

UMEÅ UNIVERSITET  
Institutionen för Geografi och Ekonomisk Historia  
Kurs: Examensarbete i kulturgeografi, 15 hp  
Termin: VT 2013  
Handledare: Håkan Appelblad

# Lika men ändå olika

---

- *En fallstudie om löparevenemangen Vindelälvsloppet och Sankt Olavsloppet*

Anna Algotsson

## Innehållsförteckning

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 1.     | INLEDNING.....   | 1  |
| 1.2.   | Syfte och frågeställningar .....                                 | 4  |
| 2.     | DE TVÅ LÖPAREVENEMANGEN – EN FALLBESKRIVNING.....                | 5  |
| 2.1.   | Vindelälvsloppet.....  | 5  |
| 2.2.   | Sankt Olavsloppet.....   | 8  |
| 3.     | TEORI.....   | 13 |
| 3.1.   | Sportturism .....  | 13 |
| 3.1.1. | Olika typer av sportturism .....                                 | 13 |
| 3.1.2. | Elitidrottsevenemang och icke elitidrottsevenemang .....         | 14 |
| 3.1.3. | Stora lopp i stora städer .....                                  | 15 |
| 3.2.   | Löparvågen.....  | 15 |
| 3.3.   | Sportens individualisering och trender .....                     | 17 |
| 3.4.   | Destinationslivscykeln.....                                      | 17 |
| 3.5.   | Turismsystemets geografiska dimensioner .....                    | 21 |
| 4.     | METOD .....  | 23 |
| 4.1.   | Kvalitativ analys.....   | 23 |
| 4.2.   | Intervjuer .....   | 23 |
| 4.3.   | Urval.....   | 24 |
| 4.4.   | Tematisk analys .....  | 24 |
| 4.5.   | Metoddiskussion.....   | 25 |
| 5.     | RESULTAT .....   | 27 |
| 5.1.   | Beskrivning av respondenter .....                                | 27 |
| 5.2.   | Evenemangens utveckling .....                                    | 27 |
| 5.3.   | Anledningar till att Vindelälvsloppet inte kunde överleva.....   | 28 |
| 5.3.1. | Joggingvågen gick ned .....                                      | 28 |
| 5.3.2. | För lite förändringar.....                                       | 28 |
| 5.3.3. | Liten närmarknad.....  | 29 |
| 5.4.   | Anledningar till att St Olavsloppet har kunnat leva vidare ..... | 29 |
| 5.4.1. | Norge.....   | 29 |
| 5.4.2. | Närmarknaden .....   | 29 |
| 5.4.3. | Viljan att förändras .....                                       | 30 |
| 5.4.4. | Går mellan två länder.....                                       | 30 |
| 5.5.   | Den geografiska placeringens betydelse .....                     | 31 |
| 5.6.   | Sportens individualisering .....                                 | 32 |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 5.7. Problem .....                    | 33 |
| 5.7.1. Trafik.....                    | 33 |
| 5.7.2. Lagledarrollen.....            | 34 |
| 6. DISKUSSION .....                   | 36 |
| Sammanfattning .....                  | 40 |
| REFERENSER.....                       | 42 |
| <i>Tryckta källor:</i> .....          | 42 |
| <i>Internetbaserade källor:</i> ..... | 43 |
| <i>Muntliga källor:</i> .....         | 44 |

### **Figur- och tabellförteckning**

|  |    |
|--|----|
| Figur 1. Karta över loppens ungefärliga sträckning.....                        | 3  |
| Figur 2. Karta över Vindelälvsloppetets sträckning.....                        | 5  |
| Figur 3 Antal deltagande lag fördelat på klass mellan åren 1984-2003.....      | 7  |
| Figur 4. Karta över St Olavsloppetets sträckning .....                         | 8  |
| Figur 5. Antal deltagande lag mellan åren 1988-2012.....                       | 9  |
| Figur 6. Totalt antal löpare med Mini-Olav inräknat mellan åren 2002-2012..... | 10 |
| Figur 7. Fördelning mellan barn, ungdomar, kvinnor och övriga.....             | 11 |
| Figur 8. Destinationslivscykeln .....  | 20 |
| <br>   |    |
| Tabell 1. Antal deltagande lag i Motionsklass och Endagars.....                | 12 |
| Tabell 2. Bakgrundsfakta om respondenterna.....                                | 27 |

## **ABSTRACT**

The aim of this study is to investigate and analyze the development of large running events. This is done through a case study of the development of Vindelälvsloppet and Sankt Olavsloppet. The study focuses on reasons why Sankt Olavsloppet has been able to survive as an event and reasons behind why Vindelälvsloppet not survived.

The study is based on a qualitative method where six interviews with people who are or have been involved in the events for a long time, have been interviewed. The interviews have been transcribed and then analyzed based on a thematic analysis.

The main conclusions are that Sankt Olavsloppet has been able to survive because they have not been afraid to make changes, been responsive on the participants' opinions and that they have access to a larger local market, as well as they have had great help from the huge interest in running in Norway. About 70% of the runners are Norwegian. Vindelälvsloppet however, has been hit hard by the running-wave decline and did not do enough large changes that resulted in significant effects.

**Keywords:** *Sport tourism, Sporting event, Running event, Vindelälvsloppet, Sankt Olavsloppet, Tourist Area Life Cycle, Qualitative method*

## REFERAT

Den här studien syftar till att undersöka och analysera utvecklingen av stora löparevenemang. Detta görs genom en fallstudie över utvecklingen av Vindelälvsloppet och Sankt Olavsloppet. Studien fokuserar på anledningar till varför Sankt Olavsloppet har kunnat leva vidare och orsaker bakom att Vindelälvsloppet inte överlevde.

Studien baseras på en kvalitativ metod där sex intervjuer med personer som är eller har varit engagerad i evenemangen under en längre tid har intervjuats. Intervjuerna har transkriberats och därefter analyserats utifrån en tematisk analys.

Huvudsakliga slutsatser är att Sankt Olavsloppet kunnat leva vidare på grund av att de inte varit rädda för att göra förändringar, varit lyhörda för deltagarnas åsikter och att de har tillgång till en större närmarknad samt att de har haft stor hjälp av att intresset för löpning är stort i Norge. Omkring 70 % av löparna kommer från Norge. Vindelälvsloppet däremot har drabbats hårt av löparvågens nedgång och gjorde inte tillräckligt stora förändringar som gav några väsentliga effekter.

**Nyckelord:** *Sportturism, idrottsevenemang, löparevenemang, Vindelälvsloppet, Sankt Olavsloppet, destinationslivscykeln, kvalitativ metod*

## 1. INLEDNING

Sportturism är något som växer och har blivit en allt större del av turismsektorn, men människor som reser för att delta eller titta på sportevenemang är ingenting nytt. På senare tid har den här typen av resande ökat och blivit mer populär. Det stora antalet människor som söker aktivt och passivt deltagande i sport är dock av nyare slag (Hinch & Higham, 2011, s 3).

Vi lever i ett alltmer stillasittande liv, med mindre fysiskt arbete än förr. Detta har gjort att fetma blivit ett utbredd folkhälsoproblem. Som en lösning på vårt stillasittande liv är det fler och fler som motionerar på fritiden (Galloway, 2002, s 7-11). Däribland har löpningen börjat öka igen som motionsform (Riksidrottsförbundet, 2011, s 2).

I samband med att löpning blivit allt mer populärt har ett antal löpartävlingar växt fram. Runt om i världen finns exempelvis stora maratonlopp såsom Boston Marathon, London Marathon och Stockholm Marathon som lockar tusentals deltagare och besökare. Andra exempel på stora lopp i Sverige är Lidingöloppet och Göteborgsvarvet. På 1980-talet startades två stora löparstafetttävlingar på landsväg på omkring 35 mil, Vindelälvsloppet och Sankt Olavsloppet. I figur 1 kan man se var loppet ligger geografiskt och dess ungefärliga sträckning (s 3). Dessa två evenemang har varit och är väldigt betydelsefulla för byarna och samhällena de går emellan, både ekonomiskt och socialt. De lockar många turister till området och är viktiga för besöksnäringen.

Inom turismen är det välkänt att destinationer ofta följer en livscykel, vilket kortfattat innebär att när destinationen har blivit känd sker en snabb utveckling och allt fler turister hittar dit. Till slut uppnår destinationen en slags mättnad, en stagnation, turister har kanske hittat andra liknande destinationer som lockar mer eller så har intresset helt enkelt svalnat. Därefter kan destinationers utveckling gå åt lite olika håll, antingen jobbar man med utveckling och försöker hitta något nytt som ska locka turister till platsen eller så fortsätter nedgången och färre och färre turister hittar dit, och till slut kanske turismen nästan helt dör ut (Butler, 2006, s 5-10).

Denna livscykelfas gäller inte bara destinationer, det kan även vara produkter. Till exempel kan det vara produkter som idrottsevenemang såsom Vindelälvsloppet och St Olavsloppet. Dessa evenemangs livscykel kan påminna väldigt mycket om Butlers (1980) destinationslivscykel.

Vad kan vara orsaken till att en löparstafetttävling som Vindelälvsloppet som var så stort i början på 1990-talet och lockade omkring 6000 deltagare och kunde nämnas i samma sammanhang som Vasaloppet, sedan tappade deltagare år efter år och sedan tvingades lägga ner 2004. Tävligen levde i 20 år. Vid sidan av Vindelälvsloppet uppstod en annan löparstafetttävling, St Olavsloppet, som påminner väldigt mycket om Vindelälvsloppet. St Olavsloppet hade en liknande utveckling under samma tidsperiod, däremot inte en lika djup och definitiv nedgång, samt att evenemanget lyckades återhämta sig och öka sitt deltagande igen, för att snart vara lika stort, om inte större, än under storhetstiden på 1990-talet. Men vad är det som ligger bakom att två så pass lika evenemang på olika platser kan få så skilda utvecklingsförlopp? Vad är det som gör att vissa evenemang kan överleva mer långsiktigt än andra och vad kan det bero på? Det är något som denna studie kommer att försöka förklara. Alltså, vad är det som skiljer dessa åt och varför kunde St Olavsloppet överleva, men inte Vindelälvsloppet?

Orsakerna till idrottsevenemangs uppgång och nedgång kan vara många, men detta är något som inte studerats mycket. Däremot finns det en del studerat på orsaker till destinationers uppgång och nedgång. För att idrottsevenemang likt Vindelälvsloppet och St Olavsloppet, ska kunna fortleva under en längre tid, kan det vara viktigt att studera och jämföra dessa evenemang för att kunna planera och utveckla ett hållbart evenemang, samt för att minska risken att hamna i en nedgångsfas.



Figur 1: Karta över loppens ungefärliga sträckning. Källa: Författaren



## **1.2. Syfte och frågeställningar**

Syftet med denna studie är att undersöka och analysera utvecklingen av stora löparevenemang. Detta görs genom en fallstudie över utvecklingen av Vindelälvsloppet och Sankt Olavsloppet. Syftet har besvarats genom sex kvalitativa intervjuer.

Utifrån syftet har följande frågeställningar ställts:

- i) Vilka anledningar kan finnas till att Sankt Olavsloppet har kunnat överleva och inte Vindelälvsloppet?
- ii) Vilken betydelse har den geografiska placeringen för att evenemangen ska kunna överleva långsiktigt?
- iii) Vilka var de huvudsakliga skillnaderna mellan de båda idrottsevenemangen?

## 2. DE TVÅ LÖPAREVENEMANGEN – EN FALLBESKRIVNING

### 2.1. Vindelälvsloppet

Vindelälvsloppet var en löparstafett på 350 km som genomfördes under fyra dagar mellan Ammarnäs i fjällvärlden och Vännäsby (se figur 2). Loppet gick efter väg 363 längs Vindelälven i Västerbottens län. Det arrangerades under 20 år (1984-2003).



Figur 2. Karta över Vindelälvsloppet's sträckning. Källa: Marathons hemsida, 2013.

Tävlingen var uppdelad på 27/30 sträckor från 5 km upp till ett maraton på 42 km. Vindelälvsloppet var, när det startades upp 1984, Sveriges enda löparstafett över fyra dagar och en av norra Sveriges största årligt återkommande idrottsarrangemang alla kategorier. Under loppets storhetstid deltog totalt mellan 4 000 – 6 000 löpare och totalt besökte omkring 10 000 människor tävlingsområdet varje dag (Vindelälvens hemsida, 2013). Premiäråret var det 100 deltagande stafettlag, sedan under de efterföljande åren ökade deltagarantalet och i början av 1990-talet deltog 330 lag, vilket motsvarade omkring 6 000 löpare (Appelblad, 2012, s 1). Tävlingen var indelad i tre klasser: tävlings/föreningsklass, damklass och öppen klass (Vindelälvens hemsida, 2013).

