



Bykraftmodellen

Håndbok for byaktiverende prosjekter



Sarpsborg
kommune



Bakgrunn

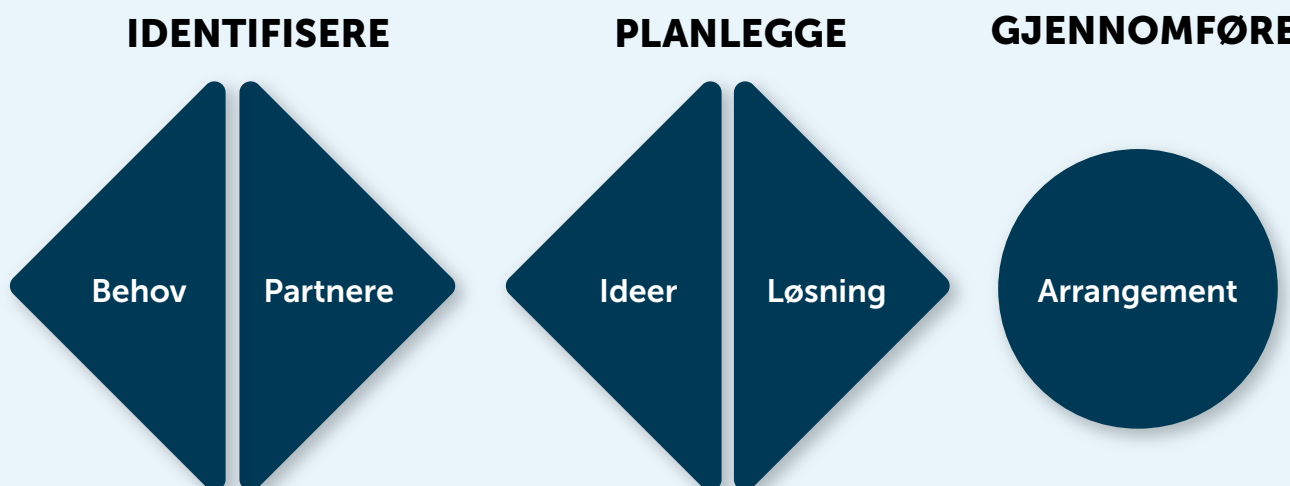
Som en del av Bykraft-samarbeidet utvikler vi denne håndboken som skal samle erfaringer og kunnskap fra arrangementer i Sarpsborg i regi av samarbeidspartnerne. I den nåværende utgaven kommer modeller og annet innhold til å være basert på erfaringene fra Datakulturuka 2025. Datakulturuka ble brukt som et pilotprosjekt for å se hvordan vi kan bruke allerede eksisterende krefter og initiativer til å skape mer liv i sentrum, og hvordan vi kan jobbe systematisk for å samle arrangørkompetansen og bygge videre på den.

Dette er ment å være et levende dokument der vi fyller på erfaringer og utvikler innholdet etter hvert som vi får dem. Håpet er at om noen år havner erfaringene fra Datakulturuka 2025 lenger bak i dokumentet, og at bildene viser flere vellykkede arrangementer.

Bykraftmodellen

Arbeidsmodell for byaktiverende prosjekter

Denne arbeidsmodellen viser hvordan man kan starte, utvikle og gjennomføre lokale prosjekter som skaper liv, samarbeid og aktivitet i sentrum.



Modellen er basert på erfaringene fra Datakulturuka i Sarpsborg, men kan brukes i mange sammenhenger – på kulturuker, sesongarrangementer, initiativer for å fylle tomme lokaler, eller andre tiltak som kan styrke nærmiljøet. Målet er å vise hvordan små ideer kan vokse til fellesskapsprosjekter som bidrar til byliv, næringsutvikling og stolthet.

Modellen viser hvordan man ved et startpunkt åpner opp (identifiserer behovet byen har), går over i en ny fase (identifisere partnere som kan gjøre ideen mulig), og deretter lukker igjen identifiseringen. Etter å ha sett på muligheter åpner man opp for ideer, i løsningsfasen konkretiserer man ideene, før man til slutt lukker igjen planleggingsfasen, og sitter igjen med et helt arrangement som skal gjennomføres.

