



østlandsforskning  
EASTERN NORWAY RESEARCH INSTITUTE



03.04.2020

# Kulturelle aktiviteter ringvirkninger i Møre og Romsdal

Rapport 09-2020



Rapport nr. 09-2020 fra Samfunnsøkonomisk analyse AS

ISBN-nummer: 978-82-8395-075-5  
Oppdragsgiver: Møre og Romsdal Fylkeskommune  
Forsidefoto: Norsk Fjellfestival: Stein Lindseth Olsen  
Bjørnsonfestivalen: Øystein Eik  
Fjord Cadenza: A. Hoddevik  
Høstscena: Jeanett Helen Lillevold  
Parken kulturhus: Anne Marthe Vestre Berge  
  
Baksidefoto: Moldejazz: Petter Sele  
Teatret Vårt  
RaumaRock  
Terminalen Byscene  
  
Tilgjengelighet: Offentlig  
Dato for ferdistilling: 3. april 2020  
Forfattere: Karin Ibenholt, Bjørn Gran, Jonas Måøy, Anders Rykkja  
  
Kvalitetssikrer: Birgitta Ericsson

Samfunnsøkonomisk analyse AS

Borggata 2B  
N-0650 Oslo

Org.nr.: 911 737 752  
post@samfunnsokonomisk-analyse.no

## Forord

På oppdrag for Møre og Romsdal fylkeskommune har Samfunnsøkonomisk analyse og Høgskolen i Innlandet v/Østlandsforskning gjennomført ringvirkningsanalyser av utvalgte kulturelle aktiviteter i fylket. Analysene bygger på den metoden som ble utviklet og testet i 2018, og som er dokumentert i rapporten «Ringvirkninger av kulturelle aktiviteter i Møre og Romsdal». I 2019 er metoden brukt på følgende aktiviteter: Teatret Vårt, Moldejazz, Bjørnsonfestivalen, RaumaRock, Norsk fjellfestival, Terminalen Byscene, Fjord Cadenza festival og Parken Kulturhus.

I prosjektet har vi vært avhengig av å innhente detaljert informasjon fra de utvalgte virksomhetene, og vi retter en stor takk til alle for innsatsen og hjelpen underveis i prosjektet. Vi vil også takke fylkeskommunens representanter og virksomhetene for deltakelse på arbeidsverksteder og gode og interessante diskusjoner underveis i prosjektet.

Oslo, 27.01.2020

Karin Ibenholt  
Prosjektleder  
Samfunnsøkonomisk analyse AS



## Sammendrag

Kultur er et av fylkeskommunenes tjenesteområder, og fylkeskommunene gir støtte til ulike former for kulturelle aktiviteter. Selv om mye av støtten er begrunnet i kulturen egenverdi er det er ønskelig at denne støtten også bidrar til å gi fylket og dets innbyggere andre verdier, for eksempel samfunnsmessige verdier som økt attraktivitet og lokal identitet eller økonomiske verdiskaping.

Møre og Romsdal fylkeskommune ønsker å finne ut hvor store økonomiske ringvirkninger som følger av kulturaktivitet i fylket, som del av grunnlaget i utformingen av den framtidige kulturpolitikken i fylket. Vi har derfor kartlagt og analysert den økonomiske og samfunnsmessige verdien som utvalgte aktiviteter innenfor kulturfeltet har i Møre og Romsdal. Målet med prosjektet har vært å beregne den økonomiske verdien av ni utvalgte virksomheter i regionene Molde og Ålesund;

- Teatret Vårt, helårlig virksomhet i Molde og Ålesund
- Moldejazz, en uke i juli i Molde
- Bjørnsonfestivalen, fem dager i september i Molde
- RaumaRock, tre dager i Åndalsnes
- Norsk Fjellfestival, en uke i juli i Åndalsnes, pluss 5 mindre arrangementer ut over året
- Høstscena, en teaterfestival i Ålesund som arrangeres over fem dager i september
- Terminalen Byscene, sjangeruavhengig arrangementsscene i Ålesund
- Parken kulturhus, helårlig virksomhet i Ålesund
- Fjord Cadenza, en uke i august, pluss noen konserter ut over året

I tillegg til rent økonomiske effekter, har vi inkludert vurderinger av hvilken betydning disse aktivitetene kan ha for andre verdier, som lokal trivsel, identitet og attraktivitet. Dette er effekter som vanskelig lar seg måle, men som kan være vel så viktige som økonomien i og av kulturtilbudene.

### Verdiskapingen består av lønn til ansatte

Den økonomiske verdiskapingen i en virksomhet består av omsetningen fratrukket utgifter til innsatsvarer, og viser i prinsippet den avlønning virksomheten gir til sine ansatte og til eierne, dvs. den verdien som tilføres produktet eller tjenesten gjennom virksomheten. De aller fleste virksomhetene som er analysert har marginale driftsresultat, og derfor utgjøres verdiskapingen primært av lønn til ansatte. For de virksomheter som har relativt mange ansatte, som Teatret Vårt, Parken kulturhus, Terminalen Byscene og Moldejazz slår dette positivt ut. Antall ansatte har også betydning for hvor store ringvirkningene er fra de ansattes lokale konsum (så kalte induserte ringvirkninger). De mindre festivalene har få, om ingen, ansatte og følgelig lav verdiskaping. Samtidig er det mye «skjult» verdiskaping i form av frivillig arbeid hos disse. Omfanget av frivillig arbeid kan være en god indikator på virksomhetens betydning for de andre verdiene som ikke så lett lar seg måle.