Vindelälvsloppet var främst en motionstävling som lockade olika typer av lag som till exempel kompisgäng, bya-gäng, företagsgäng och föreningar. De deltagande lagen bestod framför allt av lag från närregionen, Vindelälvsdalen och Västerbottens län. Men stafetttävlingen lockade även hel del lag från södra

Sverige och utlandet. Tävlingsklassen fick stor uppmärksamhet i media även om den klassen var en minoritet i löparevenemanget (Appelblad, 2012, s 1).

På Vindelälvens hemsida (2013) beskrivs evenemanget som ”Här bjuds allt som gör livet värt att leva” och vidare beskriver man att gemenskapen, utmaningen, glädjen, folkfesten (med marknader och underhållning), skönheten (med en fritt strömmande älv i vacker natur) är anledningar till att delta i detta idrottsevenemang.

Vindelälvsloppet har fått sitt namn efter Vindelälven som sedan 1993 är en av Sveriges fyra nationalälvar som inte är utbyggda för vattenkraft, vilket gör dess naturvärden unika. Vindelälven har en historia som är kantad av konflikter. I slutet på 1960-talet var det en stor konflikt huruvida om Vindelälven skulle byggas ut för vattenkraft eller inte. De som var för en utbyggnad argumenterade för den ökade sysselsättningen, medan motståndarna värnade om miljön. 1970 kom regeringens beslut om att inte bygga ut Vindelälven. Anledningen var främst att det inte skulle vara tillräckligt lönsamt. Området skulle istället bevaras för kommande generationer och det skulle planeras för turism och friluftsliv (Västerbottensmuseums tidskrift, 2008, s 53-57).

Ett sätt att utnyttja området för turism och friluftsliv var en löparstafetttävling. 1982 föddes idén om att springa längs den 35 mil långa vägen som följer Vindelälven från Ammarnäs tills den rinner ihop med Umeälven vid Vännäsby (Vindelälvens hemsida, 2013).

Appelblad (2012, s 1) kopplar i sin undersökning om ”Vindelälvsloppets uppgång och fall”, Vindelälvsloppets tillkomst till löparvägen som blev stor under 1970- och 1980-talen samt som ett engagemang för Vindelälven och dess utvecklingsfrågor för Vindelälvsdalen.

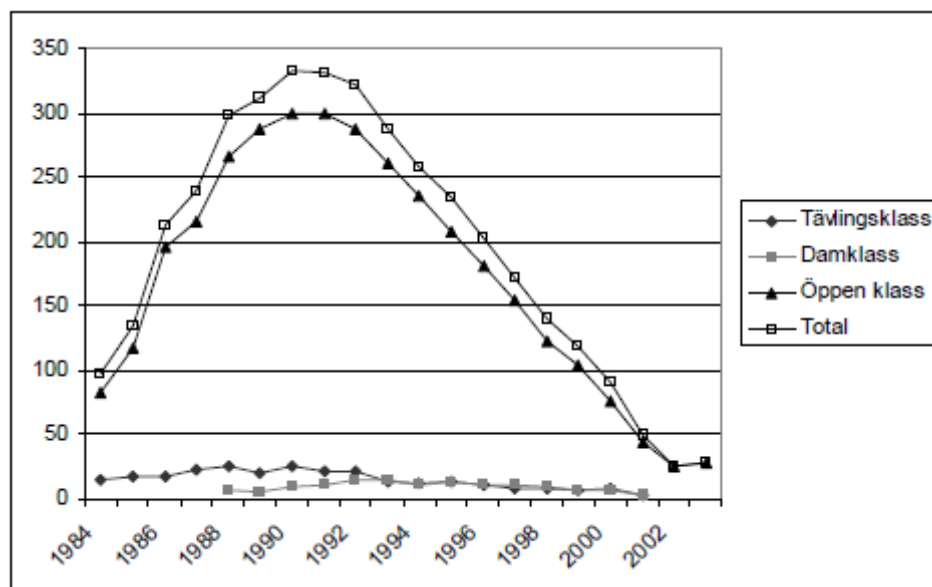
Det första Vindelälvsloppet hölls 1984 med omkring 100 deltagande lag. De efterföljande åren karaktäriseras av en tydlig uppgång fram till 1990-talet då loppet hade sin topp på över 300 deltagande lag, vilket kan ses i figur 3. Därefter skedde en successiv nedgång år från år fram till att loppet ställdes in år 2004 på grund av för få anmälda lag. År 2004 anmäldes endast 18 lag (innan 1 april) och beslutet togs att ställa in tävlingen (Appelblad, 2012, s.2).

Innan loppet lades ner försökte Vindelälvsloppet att bredda rekryteringsbasen och etablera kortare alternativ. Maratonsträckan kunde till exempel delas upp i tre kortare sträckor för stafettlagen och från 1999 fanns det möjlighet att delta

individuellt i maratonsträckan, vilket var den avslutande sträckan på tävlingen. År 2001 infördes det en tvådagarsstafett med möjlighet att delta de sista två dagsetapperna. Trots de vidtagande åtgärderna ökade inte antalet deltagare och tävlingen fick ställas in (Appelblad, 2012, s 2).

Tänkbara förklaringar och anledningar till evenemangets nedgång och avslut nämner ett antal lagledare vara att joggingvågen avmattades och att Vindelälvsloppet inte längre var något nytt och unikt. Detta ledde till att arrangörer, lagledare och löpare började tröttna på evenemanget. Andra förklaringar var bland annat att loppet hade bristande marknadsföring, prestationsfokusering (som skrämde bort amatörer), saknade större sponsorer, organisationen och dess förändrings benägenhet och konkurrens från St Olavsloppet (Appelblad, 2010, s 80-81). Det har även framkommit en del kritik gentemot evenemanget såsom att många ansåg att tävlingens fyra dagar var för lång tid och att längden på sträckorna var för långa (Appelblad, 2012, s 22).

Som man också kan se av figur 3, bestod större delen av loppets deltagande lag av öppen klass, det vill säga, motionärer. En väldigt liten del av loppets deltagande lag bestod av tävlingsklass och damklass. Något som är gemensamt för alla klasser är att de har en nedgång i början av 1990-talet fram till 2003.



Figur 3: Antal deltagande lag fördelat på klass mellan 1984-2003. Källa: Appelblad, 2012.

## 2.2. Sankt Olavsloppet

St Olavsloppet är en landvägsstafett mellan Östersund och Trondheim (se figur 4). Starten växlar mellan städerna, två år i Östersund och sedan vänder det till två år i Trondheim. Första St Olavsloppet gick av stapeln 1988. Sommaren 2013 arrangeras loppet för 26:e gången. Loppet består av fyra dagsetapper på totalt omkring 330 km. Större delen av tävlingen går på asfalterad väg (St Olavsloppet's hemsida, 2013a). St Olavsloppet är uppdelat på 52 sträckor över fyra dagar. Sträckorna är mellan 3,6 km och upp till 11,8 km långa (St Olavsloppet's hemsida, 2013b).



Figur 4. Karta över St Olavsloppet's sträckning. Källa: St Olavsloppet's hemsida, 2013a.

Tävlingen är indelad i tre klasser; tävlingsklass, motionsklass och damklass. Det finns även möjlighet att delta i endagsstafett valfri dag och för de små barnen anordnas ett mini-lopp på flera ställen längs med den stora tävlingen. St Olavsloppet försöker locka både elitlöpare och motionärer i alla åldrar för att det ska bli så stor mångfald som möjligt. Motionsklassen är den största klassen som lockar flest deltagande lag till loppet. I tävlingsklassen får lagen bestå av minst 12 löpare (St Olavsloppet's hemsida, 2013a). Deltagarna kommer främst ifrån närområdet kring Jämtland, Sør-Trøndelag och Nord-Trøndelag (främst efter banans sträckning). Det finns även deltagande lag som kommer från övriga Sverige och utlandet. Däribland deltagare som kommer från USA, Nederländerna, Finland och länder från Afrika. På St Olavsloppet's hemsida (2013a) beskrivs loppet som en folkfest under fyra dagar och om man vill uppleva spänning, glädje och social gemenskap ska man delta i loppet.

Bakgrunden till att St Olavsloppet uppstod var att man tog efter och ville göra ett liknande evenemang som Vindelälvsloppet, men mellan Östersund och Trondheim. St Olavsloppet har fått sitt namn efter den norska kungen Olav Haraldsson som regerade mellan 1015-1030. Loppet följer den vackra naturen längs St Olavsleden över Alsen, Åre, Sandvika och Stiklestad (St Olavsloppet, 2013a). St Olavsleden har blivit en pilgrimsled efter kung Olav. Han landsteg i Selånger utanför Sundsvall efter några år i landsflykt där han gick med sin här till Norge för att kristna landet och ta tillbaka kungatronen. Kungen stupade senare i fältslaget vid Stiklestad den 29 juli 1030 och efter det blev kung Olav Nordens helige helgon (St Olavsledens hemsida, 2013).

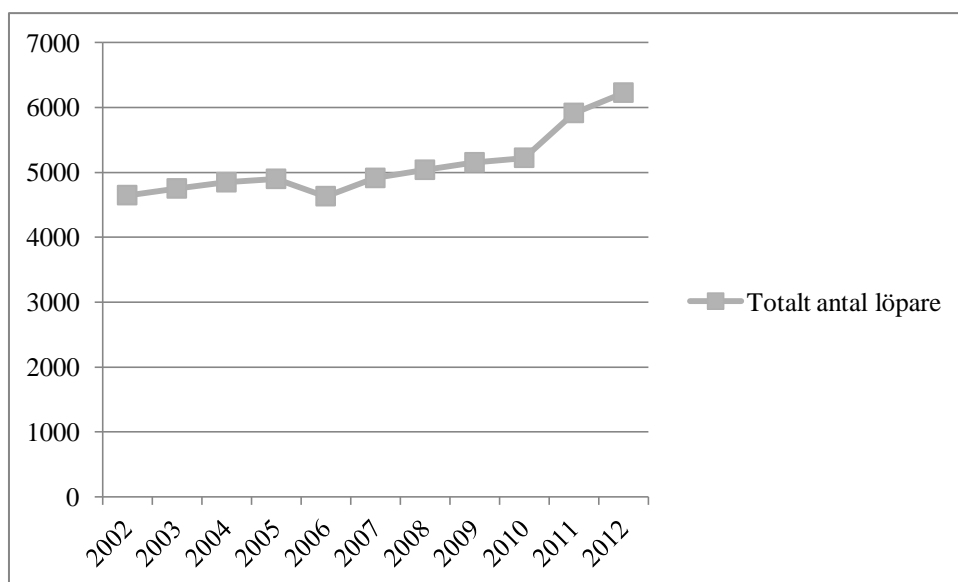
Det första St Olavsloppet hölls 1988 med 128 deltagande lag. De efterföljande tre åren ökade antalet deltagande lag stadigt. 1992 nådde löparstafetttävlingen sin topp med närmare 300 lag (se figur 5). Efter toppåret minskade antal deltagande lag successivt från 274 lag år 1993 till omkring 165 lag i början av 2000-talet. I stort sett hela 2000-talet karaktäriseras av en stagnation av deltagande lag som låg på omkring 165 lag. Men sedan 2008 kan en ökning av deltagande lag ses från 160 lag till närmare 200 lag år 2012. Något som är värt att nämna är att en effekt av att sträckorna delades upp till kortare men fler sträckor, är det blev fler deltagande löpare i varje lag.



Figur 5: Antal deltagande lag mellan åren 1988-2012. Källa: St Olavsloppets hemsida, 2012.