Slik gjør vi det

1. Identifisere behov

Alt starter med et «Hvorfor?». Hva savner vi i byen, og hva ønsker vi å løfte frem?

I Datakulturuka var utgangspunktet de tomme lokalene i sentrum og ønsket om å vekke liv i husene. Målet var ikke å etablere et helt nytt festivalprodukt, men å bruke eksisterende ressurser og miljøer på en ny måte, slik at aktivitet, frivillighet og engasjement fikk plass. Tanken var å bruke det som allerede finnes, og gjøre det større.

Andre prosjekter kan ha ulike mål: å trekke flere gjester til restaurantene, skape aktivitet på torget, eller løfte frem deler av byen som ofte havner i skyggen. Det viktigste er å definere hva man ønsker å styrke – ikke bare hva som mangler.

2. Identifisere samarbeidspartnere

Ingen lykkes alene. Når behovet er klart, handler neste steg om å finne de riktige menneskene og miljøene å samarbeide med.

Et godt prosjekt bør alltid ha en bred og balansert forankring:

- Kommunen – for tilrettelegging, tillatelser og samordning
- Privat næringsliv – som sponsorer, leverandører eller samarbeidspartnere
- Lag, foreninger og frivillige – som drivkraft, kulturformidlere og lokale ambassadører
- Inkludering – prosjektene bør åpne for deltakelse på tvers av alder, bakgrunn og interesser

Arrangementene man jobber med trenger ikke å være et familiearrangement, men prosjekter som favner flere aldersgrupper og bransjer har større sjanse for å skape engasjement og tilhørighet.

Datakulturuka ble et godt eksempel på dette. Initiativtakerne samarbeidet med KRED Norge, som allerede hadde kompetanse og utstyr til å arrangere store aktiviteter, og som fungerer som en bro mellom kommune og næringsliv.

Foreningen Smash Norge og Spillkultur fikk ansvaret for selve arrangementene, noe som gjorde det mulig å kombinere frivillig engasjement med profesjonell gjennomføring.

Gjennom uka ble det arrangert næringsmøter, workshops, foredrag og konkurranser med aktører fra ulike miljøer: spillutviklere, idrett, utdanning, golfklubb og internasjonale gjester. Denne bredden gjorde det lettere å henvende seg til sponsorer og samarbeidspartnere. Til og med Porsche stilte opp, ikke fordi de vanligvis deltar på slike tiltak, men fordi de likte initiativet og bredden i samarbeidet.

Når man bygger prosjekter på tvers av sektorer og miljøer øker både kreativiteten, gjennomføringskraften og troverdigheten.

3. Idéutvikling

Når samarbeidspartnere er på plass, går vi grundigere ned i den kreative fasen. Dette er tiden for å forme ideene, utforske muligheter og se hvordan initiativet kan vokse.

I denne fasen er det viktig å se etter koblinger mellom innholdet i arrangementene og mulighetene byen gir, og hvilke aktiviteter som kan få arrangementet til å vokse til noe større.

Vi kan se for oss et eksempel: Hvordan kan et samarbeid med lokale korps utvikles til mer enn enkeltkonserter?

Noen ideer kan være at korpsene i byen kan inviteres til å arrangere små konserter gjennom sommeren, utfordres til å rekruttere nye medlemmer og invitere gjester fra andre byer eller land.

Ledige lokaler i sentrum kan brukes som øvingslokaler eller seminararenaer, og man kan se på hvordan arealer kan brukes til nye ting. Et lokale som ikke har vært brukt som konsertarena tidligere kan bli det til akkurat dette arrangementet. Man kan også tenke seg at deler av arrangementet kan foregå utendørs i områder vi er stolte av og vil vise fram.

Slik kan man se for seg at et lite initiativ gradvis utvikles til en korpsfestival med besøkende

musikere, familier og tilreisende som bidrar til liv i sentrum, restaurantbesøk og hotellovernattinger. Denne måten å tenke på kan brukes på et bredt spekter av temaer, der det felles kjennetegnet er at et allerede eksisterende miljø blir godt synlige i bybildet.