### Begrenset med ringvirkningene gjennom kjøp av lokale varer og tjenester

Utover den direkte verdiskapingen i virksomhetene bidrar aktiviteten til verdiskaping i andre bedrifter gjennom kjøp av varer og tjenester, og gjennom at de ansatte bruker lønnen til kjøp av varer og tjenester. Ettersom vi er interessert i den verdiskapingen man bidrar med i lokalsamfunnet har vi, basert på virksomhetenes oversikt over leverandører, skilt ut alle kjøp som gjøres fra lokale tilbydere. I beregningen har vi

også inkludert de lokale leverandørenes kjøp av lokale varer og tjenester, i i alt fem ledd. Vi har imidlertid kun beregnet ringvirkninger for den del av omsetningen som kommer fra aktører utenfor lokalsamfunnet, dvs. de som bidrar med nye penger inn i området. Dette omfatter billettinntekter fra tilreisende publikum, tilskudd fra statlige aktører og fylkeskommunen og sponsorinntekter fra bedrifter utenfor lokalsamfunnet og lokale eksportbedrifter. Det er Teatret Vårt som har de største ringvirkningene gjennom innkjøp fra andre lokale bedrifter, fulgt av Moldejazz. De øvrige virksomhetene har relativt beskjedne ringvirkninger til resten av lokaløkonomien i respektive region. Dette skyldes primært at en liten andel av innkjøpene foretas i lokalområdet, eller at en liten andel av inntektene kommer utenfra. Ettersom profesjonelle artister og utøvere har en framtrødende rolle i de analyserte virksomhetene får man store lekkasjer i form av innkjøp utenfra. Når kulturaktiviteter henter (kjente) artister/utøvere fra andre steder i Norge eller utlandet, vil honorarene til disse automatisk bli regnet som «innkjøp» utenfor lokalområdet. Men dette kan i mange tilfeller være et viktig formål med virksomheten, og ringvirkningene må derfor vurderes i en slik sammenheng.

### Tilreisende publikum viktig for lokale ringvirkninger

Alle virksomhetene vi har analysert er publikumsrettet, og i den grad de evner å tiltrekke seg publikum fra andre steder enn lokalsamfunnet vil også dette bidra til verdiskaping lokalt. Virksomheter og aktiviteter som er attraktive har stor tiltrekningskraft og vil i større grad tiltrekke seg publikum utenfra lokalområdet. Effektene skjer da gjennom at tilreisende publikum, og for så vidt også profesjonelle utøvere som ikke er bosatt lokalt, bruker penger på overnatting, mat og andre innkjøp. Denne type ringvirkninger kalles gjerne overrullingseffekter, og kan slik sett «motregnes» mot artisthonorar til utøvere som hentes inn utenfra. Større artister medfører større honorar ut, men også potensielt flere tilreisende publikummere og større forbruk lokalt. Overrullingseffektene er en funksjon av hvor mange tilreisende som kommer og hvor lenge de er i regionen. Parken kulturhus og Terminalen Byscene er virksomheter som for så vidt har en lav andel tilreisende, men mange besøkere totalt. Dermed vil selv en liten *andel* tilreisende likevel utgjøre mange personer, og derfor bidra til relativt høye overrullingseffekter. Moldejazz er her i en særstilling, både gjennom høye besøkstall, en høy andel tilreisende og at de faktisk evner å tiltrekke seg besøkende til Molde som ikke deltar på selve festivalen.

### Ringvirkningenes størrelse varierer – både i forhold til omsetning og verdiskaping

Ringvirkningenes størrelse sett i forhold til omsetningen i de enkelte virksomhetene varierer fra ca. en fjerdedel til mer enn det dobbelte av egen omsetning. Det er Norsk Fjellfestival som har de høyeste ringvirkningene målt i forhold til omsetning. Det skyldes at denne festivalen har store overrullingseffekter som følge av en høy andel tilreisende, som blir i området i flere dager. Målt som andel av verdiskapingen har alle virksomheter, unntatt Teatret Vårt, ringvirkninger som er til dels vesentlig høyere enn verdiskapingen. Hvis man ønsker å øke ringvirkningene fra enkelte av virksomhetene, er det sannsynligvis økning av andelen tilreisende og antall besøksdøgn som vil gi størst effekt. Samtidig er dette ikke nødvendigvis en ønsket strategi alle steder, og må veies opp mot virksomhetens egne mål. En vellykket økning av tilreisende forutsetter at både aktuelle «overrullingsbedrifter» har ledig kapasitet, og at tilbudet til lokalbefolkningen kan opprettholdes uten å bli redusert – verken i omfang og kvalitet.

## Stor innsats fra frivillige

Spesielt festivalene er avhengig av stor innsats fra frivillige fra lokalmiljøet for i det hele tatt å kunne gjennomføre arrangementet. I flere festivaler drives også en del av eller hele administrasjonen på frivillig basis. Denne frivilliginnsatsen kan man beregne en verdi av gjennom å tillegge den en timepris. Hvor høy denne timeprisen er avhenger bl.a. av hva tiden alternativt ville blitt brukt til. Et høyt anslag på verdien får man gjennom å bruke samme timepris som for lønnet arbeid, og med en slik tilnærming tilsvarer frivilliginnsatsen en verdi på 8,6 millioner kroner. Hvis dette arbeidet hadde blitt gjennomført som lønnet arbeid hadde verdiskapingen i de syv virksomhetene som benytter frivillige økt med totalt 20 prosent. Den relative verdien er høyest for Fjord Cadenza, som i prinsippet kun benytter seg av frivillige, og hvor innsatsen tilsvarer en lønnet innsats på 1,4 millioner kr. Samtidig er det Moldejazz som har den største innsatsen fra frivillige, tilsvarende 5 millioner kr hvis dette arbeidet hadde vært lønnet.

## Virksomhetene bidrar til lokal identitet og stolthet

Utover de økonomiske verdiene bidrar aktivitetene til andre verdier i lokalsamfunnene; som lokal identitet og stolthet. Det er trolig på det feltet at vi kan finne den største effekten av den frivillige arbeidsinnsatsen, i tillegg til at den naturligvis er nødvendig for avviklingen. Aktivitetene bidrar til å skape entusiasme og et stort lokalt engasjement. Enkelte bidrar til næringsutvikling lokalt, både gjennom ringvirkningseffektene og gjennom ulike former for samarbeidsprosjekter. Kommunene har også glede av dette gjennom skatteinntekter, bygging av identitet/attraktivitet og bolyst.

Ett mål med en ringvirkningsanalyse kan være å identifisere områder det kan være aktuelt og relevant å øke eller optimalisere effektene man ønsker å oppnå. Aktivitetene vi har analysert genererer allerede i dag verdier, økonomiske så vel som andre. Vi mener det likevel kan finnes et potensial for å øke effekten av enkelte av disse aktivitetene. Det kan for eksempel vurderes et nærmere samarbeid med det lokale reiselivet for å se på mulighetene for å tilby «før- og/eller etteraktiviteter» tilpasset publikumsprofilen i de aktuelle kulturtilbudene. Dette kan gjerne sees i sammenheng med at det er avdekket et nødvendig behov for en kontinuerlig utvikling og fornying i kulturtilbudene, for å bevare interessen hos både tilreisende og lokale publikummere, frivillige og sponsorer.