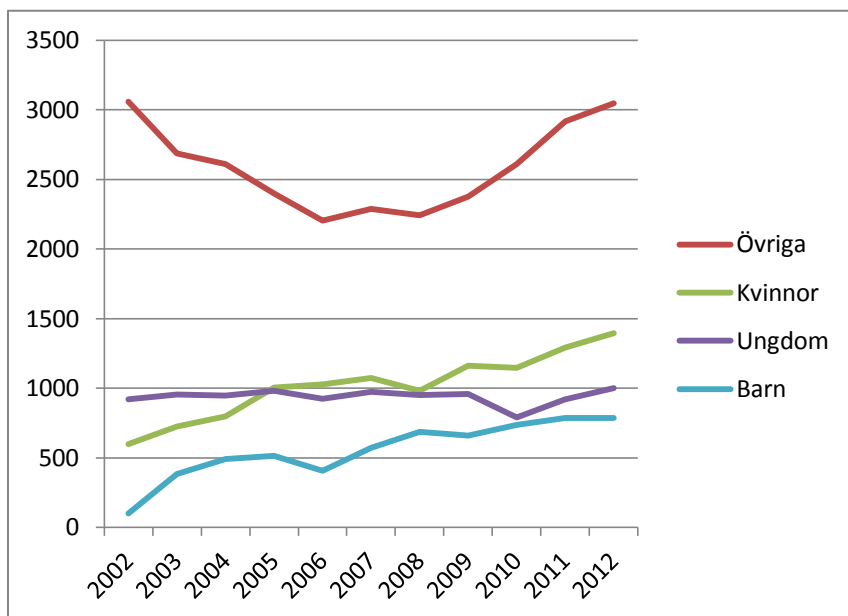
I figur 6 ses totalt antal löpare (med Mini-Olav inräknat, vilket är för barn) från år 2002 fram till 2012. År 2002 deltog totalt 4 647 deltagare, medan det ökat till

6 227 deltagare år 2012. Vilket är en ökning på omkring 34 % på tio år.



Figur 6: Totalt antal löpare med Mini-Olav inräknat mellan åren 2002-2012. Källa: St Olavsloppetets hemsida, 2012.

Större delen av St Olavsloppetets deltagare består av motionärer. I figur 7 visas fördelningen mellan barn (Mini-Olav), ungdomar, kvinnor och övriga samt hur detta har förändrats mellan år 2002 och 2012. Den tydligaste ökningen kan ses under damklassen, där antalet kvinnliga deltagare har ökat från 569 till 1 394 (från år 2002 till 2012), vilket är en ökning på 145 % på 10 år. Barnklassen (Mini-Olav) är också en klass som haft en tydlig ökning under tidsperioden. Gruppen övriga hade en nedgång mellan år 2003 och 2006, därefter ökade antalet igen för att år 2012 kommit upp i drygt 3 000 deltagare igen. Gruppen ungdom har legat relativt stabilt under tidsperioden.



Figur 7: Fördelning mellan barn, ungdomar, kvinnor och övriga mellan åren 2002-2012. Källa: St Olavsloppetets hemsida, 2012.

Som nämnts tidigare deltar större delen av St Olavsloppetets deltagare i motionsklass. 2012 deltog omkring 160 lag i motionsklassen, 29 lag i endagars, 5 lag i tävlingsklass och ca 10 lag i damklassen. Tabell 1 visar de två klasser, motionsklass och endagars, som har ökat mest de senaste åren (2007-2012). Tydligt går att se att endagars är något som lockar fler och fler deltagande lag. I endagars kan lagen välja att tävla endast en av de fyra tävlingsdagarna. De kan även välja att delta i två eller tre dagar, beroende på vad som passar dem bäst. Det är alltså frivilligt vilken av dessa tävlingsdagar de vill ställa upp i. Det är även värt att nämna att deltagandet i damklassen ökat de senaste åren.



*Tabell 1: Antal deltagande lag i motionsklass och endagars 2007-2012.*

| <b>År</b> | <b>Motionsklass</b> | <b>Endagars</b> |
|-----------|---------------------|-----------------|
| 2012      | 160                 | 29              |
| 2011      | 147                 | 28              |
| 2010      | 134                 | 21              |
| 2009      | 139                 | 18              |
| 2008      | 139                 | 7               |
| 2007      | 143                 | 4               |

Källa: St Olavsloppetets hemsida, 2013c.

### 3. TEORI

#### 3.1. Sportturism

Människor som reser för att delta eller titta på sportevenemang är ingenting nytt. Redan 900 före Kristus reste grekerna för att delta i och titta på de antika Grekiska spelen. På senare tid har den här typen av resande (sportturism) ökat och blivit mer populär. Det stora antalet turister som idag söker aktivt och passivt deltagande i sport är mer en ny utveckling. (Hinch & Higham, 2011, s 3) Det kan finnas flera förklaringar till den moderna utvecklingen av sport turism som kan relateras till nutida trender. Hinch och Higham har i boken ”Sport tourism development” (2011, s 5) listat några förklaringar:

- Den demografiska variationen på människor som utövar sport har ökat;
- Ökat intresse och medvetenhet om hälsa och träning i västerländska samhällen sedan 1970-talet;
- Sedan 1980-talet har efterfrågan på aktiva semestrar ökat;
- Växande intresse för idrottens roll och sportevenemang vid stadsplanering, samt att städer ser möjligheter att locka turister med sportevenemang.

Gibson (1998, s 49) definierar sportturism som *“leisure-based travel that takes individuals temporarily outside of their home communities to participate in physical activities, to watch physical activities, or to venerate attractions associated with physical activities”*.

Det går att skilja på två former av sportturism. Begreppet ”sportturism” kan användas där sport är det primära resemotivet och andra turistaktiviteter är sekundära faktorer av reseupplevelsen. I begreppet ”turism sport” är sport inte det huvudsakliga resemotivet utan en mer sekundär del av resan. (Hinch & Higham, 2011, s 39).

##### 3.1.1. Olika typer av sportturism

Gibson (1998, s 45) beskriver tre olika typer av sportturism och dessa är: aktiv sportturism, sportevenemangsturism och nostalgisk sportturism. Aktiv sportturism är människor som reser för att delta i idrott/sport, sportevenemangsturism är personer som reser för att titta på idrottsevenemang och nostalgisk sportturism är människor som reser för att till exempel besöka museer och kända idrottsarenor.

Aktiv sportturism är alltså individer som deltar i sport under sin resa. Det finns olika anledningar till att människor är aktiva under sin resa. Några anledningar är att dessa typer av turister vill utvecklas inom sin idrott, tävla, uppleva unika eller kända idrottsevenemang, eller utvecklas som personer. En aktiv sportturist kan till exempel innebära att åka på en tränings/tävlingsresa med sitt idrottslag, åka på en skidresa, vandringsresa eller resa för att delta i en tävling (Hinch & Higham, 2011, s 42-52).

### 3.1.2. Elitidrottsevenemang och icke elitidrottsevenemang

En stor del av forskningen inom sport-evenemangsturism behandlar elitidrottsevenemang, där deltagarna ofta består av ett litet antal elittävlande, men som lockar stor andel åskådare. Exempel på sådana evenemang, kan vara stora evenemang som Olympiska spel och Världsmästerskapen i fotboll, men även mindre elitidrottstävlingar. Sport-evenemangsturism består också av icke elitevenemang, där antalet tävlingsdeltagare kan vara stort och antal åskådare få. Men det finns undantag där icke elitidrottsevenemang lockar många åskådare i form av släkt och vänner. Vissa idrottsevenemang kombinerar elit och icke-elitdeltagare i samma tävling/event, vilket skapar en varierad och ett brett deltagande av elitidrottare, icke-elitidrottare och publik. London- och New York maraton är exempel på sådana lyckade evenemang (Hinch & Higham, 2011, s 52-53).

Det är inte bara stora sportevenemang som kan generera intäkter, även mindre sportevenemang kan generera intäkter till samhället där de är lokaliserade. Destinationer som inte kan arrangera stora sportevenemang kan istället konkurrera med icke-elit sportturismevenemang. Deltagare i icke-elitevenemang tenderar också att engagera sig mer i andra typer av turistaktiviteter, så som sevärdheter i området (Hinch & Higham, 2011, s 55).

Det finns städer och platser som försöker positionera sig som sportevenemangsplatser. Men något som kan vara ett problem är att trender i sport och turism är svåra att förutse. Både turism och sportindustrin är dynamiska och känsliga. Turistdestinationer och vissa sporter går igenom livscyklar. Därför är det viktigt att arrangörer eller destinationen är mottagliga för att se förändringar i konsumtionsmönster. Sporter går upp och ned i popularitet, en del förändras till hybridformer (en kombination av två eller flera sporter) och nya sporter uppfinns ständigt, vilket ofta beror på framväxande teknologier men också på förändrade sociala behov. En annan trend man kan se

är att allt fler unga kvinnor blir aktiva inom tävlingsidrotten och man kan anta att den utvecklingen kommer att fortsätta i framtiden (Bohlin & Elbe, 2007, s 184-186).

### 3.1.3. Stora lopp i stora städer

De stora maratonloppen som finns i världen ligger främst i storstäder som Boston, New York, Honolulu, Berlin, Paris, London och Stockholm med flera. Dessa stora lopp har idag tusentals deltagande löpare och hundratusentals åskådare. Bansträckningen går då främst genom de centrala delarna av städerna, vilket gör att det lockar stor publik och många turister. I Sverige är Stockholm Marathon, Göteborgsvarvet och Lidingöloppet exempel på stora löpartävlingar (Appelblad, 2011, s 98-99). År 2013 hade Stockholm Marathon deltagarrekorde med 16 744 löpare (Stockholm Marathons hemsida, 2013). Ett annat lopp som varit populärt är halvmaratonloppet Broloppet som gick över Öresundsbron. Premiären för detta lopp lockade omkring 80 000 löpare (Appelblad, 2011, s 98-99). Men det finns så klart undantag på stora lopp som inte går genom större städer. Ett exempel på det är skidloppet Vasaloppet som går mellan Sälen och Mora. Det är ett lopp som lockar flera tusentals deltagare. Ett annat exempel på ett stort idrottsevenemang som arrangeras på mindre orter är orienteringstävlingen O-ringen. O-ringen är världens största orienteringsäventyr som pågår i fem dagar och lockar omkring 15 000-20 000 deltagare. Evenemanget arrangeras varje år på olika ställen. 2013 arrangeras O-ringen i Boden (O-ringens hemsida, 2013).

## 3.2. Löparvågen

På 1970-talet fick intresset för löpning och joggning ett stort genombrott. Löparrevolutionen började i USA i slutet på 1960-talet och slog igenom på riktigt under 1970-talet. Den amerikanska löparvågen kan kopplas till ett antal nyckelpersoner. Bland annat har framgångsrika amerikanska långdistanslöpare inspirerat många motionärer i USA till att börja springa. Dessa framgångsrika löpare sågs som förebilder och motiverade "vanliga" människor att motionera. Löparvågen kan också kopplas till att människor blivit mer medvetna om att fysisk aktivitet förbättrar hälsa och välbefinnande, särskilt när vi lever ett alltmer stillasittande liv där överviktsproblem bland befolkningen ökar (Galloway, 2002, s 7-11). Antalet fullföljande löpare i amerikanska maratonlopp har ökat kraftigt från 1970-talet och framåt. År 1976 fullföljde omkring 25 000 löpare ett

maratonlopp i USA och år 2011 slogs nytt deltagarrekor­d där omkring 518 000 löpare fullföljde ett maratonlopp (Running USA, 2013a). Något som har ökat än mer i popularitet är halv-maratonloppen i USA. Sedan 2003 har halv-maraton varit den snabbast växande distansen i USA och mellan år 2006-2012 har antalet fullföljande deltagare ökat med 10 % varje år. År 2000 fullföljde 482 000 daltagare ett halv-maraton och 2012 hade det ökat till 1 850 000 fullföljande löpare. En annan intressant förändring är att för första gången i historien var så mycket som 60 % av de fullföljande i halv-maraton kvinnor år 2012 (Running USA, 2013b).

Löparvågen kom några år senare till Sverige. Den svenska löparvågen personifierades bland annat av TV-profilen Bengt Bedrup som skrev boken ”Lunka lagom” där han talade för att det var viktigt med fysisk aktivitet. Den fysiska aktiviteten skulle leda till att både kroppen och själen får positiv stimulans. Löparvågen kan också kopplas till att människor i dagens samhälle fått mer tid till fritid samt att den blev ett motangrepp på den ökande bekvämligheten i samhället. Attityden till löpning har förändrats med tiden. Förr deltog människor i maratonlopp genom att träna hårt för att slå sitt personliga rekord, idag deltar människor mer för att försöka fullfölja loppet och för att det är kul. Detta kan bland annat ses genom att löparna förr hade bättre tider och det gäller på alla ambitionsnivåer (Appelblad, 2011, s 97).

Om man ser till antalet deltagare så kan man se en andra pågående löparrevolution, i och med att fler än någonsin deltar i maraton och halv-maratonlopp. Några förklaringar till att halv-maraton blivit allt mer populärt är att det har blivit högre kvalitet på tävlingsarrangemangen, maratonlöpare som tränar för ett helmaraton springer halvmaraton eller att många ser ett halv-maraton som en mer passande distans samt att andelen deltagande kvinnor har ökat (Appelblad, 2011, 97-98).