Det første året i et prosjekt kan være beskjedent, men det viktigste er å ha et prosjekt som kan vokse over tid, og at de som ble invitert til å bidra på sikt kan ta over og drive prosjektet videre selv.

4. Løsning og planlegging

Etter idéfasen må prosjektet konkretiseres. Hvem gjør hva? Hvilke avtaler må på plass? Hva koster det, og hvem tar ansvaret for de ulike delene? I denne fasen blir prosjektet et strukturert samarbeid.

Dersom målet er at produktet skal vokse seg større må profesjonelle aktører involveres:

- iSarpsborg kan bidra med logistikk, markedsføring og søknader
- KRED eller tilsvarende miljøer kan stå for produksjon, utstyr og teknisk drift
- Kommunen sørger for koordinering og praktisk tilrettelegging
- Næringslivet og foreninger kan bidra med sponning, aktiviteter og innhold

En tydelig rollefordeling gjør det lettere å løse utfordringer underveis og sikre kvalitet i gjennomføringen.

5. Gjennomføring

Når planene er klare og oppgavene fordelt, handler alt om å gjennomføre med energi, fleksibilitet og samhold.

Ingen arrangementer går helt etter planen – og det er en del av prosessen. Det viktigste er å holde fast ved målet, kommunisere godt underveis og sørge for at alle involverte føler eierskap til prosjektet. Erfaringene fra Datakulturuka viser at når folk opplever at de bidrar til noe større enn seg selv, vokser både engasjementet og kvaliteten.

Oppsummering

Denne modellen handler ikke om store budsjetter, men om samarbeid, initiativ og lokalt eierskap. Ved å følge fasene – fra behov og samarbeid til idé, plan og gjennomføring – kan kommuner, næringsliv og frivillige sammen skape levende byer og fellesskap som varer.

Et vellykket byprosjekt kjennetegnes av bredt samarbeid og åpen deltakelse. Når ulike aktører går sammen, oppstår prosjekter som både fyller byen med liv og reflekterer mangfoldet i den.



Datakulturuka 2025

Datakulturuka 2025 ble gjennomført som et pilotprosjekt for å utforske hvordan eksisterende miljøer, subkulturer, lag og foreninger kan brukes som drivkraft i byutvikling. Målet var å lære hvordan man med utgangspunkt i lokale ressurser og frivillig engasjement, kan fylle tomme lokaler med liv, aktivitet og samarbeid.

Gjennom å koble datakultur med næringsliv, frivillighet og offentlige aktører ble det skapt et nytt rammeverk for hvordan sentrum kan brukes som arena for læring, inkludering og vekst.

Pilotprosjektet skulle ikke bare skape aktivitet, men også gi innsikt i hvordan slike initiativer kan skaleres og tilpasses andre temaer.

Datakulturuka 2025 kan trygt omtales som en suksess. Som første gjennomføring hadde vi begrenset erfaring og lite historiske data å bygge forventninger på, men resultatet ble svært godt. Uka viste tydelig at Sarpsborg har et solid utgangspunkt for å samle aktører innen digital kultur, spill, teknologi og næring, og at det finnes stor interesse for å videreutvikle konseptet i årene som kommer.

Slik gjorde vi det

Datakulturuka ble gjennomført som et samarbeid mellom KRED Norge, Sarpsborg kommune, næringslivet, organisasjoner og enkeltpersoner.

Utgangspunktet var å aktivisere tomme lokaler i gågata, ta i bruk eksisterende ressurser og bygge innhold på initiativ fra miljøene selv. Gårdeiere stilte lokaler til disposisjon, frivillige organiserte aktiviteter, og byens institusjoner bidro med program og logistikk.

Gjennom å aktivere etablerte miljøer med dokumentert gjennomføringsevne, ble premisset satt: å skape aktivitet i sentrum og fylle tomme lokaler ved å bruke kompetansen som allerede finnes.

Hvorfor

Målet var å vise hvordan eksisterende interesseområder, i dette tilfellet datakultur, kan brukes som verktøy for byutvikling. Ved å fylle tomme lokaler med liv og engasjement ble det skapt nye møteplasser der ungdom, familier, næringsliv og frivillighet møttes på tvers.

