

## Avvikling av Oslo Brand Partner Arena, prosess for evaluering av profileringsarbeidet

### Forslag til vedtak:

1. Oslo Brand Partner Arena avvikles fra og med 2020.
2. Sekretariatet legger fram sak for styret i møtet i mars med evaluering av profileringsarbeidet så langt og forslag til organisering av oppfølging av profileringsarbeidet i Osloregionen, inkludert vurdering av politisk og administrativ forankring av profileringsarbeidet.

### Saksfremstilling:

#### Sammendrag

I sak 57/17 Ny styringsmodell for Oslo Brand Alliance, vedtok styret å etablere Oslo Brand Partner Arena (OBPA) som beslutningsarena for Osloregionens profileringsarbeid. OBPA består av de av Osloregionens medlemmer som siden 2016 har ytt et frivillig ekstra bidrag til Osloregionens internasjonale profileringsarbeid. Styret delegerte fullmakt til OBPA å fatte vedtak om budsjett, handlingsplan regnskap og årsrapport, samt å etablere et politisk arbeidsutvalg. Tilpasning til ny kommunelov vanskeliggjør opprettholdelse av en slik beslutningsstruktur. Det er også faglige argumenter som taler for en tettere integrasjon av profileringsarbeidet med Osloregionens øvrige virksomhet. Internasjonal profilering kan sees som en forlengelse av arbeidet Osloregionen gjør innenfor areal- og transport, klima og miljø og næringsutvikling. Arbeidet med å gjøre Osloregionen bedre gjennom arbeid på disse områdene, skape intern bevissthet og kunnskap, kan benyttes som grunnlag for både interessepolitikk og internasjonal profilering. Det vil også være gevinster i forhold til bruk av administrative ressurser. En tettere integrasjon vil samlet bidra til å styrke samarbeidet i Osloregionen.

Det foreslås å avvikle Oslo Brand Partner Arena. Det foreslås samtidig at det ikke bes om noe økonomisk bidrag til profilering ut over den ordinære kontingenten i 2020. Det gjennomføres en evaluering av profileringsarbeidet så langt, som ligger til grunn når styret og representantskapet skal vurdere Osloregionens videre arbeid og eventuell økning av den ordinære kontingenten for 2021.

#### Bakgrunn

Ved etableringen av Osloregionen i 2005 ble Osloregionen visjon – *å styrke Osloregionen som en konkurransedyktig og bærekraftig region i Europa* - vedtatt. Av stiftelsesdokumentene fremgår det at den internasjonale konkurransen mellom storbyregionene var en viktig begrunnelse for etableringen av alliansen. Det pekes bl.a. på behovet for å konkurrere med andre internasjonale regioner når det gjelder å tiltrekke hovedkontor og næringsliv for øvrig.

Osloregionens styre sluttet seg i 2015 til Internasjonal profileringsstrategi for Osloregionen, som siden har ligget til grunn for det operative profileringsarbeidet. «Oslo» er valgt som regionens felles merkevare internasjonalt. Dette er ut i fra ønske om gjenkjennelighet internasjonalt der kunnskapen om Osloregionen for øvrig er begrenset. Tilsvarende omfatter merkevaren København («Greater Copenhagen»), også hele Sjælland, Skåne og Region Halland i Sverige, mens merkevaren «Stockholm» omfatter store deler av Øst- og Midt-Sverige.

Profileringsarbeidet skal bl.a. styrke Osloregionens attraktivitet når det gjelder å tiltrekke seg talent, investeringer, bedrifter, besøkende og styrke aktører i Osloregionens posisjon som attraktive internasjonale samarbeidspartnere. Arbeidet med profileringen av Osloregionen tar utgangspunkt i en målstruktur med Key Performance Indicators for Oslo Brand Alliance. Målstrukturen fokuserer på følgende områder:

1. Øke merkevaren Oslos synlighet (attention) – dvs. øke den generelle kunnskapen og oppmerksomheten om Oslo og Osloregionen.
2. Øke on-brand assosiasjoner til Oslo – dvs. at oppfatningene av Oslo skal gjenspeile verdiene i profileringsstrategien
3. Stakeholder support – dvs. at flere aktører i regionen tar i bruk innholdet i strategien i sin egen markedsføring, eller på annen måte støtter opp om samarbeidet for å styrke Osloregionens internasjonale posisjon i tråd med profileringsstrategien.