# Innhold

<b>Forord</b>	<b>III</b>
<b>Sammendrag</b>	<b>IV</b>
<b>1 Innledning</b>	<b>8</b>
1.1 Problemstilling/hensikt	8
1.2 Leseveiledning/rapportens oppbygging	9
<b>2 Kulturelle aktiviteters bidrag til verdiskaping og nytte</b>	<b>10</b>
2.1 Økonomisk verdiskaping	10
2.2 Ringvirkninger	11
2.2.1 Direkte virkninger	11
2.2.2 Indirekte virkninger	12
2.2.3 Induserte virkninger	12
2.2.4 Overrislingseffekter	13
2.2.5 Sentrale forutsetninger	14
2.3 Størrelsen på ringvirkningene	17
2.4 Tidligere ringvirkningsanalyser av kulturelle aktiviteter	18
2.5 Andre samfunnsmessige verdier	21
2.6 Tidligere analyser av andre verdier	22
<b>3 Verdiskaping og ringvirkninger av utvalgte kulturelle aktiviteter</b>	<b>25</b>
3.1 Analyserte virksomheter	25
3.2 Økonomisk verdiskaping	40
3.3 Ringvirkninger	41
3.4 Verdien av frivillig arbeid	48
3.5 Andre verdier	49
<b>4 Sammenstilling og diskusjon</b>	<b>57</b>
<b>Referanseliste</b>	<b>59</b>
<b>Vedlegg 1 Spørreskjema</b>	<b>61</b>
<b>Vedlegg 2 Intervjuguide</b>	<b>63</b>

# 1 Innledning

Kultur er et av fylkeskommunenes tjenesteområder, og i gjennomsnitt bruker fylkeskommunene 1,5 prosent av driftsutgiftene til kulturformål.<sup>1</sup> I 2018 brukte Møre og Romsdal fylkeskommune 2,3 prosent av driftsbudsjettet til kulturformål. Mye av støtten fra fylkeskommunen går til frivillige organisasjoner og amatørvirksomhet, men hel- og halvprofesjonelle aktører er også blant støttemottakerne. Uansett størrelsen er det viktig at støtten innrettes på en måte som gir mest mulig verdi for fylket og dets innbyggere. For støtten til de halv- og halvprofesjonelle aktørene har det også en verdi at det skapes økonomiske verdier.

Møre og Romsdal fylkeskommune ønsker å finne ut hvor store økonomiske ringvirkninger som følger av kulturaktivitet i fylket. Det kunnskapsgrunnlaget som etableres i den forbindelse vil utgjøre et viktig grunnlag i utformingen av den framtidige kulturpolitikken i fylket.

I 2018 ble et arbeid gjennomført med å vurdere og velge metodikk for beregning av ringvirkninger fra kulturelle aktiviteter, og den valgte metodikken ble testet ut på 6 aktiviteter i fylket; Operaen i Kristiansund, Kristiansund Kirke Kunst Kulturfestival, Nordic Light International Festival of Photography (Kristiansund), Giskespelet, Kongens ring (Herøy-spelet) og Lady Arbuthnott i Sunndalsøra, se (Samfunnsøkonomisk analyse 2019).

## 1.1 Problemstilling/hensikt

Målet med prosjektet er å bruke samme metodikk til å belyse den økonomiske og samfunnsmessige verdien som kulturfeltet har i Møre og Romsdal, på et nytt utvalg av aktiviteter.

I og med at noen av aktivitetene som er valgt ut representerer en annen type virksomhet enn de som var med i 2018, er det i prosjektet gjort noen tilpasninger i metodikken.

De virksomheter som er inkludert i analysen er: Teatret Vårt (Molde), Moldejazz (Molde), Bjørnsonfestivalen (Molde), RaumaRock (Rauma), Norsk fjellfestival (Rauma), Høstscena (Ålesund), Terminalen Byscene (Ålesund), Fjord Cadenza festival (Ålesund) og Parken Kulturhus (Ålesund).

## Avgrensninger

Det er ikke et mål med prosjektet å beregne den totale økonomiske og samfunnsmessige verdien av kulturfeltet i Møre og Romsdal, men å beregne den økonomiske verdien av enkelte virksomheter. Også om metoden prinsipielt kan brukes for å beregne verdien av hver enkelt kulturell aktivitet i fylket kan ikke alle disse verdiene aggregeres for å få et samlet tall for verdien av all kulturell aktivitet. Ved en aggregering vil det for eksempel være risiko for dobbelttelling av virkninger, ikke minst grunnet at de kulturelle aktivitetene kan være avhengige av hverandre. For eksempel gjennomføres noen av de utvalgte kulturelle aktivitetene helt eller delvis i et par av de andre aktivitetene. Høstscena bruker for eksempel scener i Parken Kulturhus. Å telle festivalen og Kulturhuset som to helt separate enheter kan bety at noen effekter telles dobbelt, for eksempel publikumstallene.

Målet har vært å belyse både den økonomiske og den samfunnsmessige verdien av kulturelle aktiviteter, dvs. det vi med et samlet begrep kan kalle samfunnsøkonomiske effekter. Fokus i prosjektet er

---

<sup>1</sup> SSB, statistikkbanken, Tabell: 12264: Utgifter til kultur, nøkkeltall. År 2015-2018



imidlertid på den økonomiske verdiskapingen, altså bidrag til sysselsetting og fylkets bruttoproduksjon. Andre verdier som virksomhetene bidrar med, for eksempel trivsel, identitet og attraktivitet, vurderes likevel i tillegg til de økonomiske. Mens førstnevnte effekter kan knyttes til de enkelte virksomhetene er de øvrige effektene og verdiene i større grad en konsekvens av helheten enn av enkeltvirksomheter isolert. Det er derfor ikke nødvendigvis like enkelt å gjøre en direkte kopling mellom en enkel aktivitet eller virksomhet og den observerte effekten.

## 1.2 Leseveiledning/rapportens oppbygging

Rapporten begynner i kapittel 2 med en kort drøfting av økonomisk verdiskaping og ringvirkninger fra kulturell aktivitet, hvordan dette defineres og hvordan det kan måles. Her drøfter vi også andre verdier som de kulturelle aktivitetene kan bidra med, for eksempel bolyst og identitetsfølelse og andre bidrag til samfunnsmessig nytte.