Datakulturuka ble et konkret eksempel på hvordan Bykraft-samarbeidet kan løfte sentrum gjennom



aktiviteter som tiltrekker seg nye grupper og aktiverer ressurssterke miljøer.

Ringvirkninger

Arrangementet ga umiddelbart mer aktivitet i sentrum, men ringvirkningene er større: nye samarbeidsrelasjoner, økt interesse fra næringslivet, og en styrket identitet for Sarpsborg som vertskapsby for datakultur.

Selv uten tidligere målepunkter kunne vi se klare effekter: hotellovernattinger, økt restaurant- og utelivsbesøk, et bredt spekter av gjester, og nasjonale politikere som valgte å besøke arrangementet som en del av valgkampen.

Prosjektet viste hvordan to utfordringer – utenfor-skap og et sentrum i tilbakegang – kan settes sammen til et felles løft som gir positive effekter.

Inkludering

Over 90 % av unge driver med gaming eller datakultur. Datakulturuka ga denne gruppen en arena i sentrum, samtidig som voksne, næringsliv og kulturinstitusjoner ble trukket inn.

Tilbakemeldinger viste at vi ikke bare skapte et tilbud, men også åpnet miljøer som kan oppleves som lukkede. Foreldre, besteforeldre og andre fikk mulighet til å bli kjent med disse kulturene fysisk.

Åpningsseremonien ble et symbol på dette.

Ordføreren klippet en nettverkskabel og understreket viktigheten av å møtes ansikt til ansikt, ikke bare online.

Næringsutvikling

Datakulturuka viste hvordan digitale miljøer kan tiltrekke seg nye bedrifter, gründere og aktører innen teknologi, opplevelser og handel. På frokostmøtet med næringsforeningen ble dette satt på dagsorden, og vi ser allerede at miljøer som ikke tidligere har hatt kontakt nå samarbeider.

Spillindustrien er større enn både film- og musikkbransjen til sammen. Dette åpner muligheter ikke bare innen spill, men også innen teknologitvikling, medtech og beslektede bransjer. Sarpsborg kan ta en rolle i denne utviklingen dersom vi jobber strategisk.

Arbeidsinkludering

Gjennom samarbeid med Blå Kors arbeid og inkludering fikk unge og voksne utenfor arbeidslivet erfaring, nettverk og en følelse av å bidra. Flere jobbet to hele arbeidsuker med å klargjøre lokaler. Dette er oppgaver de aldri hadde gjort før, men som de utførte med stor entusiasme fordi målet var forståelig og meningsfullt.



Her ligger et stort potensial: ved å bruke datakultur som inngang kan man engasjere mennesker som ellers står utenfor både arbeidsliv og sosiale miljøer.

Familiefokus

Mange foreldre har vokst opp med datakultur, mens andre kun har erfaring med enkle spill som Super Mario. Dette skaper en generasjonskløft, og behovet for å forstå det som skjer i barn og unges digitale hverdagsliv er stort.

Datakulturuka ble lagt opp som et familievennlig arrangement, med aktiviteter som Norges Beste Gamer, der man sammen kan prøve ut forskjellige spill, og delta på brettspill- og cosplaykafé. Flere av deltakerne ga uttrykk for at dette var et tilbud de hadde savnet.

Turisme

Spillere og publikum kom fra store deler av Norge og fra flere land. Dette ga hotellovernattinger, restaurantbesøk og økt synlighet for Sarpsborg som destinasjon.

Økt omsetning i sentrum

Butikkene i gågata meldte om økt aktivitet. Flere fikk nye kunder som ikke vanligvis handler i sentrum, og språk fra hele verden kunne høres på restaurantene.

Blå Kors arbeid og inkludering

Blå Kors arbeid og inkludering stilte lokaler til rådighet i Østre bydel og bidro aktivt i planlegging og gjennomføring. I tillegg bidro frivillige fra Sandbox-prosjektet. Dette ble et eksempel på hvordan sosialt arbeid og frivillighet kan gå hånd i hånd med byutvikling.

Ombruk av lokaler

Tomme butikklokaler ble forvandlet til møteplasser for spill, debatt og kultur. Dette ga liv i sentrum og åpnet lokalene for potensielle leietakere. Erfaringen viser at samarbeidet med gårdeiere og meglere kan utvikles videre, og at gårdeierne i Sarpsborg trenger tydelige eksempler på hva som er mulig med midlertidig bruk.