En annan indikation på att det pågår en ny löparvåg är Riksidrottsförbundets undersökningar om människors motionsvanor, vilket visar att joggning/löpning som motionsidrott har klättrat från att vara femte största motionsidrotten 2004, till att 2011 ligga på andra plats bland de mest populära motionsidrotterna (Riksidrottsförbundet, 2004, s 53; Riksidrottsförbundet, 2011, s 2).

### **3.3. Sportens individualisering och trender**

Enligt Bourdeau et al. (2004, s 107) kan man se en del förändringar i människors sportutövande. Bland annat nämner författarna att utvecklandet av individuella sporter sker på bekostnad av lagsporter, sportdeltagandets diversifiering, en ökad segmentering och hybridisering av sporter samt att det blir allt mer populärt att träna i inomhusanläggningar.

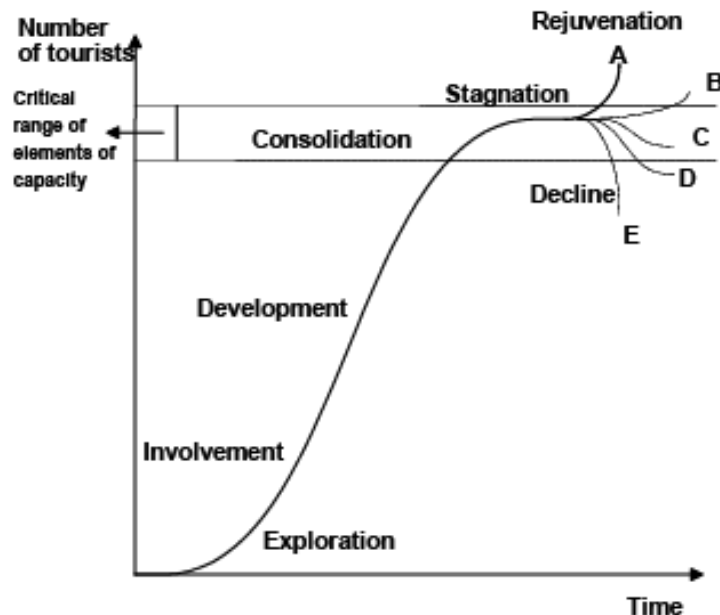
Att ökandet av individuella sporter sker på bekostnad av lagsporter (kollektiva sporter), är ett fenomen som svarar mot ett nytt allmänt intresse för personlig utveckling. Det är också relaterat till det ökande intresset för hälsa och träning samt att vi går mer mot att vilja vara aktiva när vi reser. De aktiviteter som förknippas med hälsa och motion och som lämpar sig lättast till individuell aktivitet är de som ökar mest. Alltså man kan se en tendens i att sporter som är lättillgängliga, kan utövas enskilt och genomföras inom en begränsad tid ökar i popularitet (Bourdeau et al., 2004, s 107-108).

Enligt Putnam (2001, s 114-120) visar många undersökningar att deltagandet i de flesta sporter minskat de senaste årtiondena. Några sporter som sjunkit med 10-20 % de senaste tio till tjugo åren är: tennis (och andra racketsporter), volleyboll, fotboll, cykling, skidåkning (både utför och längd), jogging och simning. Några andra sporter som blivit populära är inlineåkning och snowboard bland yngre, motionspromenader och styrketräning bland de mer hälsomedvetna och golf bland pensionärer. Många av de nya sporterna är dock inte lika ”sociala” som mer traditionella idrotter. De mest ökande i inköp av sportartiklar tillhör produkter som främst används för hemmabruk så som motionscyklar och redskap för styrketräning. Stora lagsporter som softboll, baseboll, volleyboll och amerikansk fotboll tappar deltagare. Idrottandet har sakta minskat men nedgången har särskilt rört lag- och gruppsporter. Bowling är den enda sport som inte minskat i Amerika, men även inom bowlingen har lagspelandet minskat kraftigt. Något som däremot ökar inom sporten är antalet åskådare, alltså istället för att utöva sport så är det allt fler som vill se på sport. Det man ska ha i åtanke vad gäller det Putnam skrivit är att detta skrevs år 2001 och förändringar kan ha skett sedan dess.

### **3.4. Destinationslivscykeln**

Destinationslivscykeln är en modell som beskriver var den aktuella destinationen eller produkten befinner sig i utvecklingen. Begreppet

destinationslivscykeln (Tourist Area Life Cycle, TALC) som myntades av Butler år 1980 är en av de mest välkända teorierna inom turism. Denna teori baseras på produktlivscykelns koncept, där försäljningen av en produkt går långsamt i början, sedan en snabb tillväxt, stabilisering och därefter minskar försäljningen. På liknande sätt menar Butler att destinationer genomgår ett antal steg från att den upptäcks som turismdestination till att den hotas av nedgång eller genomför en nystart (Butler, 2006a, s 3-11).



Figur 8: Destinationslivscykeln (Butler, 2006, s 5)

Det första steget en destination genomgår kallas för *upptäcksfasen* (exploration stage) där destinationen eller produkten upptäcks av några få människor, till exempel på grund av att den har något unikt. Dessa människor har ofta ett stort inflytande på andra människor, vilket leder till att små turistströmmar kommer till området. Denna fas karaktäriseras alltså av få antal turister och det finns ännu inga särskilda faciliteter för turister. Den fysiska och sociala miljön påverkas inte direkt av turismen och turisterna har fortfarande liten betydelse för lokalbefolkningen, ekonomiskt och socialt (Butler, 2006, s 5-6).

Allt eftersom antalet besökare ökar och någon slags regelbundenhet uppstår, kommer en del lokala aktörer att börja engagera sig och erbjuda faciliteter för turisterna och därmed går produkten eller destinationen in i fas två, *involveringsfasen* (involvement stage). Kontakten mellan besökarna och lokalbefolkningen fortsätter vara höga. Allt eftersom denna fas fortskrider börjar marknadsföring av destinationen/produkten att göras för att locka fler turister. Det börjar också uppstå organisationer som arrangerar resor till platsen samt

påtryckning på att kommun och offentliga verksamheter startar för att tillhandahålla eller förbättra infrastruktur och andra faciliteter (Butler, 2006, s 6).

Nästa steg är *utvecklingsfasen* (development stage), den speglar en väldefinierad turismdestination som formas av stark marknadsföring. Under denna fas minskar den lokala inblandningen och kontrollen av utvecklingen, en del lokala faciliteter försvinner som ersätts av större, mer genomarbetade faciliteter som drivs av utomstående organisationer. Natur- och kulturattraktioner utvecklas och marknadsförs specifikt. Regional och nationell involvering i planeringen och bestämmelser av faciliteter kan bli nödvändig. Antalet turister under högsäsong är ofta lika med eller fler än lokalbefolkningen. Typen av turister kan också ha förändrats här, allteftersom en bredare marknad attraheras till destinationen (Butler, 2006, s 6).

I fjärde fasen, *konsolideringsfasen* (consolidation stage) stagnerar antalet besökare även om det totala antalet besökare fortsätter att öka, men inte i samma snabba takt. En stor del av den lokala ekonomin har blivit beroende av turismen. Marknadsföring och reklam kommer att vara omfattande och satsningar görs för att förlänga säsongen och förstärka marknaden. Det stora antalet besökare och turistfaciliteter kan möta motstånd hos lokalbefolkningen, framförallt bland de som inte är inblandade i turismindustrin på något sätt (Butler, 2006, s 7).

I nästa fas, *stagnationsfasen* (stagnation stage) har det största antalet besökare och kapacitetsnivån för många faciliteter uppnåtts eller överskridits, vilket kan leda till miljömässiga, ekonomiska och sociala problem. Destinationen har i detta läge en väletablerad och känd image, men kommer inte längre att vara lika populär. Detta på grund av att det exempelvis inte finns något nytt som lockar. De får istället försöka förlita sig på återkommande besökare. Destinationen får överskott på faciliteter och satsningar görs för att upprätthålla besöksnivån. I den här fasen kan kultur- och naturattraktioner bli ersatta av artificiella attraktioner, imagen kan bli skild från dess geografiska miljö och destinationen går mot att mer bli massurism (Butler, 2006, s 7).

Finner man inget nytt som attraherar tillbaka turisterna finns risk att kris uppstår och destinationen hamnar i *nedgångsfasen* (decline stage). I denna fas minskar antalet besökare. Det är nu inte möjligt att konkurrera med andra attraktioner och destinationer samt att man inte kan locka semesterbesökare längre. Däremot kan destinationen fortfarande locka helg- och dagsbesökare, om den är



tillgänglig för ett stort antal människor. Många aktörer kan i dessa fall välja att sälja sina tillgångar och satsa på någonting annat. Det finns risk att många turistfaciliteter försvinner allteftersom området blir mindre attraktivt för turister samt att lokal involvering i turismen kan öka igen. Detta kan i sin tur leda till att området tappar helt sin funktion som turistdestination (Butler, 2006, s 7-8).

Destinationen eller attraktionen kan genomföra en *förnyelse* (rejuvenation) för att försöka förhindra nedgången. En total förändring av attraktioner kan vara nödvändig för att förnyelsen ska kunna uppnås. Det finns två sätt att genomföra förnyelsen på. Att skapa något unikt som en artificiell attraktion till exempel ett kasino kan vara ett sätt. Men om konkurrerande eller närliggande platser gör något liknande kan effekten bli mindre. Ett annat sätt till förnyelse är att dra nytta av tidigare outnyttjade naturresurser. Till exempel genom att skapa en vintersportdestination för att locka turister även under vinterhalvåret (Butler, 2006, s 8).

Förutom de ”extremer” som beskrevs tidigare, nedgång och förnyelse, finns det några mellanvägar destinationer kan ta (se figur 8), där utgången blir någonting mittemellan (Butler, 2006, s 9-10).

Det verkar endast vara verkligt unika attraktioner/platser som kan förvänta sig vara en tidlös attraktion som håller under lång tid. Även vid sådana fall måste människors intressen och preferenser vara konstanta över tid för att kunna locka besökare under en längre tid. Ett annat sätt för att konkurrera om att locka besökare under längre tid är att lägga till attraktioner för att kunna följa de nya trenderna som uppkommer. Om nedgångsfasen pågår under lång tid, finns risken att destinationen och dess faciliteter inte längre blir attraktiv även efter att problemen är lösta. Destinationscykelns kurva kan förväntas variera för olika destinationer, vilket kan bero på graden av utveckling, antal besökare, tillgänglighet, regeringens politik och antal liknande konkurrerande destinationer. Det har tydligt visats att förbättrad tillgänglighet till rekreations/turist-områden resulterar i ökat antal besökare. Kritik som teorin bland annat har mött är att alla destinationer möjligtvis inte genomgår alla stegen i cykeln (Butler, 2006, s 8-10).

### 3.5. Turismsystemets geografiska dimensioner

Inom turismen pratar man ofta om att en destinations eller attraktions tillgänglighet kan vara viktig för att lyckas eller för att generera turister till området.

Därför är transporter en nödvändig länk mellan besökare och destinationer. Turisternas resor äger rum på olika skalnivåer från den lokala till globala, och det är transporter som styr de här flödena. När det gäller turisternas mobilitet, handlar det ofta om den geografiska rörligheten i form av fysisk rörlighet. Vilket betyder att människor förflyttar sig i det geografiska rummet för att komma till och från platser man vill besöka. Men alla platser har inte samma egenskaper och potential när det gäller tillgänglighet. Om tillgängligheten förbättras ökar den rumsliga interaktionen mellan platser. För olika platser förändras tillgängligheten olika. En ökad tillgänglighet kan ske genom exempelvis vägbyggen, förbättringar av banor och tåg, nya buss- och flyglinjer. I och med detta så kommer vissa orter relativt sett närmare varandra. Det är oftast de befolkningsmässigt större orterna i landet som får se denna utveckling, vilket på lång sikt kan ha betydelse för en destinations/attraktions utveckling. Vid planering av en attraktion till exempel, är transportfrågorna viktiga, också ur ett långsiktigt perspektiv (Bohlin & Elbe, 2007, s 274-275).

Interaktion mellan platser och turistströmmar kan se olika ut mellan olika orter. Detta kan beskrivas med Isaac Newtons gravitationsmodell som bygger på att massan hos två objekt och avståndet mellan dem avgör dragningskraften. Anledningen till att vissa destinationer är mer attraktiva än andra kan enligt gravitationsmodellen bero på en större befolkningsstorlek. En större befolkning betyder ofta att det finns ett större serviceutbud och ett större utbud av attraktioner (boende, restauranger och så vidare). Dragningskraften påverkas också av transportinfrastrukturen som finns. Exempel på att platser med en större befolkningsstorlek lockar fler besökare är att stora städer i Sverige är mest populära för både svenska och utländska besökare. År 2004 låg tio av de 30 mest populära besöksmålen i Sveriges två största städer, Stockholm och Göteborg. Fördelen för storstäder och andra större orter är att de kan kombinera en betydande hemmamarknad med turisterna. De har också en fördel i att de utgör naven i det nationella och internationella transportsystemet (Bohlin & Elbe, 2007, s 276-278).