I kapittel 3 presenterer vi de utvalgte virksomhetene, inkludert økonomiske nøkkeltall og annen informasjon som ligger til grunn for analysen av de verdier som disse bidrar med i lokalsamfunnet, samt at vi presenterer resultater fra beregningen av økonomiske verdier og vurderingen av andre verdier som disse virksomhetene eller aktivitetene bidrar med lokalt.

I kapittel 4 sammenstiller vi beregningene og drøfter konklusjoner.

## 2 Kulturelle aktiviteters bidrag til verdiskaping og nytte

Kulturelle aktiviteter gir samfunnet nytte<sup>2</sup>, eller verdier, både gjennom økonomisk aktivitet som skaper sysselsetting og økonomisk verdiskaping direkte, gjennom bruk av andre ressurser lokalt, og gjennom at man bidrar til å øke de kulturelle og sosiale verdiene som er viktige for utviklingen av et samfunn og for innbyggerne.

I dagligtale brukes ofte de økonomiske begrepene *verdiskaping* og *ringvirkning* på en måte som – bevisst eller ubevisst – skaper uklarheter hva som menes og om forventninger til effekter av tiltak. Uklarhetene knytter seg til at man inkluderer effekter/verdier som ikke uten videre er økonomisk målbare, som for eksempel trivsel, bosetting, atmosfære, og liknende. Ved gjennomføring av ringvirknings- og verdiskapingsanalyser av virksomheter blir derfor ofte *metoden* utsatt for kritikk, når det rent faktisk er uklarhet om hva begrepene omfatter.<sup>3</sup>

Bruk av økonomisk metode og estimering av økonomiske effekter, betyr naturligvis *ikke* at andre virkninger ikke er viktige. De inngår bare ikke i begrepene og metodene.

I dette kapitlet redegjør vi kort for hva som menes med økonomisk verdiskaping og virksomheters økonomiske ringvirkninger, samt for andre verdier som disse aktivitetene kan generere for samfunnet. For en mer grundig innføring viser vi til Samfunnsøkonomisk analyse (2019).

### 2.1 Økonomisk verdiskaping

«Verdiskaping» brukes i dag upresist om en lang rekke forhold som gir oss nytte. For eksempel er begrepet «den brede verdiskapingen» lansert for å illustrere samspillet mellom miljømessige, kulturelle, sosiale effekter og økonomisk verdiskaping.<sup>4</sup> Innenfor økonomisk teori har imidlertid verdiskaping et mer presist innhold, som vi heretter benevner «økonomisk verdiskaping». De andre typene av verdiskaping omtaler vi som verdier, for å unngå en sammenblanding av begrepene.

*Økonomisk verdiskaping* er virksomhetens inntekter (omsetning) fratrukket kostnadene for kjøp av varer og tjenester i produksjonen. Verdiskapingen omfatter altså den merverdien som tilføres produktet eller tjenesten gjennom produksjonsprosessen i virksomheten, det vil si differansen mellom den prisen man betaler for innsatsvarene man trenger for å produsere og den prisen man selv får i markedet. Den økonomiske verdiskapingen er da «avlønningen» til sysselsatte og kapital<sup>5</sup>, se Figur 2.1.

Det er imidlertid viktig å være klar over at økonomisk verdiskaping ikke er et mål i seg selv, men det er viktig for å finansiere og sikre vår velferd (i bred forstand). Dvs. at det er velferden som er målet mens den økonomiske verdiskapingen er et middel for å nå dette målet.

Gitt at man har tall for omsetning, produktinnsats, lønnskostnader og driftsresultat er det enkelt å be-

<sup>2</sup> Samfunnsnytte er et begrep som omfatter all nytte, vi som individer og samfunnet totalt sett får fra ulike goder og tjenester, ikke bare kroner og øre.

<sup>3</sup> Kort sagt er verdiskaping «noe» som foregår i den enkelte virksomhet, mens ringvirkningene er «noe» som forplanter seg til **andre** virksomheter.

<sup>4</sup> Begrepet er lansert av Telemarksforskning, og benyttes spesielt innenfor analyser av betydningen av kultur- og naturarv (Haukeland og Brandtzæg 2009).

<sup>5</sup> Det vil si til de viktigste interessentene: lønn til de ansatte, skatt til kommuner og stat, renter til kreditorer og avkastning til eierne.

Figur 2.1: Sammenheng mellom omsetning, ringvirkninger og verdiskaping i en virksomhet

Omsetning i virksomheten (produksjon)			
Kjøp av varer og tjenester/ringvirkninger (produktinnsats)		Verdiskaping (bruttoprodukt)	
Import: fra øvrige Norge og utland	Leverandører fra regionen	Lønnskostnader (avlønning til de ansatte)	Driftsresultat* (avlønning til kapitaleiere)

regne virksomhetens verdiskaping, og bidrag til nasjonens samlede verdiskaping, dvs. bruttonasjonalproduktet (BNP).

Som en tommelfingerregel har arbeidsintensive virksomheter relativt høy verdiskaping, mens kapitalintensive virksomheter som regel har større ringvirkninger.

## 2.2 Ringvirkninger

Videre kan det ha interesse å se på hvordan den aktuelle virksomheten sprer seg utover i økonomien, dvs. virksomhetens kjøp av varer og tjenester, og da spesielt det som kjøpes «lokalt» (det vil si i det analyserte området). Dette er det vi kaller for virksomhetens ringvirkninger, og er et begrep som ikke må forveksles med verdiskaping. Mens verdiskapingen (lønn og driftsresultat) i hver enkelt virksomhet kan summeres til samlet verdiskaping i fylket eller landet (i form av bruttonasjonalprodukt), vil omfanget av ringvirkningene variere med størrelsen på det området man studerer. Ringvirkninger fra flere områder kan derfor ikke summeres. Sammenhengen mellom ringvirkning og verdiskaping er vist i figur 2.1.

En ringvirkningsanalyse deles inn i direkte, indirekte og induserte virkninger. I analyser av arrangementer, reiselivsaktivitet og andre virksomheter som er avhengig av besøkende/publikum, inngår som regel ytterligere én effekt, kalt overrissingseffekten. Dette består av økt omsetning lokalt, for eksempel i varehandel og reiselivsrelaterte virksomheter, som skyldes publikum som kommer tilreisende til området.