Sponsorarbeid

Lokale aktører støttet opp fordi de så verdien av å være til stede i et folkelig arrangement med fokus på inkludering og vekst. At vi klarte å hente inn midler allerede ved første gjennomføring, viser hvor viktig det er å koble på de rette miljøene og at KREDs lokale forankring skapte tillit.

Hvilke ressurser finnes?

Sarpsborg har sterke ressurser innen kultur, næringsliv, frivillighet og utdanning. Nøkkelen er å koble disse sammen og gi dem en felles arena. Sentrum fungerte godt som ramme, men det finnes også muligheter i å koble aktiviteter utenfor sentrum til fellessamlinger via transport og organisering.

Erfaringer fra de som var med å arrangere

Alle involverte melder om gode erfaringer:

- Frivillige fikk mestring og fellesskap.
- Næringslivet fikk synlighet og nye kontakter.
- Deltakerne opplevde Sarpsborg som et godt vertskap.
- Vi fikk mange henvendelser om å gjøre dette i andre byer.

Konsekvenser og ringvirkninger

- Filminstituttet har bestilt en rapport om effekten.
- Quality Hotel arrangerer Super Smash Bros.-turnering i januar som direkte oppfølging.
- Flere Østfold-byer ønsker samarbeid om mindre arrangementer. Fylket har allerede gitt klarsignal om at tilsvarende prosjekter skal arrangeres av KRED i flere byer.
- Sarpsborg bygger en posisjon som vertskapsby for datakultur – men dette krever strategisk samarbeid.
- Flere unge har fått arbeidserfaring gjennom prosjektet.

Hva skulle vi hatt mer av?

- Flere konferanser og debatter som kobler næringsliv og kultur.
- Kurs og veiledning for arrangører i hele regionen.
- Bedre systemer for å måle og følge opp (rabattkoder, registreringer).
- Synlighet i bybildet – plakater, bannere og gatebruk.
- Tilgang til lokaler også fremover.
- Flere frivillige med ulik bakgrunn.
- En ramme mer lik Arendalsuka, med debatter, stands og møteplasser.
- Tiltrekke influencere og YouTubere for å nå nye målgrupper.

Organisering og samarbeid

Internt har prosjektet blitt opplevd som både inspirerende og meningsfullt å jobbe med. Selv om bestillingen i utgangspunktet var noe diffus, opplevde vi en tydelig forventning om kvalitet og gjennomføring. Dette skapte en god intern dynamikk og et sterkt eierskap blant de involverte.

Det var enkelt å koble på samarbeidspartnere lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt. KREDs gode omdømme for å levere solide prosjekter bidro til høy tillit og lett tilgang til både partnere og ressurspersoner. Rekruttering av frivillige gikk også svært bra. Mange kom tidlig inn i prosessen og fikk mulighet til å påvirke både innhold og gjennomføring, noe som styrket engasjementet og kvaliteten i sluttproduktet.



Utfordringer underveis

De største utfordringene oppstod i startfasen, da det var usikkerhet rundt overtakelse av eiendommer og tilgjengelighet på lokaler. Dette gjorde det vanskelig å fastsette en konkret tidsplan og skapte noe frustrasjon i en periode. Da lokalene endelig ble tilgjengelige, løsnet situasjonen raskt. Arbeidsflyten ble effektiv, og vi opplevde faktisk å ha god tid til slutt – selv om de siste justeringene ble gjort natt til åpningsdagen. Dette handlet mest om perfektjonisme, ikke nødvendige inngrep.

Logistikk og tekniske forhold

De eksterne gjestene hadde i all hovedsak en svært positiv opplevelse. De ble fulgt opp av intern koordinator, som håndterte reisebestillinger, lokal dialog og praktiske detaljer. Ved ankomst ble de møtt av dedikerte kontaktpersoner som sørget for at alt fungerte som planlagt.