Enligt den amerikanske geografen Ullman (1956) är komplementaritet, överförbarhet och mellanliggande möjligheter viktiga faktorer för att öka platsers attraktivitet, konkurrenskraft samt för att påverka dess tillgänglighet. Med *komplementaritet* menas att vissa destinationer har en särskild attraktion som lockar en turist att resa dit. Det kan vara något som inte finns någon annanstans, till exempel lutande tornet i Pisa. *Överförbarhet* innebär att det finns möjligheter att förflytta människor och produkter med lämpliga transportmedel och till rimliga priser. Ett exempel på detta är att efter Öresundsbron byggdes, ökade överförbarheten mellan Sverige och Danmark. *Mellanliggande möjligheter* betyder att det finns samma sak att tillgå någon annanstans utan att behöva resa så långt (Bohlin & Elbe, 2007, s 276). Ett exempel på detta kan vara att om man bor i Mora, så kan möjligtvis löparstafetten Vasastafetten (som går mellan Sälen och Mora), vara en mellanliggande möjlighet till en löparstafetttävling istället för St Olavsloppet.

För att en destination eller företag ska kunna göra sina produkter och tjänster tillgängliga för sina kunder, måste de ha en uppfattning om vilka de tilltänkta kunderna är och hur dessa ska nås. Man försöker hitta kundgrupper där störst framgång kan nås. För att lyckas välja rätt kundgrupp eller segment är det viktigt att det är möjligt att kunna kommunicera med dem och att de är tillräckligt stora så att de är lönsamma. Eftersom tjänster inte kan lagras för att säljas senare, som till exempel ett deltagande i en löparstafett, kan det vara viktigt för destinationer att ha olika attraktioner som kan locka olika målgrupper, för att kunna locka så många som möjligt (Bohlin & Elbe, 2007, s 294-295).

Turistprodukter som exempelvis ett shoppingcentrum, kan locka besökare från kringliggande regioner. Medan mer exotiska produkter kan locka besökare från mycket längre avstånd, till och med ibland från utlandet. Företag som producerar produkter som kräver ett stort kundunderlag, kan ha fördel av att vända sig mot storstadsområden som till exempel olika skidanläggningar (Bohlin & Elbe, 2007, s 294-295).

## **4. METOD**

### **4.1. Kvalitativ analys**

Denna undersökning är i huvudsak en kvalitativ studie. Anledningen till valet av kvalitativ studie grundas i att denna studie vill få en bättre förståelse för ett visst fenomen. Kvalitativa metoder har framförallt ett förstående syfte och är inte inriktad på att få fram information som har generell giltighet. Även om denna studie inte resulterar i några mer generella kunskaper så kan den möjligtvis ändå erbjuda nyttiga lärdomar som andra evenemang kan använda sig av. Den här typen av studie har sin styrka i att den kan visa på totalsituationen, vilket möjliggör en ökad förståelse för sociala processer och sammanhang (Holme & Solvang, 1997, s 14, 79).

Jag har också använt mig av statistik där deltagarantal över tid har analyserats. Detta eftersom det ger en bra bild över löparstafetttävlingarnas utveckling över tid. Statistiken som är analyserad är hämtad från St Olavsloppetets hemsida samt från en rapport över Vindelälvsloppetets utveckling.

### **4.2. Intervjuer**

Fördelar med att göra kvalitativa intervjuer baseras på dess informationsdjup, flexibilitet och den höga svarsfrekvensen. Den höga svarsfrekvensen beror ofta på att tid och plats är bokade i förväg. Intervjuer är lämpliga för att producera djupgående och detaljerad information, vilket eftersträvas för denna studie (Denscombe, 2009, s 267-268). Denscombe (2009, s 232) hävdar också att intervjuer är en bra metod att använda för att studera mer komplexa och subtila företeelser.

Denna studies empiri består av sex semistrukturerade telefonintervjuer som varade i 30-45 minuter (se intervjufrågorna i bilaga). Anledningen till att semistrukturerade intervjuer gjordes istället för strukturerade, är för att respondenterna skulle ha möjlighet att svara med en större frihet.

Semistrukturerade intervjuer innebär att intervjuaren har en färdig intervjumall med ämnen och frågor som ska behandlas, men det finns även möjlighet till flexibilitet under intervjun så som att respondenten får möjlighet till att utveckla sina tankar och beskriva dem mer utförligt. Frågorna karaktäriseras också av mer öppna slut (Denscombe, 2009, s 234-235).

### **4.3. Urval**

Att ha ett slumpmässigt urval av respondenter har inte varit någon strategi i denna studie. Eftersom denna studie baseras på två specifika idrottsevenemang, Vindelälvsloppet och St Olavsloppet, så har respondenter valts ut baserat på att de ska vara eller ha varit involverade i något av evenemangen. Totalt har sex personer intervjuats, tre från Vindelälvsloppet och tre från St Olavsloppet. Genom att använda sig av respondenter som har god kunskap om det fenomen som undersöks kan informationsvärdet och innehållet i studien öka. Personer som är involverade i ett specifikt fall eller de företeelser som undersöks, är mer medvetna än andra och har större benägenhet att reflektera över situationen (Holme & Solvang, 1997, s 101-104).

För småskaliga kvalitativa studier har vissa forskare ifrågasatt lämpligheten att använda sig av slumpmässigt urval. De förespråkar istället icke-sannolikhetsurval. I denna studie har alltså tillvägagångssättet att hitta respondenter varit ett icke-sannolikhetsurval, som även kallas målinriktat urval (Denscombe, 2009, s 52). Eftersom urvalet inte grundar sig på något slumpmässigt urval så kan man inte säga att urvalet är representativt. Därför får man vara försiktig med att generalisera resultatet. Om urvalet hade varit större och slumpmässigt, hade det varit möjligt att dra mer generella slutsatser.

Efter att ha hittat två lämpliga respondenter att intervjua, så användes den så kallade snöbollsmetoden för att få tips om fler respondenter som kan tänkas vara relevanta för undersökningen. Med snöbollsmetoden menas att urvalet bestäms genom att en person hänvisar till nästa person och på så sätt växer urvalet. Detta kan vara ett smidigt sätt att komma i kontakt med respondenter genom att man får tag i lämpliga respondenter samt att man kan använda personen som tipsade om denne som referens, för att öka sitt anseende och sin trovärdighet (Denscombe, 2009, s 38). Som nämndes tidigare var urvalskriterierna endast att de skulle vara eller ha varit involverade i något av evenemangen och gärna under en längre tid.

### **4.4. Tematisk analys**

Den analysmetod som valts är tematisk analys. Valet av tematisk analys grundas på att det ansågs som ett lämpligt sätt att analysera intervjumaterialet. Detta eftersom syftet med studien är att studera orsaker bakom skillnaderna i utveckling och andra skillnader mellan de två tidigare nämnda

idrottsevenemangen. Tematisk analys är en flexibel metod som kan sammanfatta huvuddragen i en stor mängd data samt kan belysa likheter och skillnader (Braun & Clarke, 2006, s 37). När man letar efter teman rekommenderas att man har ögonen öppna för bland annat återkommande teman, likheter och skillnader i teman samt teorirelaterat material (Bryman, 2011, s 530-531). Tillvägagångssättet har varit att hitta centrala teman och subteman som beskriver eller svarar på syftet. Återkommande teman har letats samt likheter och skillnader i teman som uppkommer.

Braun & Clarke (2006, s 16-23) har definierat sex steg utifrån hur en tematisk analys kan genomföras. Dessa har legat till grund för hur denna analys har gjorts. De sex stegen är:

1. Lära känna sitt material genom att exempelvis transkribera de inspelade intervjuerna.
2. De första kodningarna görs ur materialet som är relevant för syftet.
3. Sortera in koderna i potentiella teman.
4. Granska och förfina de teman som hittats.
5. Analysera och namnge varje tema.
6. När temana är genomarbetade, så börjar den slutliga analysen där rapportens resultat skrivs.

#### **4.5. Metoddiskussion**

Anledningen till att telefonintervjuer gjordes istället för intervjuer öga mot öga var på grund av tidsbrist. Dessutom var det geografiskt långa avstånd till många av respondenterna, vilket skulle ha lett till stora kostnader i form av transport till och från dem. Nackdelen med telefonintervju är att man inte kan förvänta sig lika detaljerad och fyllig data som i intervjuer öga mot öga (Denscombe, 2009, s 29). Men i detta fall anser jag inte att denna skillnad kommer ha någon större betydelse för resultatet.

Eftersom St Olavsloppet går mellan Trondheim i Norge och Östersund i Sverige ansåg jag att det var viktigt att även intervju en representant från den norska sidan. Från början var tanken att en mejlintervju skulle göras med denna person, för att språkskillnaderna inte skulle bli något problem. Men eftersom den norska respondenten hellre ville göra en telefonintervju så blev det så. Det faktum att

respondenten pratade norska och jag svenska, kan ha viss effekt på resultatet då norska inte är mitt modersmål och svenska inte är respondentens modersmål.

En annan aspekt att ha i beaktande är de intervjuareffekter som uppstår i samband med intervjuer. Det vill säga att jag som forskare på olika sätt omedvetet kan påverka respondenter och därmed även resultatet. En av dessa effekter kan vara att min personliga identitet (så som kön, ålder och etniskt ursprung) kan påverka respondenter hur de svarar (Denscombe, 2009, s 244). För att minska dessa effekter har en passiv och neutral roll försökt att användas genom att jag exempelvis har försökt att undvika ledande frågor. En annan intervjuareffekt som kan ha påverkat, är min roll som intervjuare, eftersom jag är nybörjare på detta, kan jag ha missat att ställa lämpliga följdfrågor.

Denna studie har avgränsningar i antal respondenter (totalt sex stycken), eftersom fler respondenter skulle vara för tidskrävande. På grund av få respondenter kan detta ha medfört att det är svårt att dra generella slutsatser. Studien syftar istället på att visa en bild av hur det kan se ut för dessa två typiska idrottsevenemang (Vindelälvsloppet och St Olavsloppet).

Etiska aspekter är viktiga att ta hänsyn till som forskare. Däribland konfidentialitet, därför var jag noga med att informera respondenterna om syftet med studien, hur och var materialet skulle användas samt att de skulle få vara anonyma. Men samtliga respondenter medgav att jag skulle få använda deras namn i studien.

## 5. RESULTAT

Nedan redovisas intervjuerna med de personer som valts ut för undersökningen. Resultatet presenteras efter de teman som urskilts i intervjuvaren. Dessa teman presenteras i form av underrubriker och hänvisar till de anledningar som förklarar varför St Olavsloppet kunnat överleva, men inte Vindelälvsloppet, samt vilken betydelse den geografiska placeringen har.

### 5.1. Beskrivning av respondenter

Tabell 2: Bakgrundsfakta om respondenterna

| Respondent | Namn                | Lopp             | Uppdrag  | Engagerad i antal år  |
|------------|---------------------|------------------|--|---|
| 1          | Curt Bergquist      | St Olavsloppet   | Projektledare för den svenska sidan och Ordförande för hela St Olavsloppet.            | Ca 15 år.   |
| 2          | Öystein Lunnan      | St Olavsloppet   | Styrelsemedlem och tidigare ledare 2007-2011.  | Ca 11 år i organisationen, som löpare nästan sedan starten. |
| 3          | Sören Persson       | St Olavsloppet   | Kassör och med i ledningsgruppen.  | Ca 20 år.   |
| 4          | Torbjörn Norrman    | Vindelälvsloppet | Satt i styrelsen och jobbade på lokalnivå.   | Under hela tiden loppet gick, ca 20 år.                     |
| 5          | John-Gunnar Jönsson | Vindelälvsloppet | Många olika uppdrag, bland annat ordförande i Öråns SK, tävlingsledare och speaker.    | Ca 20 år.   |
| 6          | Leopold Sjöström    | Vindelälvsloppet | Uppdrag för Vindelälvs kommunerna, ansvarig för turist- och fritidsfrågorna i Sorsele. | Under alla åren, ca 20 år.                                  |

### 5.2. Evenemangens utveckling

Respondenterna gav olika förklaringar till evenemangens framgångar. Något alla respondenterna var överens om som hade påverkat dem positivt var jogging- och motionsvågen. Under tiden loppet var som störst, i slutet av 80-talet och början på 90-talet, menar respondenterna att det rådde en allmän joggingvåg och många ville vara ute och motionera. Det stora intresset för jogging smittade av sig och bidrog till att allt fler ville delta i loppet.