### 2.2.1 Direkte virkninger

De direkte virkningene består av aktiviteten<sup>6</sup> i virksomhetene som er involvert i driften av den kulturelle aktiviteten. Den aktuelle metoden for å kartlegge dette avhenger av hvilken type ringvirkningsanalyse man skal gjennomføre; for en enkeltvirksomhet, et arrangement eller for en hel næring.

Felles for alle de tre analyseobjektene er at man skal beregne den økonomiske verdiskapingen som kan knyttes direkte til den aktuelle aktiviteten. For en enkeltvirksomhet er dette enkelt å avgrense, og utgjør da helt enkelt verdiskapingen i den aktuelle virksomheten, dvs. omsetningen fratrukket kostnadene for kjøp av varer og tjenester. I dette tilfellet vil

<sup>6</sup> Måles som regel i omsetning eller sysselsetting.

datatilgangen også være enkel, da man kan ta utgangspunkt i virksomhetens regnskaper. En ringvirkningsanalyse av hele kulturnæringen følger samme prinsippet, men der verdiskapingen skjer i mange flere virksomheter, og følger pengestrømmene nedover i verdikjeden.

I denne analysen av kulturelle aktiviteter og virksomheter har vi innhentet regnskapsdata direkte fra hver virksomhet. I tillegg til at det har gitt oss relativt detaljerte tall har det for flere av virksomhetene vært eneste muligheten for å få regnskapstall. Sistnevnte skyldes at de enten er for små til å være pliktige å levere inn regnskapsdata til Brønnøysundregistret eller at de er organisert som en del av kommunens økonomi.

### 2.2.2 Indirekte virkninger

Neste skritt i analysen er å beregne den økonomiske aktiviteten fra de indirekte virkningene. De indirekte virkningene oppstår når penger fra de direkte virkningene settes i nye omløp i andre virksomheter i det studerte området. Indirekte virkninger omfatter da sysselsetting og verdiskaping hos underleverandører til kulturvirksomheter og eventuelt underleverandørene til virksomhetene som tilbyr tjenester direkte til publikum av arrangementer. De indirekte virkningene omfatter også sysselsettingen hos underleverandørens underleverandører, og så videre.

Utgangspunktet for beregningen av de indirekte virkningene er kjøp av varer og tjenester fra kulturvirksomhetene og virksomhetene som tilbyr tjenester direkte til publikum av arrangementer. Graden av detaljeringsgrad vil også her avhenge av omfanget

av analysen. Den mest presise metoden å beregne de indirekte ringvirkningene på, er å benytte seg av leverandørlistene for de aktuelle kulturvirksomhetene. I tilfelle det ikke er mulig å benytte seg av leverandørlistene, må man isteden bruke kryssløpstabeller fra nasjonalregnskapet. I denne analysen har vi hatt tilgang til aktivitetenes leverandørlistene, og dermed fått detaljerte data om kjøp av varer og tjenester. Dette styrker troverdigheten av resultatene.

De økonomiske ringvirkningene beregnes videre ved å benytte en ringvirkningsmodell. I dette prosjektet har vi benyttet oss av Samfunnsøkonomisk Analyses RingvirkningsMODell (SARMOD). I modellen beregnes verdiskaping og sysselsetting hos leverandører og videre hos disses underleverandører. For førstnevnte har vi detaljerte tall gjennom leverandørlistene, men for leverandørens underleverandører bruker ringvirkningsmodellen nasjonalregnskapets kryssløp til å fordele en gitt produksjon til leveranser og verdiskaping hos disse, og videre til underleverandørens underleverandører, etc. I alt omfatter modellen 5 runder med underleveranser.<sup>7</sup>

Resultatene fra modellen gir oss de beregnede indirekte virkningene målt i verdiskaping og sysselsetting.

### 2.2.3 Induserte virkninger

Verdiskapingen fra virksomhetene som direkte og indirekte arbeider i kulturvirksomheter eller leverer varer og tjenester til publikum på arrangementer, fordeles mellom arbeidstakerne (lønn) og kapitaleiere (overskudd og utbytte). Disse inntektene benyt-

---

<sup>7</sup> Den geografiske fordelingen av leverandørens innkjøp (dvs. runde 2-5 i modellen) er beregnet basert på importandeler i det nasjonale kryssløpet, men hvor det er gjort tilpasninger ut fra regionens næringsstruktur.

tes til konsum og investeringer, som igjen gir sysselsetting og verdiskaping. Noe av dette betales også i skatt, og bidrar med det til finansiering av offentlige velferdsgoder mv. Dette er forsterkningsmekanismer i økonomien som vi kaller induuerte virkninger eller konsumvirkninger.

Det finnes flere metoder for å beregne de induuerte virkningene. Valg av metode avhenger blant annet av omfanget av analysen både når det gjelder hvor stor sektor man analyserer ringvirkningene for, geografisk nedslagsfelt og tidshorizont. Samtidig vil tilgjengelige ressurser i prosjektgjennomføring være avgjørende for valg av metode.

Dersom omfanget av ringvirkningene er relativt moderate (for eksempel enkeltbedrift, arrangement eller liten næring), geografiske nedslagsfeltet er regionalt og tidshorizonten på analysen er kort, for eksempel ett år, kan de induuerte virkningene beregnes ved bruk av en *forenklet analyse*. Metoden for dette er å summere all verdiskaping (lønnkostnader og driftsresultat) fra de direkte og indirekte virkningene. Deretter beregnes andelen av inntektene som konsumeres, samt hvor stor andel som konsumeres innenfor det geografiske nedslagsområdet, og hvor mye som går til import eller konsum andre steder i Norge eller utlandet. Til slutt benyttes sammenhenger i nasjonalregnskapet mellom konsumandeler og næringssammensetning for å beregne hvor mye sysselsetting dette gir hos de som produserer disse varene og tjenestene.

Dersom omfanget av ringvirkningene er store (for eksempel en stor næring), geografiske nedslagsfeltet er på landsdel eller nasjonalt og tidshorizonten

på analysen er lenger, for eksempel 3 år og oppover, kan de induuerte virkningene beregnes ved å benytte en makroøkonomisk modell. I analysen av de kulturelle aktivitetene i Møre og Romsdal har vi benyttet den forenklete varianten.

#### 2.2.4 Overrislingseffekter

Kulturelle arrangementer og virksomheter har ofte et uklart forhold til hvordan publikums utgifter til annet forbruk<sup>8</sup> i forbindelse med arrangementet skal beregnes. En avgjørende faktor er da hvilket *område* som studeres og *tiltrekningskraften* til arrangementet. I forbindelse med analyser av arrangementer, reiselivsaktivitet og andre virksomheter som er avhengig av besøkende/publikum, bruker vi gjerne å definere ytterligere én effekt – overrislingseffekten.