### **Organisering frem til i dag**

Når arbeidet skulle igangsettes, besluttet styret å gjøre det økonomiske bidraget til profileringsarbeidet frivillig for medlemmene. Siden 2016 har det vært en særskilt finansiering av profileringsarbeidet gjennom et frivillig ekstra bidrag fra medlemmene til dette formålet. I 2019 har 30 av alliansens medlemmer ytt et slikt særskilt bidrag. Det er viktig å presisere at profileringsarbeidet ikke har vært begrenset til samarbeid i eller med disse kommunene og fylkeskommunene, men har hatt som mål posisjonere hele Osloregionen internasjonalt.

I 2016 og 2017 ble arbeidet samordnet med VisitOslo og Oslo Business Region innenfor Oslo Brand Alliance. Denne modellen kunne ikke videreføres pga. bestemmelser i Lov om offentlige anskaffelser.

Samtidig var Osloregionens bidragsytere til profileringsarbeidet opptatt av at det ble etablert en beslutningsmodell som sikret at disse medlemmene hadde beslutningsmyndighet i forhold til handlingsplan og budsjett for arbeidet. Siden ikke alle medlemmene bidro til dette arbeidet, besluttet styret å etablere en egen beslutningsarena for det internasjonale profileringsarbeidet. Oslo Brand Alliance ble samtidig avviklet. Styret i Osloregionen fattet den 5. desember 2017 følgende vedtak i *sak 57/17 Ny styringsmodell for Oslo Brand Alliance*:

1. *Styret slutter seg til forslaget til styringsmodell for Oslo Brand Alliance som beskrevet i denne saken.*
2. *Det opprettes et nytt permanent organ som del av Osloregionens organisering kalt Oslo Brand Partner Arena (OBPA). Alle kommuner og fylkeskommuner som er økonomiske bidragsytere til Oslo Brand Alliance har tale- møte- og stemmerett på møter i OBPA. Hver av disse har én stemme hver. Det avholdes møte i OBPA minst én gang pr år. OBPA skal behandle budsjett og årsplan for Oslo Brand Alliance. OBPA skal behandle revidert regnskap for Oslo Brand Alliance før dette endelig behandles og godkjennes av styret i Osloregionen.*
3. *OBPA velger leder og nestleder for OBPA blant organets medlemmer. OBPA beslutter hvordan arbeidet i organet organiseres,*

4. *Styret i Osloregionen delegerer til OBPA å fatte vedtak om budsjett for Oslo Brand Alliance basert på det øremerkede bidraget til dette formålet fra kommuner og fylkeskommuner som er Oslo Brand Partners.*
5. *OBPA kan opprette et arbeidsutvalg for OBPA. OBPA vedtar ansvar og oppgaver for arbeidsutvalget*
6. *Sekretariatet i Osloregionen ivaretar sekretariatsfunksjonene for OBPA og arbeidsutvalget. Sekretariatet skal i samarbeid med gjennomføringsorganet sørge for at det legges frem beslutningsunderlag for OBPA basert på Oslo Brand Management Strategy.*

Oslo Brand Partner Arena har vedtatt budsjett og handlingsprogram, samt årsregnskap og årsrapport for dette arbeidet. Det er oppnevnt et eget politisk arbeidsutvalg som har fulgt arbeidet på med profilering gjennom året.

Det operative profileringsarbeidet har vært i utvikling siden starten. Osloregionen har lagt vekt på samarbeid med flere andre aktører, deriblant Oslo Business Region og VisitOSLO, først gjennom Oslo Brand Alliance og senere gjennom felles prosjekter. Etter etableringen av VisitOSLOregion, har Osloregionen også hatt et omfattende samarbeid med dette nettverket. Det er videre utviklet samarbeid med en rekke organisasjoner, næringsklynger, kulturinstitusjoner og offentlige virksomheter i regionen. Arbeidet og strategien har mottatt flere internasjonale priser. Osloregionens internasjonale omdømme har også blitt forsterket på flere områder, som følge av bidrag fra flere aktører til dette arbeidet, deriblant arbeidet i regi av Osloregionen. Osloregionens sekretariat har blitt styrket med kompetanse for å øke kvaliteten og kapasiteten i profileringsarbeidet, særlig i 2019. Osloregionens sekretariat har siden 2019 hatt et økt fokus på hvordan profileringsarbeidet kan gi verdi til næringsliv, utdanning, kulturinstitusjoner og andre aktører, bl.a. gjennom en egen satsning på å tiltrekke internasjonale talenter.