*”Jag är helt övertygad om att det var joggingvågen själv som gjorde det. Det var oerhört många som sprang på den tiden.” (R4)*



St Olavsloppet har de senaste åren haft en ökning av antalet deltagare och man kan se ett ökat intresse för löpning igen.

*”Ja lite grann är det ju den allmänna trenden att folk går ut och motionerar och rör sig. Det har ju varit liksom en löparvåg allmänt och det har vi fått del av. Men sen att vi marknadsför oss ju som ett motionslopp, att alla kan vara med oavsett ålder och kön och kondition och allting.” (R1)*

Andra förklaringar till den snabba uppgången i slutet av 80-talet förklarade de med att timingen var helt perfekt och att framgång föder framgång (R6). Hela konceptet var lockande med glädjen, stämningen och löpningen gjorde att många ville vara med och uppleva det (R3 & R6). Nyheten med loppet och det unika med arrangemanget var också en anledning som gjorde att människor lockades till dessa löparevenemang (R2).

### **5.3. Anledningar till att Vindelälvsloppet inte kunde överleva**

#### **5.3.1. Joggingvågen gick ned**

En anledning till Vindelälvsloppets successiva nedgång i deltagande lag och så småningom dess fall, förklaras av att intresset för löpning allmänt minskade och joggingvågen gick ned (R4, R5 & R6).

*”Man måste se så här att löpningen som motionsform, det går lite upp och ned. Alltså den tappade ju lite i allmänt intresse.” (R6).*

#### **5.3.2. För lite förändringar**

En annan förklaring till varför inte Vindelälvsloppet kunde överleva beror på att de inte var tillräckligt lyhörda och gjorde för lite förändringar. De var för fega för att experimentera och skulle ha förnyat sig mer (R6, R5, R2 & R1). Vidare nämns också att förändringarna kom för sent (R1). Att göra förändringar var inte särskilt enkelt eftersom det fanns många som hade olika synpunkter och åsikter (R6).

Förändringarna många deltagare ville se var bland annat att det var för långa löparsträckor (R6, R2 & R1) och många ville ha tävlingen en dag kortare (R6). Media ville gärna framhäva elitklassen vilket gjorde att motionsklassen kom lite i skymundan. Detta är något som också kan ha påverkat nedgången (R6).

I efterhand nämns ett antal åtgärder man hade kunnat göra, däribland nämns att mer och kraftigare förändringar hade kunnat göras, så som kortare sträckor, en dag kortare, tagit med andra influenser som inlines och cykling för att locka nya kundgrupper. Rekryteringen är också något som hade kunnat jobbas hårdare med (R5 & R6).

### 5.3.3. Liten närmarknad

Vidare nämns också att ett problem är att närområdet kantas av en liten närmarknad, det vill säga ett glesbefolkat område (R6 & R2). Detta är något som behandlas och tas upp längre fram. Ett annat stort problem som nämns av samtliga respondenter handlar om problem att rekrytera nya lagledare (läs mer under rubriken Problem).

## 5.4. Anledningar till att St Olavsloppet har kunnat leva vidare

### 5.4.1. Norge

Samtliga respondenter påpekar att en anledning till att St Olavsloppet kunnat leva vidare beror deltagandet från Norge. Omkring 70 % av deltagarna kommer från Norge och resterande kommer i stort sett från Sverige. De nämner att människorna i Norge har ett större fokus på motion än vad svenskarna har och att norrmän i allmänhet är mer intresserade av att motionera på olika sätt. Så här förklarar Respondent 1 varför de flesta deltagarna kommer från Norge:

*”Ja det beror ju på att dom har mycket större upptagningsområde där. Det är ju mycket mer folk som bor i trakterna runt Trondheim och Levanger och enormt mycket mer folk än vad som bor just i Östersundstrakten. Så det stämmer med folkmängden ungefär och företag och i förhållande till procentmässigt. Det är ju därför de får till fler lag och sen är ju Norge, det är ju en nation som är mer för det där med att gå på tur och motionera än vi svenskar.” ( R1).*

### 5.4.2. Närmarknaden

Något som också är betydelsefullt för att evenemanget ska leva vidare är tillgången till en större närmarknad, vilket gör det enklare att rekrytera nya deltagare, ledare och så vidare.

*”(...) jag vill nog säga att det är den lokala närmarknaden som är betydelsefull för dom, framförallt så är betydelsen att man har Norge med för dom bidrar*

*mycket till just deltagandet i arrangemanget och dom två Trondheim och Östersund som ändå är två större städer i jämpunkten av det här arrangemanget. Det har naturligtvis betydelse.” (R6)*

#### 5.4.3. Viljan att förändras

Att vara lyhörd och lyssna på deltagarna vad de tycker är bra och dåligt och sedan inte vara rädd för att förändra har haft en stor betydelse för att evenemanget har kunnat hålla långsiktigt. I och med att sträckorna i St Olavsloppet kortades ner och blev fler (från 24 sträckor till 52), så har det inneburit att loppet passar allt fler, även de som inte motionerar så mycket, vilket har gjort det lättare att rekrytera löpare (R1, R2 & R3). En annan bidragande anledning till framgången är att de har jobbat hårt med rekryteringen, samt att de ständigt förändrat och förbättrar produkten. De har också försökt hålla fokus på motion och inte lika mycket på tävling (R1 & R2). Så här förklarar Respondent 3 anledningen till att loppet kunnat överleva under så lång tid:

*”Ja framförallt viljan att förändras, lyssna på deltagarna och komma med positiva förändringar, att vi har tagit till oss ny teknik...” (R3).*

Så här förklarar Respondent 2 detta:

*”De fler svar som finns är att själva produkten var så bra och vi har haft väldigt många ambassadörer över tid (...) och sedan att vi har haft fokus på motion och inte på konkurrens, är viktigt tror jag.” (R2)*

#### 5.4.4. Går mellan två länder

St Olavsloppet går mellan två länder, Sverige och Norge. Detta är något som gör evenemanget speciellt och förstärker det exotiska och som kan ha betydelse för att locka deltagare (R1, R2 & R6).

*”Jag tror nog att det har förstärkt det exotiska med det hela och för att tänka på möjligheten om att överleva. Det är många tusen som känner de små byarna längs vägen och de har löpt där många gånger. Det är alltså det exotiska och det att det är något speciellt att vi är två nationer som arrangerar det. Det har både gett oss utmaningar men också varit en styrka. Det är en poäng.” (R2)*

## 5.5. Den geografiska placeringens betydelse

Alla respondenter är överens om att loppens geografiska placering har betydelse för att evenemangen ska kunna överleva långsiktigt. Men de hänvisar till lite olika aspekter, som behandlas nedan.

Som nämnts tidigare har den geografiska placeringens betydelse berörts. Den geografiska placeringen av evenemangen har betydelse i form av att det kan vara en fördel att loppet går mellan städer, vilket innebär större närmarknad. Alltså befolkningsunderlaget har betydelse för utvecklingen och kan ha betydelse för att kunna leva långsiktigt (R1, R2, R3 & R6).

*”Det är ju få egentligen som riktigt blir hållbara en lång tid. Ja det är klart Vasaloppet, Göteborgsvarvet, Lidingöloppet och andra stora. Men samtidigt ska man ju förstå att vi skulle ju etablera det här i en region som har en väldigt liten närmarknad. Alltså det är ju inte så gott om människor och till skillnad från St Olavsloppet, det går mellan två städer Trondheim och Östersund. Det skapar en liten annan möjlighet med att man har större närmarknad.”* (R6)

Alla respondenter håller inte med om att det skulle vara en fördel att evenemanget går mellan större städer. För Vindelälvsloppet har det funnits diskussioner om att loppet skulle gå i mål i Umeå, men då menar de att i en större stad skulle de försvinna, inte synas marknadsmässigt (R4 & R5).

*”(…) Det finns ju en del som skulle gärna vilja ha det, vad heter den här orten vid kusten.. Umeå eller vad den heter, betydlig orter, att målgången ska vara där. Katastrof! Om det skulle vara det. Då har man förstört loppet så att, nu har de kloka som suttit och beslutat tyckt att det ska vara målgång i Vännäsby. Det är det enda raka och det hoppas jag att det förblir. Jag tycker att det är helt fel för att Vindelälven den går inte till Umeå, då är det inte Vindelälvsloppet.”* (R5)

En annan sak som respondenterna nämner som betydelsefullt för den geografiska placeringen av evenemangen är naturen. Alltså att det har varit en stor betydelse för evenemangen att de har gått eller går genom vacker natur, från kust till fjäll och så vidare.

*”Det går över fjället och det är otroligt vackert. Det går efter Alsensjön och kommer ned vid Stiklestad, en kulturstad och går ut och följer havet ner mot*

*Trondheim, alltså det är ju så vackert. Jag är lyrisk varje gång jag åker efter sträckan.” (R1)*

En annan respondent beskriver den geografiska placeringens betydelse för evenemanget så här:

*Den tror jag faktiskt hade stor betydelse och det bygger jag min bedömning på att Vindelälven som den fria älven som sparades från vattenkraftsutbyggnad, har ett väldigt starkt symbolvärde (...) och jag tror att den här kopplingen mellan att den här naturresursen och det här arrangemangets koppling till just älven. Den var väldigt viktig för profilen och gav ett sådant mervärde att jag kan bedöma att det var den geografiska placeringen, att springa i stort sett från källflödet till utloppet, från fjäll till kust. Den var en jättestark profil. (R6)*

## **5.6. Sportens individualisering**

När det gäller motion så har den blivit mer individualiserad (R2, R3 & R6). Det finns en skillnad mot dagens motionsvåg och det är att den är individuell, så det krävs mycket för att bilda lag med 30-40 stycken (R2). Det finns även en begränsning med de här loppen och det är att man måste vara i lag. I individuella lopp är det bara att anmäla sig, det vill säga att det krävs mindre av alla deltagare för att kunna vara med (R3). Men många respondenter menar att en ökning av individuella idrotter sker på bekostnad av lagidrott inte är något som har påverkat arrangemanget särskilt mycket (R1, R2 & R5). Löpningen är individuell i stort sett, alltså att löparstafetttävlingarna är samtidigt individuella (R1 & R4).

Några respondenter menar däremot att de kan ha påverkats av att fler utövar sporter i inomhusanläggningar. När löparvågen sjönk så slutade ungdomar att springa, de började spela innebandy och liknande. Arenaidrotter och arenaaktiviteter har ökat, många vill ha det så häftigt och det kan vara svårt att konkurrera med dessa (R1, R3, R4 & R6). Löpningen verkar dock vara på uppgång men en skillnad är att man inte springer lika långt idag som förr. Kortare sträckor är populärare.

*”Vi tappade lag för att det var för långa sträckor, alltså det krävdes ju mer av varje individ och det var ju mer folk förr som sprang längre sträckor. Det är färre idag som.. ja det är ju massor som springer sånt där Stockholm Marathon och London Marathon men det är ju nåt annat det. Men annars vill folk inte springa så långt. Det gäller att få med alla människor, även de som inte*

*motionerar så mycket, att dom kan vara med så att det är.. (...) det är inte så stor del som vill utöva sån där extremidrott, alltså pressa sig till långa sträckor och sådär.” (R1)*

Alla respondenter påpekar att de tror att det ändå är lika viktigt idag som tidigare att skapa lag för att delta i stafett. Framförallt för att det är något socialt och människor får vara tillsammans. Laget har betydelse för att skapa vi-anda och för att det är roligt att delta tillsammans i ett lag.

## **5.7. Problem**

Det finns ett antal problem som båda löparevenemangen har påverkats av och det är bland annat trafikproblem och lagledarrollen.

### **5.7.1. Trafik**

Evenemangen har stött på många praktiska problem och däribland har trafiken varit svårt att lösa. Eftersom båda evenemangen går efter allmän landsväg, så krävs det mycket för att få ihop både säkerheten för löparna och för att människor ska komma fram efter vägen (R1, R2, R3, R5 & R6).