Overrislingseffekten er økt omsetning som skyldes at publikum kommer tilreisende til området. Den økte omsetningen kommer da framfor alt i varehandel og reiselivsrelaterte virksomheter. Den oppstår fordi det studerte området får tilført kjøpekraft fra personer som ellers ikke bruker penger i området. Dette er typisk utgifter til servering og overnatting, men også til andre deler av primært detaljhandelen. Innleide utøvere (hel- eller halvprofesjonelle) fra andre steder i landet vil også ha et lokalt konsum som kan gi overrislingseffekter.<sup>9</sup>

Da dette er nye penger som tilføres området regner vi dette som en direkte virkning. Det utfordrende er å definere hvilke penger (les: publikummere) som er i området fra før og hva som kommer i tillegg. Størrelsen og avgrensningen av området er derfor også

---

<sup>8</sup> Det vil si utgifter som ikke blir registrert i virksomhetens regnskap, men er penger som publikum bruker direkte til innkjøp i andre butikker/bedrifter i lokalområdet.

<sup>9</sup> Den lønn eller de honorarer som betales til disse regnes imidlertid som import i ringvirkningsanalysen, dvs. som penger som går ut av området.



en kritisk faktor for resultatene (se også figur 2.3. nedenfor).

Det prinsipielle skillet mellom ringvirkninger og overrisslingseffekter er at:

- a) overrisslingseffektene skyldes at tilreisende publikum/gjester/utøvere fra utenfor «lokalområdet» bruker penger til overnatting, mat og annen handel mens de oppholder seg i lokalområdet; mens
- b) ringvirkningene oppstår når arrangementets/bedriftens inntekter brukes til innkjøp fra andre bedrifter (underleverandører) lokalisert i det definerte lokalområdet, og de utbetalte lønninger brukes til innkjøp i det samme område (konsumvirkninger).

En viktig effekt av nye penger til et område er at det vil kunne være impulser til vekst. Tilrettelegging for eller (offentlig) satsing på kulturvirksomhet er iblant begrunnet med at man søker næringsutvikling eller befolkningsvekst. Det er derfor viktig å være klar over hvilke forutsetninger for dette som området har.

Ettersom tilreisende publikum er vanskelig å finne igjen i offentlige statistikker, krever beregningen av disse virkningene en annen tilnærming. Den anbefalte tilnærmingen vil blant annet avhenge av analysens omfang. I større prosjekter vil det være hensiktsmessig å gjennomføre intervjuer med publikum eller sende ut spørreundersøkelser. I en forenklet analyse vil det være mer aktuelt å basere seg på erfaringstall fra andre analyser av lignende arrangementer eller mer skjønnsbaserte forutsetninger.

For å beregne hvor stor andel av publikum som er tilreisende er det gjennomført spørreundersøkelser i forbindelse med et par av de utvalgte de aktivitetene, se vedlegg 1 for spørreskjema. For de andre

Tabell 2.1 Forutsetninger om konsum hos besøkende, kroner per døgn

	Overnatting	Transport	Øvrig	Totalt
<b>Kun dagsbesøk</b>		235	297	532
<b>Familie, kjente, egen hytte</b>		235	297	532
<b>Betalt overnatting (hotell, hus eller camping)</b>	456	235	594	1285

Kilde: Innovasjon Norge

aktivitetene har vi brukt andre fremgangsmåter, se omtale i kapittel 3 for hver aktivitet.

Når det gjelder de tilreisendes konsum i området baserer vi oss på konsumtall fra Innovasjon Norges turistundersøkelse fra sommersesongen 2016 (Innovasjon Norge 2018). Tallene fra Innovasjon Norge er oppjustert til 2018-kroner med konsumprisindeksen (KPI), og fratrukket merverdiavgift (mva). Tabell 2.1 sammenstiller konsum pr døgn etter type tjeneste og overnatting. I beregningene av totalt konsum forutsetter vi at transportkostnadene inntreffer kun en gang per besøkende. Bakgrunnen for å bruke disse nasjonale tall fremfor å spørre om dette er at det erfaringsmessig er vanskelig å få tilforlatelige svar.

### 2.2.5 Sentrale forutsetninger

Ringvirkninger har fra forskerhold blitt ansett for å være alt fra et blindspor og 'halleluja' forskning, til å kunne sees på som unøyaktig (avhengig av metode), men i mange tilfeller likevel en nyttig øvelse for involverte aktører på et kunnskapsfelt hvor det er underskudd av forskning, se Vareide (2012), Dirdal (2012), Nordgård (2015) og Mangset, Håkonsen og Stavrum (2017). Det er ikke nødvendigvis selvmotsigende å ville profilere positive funn og den omdømmeeffekt dette har for aktører som måles. Realistiske beregninger vil også kunne identifisere

«hull» i lokale økonomier, og som kan utgjøre et potensial for økt bruk av lokalt produserte varer eller tjenester, og dermed øke den lokale ringvirkningseffekten.

Bruk av korrekt og etterrettelig metodikk for å gjennomføre denne type analyser kan gi gode anslag på det studerte objektets økonomiske betydning. Det vil si at en god studie klarer å skille ut nettoeffekten på økonomien, og gjør klart rede for metodikken.

Hvilke resultater en ringvirkningsanalyse gir avhenger av hvilke forutsetninger som legges til grunn for analysen, hvor avgrensningen av området som analyseres sannsynligvis har størst betydning.

### Områdeavgrensning

En ringvirkningsanalyse kan gjennomføres på flere geografiske nivåer - nasjonalt, landsdel, fylke eller en mindre økonomisk region. Jo mer man ønsker å avgrense beregningene regionalt, desto større andel av ringvirkningene vil «lekke» ut av regionen som import.<sup>10</sup> I beregningene av ringvirkningene vil derfor den viktigste konsekvensen av den regionale inndelingen være, at dette påvirker importandelene hos underleverandører. Et lite studieområde vil rett og slett ikke ha så mange potensielle leverandørbedrifter som et større område.

