest inte kan vara gratis

*En strategi för kulturellt kapital:*

- Låt idrottens värderingar synas
- Var beredd på att ta hand om intresserade ungdomar
- Samarbeta med lokala konstnärer

*En mediestrategi för det politiska kapitalet:*

- Journalister måste respekteras
- Transparens håller långsiktigt
- Låt journalister bli en viktig partner

## Bibliografi som innehåller fler studier än vad som refererats till i texten

- Alm, J., Solberg, H. A., Storm, R. K., & Jakobsen, T. G. (2016). Hosting major sports events: The challenge of taming white elephants. *Leisure Studies*, 35(5), 564-582.
- Andersson, T. D. (1984). *Samhällsekonomi kring stora publikevenemang: analys av Dylan/Santanagalan Göteborg juni 1984*. FE rapport, Handelshögskolan i Göteborg
- Andersson, T. D., Armbrrecht, J., & Lundberg, E. (2016). Triple impact assessments of the 2013 European athletics indoor championship in Gothenburg. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(2), 158-179.
- Brent Ritchie, J. R. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of travel research*, 23(1), 2-11.
- Brown, G., Lee, I. S., King, K., & Shipway, R. (2015). Eventscaapes and the creation of event legacies. *Annals of Leisure Research*, 18(4), 510-527. doi:10.1080/11745398.2015.1068187
- Cater, C., & Cater, E. (2007). *Marine ecotourism: Between the devil and the deep blue sea* (Vol. 6). Cabi.
- Chappelet, J. L. (2012). Mega sporting event legacy: A multifaceted concept. *Papeles de Europa*, 25, 76-86.
- Cornelissen, S., Bob, U., & Swart, K. (2011). Towards redefining the concept of legacy in relation to sport mega-events: Insights from the 2010 FIFA World Cup. *Development Southern Africa*, 28(3), 307-318.
- Davies, A. (2015). Life after a festival: local leadership and the lasting legacy of festivals. *Event Management*, 19(4), 433-444.
- Deng, Y., & Poon, S. W. (2012). Expo 2010 Shanghai China: a signature chapter of the Huangpu riverfronts trilogy. *Journal of Place Management and Development*, 5(2), 174-191.
- Dickson, T. J., Misener, L., & Darcy, S. (2017). Enhancing destination competitiveness through disability sport event legacies Developing an interdisciplinary typology. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(3), 924-946. doi:10.1108/ijchm-10-2015-0530
- Duignan, M. B., Pappalepore, I., & Everett, S. (2019). The 'summer of discontent': Exclusion and communal resistance at the London 2012 Olympics. *Tourism Management*, 70, 355-367. doi:10.1016/j.tourman.2018.08.029
- Emery, M. & Flora, C. (2006) Spiraling-Up: Mapping Community Transformation with Community Capitals Framework, *Community Development*, 37:1, 19-35, DOI: 10.1080/15575330609490152
- EU Research Blog: [https://eprthinktank.eu/2014/06/12/legacy\\_of\\_sports\\_mega-events/](https://eprthinktank.eu/2014/06/12/legacy_of_sports_mega-events/)
- Fairley, S., Lovegrove, H., & Brown, M. (2016). Leveraging events to ensure enduring benefits: The legacy strategy of the 2015 AFC Asian Cup. *Sport Management Review*, 19(4), 466-474. doi:10.1016/j.smr.2016.01.003
- Ferrari, S., & Guala, C. (2017). Mega-events and their legacy: Image and tourism in Genoa, Turin and Milan. *Leisure Studies*, 36(1), 119-137.
- Gaffney, C. (2010). Mega-events and socio-spatial dynamics in Rio de Janeiro, 1919-2016. *Journal of Latin American Geography*, 7-29.
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. Van Nostrand Reinhold.
- Gold, J. R., & Gold, M. M. (2008). Olympic cities: regeneration, city rebranding and changing urban agendas. *Geography compass*, 2(1), 300-318.
- Gratton, C., & Preuss, H. (2008). Maximizing Olympic impacts by building up legacies. *The international journal of the history of sport*, 25(14), 1922-1938.
- Grix, J., Brannagan, P. M., Wood, H., & Wynne, C. (2017). State strategies for leveraging sports mega-events: unpacking the concept of 'legacy'. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 9(2), 203-218. doi:10.1080/19406940.2017.1316761

- Hemmonsbey, J., Tichaawa, T. M., & Knott, B. (2018). Conceptual framework for strategic destination branding through leveraging home-grown sport events. *South African Journal for Research in Sport Physical Education and Recreation*, 40(2), 81-98.
- Kharouf, H., Garcia-Perez, A., Robinson, J., & Pritchard, A. (2016). Towards a Better Understanding of Digital Sporting Legacy: A Knowledge Management Perspective. In S. Moffett & B. Galbraith (Eds.), *Proceedings of the 17th European Conference on Knowledge Management* (pp. 462-467).
- Minnaert, L. (2012). An Olympic legacy for all? The non-infrastructure outcomes of the Olympic Games for socially excluded groups (Atlanta 1996–Beijing 2008). *Tourism Management*, 33(2), 361-370.
- Mykletun, R. J. (2009) Celebration of Extreme Playfulness: Ekstremsportveko at Voss, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9:2-3, 146-176, DOI: 10.1080/15022250903119512
- Phillips, C., & Barnes, M. (2015). Whose legacy is it, anyway? A tale of conflicting agendas in the building of the Hamilton Pan Am Soccer Stadium. *Annals of Leisure Research*, 18(4), 549-568. doi:10.1080/11745398.2015.1031806
- Preuss, H. (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of sport & tourism*, 12(3-4), 207-228.
- Ramchandani, G., Davies, L. E., Coleman, R., Shibli, S., & Bingham, J. (2015). Limited or lasting legacy? The effect of non-mega sport event attendance on participation. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 93-110.
- Riksidrottsförbundet (2016). *Hållbara aspekter – att inspireras av* <https://hallbaraidrottsevenemang.se/>
- Rogerson, R. J. (2016). Re-defining temporal notions of event legacy: lessons from Glasgow's Commonwealth Games. *Annals of Leisure Research*, 19(4), 497-518. doi:10.1080/11745398.2016.1151367
- Thomson, A., Schlenker, K., & Schulenkorf, N. (2013). Conceptualizing sport event legacy. *Event Management*, 17(2), 111-122.
- Thomson, A., Cuskelly, G., Toohey, K., Kennelly, M., Burton, P., & Fredline, L. (2018). Sport event legacy: A systematic quantitative review of literature. *Sport Management Review*.
- Thornley, A. (2012). The 2012 London Olympics. What legacy? *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4(2), 206-210.





# Riksidrottsförbundet

Idrottens Hus, Box 11016, 100 61 Stockholm | Tel: 08 - 699 60 00  
E-post: riksidrottsforbundet@rf.se | Hemsida: www.rf.se