*”Ja bland de större problemen är ju att vissa delar av loppet, så är det ju oerhört tät trafik och det försöker vi ju på olika sätt att hitta lösning, från att vi har spridit ut startgrupper så att det inte ska bli proppar. Vi har haft olika lösningar, enkelriktning av trafik och man försöker begränsa att varje lag har så få fordon som möjligt. Det är ju definitivt det som sätter en gräns för hur många lag som vi ska kunna ta emot i loppet, att vi håller till på landsvägen i huvudsak och blir då svårigheter att ta sig fram för ja både trafiken och i viss utsträckning även drabba löpare, så det är väl bland de största utmaningarna.” (R3).*

Respondent 5 beskriver trafikproblemen så här:

*”(...) om man var på loppet och förstod kaoset, det organiserade kaoset som var efter Vindelälven med framkomlighet, med säkerhet, hur ska ambulansen ta sig fram så det var ju miltals köer. Hur ska vi kunna hitta lösningar för att transportera både löpare, lagledare, publik? Alltså det var ju mycket praktiska frågor. Vi till och med använde helikoptrar för att kunna transportera material mellan olika växelstationer för att överhuvudtaget ta sig fram, poliseskort, med mera, med mera.” (R5).*

### 5.7.2. Lagledarrollen

Lagledarrollen nämner många av respondenterna som ett problem. Varje lag har en lagledare som ofta ser till att rekrytera löpare till sitt lag, ordna med boende och transporter. Detta är något som är väldigt krävande för dessa personer och har gjort att det blivit svårt för många lag att rekrytera nya lagledare när någon slutat. Detta har inneburit att många lag tvingats avstå löparevenemanget på grund av att de inte hittat någon ny lagledare som ville ta på sig denna roll.

*"(...) ett problem som vi hade, det var ju att dom här som jobbade som lagledare i lagen dom blev gamla och tycker att nu lägger vi av och så hittade dom ingen ny. Och det var ju lite synd och det var ju också ett problem. Det var ju svårt att åtgärda från vår sida, att gå ut och hitta lagledare. Dom var ju ensamvargar och tog på sig allting, både med boende och resor och skaffa folk som skulle springa och allt möjligt sånt där. Dom skulle ha varit flera stycken som skulle ha hjälpts åt."* (R4).

Andra problem som evenemangen upplevt är svårigheten att rekrytera lag längre ifrån. Det kan vara svårt för dessa att lösa logistiken med boende och transport (R1 & R3). Därför funderar St Olavsloppet på att erbjuda paketerbjudanden där allt ska ingå. Detta är något som skulle fungera bra för företag exempelvis samt för att kunna få fler lag utifrån och inte bara från närområdet (R1). Både Vindelälvsloppet och St Olavsloppet har/hade främst löpare ifrån närområdet och efter loppens sträckning.

Organiseringen av Vindelälvsloppet och St Olavsloppet består i stort sett av ideella arbetskrafter. Detta är något som både har sina för- och nackdelar. Nackdelen är att det kan bli väldigt känsligt eller sårbart om eller när ideella krafter slutar engagera sig. Fördelen är att alla som är engagerade brinner väldigt mycket för evenemanget och lägger ned otroligt många timmar på att planera och genomföra evenemanget (R1, R3 & R4).

### 5.8. Huvudsakliga skillnader

De huvudsakliga skillnaderna som kan ses mellan loppet är att St Olavsloppet har kortare sträckor som gjorde att de nådde ut till en bredare marknad. St Olavsloppet går genom befolkningsrikare områden och de har en fördel i att de har en stor marknad i Norge. Vindelälvsloppet hade ett större fokus på eliten än vad St Olavsloppet verkar ha haft (även om det ofta var media som främst fokuserade på eliten). Förmågan att förändras verkar ha varit större i St

Olavsloppet. St Olavsloppets marknadsföring sker främst via webb, Facebook, Youtube och på andra lopp. Vindelälvsloppet litade mycket på marknadsföringen genom tidningen Land, samt att när loppet var i uppgång så marknadsförde den sig själv. Skillnaderna i marknadsföring kan bero på att under Vindelälvsloppets tid var det inte lika vanligt att marknadsföra sig via webben och sociala medier. En annan skillnad är att Vindelälvsloppet verkar ha haft ett större by-engagemang med fler kringaktiviteter.

### **5.9. Framtiden**

Vindelälvsloppet kommer att genomföra en testuppstart till kulturhuvudstadsåret 2014 för att se vilket intresse som finns. En del förändringar av loppet diskuteras, däribland att loppet ska förkortas någon dag, lägga till cykeletapper och nattetapp. De ser optimistiskt på en uppstart av detta.

St Olavsloppet försöker hitta fler arrangemang, eventuellt ordna en cykeltävling och ordna något under vintertid (R3). De har tillsatt en arbetsgrupp som ska jobba med utveckling av arrangemanget, kringaktiviteter och göra en konsekvensanalys av en fortsatt utveckling (R1). De kommer att fortsätta att jobba med att göra stadigt små, små förändringar (R2). Framtiden för evenemanget ser ljus ut (R1, R2 & R3).



## 6. DISKUSSION

Syftet med den här studien var att undersöka och analysera utvecklingen av stora löparevenemang. Detta gjordes genom en fallstudie över utvecklingen av Vindelälvsloppet och St Olavsloppet. Studien fokuserar på anledningar till varför St Olavsloppet har kunnat överleva, men inte Vindelälvsloppet samt möjliga orsaker till detta. Att undersöka detta kan vara komplext eftersom det kan finnas väldigt många olika anledningar till detta. Den här studien försöker visa på de huvudsakliga faktorerna bakom det och jag anser ändå att vissa mönster relativt tydligt framkommit av mina respondenter.

En orsak till Vindelälvsloppets nedgång och även St Olavsloppets nedgång under samma tidsperiod hänvisar respondenterna till att löparvågen gick ned och att intresset för löpning minskade bland allmänheten och andra aktiviteter tog över. Den här nedgången i intresset för löpning verkar inte ha varit lika stor i Norge, där intresset verkar ha legat relativt stabilt vilket kan vara en anledning till att St Olavsloppet har kunnat behålla deltagarantalet mer stabilt än Vindelälvsloppet kunde. Det finns saker som tyder på att intresset för löpning är på uppgång igen, dels visar den uppåtgående trenden för deltagarantalet för St Olavsloppet det och även andra löpartävlingar som slår rekord i deltagarantal. Dels även en undersökning från Riksidrottsförbundet visar att löpning som motionsform ökar. Detta kan ses som något positivt och en möjlighet för Vindelälvsloppets troliga uppstart inför 2014.

Något annat som framkommer som en trolig faktor till att St Olavsloppet kunnat leva vidare under en längre tid är att de var lyhörda, inte var rädda för att göra förändringar och gjorde förändringarna i tid. Vindelälvsloppet gjorde vissa förändringar mot slutet men de anses ha varit för små och gav ingen större effekt, samt att förändringarna troligtvis gjordes för sent. Butler (1980) nämner i *destinationslivscykeln* att en destination eller attraktion kan genomföra en förnyelse för att försöka förhindra nedgången. En total förändring av attraktioner kan vara nödvändig för att förnyelsen ska kunna uppnås. Han påpekar också vikten av att följa trender för att kunna locka besökare en längre tid. Om nedgångsfasen pågår under lång tid, finns risken att destinationen inte längre blir attraktiv även efter att problemen är lösta. Detta är också något jag tror var en av anledningarna till Vindelälvsloppets nedgång. St Olavsloppets förändring genom att korta ned sträckorna och gå från omkring 24 till 52 sträckor, verkar ha gett den effekten att allt fler kan delta, barn, ungdomar, kvinnor och även andra som

inte motionerar särskilt mycket och bara springer några kilometer i vanliga fall. De nådde i och med detta ut till en bredare marknad, som gjorde det enklare för lag att rekrytera nya deltagare tror jag. Samtidigt ska man ha i åtanke att även om Vindelälvsloppet hade gjort mer förändringar och gjort dem i rätt tid, så är det inte säkert att evenemanget hade levt vidare i alla fall. Men chansen hade varit större, tror jag.

Dessa två idrottsevenemangs livscyklar kan kopplas till destinationslivscykeln. Genom att studera deltagarantalet för evenemangen kan man se att även evenemangen följer en slags livscykel och genomgår ett antal stadier i utvecklingen. Genom att studera Butlers destinationslivscykel kan man säga att St Olavsloppet lyckades genomföra en *förnyelse* av evenemanget och kunde därmed vända den negativa trenden och leva vidare. Vindelälvsloppet däremot hamnade i en djup *nedgångsfas* som de aldrig riktigt lyckades ta sig ur, trots en del försök till förnyelse, i och med det såg de inte längre någon större lönsamhet i att fortsätta och fick lägga ned evenemanget. Precis som med destinationer så ändras människors beteenden, trender och intressen med tiden. Därför tror jag det är viktigt att vara lyhörd, följa trender och inte vara rädd för att förändra för att få ett evenemang hållbart under en längre tid.

Den geografiska placeringen för evenemangen verkar också ha betydelse för att överleva långsiktigt. Eftersom trender går upp och ned kan det vara fördel att ha tillgång till en större närmarknad för att kunna upprätthålla deltagandet, rekrytera nya ledare och intresset under en längre tid. I och med det kan St Olavsloppet ses ha en fördel på grund av att det loppet går genom större orter än vad Vindelälvsloppet gör. Anledningen till att vissa destinationer är mer attraktiva än andra kan enligt *gravitationsmodellen* bero på en större befolkningsstorlek. En större befolkning betyder ofta att det finns ett större serviceutbud, större utbud av attraktioner och en större närmarknad. Något som också har haft betydelse för båda evenemangens utveckling är tillgången till den vackra naturen som ses som väldigt attraktiv för deltagare och besökare.

Putnam (2001) resonerade om *sportens individualisering*. Om denna individualisering har påverkat evenemangen är svårt att säga. Respondenterna menar att det allmänt blivit ett ökat intresse för tränings- eller motionsformer som är mer individuella, men många tror inte att det påverkat evenemanget särskilt mycket eftersom löpningen i stafetten ändå är enskild. Men de ser det helt klart som en begränsning att man måste delta i ett lag. Det är betydligt enklare för individer att delta i ett individuellt lopp och som bara pågår i en dag.

Det krävs mindre av individerna för att delta i ett individuellt lopp. För att delta i ett stafettlag i en tävling som pågår i fyra dagar och över 30 mil så krävs det en hel del tid och kraft till planering för att få allt att fungera. Respondenterna tror dock att det fortfarande är viktigt för människor att delta i lag på grund av att det är socialt, roligt och skapar sammanhållning. De tror att stafettloppen fortfarande har en framtid.

Evenemangen såg också logistiken, däribland trafik, transporter och boende som ett problem eftersom loppet går efter landsväg som inte är avstängd. Dessutom har många av ställena som loppet går igenom inte särskilt stort utbud av boendemöjligheter. Ett annat problem som är gemensamt för båda är lagledarrollen. Varje lag behöver en lagledare och det är ofta den personen som ska ordna med löpare till laget, boende och transport. Detta är och har varit ett oerhört krävande jobb för dem, som tagit mycket tid och energi. Något som jag ser som en lösning eller något som skulle kunna underlätta för dessa personer är om man skulle erbjuda olika paketerbudanden där exempelvis boende och transport skulle ingå. Det skulle kunna leda till att lagledarens uppgift bara behövde bestå i att rekrytera löpare till sitt lag. Men detta är naturligtvis inget som skulle vara enkelt att genomföra för evenemangen eftersom organisationerna till stor del består av ideella arbetare. Men exempelvis samarbete med turistbyråer och bussbolag skulle kunna underlätta det arbetet. Ett sådant paketerbudande kanske skulle göra det lättare för folk som bor geografiskt längre bort att delta, enklare att rekrytera nya lagledare och även minska en del trafikproblem längs vägarna. Man kan säga att tillgängligheten helt enkelt skulle öka.

Framtiden för idrottsevenemangen ser respondenterna som ljus. St Olavsloppet's positiva deltagarutveckling de senaste åren tyder på att evenemanget kan leva vidare ytterligare en tid. En annan intressant uppåtgående trend är att kvinnors deltagande i löpar/motionstävlingar tenderar att öka. Detta ses tydligt bland deltagandet i halvmaraton i USA till exempel. Även det ökande antalet deltagande kvinnor i St Olavsloppet visar på att det är en uppåtgående trend. Den tilltänkta uppstarten av Vindelälvsloppet blir intressant att följa och intresset för löpning verkar ha ökat samt att evenemanget jobbar på att utveckla och förändra loppet. Därför tror även jag på en framtid för detta idrottsevenemang. Jag tror också att det är viktigt att segmentet man riktar in sig på är tillräckligt stort. Eftersom Vindelälvsloppet har en mindre närmarknad kan det vara av betydelse att rikta in sig tydligt på motionärer och anpassa loppet

efter dem, för att nå en tillräckligt stor och bred kundgrupp, som kan hålla loppet levande under en längre tid.