Rapporten State of the City har hvert år siden 2016 kartlagt merkevaren Oslos status sammenlignet med andre storbyregioner. Rapporten er utarbeidet av selskapet Business of Cities på oppdrag for Oslo Business Region. I oppsummeringen av rapporten fra 2019 står det bl.a.:

*For 4 years, we have been analysing how Oslo<sup>1</sup> fares in the world's benchmarks of city performance and perception.*

*This year's 2019 analysis shows that Oslo is more visible in these measures than ever, and emphasises that Oslo is starting to establish top-class credentials at the very peak of its peer group in at least four areas:*

1. *Oslo's endeavour to become a global leader in sustainability is starting to pay off in the global mind.*
2. *Oslo's recipe for talent is now becoming recognised.*
3. *Oslo is cementing its reputation as an open city with a progressive social model*
4. *Oslo's advantage as a productive and digitally enabled platform for business is starting to register.*

*The world is now taking notice of Oslo's distinctive work and living model, open culture of entrepreneurship, and the ambition of its policymakers, institutions and companies to change the world and deliver for citizens.<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup> Med «Oslo» menes her hele Osloregionen. Statistikkgrunnlaget for rapporten er data fra både Oslo by og resten av Osloregionen/Østlandet.

<sup>2</sup> Hele rapporten kan leses her: [http://www.oslobusinessregion.no/wp-content/uploads/2019/03/OsloStateOfTheCity\\_2019\\_Korr03.pdf](http://www.oslobusinessregion.no/wp-content/uploads/2019/03/OsloStateOfTheCity_2019_Korr03.pdf)

## **Integrasjon av profileringsarbeidet i Osloregionens ordinære virksomhet**

Mye tyder på at det vil være problematisk å opprettholde en egen beslutningsarena med en egen finansiering når Osloregionen skal tilpasse seg bestemmelsene i kommuneloven om interkommunalt politisk råd, jfr. styresak 39/19 *Konsekvenser av ny kommunelov for Osloregionen* og sak 5/20 *Samarbeidsavtale for Osloregionen – første gangs behandling*. Det er dessuten faglige argumenter for en organisatorisk og tematisk integrasjon av profileringsarbeidet i Osloregionens ordinære organisering.

Osloregionen får råd fra internasjonale eksperter i et Internasjonalt advisory board for profileringsarbeidet. Både rådene fra det Internasjonale advisory board, og sekretariatets egen vurdering, peker i retning av en integrasjon av profileringsarbeidet i Osloregionens ordinære arbeid, slik dette var tenkt ved etableringen av alliansen i 2005. I tillegg til betydelige effektiviseringsgevinster ved det organisatoriske arbeidet, er det grunn til å anta at profileringsarbeidet bl.a. kan gi positive effekter i forhold til arbeidet innenfor andre områder, som f.eks. arbeid med felles identitet og strategier, interessepolitisk arbeid og næringsutvikling/innovasjon. Etter sekretariatets vurdering, vil det også være naturlig at Osloregionen samarbeider enda sterkere med lokale omdømmeprosjekter i kommuner og fylkeskommuner i Osloregionen.

## **Økonomiske konsekvenser**

En konsekvens av en eventuell integrasjon av profileringsarbeidet i Osloregionens ordinære budsjett og organisering, vil være at profileringsarbeidet blir en del av det som skal finansieres av den ordinære kontingenten og at det ikke tas inn noe eget bidrag til profileringsarbeid. Siden omdanningen til interkommunalt politisk råd skjer i 2020, er det naturlig at dette ekstra bidraget også avvikles allerede i 2020.

Den ordinære kontingenten for 2020 er allerede fastsatt gjennom vedtak i Samarbeidsrådet i april 2019. Sekretariatet mener imidlertid at den ordinære kontingenten sammen med ubenyttede midler fra tidligere år både i den ordinære virksomheten og avsatt til profileringsarbeid, vil være tilstrekkelig for å ha et bra nok nivå på både profileringsarbeidet og aktiviteten for øvrig i 2020. Dette er lagt til grunn i forslaget til budsjett og handlingsplan for 2020.