Andelen tilreisende publikum/besøkende blir derimot større desto mindre området er, og bidrar i utgangspunktet til å øke overrislingseffektene.<sup>11</sup> Analysen og forutsetninger i modellene må derfor tilpasses, og er avhengig av hvilket geografisk nivå man ønsker å studere ringvirkningene på. Dette er én av

hovedårsakene til at ringvirkninger og overrislingseffekter ikke uten videre kan summeres for flere områder.

Sammenhengene er anskueliggjort i figur 2.2. Ellipsen forestiller det området som studeres, og områdets næringsliv er plassert i boksen lengst til høyre. Bedriftene kan levere produkter/tjenester enten til selve arrangementet/arrangøren, og er da underleverandører som inngår i ringvirkningene, eller de kan levere til konsum (sluttleveringer) til tilreisende besøkende privatpersoner og regnes da som direkte virkninger. Pilene ut av ellipsen viser at det brukes penger på steder også utenfor lokalområdet. Figuren viser de økonomiske sammenhengene i ett område og områdets samhandling med «verden utenfor» området.

De røde pilene angir de direkte effektene (inntektene), mens blå og grønne piler viser hvordan ytterligere sirkulasjon av de direkte inntektene foregår i området. Sorte piler ut av området viser hvor i om-løpet penger lekker ut av området. De viser også at ringvirkningene alltid vil være mindre enn de pengene som tilføres området gjennom virksomheten i første omgang. Det skyldes at det forekommer lekkasjer i form av innkjøp, skatt, og liknende, til andre områder.

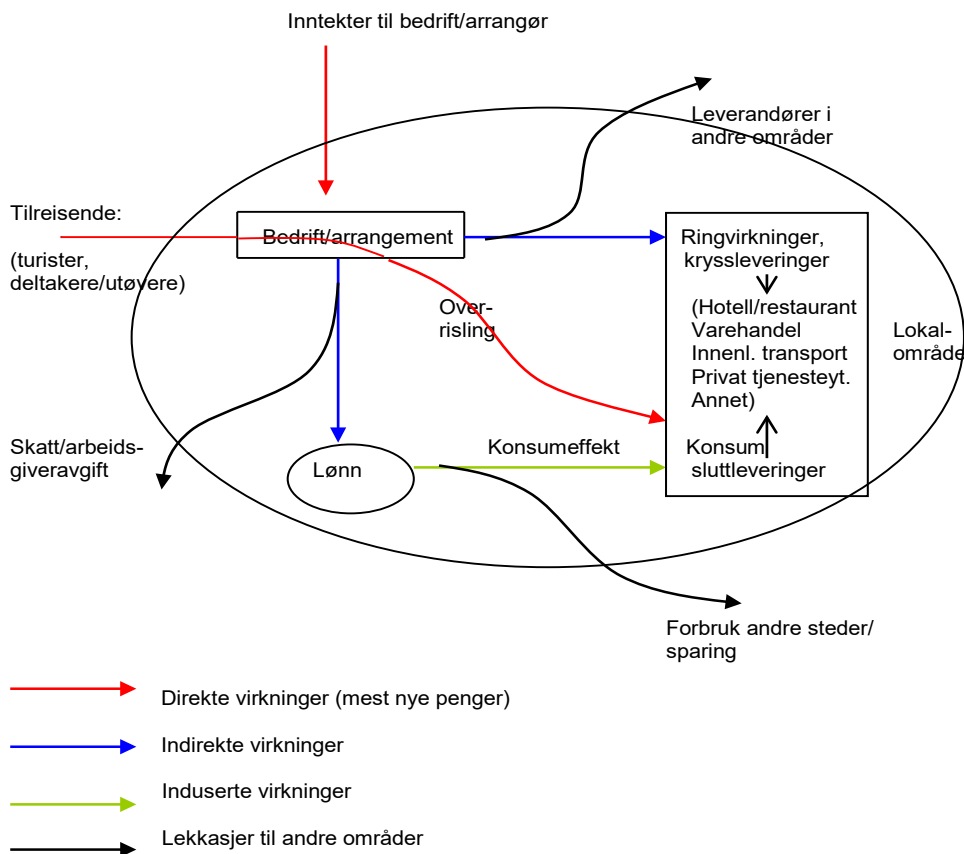
Figuren illustrerer også at det å endre størrelsen på området som analyseres ikke gir noen entydig effekt. Med et større område vil flere av underleveransene havne innenfor analyseområdet, og de lokale ringvirkningene blir større. På den andre siden vil mer av inntektene komme fra aktører innenfor området, som i seg reduserer de lokale ringvirkningene

---

<sup>10</sup> Det vil si at man må kjøpe for eksempel varer, lyd/lys, rigging, eller annet nødvendig utstyr, fra steder utenfor området fordi passende tilbud ikke fins lokalt.

<sup>11</sup> Vi sier i utgangspunktet, fordi dersom området blir mindre enn det som er en funksjonell region, vil deler av publikum likevel tilhøre lokalbefolkningen og ikke bidra til økte inntekter.

Figur 2.2 Prinsippskisse: pengestrømmer generert av tiltak/arrangement i et område



Kilde: Ericsson (2009)

(spesielt overrislingseffektene). Hvilken effekt som er størst vil variere ut fra hvilken type virksomhet som analyseres og hvorvidt det er virksomhetens egne ringvirkninger eller overrislingseffektene som er størst.

### Antall besøkere

At effektene i en ringvirkningsanalyse overestimeres skyldes i særlig grad dobbelttelling av økonomisk omsetning og publikumsbesøk. Dette fordi det er særlig fare for å beregne samlet økonomisk omsetning i et område, i stedet for at kun tilleggseffekten (ringvirkninger) av et arrangement, en aktivitet eller virksomhet fanges opp. Publikumstillinger er også en potensiell fallgrube (Rykkja og Ericsson 2016). En festivalarrangør rapporterer for eksempel

på sosiale medier og i lokalavisen om 30 000 besøkende under arrangementet, som varte tre dager. For beregninger av økonomiske effekter er det viktig å vite om dette var *samlet personbesøk på alle arrangement* under festivalen eller *antall unike besøkende*. Det ene tallet er ikke nødvendigvis «riktigere» enn det andre, men de teller ulike størrelser. Ringvirkningsanalyser basert på personbesøk og ikke unike besøkende vil imidlertid gi svært overestimerte beregninger ettersom det betyr at man beregner forbruk fra en og samme person flere ganger. For «tidsavgrensede» aktiviteter som består av flere delaktiviteter, som festivaler og spel, er det derfor viktig å kartlegge hvor mange personer som har besøkt aktiviteten totalt sett, og ikke summere besøkene på de enkelte delaktivitetene.