Enkelte utfordringer ble likevel rapportert. Manglende stabil nettlinje i noen av lokalene førte til mindre forsinkelser i enkelte programposter, men uten at publikum merket det i særlig grad. Vi opplevde også problemer med toalett- og varmtvannstilgang i ett av lokalene, noe som skapte litt misnøye



innledningsvis. Dette ble løst raskt og uten varige konsekvenser.

Deltakere og besøk

Totalt deltok 420 personer i turneringene som ble arrangert i løpet av uken, fordelt på deltakere fra 14 land. Samtlige aktører rapporterte at de hadde noen å henvende seg til underveis, og at kommunikasjonen fungerte godt.

Det har vært krevende å måle det totale antallet besøkende, ettersom arrangementet var spredt over flere lokaler og arenaer. Tilbakemeldinger fra arrangører og observasjoner tyder likevel på at samtlige lokaler hadde godt besøk gjennom mesteparten av uken. Enkelte tilbud, som pop up-cosplaycaféen, var svært populære og har i etterkant fått stor etterspørsel om videreføring.

Brettspillklubben som ble arrangert i samme lokale er nå blitt et fast sentrumstilbud, og har også etablert en fast ukentlig kveld hos Inspiria.

Publikum og besøkende ga tydelig uttrykk for at det var spennende å se kulturfeltet manifestert fysisk. Mange opplevde det som verdifullt å få informasjon om aktiviteter og tilbud for unge i eget nærområde.

Næringsliv og ringvirkninger

Datakulturuka skapte merkbare effekter i bybildet. Flere restauranter og hoteller rapporterte om økt besøk og omsetning i perioden. Både STAY og 1016 opplevde fullt hus, og hotellene meldte om godt belegg. Vi observerte også tydelige køer og økt aktivitet i sentrum.

Næringslivet og politiske representanter som besøkte arrangementene ga svært gode tilbakemeldinger. Flere uttrykte ønske om tettere samarbeid fremover. Mange av aktørene som deltok i årets program planlegger allerede å komme tilbake. Blant annet vil Norges Beste Gamer, NM i Rocket League og en variant av Esports Leaders legges til Sarpsborg det kommende halvåret. Dette har også ført til at Quality Hotel nå etablerer et lignende konsept i år.

Læring og veien videre

Evalueringen viser at Datakulturuka har etablert seg som et bærekraftig og samlende initiativ for digital kultur og teknologi. Internt, blant samarbeidspartnere og i næringslivet er det en klar forventning om at prosjektet videreføres. Vi ønsker derfor å arbeide videre med finansiering og planlegging av Datakulturuka 2026.



For fremtidige gjennomføringer ser vi et potensial for å:

- styrke synligheten i bybildet i forkant av arrangementet
- utvide samarbeidet med lokale restauranter og butikker
- etablere felles profilering og koordinert kommunikasjon med sentrum

Datakulturuka 2025 viste at Sarpsborg kan fungere som en nasjonal og internasjonal møteplass for digital kultur. Gjennom videreføring og justering av modellen kan prosjektet bidra til både kulturell, sosial og økonomisk verdiskaping i regionen.

Hvordan kan modellen brukes på andre arrangementer?

Datakulturuka viste hvordan man kan identifisere og mobilisere ressurser lokalt. Samme metode kan brukes på andre felt. Det handler først og fremst om løfte fram miljøer som allerede finnes.

Flere ideer har dukket opp underveis:

- Hestesportuke – bruke rideanlegg rundt hele byen og samle høydepunkter i en hesteutstilling på en sentral plassering.
- Minigolf-NM – Ved å løfte frem minigolfmiljøet kan man tiltrekke seg deltagere fra hele verden. Man kan lage bane på torget som kan deles opp

og brukes andre steder i byen resten av sommeren. Man kan ha tribuner, bedriftsliga, skoleliga, ha kommentatorere, legge opp til TV-sending og legge til rette for familieaktiviteter i sentrum før og etter konkurransen.

- Løkkehockey-festival – Det finnes utallige hockeyspillere som har lagt opp og som fortsatt ønsker å konkurrere. I Asker har de suksess med dette årlig.
- Teateruke der man bruker tomme lokaler til forestillinger, workshops og møter.
- Internasjonal kunstfestival – lokalt forankrede kunstnere inviterer internasjonale gjester til å fylle tomme lokaler.