På møte i Samarbeidsrådet/Representantskapet våren 2020, vil man kunne gjøre en vurdering av eventuell økning av den ordinære kontingenten fra 2021. Aktivitetsnivået i 2020 vil ikke kunne opprettholdes i 2021 uten økt inntekt fra den ordinære kontingenten. Denne kontingenten har imidlertid vært uendret fra 2010. Sekretariatet vil legge frem en egen sak om kontingenten for 2021 på styremøtet i slutten av mars 2020, med innstilling til møtet i representantskapet i slutten av mai 2020.

Det legges til grunn at styret foreta en revisjon av budsjettet for 2020 etter møtet i representantskapet, på møtet i september 2020, jfr. forslag til vedtak i sak 4/20 *Handlingsplan og budsjett for 2020*.

## **Evaluering av profileringsarbeidet frem til i dag**

I forbindelse med integrasjonen av profileringsarbeidet i Osloregionens ordinære virksomhet, er det hensiktsmessig å foreta en vurdering av arbeidet med profilering så langt. Det er naturlig at denne evalueringen tar utgangspunkt i den vedtatte profileringsstrategien og de tre KPI'ene som er nevnt over. Evalueringen bør legges fram i styremøtet i mars, sammen med saken om kontingenten, og bør være en del av underlaget for behandling av sak om kontingenten på møtet i representantskapet.

Det legges opp til at evalueringen baseres på målinger av profileringsprosjektene og merkevaren Oslo fra 2015 og frem til i dag. Det er bl.a. hvert år blitt gjennomført en internasjonal sammenligning av Osloregionen og andre internasjonale storbyregioner på 16 ulike områder som samsvarer med måleområder beskrevet i profileringsstrategien. Det er også foretatt en årlig oppsummering og vurdering av arbeidet i forbindelse med årsrapporteringen. OBPA besluttet i 2018 å etablere et internasjonalt advisory board. Gruppen består av flere av de fremste internasjonale ekspertene på byer og regioners merkevarebygging og posisjonering. Denne gruppen foretar vurderinger av Osloregionens arbeid med profilering, og gir råd til videre utvikling av arbeidet. Dette vil kunne være et bidrag til et eksternt blikk og vurdering av arbeidet frem til nå.

Gitt tiden som er til rådighet, vil det være begrenset mulighet til å foreta ytterligere innspill til evalueringsarbeidet. Sekretariatet vil midlertid vurdere muligheten for å innhente innspill fra stakeholdere i regionen, dvs. næringsklynger, organisasjoner, aktører innen høyere utdanning, kulturinstitusjoner, organisasjoner, kommuner og fylkeskommuner, som har vært i kontakt med Osloregionens profileringsarbeid i perioden 2016 til i dag.

Evalueringen vil gi en anbefaling for innretting av det videre arbeidet med profilering fra 2020 og fremover, som også vil innarbeides som en del av et bredere strategisk retningsdokument til behandling på møtet i representantskapet. Dersom representantskapet slutter seg til dette, vil sekretariatet foreslå at det i løpet av høsten utarbeides en mer detaljert fireårig plan for arbeidet med profilering for perioden 2021 – 2025.

Evalueringen bør også legge grunnlag for vurdering av hvordan arbeidet med profilering eventuelt skal forankres i Osloregionen ut over representantskapet og styret med årlig behandling av budsjett/handlingsplan og regnskap/årsberetning.

### **Behandling i Oslo Brand Partner Arena (OBPA)**

Oslo Brand Partner Arena har ved flere anledninger tatt til orde for en endring av organiseringen. På årsmøte den 1. april 2019, fikk sekretariatet følgende oppdrag i forbindelse med behandlings av årsplan og budsjett for 2019:

*Sekretariatet bør se på modell for fremtidig organisering/finansiering av OBPA*

Dette er bl.a. blitt fulgt opp som sak i møte med vårt internasjonale advisory board.