I den framtida forskningen inom området skulle det vara intressant att studera fler idrottsevenemang som har varit hållbara under en lång tid och titta på vad som ligger bakom detta. Något annat som skulle vara intressant att undersöka är vad det finns för utvecklingsmöjligheter för Vindelälvsloppet och St Olavsloppet samt hur betydelsefulla dessa evenemang är på olika sätt för byarna och orterna som loppen passerar.

## Sammanfattning

Syftet med den här studien var att undersöka och analysera utvecklingen av stora löparevenemang. Detta gjordes genom en fallstudie över utvecklingen av Vindelälvsloppet och St Olavsloppet. Studien fokuserar på anledningar till varför St Olavsloppet har kunnat överleva, men inte Vindelälvsloppet samt möjliga orsaker till detta. För att studera detta har kvalitativa telefonintervjuer med sex respondenter (tre från Vindelälvsloppet och tre från St Olavsloppet) som varit involverade i arrangemangen en längre tid gjorts. Intervjuerna spelades in och har sedan transkriberats och analyserats genom en tematisk analys.

Det som framkommit genom intervjuerna är att St Olavsloppet har kunnat leva vidare en längre tid på grund av att intresset för motion och löpning är och har varit stort i Norge under en längre tid. St Olavsloppet går mellan Östersund och Trondheim och därigenom har de en stor marknad att tillgå bland norrmännen. En annan anledning till att de kunnat leva vidare är att de har haft förmågan att förändra loppet på ett sätt som har gjort det attraktivt för allt fler människor att delta. Den förändring som verkar ha haft störst betydelse är att de gjorde fler sträckor och samtidigt kortade ned dem. Att tillräckligt stora förändringar gjordes och att förändringarna gjordes i tid verkar också ha haft betydelse. St Olavsloppet har också haft en fördel i att den går genom två större orter än vad Vindelälvsloppet gör. Därigenom har de haft tillgång till en större närmarknad, som gjort det enklare att rekrytera nya deltagare och ledare, vilket kan ha betydelse för att överleva långsiktigt.

En anledning till Vindelälvsloppets successiva nedgång i deltagande lag och så småningom dess fall, förklaras av att intresset för löpning allmänt minskade och joggningvågen gick ned. En annan förklaring till varför inte Vindelälvsloppet kunde överleva beror på att förändringarna av loppet som gjordes var för små och gjordes inte i tid, vilket ledde till att deltagarantalet inte ökade.

Löparevenemangens geografiska placering verkar ha betydelse för att loppet ska kunna överleva långsiktigt. Den verkar ha betydelse genom att det är en fördel att loppet går genom vacker natur. Den geografiska placeringen av evenemangen har också betydelse i form av att det kan vara fördelaktigt att loppet går mellan större orter, vilket innebär större närmarknad. Alltså befolkningsunderlaget har betydelse för utvecklingen och kan ha betydelse för att kunna leva långsiktigt.

Huvudsakliga slutsatser för att evenemangen ska kunna överleva under lång tid är att evenemangen är beroende av det allmänna intresset för motion och löpning. Att utveckla och förändra evenemangen efter rådande trender är viktigt samt att det bör finnas tillräckligt stort befolkningsunderlag i närområdet för att lättare kunna rekrytera deltagare och ledare.

## REFERENSER

### *Tryckta källor:*

Appelblad, H. (2010). Löparvågen och dess västerbottniska exponent Vindelälvsloppet. *Idrott Historia & Samhälle. Svenska idrottshistoriska föreningens årsskrift 2010*. GIH, Stockholm

Appelblad, H. (2011). Löpningens masstävlingar – en del av den växande sportturismen. *Geografiska Notiser, Nr 2*.

Appelblad, H. (2012). Vindelälvsloppets uppgång och fall – Vad lagledarna tycker i efterhand, en webbaserad enkätstudie. *Umeå universitet, Geografi och ekonomisk historia*.

Bohlin, M. & Elbe, J. (red.) (2007). *Utveckla turistdestinationer – ett svenskt perspektiv*. Uppsala: Uppsala Publishing House.

Bourdeau, P., Corneloup, J. & Mao, P. (2004). Adventure Sports and Tourism in the French Mountains: Dynamics of Change and Challenges for Sustainable Development. I Ritchie & Adair (red.). *Sport Tourism: Interrelationship, Impacts and Issues*. Clevedon: Channel View Publications.

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in Psychology*. 3 (2), s 77-101.

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder (uppl. 2)*. Malmö: Liber AB

Butler, R. W. (red.) (2006). *The Tourism Area Life Cycle Vol 1: Applications and Modifications*. Clevedon: Channel View.

Denscombe, M. (2009): *Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskapen*. Lund: Studentlitteratur

Galloway, J. (2002). *Galloway's Book On Running 2<sup>nd</sup> Edition*. Bolinas, California: Shelter Publications

Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*. 1 (1), s 45-76.

Hinch, T. & Higham, J. (2011). *Sport tourism development 2<sup>nd</sup> edition*. Bristol: Channel View Publications.

Holme, I.M. & Solvang, B. (1997). *Forskningsmetodik: Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur

Putnam, R.D. (2001). *Den ensamme bowlaren: Den amerikanska medborgarandans upplösning och förnyelse*. Stockholm: SNS Förlag

Västerbottens museums tidskrift. 2008. *Kampen om Vindelälven*. Lund: Wallin & Dalbom.

*Internetbaserade källor:*

Marathons hemsida:

<http://www.marathon.se/aktuellt/spannande-forsta-dag-i-vindelalvsloppet>  
(Hämtad: 2013-04-05)

O-ringens hemsida: <http://www.oringen.se/omoringen/vadaroringen.107.html>  
(Hämtad 2013-06-05)

Riksidrottsförbundet. (2004). Idrotten i siffror.  
[http://www.rf.se/ImageVault/Images/id\\_25172/scope\\_0/ImageVaultHandler.aspx](http://www.rf.se/ImageVault/Images/id_25172/scope_0/ImageVaultHandler.aspx) (Hämtad 2013-04-17)

Riksidrottsförbundet. (2011). Idrotten i siffror.  
[http://www.rf.se/ImageVault/Images/id\\_26278/scope\\_0/ImageVaultHandler.aspx](http://www.rf.se/ImageVault/Images/id_26278/scope_0/ImageVaultHandler.aspx) (Hämtad 2013-04-17)

Running USA. (2013a). Running USA's Annual Marathon Report.  
<http://www.runningusa.org/index.cfm?fuseaction=news.details&ArticleId=332&returnTo=annual-reports> (Hämtad 2013-04-15)

Running USA. (2013b). Running USA's Annual Half-Marathon Report.  
<http://www.runningusa.org/index.cfm?fuseaction=news.details&ArticleId=333&returnTo=annual-reports> (Hämtad 2013-04-15)

Stockholm Marathons hemsida: <http://www.stockholmmarathon.se/start/>  
(Hämtad 2013-06-05)

St Olavsledens hemsida:

<http://www.stolavsleden.com/se/om-st-olavsleden/> (Hämtad 2013-04-05)

St Olavsloppetets hemsida. (2013c). <http://www.st-olavsloppet.com/listorresultat/>  
(Hämtad 2013-04-16)



St Olavsloppetets hemsida. (2013a).

<http://www.st-olavsloppet.com/information/om-st-olavsloppet/> (Hämtad 2013-04-05)

St Olavsloppetets hemsida. (2013b)

<http://www.st-olavsloppet.com/information/strackoversikt/> (Hämtad: 2013-04-05)

St Olavsloppetets hemsida. (2012). [http://www.st-](http://www.st-olavsloppet.com/kategori/aktuellt/)

[olavsloppet.com/kategori/aktuellt/](http://www.st-olavsloppet.com/kategori/aktuellt/) (Hämtad 2013-04-15)

Vindelälvens hemsida:

<http://www.vindelalven.se/vlopp/swe/historia.cfm> (Hämtad 2013-04-05)

*Muntliga källor:*

Curt Bergqvist, St Olavsloppet. 2013-04-22

John-Gunnar Jönsson, Vindelälvsloppet. 2013-04-29

Leopold Sjöström, Vindelälvsloppet. 2013-04-29

Sören Persson, St Olavsloppet. 2013-04-26

Torbjörn Norrman, Vindelälvsloppet. 2013-04-23

Öystein Lunnan, St Olavsloppet. 2013-04-22

## **Bilaga 1: Intervjumanual**

### **Bakgrundsfrågor**

1. Vad har du för position/uppdrag inom St Olavsloppet/Vindelälvsloppet?
2. Hur länge, alternativt när, har du varit engagerad i St Olavsloppet/Vindelälvsloppet?

### **Loppets utvecklingsförlopp**

3. Hur eller varför uppkom idén till loppet?
4. Har tävlingens upplägg ändrats över tid? I så fall, hur?

#### *St Olavsloppet*

5. I början av 1990-talet hade ni som flest deltagande lag, varför tror du att tävlingen var som störst då?
6. Från 1992 och fram till början av 2000-talet minskade antal deltagande lag år från år, vad tror du detta berodde på? Och hur lyckades ni bryta den negativa trenden?  
- Hur har ni mött vikande trender?
7. Sedan 2008 har deltagande lag ökat, vad tror du det beror på?  
- Har intresset för löpning ökat eller är det något i ert arrangemang som förändrats?
8. Varför tror du att Sankt Olavsloppet kunnat överleva under så lång tid?

#### *Vindelälvsloppet*

5. I början av 1990-talet var tävlingen som störst, vad tror du det berodde på?
6. Från 1993 och fram till 2003 minskade antalet deltagande lag successivt år från år, vad tror du det berodde på?  
- Vad gjorde ni för att försöka bryta den negativa trenden?
7. Varför tror du att Vindelälvsloppets negativa trend inte kunde brytas och därmed upphörde?

#### *Frågor till båda*

9. Hur jobbar/jobbede ni med utveckling av loppet?
10. På vilka punkter tycker du att evenemanget har/hade brister respektive styrkor?  
- På vilket sätt anser du att evenemanget skulle kunna/hade kunnat förbättras?

### **Loppets geografiska läge**

11. Var kommer löparna ifrån och har det förändrats över tid? (Närområde, långt bortifrån)  
- St Olavsloppet: har du någon uppfattning om större delen av deltagarna kommer från Norge eller Sverige?  
- Har/hade ni mycket återkommande lag eller är/var det främst nya år från år?
12. Hur jobbar/jobbede ni för att locka nya deltagare och i så fall vilka marknader har ni riktat er till?

13. Vilken betydelse tror du loppets geografiska placering har för dess utveckling?
- Tror du att loppets geografiska placering har betydelse för att evenemanget ska kunna överleva långsiktigt?
  - Har/Hade loppets geografiska läge en fördel eller nackdel för dess utveckling tror du? På vilket sätt?
  - Vilken betydelse tror du det har att St Olavsloppet går mellan två länder?

### **Vindelälvsloppet vs. St Olavsloppet**

14. Vilken relation hade ni till Vindelälvsloppet/St Olavsloppet?
- Fanns det någon konkurrens mellan dem eller kunde ni dra nytta av varann på något sätt? Ser/såg ni några andra lopp som konkurrenter, i så fall vilka?
15. Vad skiljer St Olavsloppet från Vindelälvsloppet, med tanke på att det senare ställdes in?
- Vad tror du det finns för anledningar till att Vindelälvsloppet inte kunde leva vidare/ Vad tror du att det finns för anledningar till att St Olavsloppet kunde leva vidare?

### **Trender**

16. Varför tror du att löpare väljer/valde att delta i just ert löpareevenemang?
17. Att skapa lag för att delta i en stafett, är det lika viktigt idag som det var tidigare?
- Är lagsammanhållningen viktig, tror du?
18. Enligt Bourdeau, en känd sportturismforskare, sker en ökning av individuella idrotter på bekostnad av lagidrott samt att allt fler utövar sporter i inomhusanläggningar, är det en tendens i människors sportutövande som kan ha påverkat er med tanke på att ert arrangemang är en lagtävling?

### **Fakta frågor**

19. Hur många löpare ingår/ingick normalt i ett lag?
20. Hur ser/såg organisationen ut?
21. Vad har/hade ni för marknadsföringsstrategi?
22. Har/Hade ni samarbete med olika aktörer? (t.ex. kommuner, lokala företag)
23. Vilka kringarrangemang finns/fanns förutom själva tävlingen? (t.ex. danser)
24. Vad erbjuder/erbjöd ni för tjänster eller service som arrangör? (t.ex. boende, transporter)

### **Framtiden**

25. Hur ser du på framtiden för loppet?
- Görs några förändringar?
26. Är det något annat du vill tillägga?