Det ble avholdt årsmøte i Oslo Brand Partner Arena den 6. desember 2019. I sak 6/19 Ny kommunelov, konsekvenser for Osloregionen og OBPA, fattet årsmøtet følgende vedtak:

1. *OBPA er positive til eventuell integrasjon av profileringsarbeidet som en del av Osloregionens ordinære virksomhet fra og med 2020.*
2. *Det legges fram en sak for styret i Osloregionen med evaluering av profileringsarbeidet så langt og forslag til organisering av oppfølging av profileringsarbeidet i Osloregionen, inkludert vurdering av politisk og administrativ forankring av profileringsarbeidet.*

Basert på dette, mener sekretariatet at forslaget til vedtak i denne saken følger opp vedtak i Oslo Brand Partner Arena.

### **Sekretariatets vurdering**

Sekretariatet mener at det å profilere Osloregionen internasjonalt er strategisk viktig. Mange av de regionale rammebetingelsene og utviklingsmulighetene påvirkes av internasjonale faktorer, vår internasjonale synlighet og attraktivitet. Alle de nordiske hovedstadsregionene har ambisiøse prosjekter for å tiltrekke seg talent, investeringer, bedriftslokaliseringer, besøkende og samarbeidspartnere. Sammen med andre organisasjoner, kan Osloregionen spille en viktig rolle på dette området. Siden 2015 er det bygget opp kompetanse gjennom

erfaring fra egne prosjekter, samarbeid med andre og gjennom aktiv deltagelse i internasjonale nettverk.

Basert bl.a. på diskusjonene i Oslo Brand Partner Arena og vårt internasjonale advisory board, var det opprinnelig sekretariatets ønske å legge fram et forslag om å integrere det internasjonale profileringsarbeidet i Osloregionens ordinære virksomhet fra 2021. Etter sekretariatets oppfatning er internasjonal profilering en naturlig forlengelse av arbeidet Osloregionen gjør innenfor areal- og transport, klima og miljø, næringsutvikling. Det handler å gjøre Osloregionen bedre, skape intern bevissthet og kunnskap, og benytte dette som grunnlag for både interessepolitikk og internasjonal profilering. Det vises i denne sammenheng også til stiftelsesdokumentene fra 2005, der det å posisjonere Osloregionen internasjonalt var et viktig moment.

I tillegg vil det være gevinster i forhold til bruk av administrative ressurser. I 2018 og 2019 har sekretariatet i praksis vært ansvarlig for to separate organisasjoner, med hver sine medlemmer, beslutningsarenaer, handlingsplaner og budsjett. Ved å samle dette, vil sekretariatet frigjøre kapasitet til å jobbe operativt med gjennomføring av prosjekter.

Ny kommunelov stiller krav til innretting av finansierings- og beslutningsstruktur ved omdanning av Osloregionen til interkommunalt politisk råd. Sekretariatets vurdering er at det vil være vanskelig å videreføre OBPA som del av Osloregionen som interkommunalt politisk råd. Det er derfor naturlig at en slik integrasjon skjer fra og med 2020. Med ubenyttede midler fra tidligere år, vil det være tilstrekkelig midler til å videreføre både den ordinære virksomheten og profileringsarbeidet på et akseptabelt nivå i 2020 uten at medlemmene bidrar økonomisk ut over den ordinære kontingenten som ble fastsatt på møtet i Samarbeidsrådet i 2019.

Sekretariatet mener at forslag til vedtak er velbegrunnet, både faglig, økonomisk og praktisk, og samlet vil bidra til å styrke samarbeidet i Osloregionen.

### **Behandling i administrativ koordineringsgruppe**

Sekretariatet presenterte hovedlinjene i denne saken på møtet i administrativ koordineringsgruppe den 14. januar 2020. I diskusjonen i møtet, ble det tatt opp at det bør være mulighet for en budsjettjustering og justering i handlingsplanen etter sommeren, slik at man eventuelt kan foreta endringer basert på signaler om profileringsarbeidet på representantskapsmøtet. Det ble også tatt opp at det er ønskelig med en bred prosess med involvering av aktører i regionen. Det ble påpekt at innrettingen av profileringsarbeidet bør se på sammenhengene mellom lokalt/regionalt, nasjonalt og internasjonalt omdømmearbeid/posisjoneringsarbeid. Disse momentene er forsøkt ivaretatt i saken som legges frem for styret, og vil for øvrig bli lagt til grunn av sekretariatet i oppfølgingen av saken.