For helårsaktiviteter, som for eksempel kulturhus, er dette problemet mindre. Her kan en og samme person komme tilreisende til flere forskjellige forestillinger og generere nye ringvirkninger hver gang. Dvs. at her kan vært besøk regnes som et unikt besøk i en ringvirkningsanalyse.

### Alternativ bruk av ressurser lokalt

Videre tar man ikke alltid hensyn til hva som ville ha skjedd i fravær av den aktuelle aktiviteten eller om et besøk skyldes denne aktiviteten eller at man besøker området uansett. Er det for eksempel arbeidsledighet som er alternativet, eller ville ressursene (først og fremst arbeidskraften) ha blitt brukt i andre aktiviteter, som kanskje til og med hadde gitt høyere verdiskaping?

De lokale innbyggernes pengebruk vil for så vidt bidra til omsetning i selve arrangementet, men vil i prinsippet ikke bidra lokaløkonomisk hvis de alternativt ville blitt brukt på andre lokale arrangementer, tjenester eller varer. Det er kun i den grad det erstatter konsum som ellers ville ha gått ut av lokal-samfunnet, for eksempel i form av konsum av importerte varer eller konsum av kulturelle tjenester et annet sted i landet eller utlandet, som det gir et positivt bidrag til den lokale verdiskapingen. Men om det erstatter lokalt konsum av tjenester som har en høyere verdiskaping enn det aktuelle arrangementet er bidraget negativt. Det er derfor vanlig å ikke ta med dette konsumet når ringvirkninger beregnes.

### 2.3 Størrelsen på ringvirkningene

En virksomhet som har lokale ringvirkninger, vil på sikt bidra til lokal næringsutvikling og befolkningsvekst. Dette bygger imidlertid på to avgjørende premisser:

1. at de lokale underleverandørene er i stand til å etterkomme etterspørselen produkt- og kvalitetsmessig til en akseptabel pris, og
2. at leverandørene i tilfelle har ledige produksjonsressurser.

I et slikt langsiktig utviklingsperspektiv er ringvirkningene fra virksomheten i utgangspunktet av større betydning enn overrullingseffektene. Dette tilsier at arrangementer/tiltak som kan passe inn i den lokale næringsstruktur og økonomi har bedre forutsetninger for å generere lokaløkonomiske effekter enn arrangementer eller tiltak som ikke gjør det.

Å arrangere et tiltak i et turistområde med mange tilreisende og i turistsesongen, vil øke potensialet for at selve arrangementet blir vellykket i form av stor publikumsoppslutning og godt økonomisk resultat. På den andre siden er det ikke sikkert det gir ønskede bidrag til *området* i form av overrullingseffekter eller verdiskaping i for eksempel overnattings-/serveringssektoren. Hvis de tilreisende ville vært i området likevel er effekten liten.

Hvis tiltaket fortrenger andre tilreisende, kan effekten til og med være negativ. Dette vil for eksempel gjelde i situasjoner hvor det er fullt belegg på hotellene og de tilreisende derfor fortrenger gjester som ville kommet til regionen av andre grunner, for eksempel en forretningsreise. Det er imidlertid svært vanskelig å estimere hvor stor del av etterspørselen fra de tilreisende som fortrenger annen etterspørsel, og det er dermed vanskelig å korrigere for dette. Det betyr at våre beregninger er gjort under en forutsetning av at det er ledig kapasitet ved overnattingsstedene og hos andre potensielle leverandører av varer og tjenester som de tilreisende besøkerne etterspør.

Et arrangement med stor *tiltrekningskraft* som arrangeres i perioder med stor ledig kapasitet i andre

bedrifter lokalt, gir større risiko for at arrangementet kan gå med underskudd, men likevel kunne ha stor betydning for andre bedrifter i området. Det er derfor viktig ikke bare å måle publikumsoppslutning eller resultat i selve arrangementet for å vurdere hvorvidt tiltaket er vellykket for regionen.

Det er altså et tiltaks/arrangements tiltrekningskraft som vil være avgjørende for hvor mange «nye» penger som tilføres et avgrenset område gjennom publikum/besøkende. Penger som er i området fra før (dvs. fra personer som bor fast i det definerte området) vil bidra til omsetning i selve arrangementet. Lokaløkonomisk vil dette likevel ikke være nye inntekter, og bare bidra lokaløkonomisk i den forstand at de kanskje brukes på andre innkjøp lokalt enn de ville gjort uten det aktuelle arrangementet.

Lokale arrangementer kan, uavhengig av arrangementstidspunkt, imidlertid tenkes å begrense hva man kan kalle en "kulturell handelslekkasje", dvs. at man bruker penger på lokale arrangement heller enn på andre ting utenfor kommunen. Dette er i tilfelle effekter som ikke lar seg beregne, og derfor blir mest spekulasjoner.

## 2.4 Tidligere ringvirkningsanalyser av kulturelle aktiviteter

Det er over tid gjennomført svært mange analyser av kulturelle aktiviteters bidrag til lokal verdiskaping, analyser av varierende kvalitet og grundighet. Vi har sett nærmere på et utvalg analyser med høy faglig kvalitet, og som også til en viss grad bringer inn nye momenter i analysene.

Litteraturgjennomgangen har hatt til hensikt å danne et grunnlag for tilpasning av metoden for ringvirkningsanalyser til kulturaktiviteter og -virksomheter.

### Hele miljøer eller næringer

*Becken, Bowitz og Ibenholt (2009)* og *Bowitz og Fjose (2008)* dokumenterer et forskningsprosjekt hvor man vurderte den økonomiske verdiskapingen av kulturminnene/-miljøet på Røros, samt hvilken betydning dette hadde for identiteten til innbyggere og næringsliv i kommunen. Metoder som ble brukt i dette prosjektet inkluderer spørreundersøkelser blant turister og innbyggere (nyinnflyttede og ungdommer), økonomiske analyser av bedrifter. Bedriftsdata ble supplert med intervjuer, for å få fram betydningen av å være lokalisert på Røros. Verdiskaping (i form av sysselsetting) og ringvirkninger, inkludert induserte effekter og etterspørsel etter kommunale tjenester ble beregnet. Kvalitative verdier, som for eksempel bostedsattraktivitet, drøftes i innbyggerundersøkelsen: Nyinnflyttede innbyggere ble spurt om hvorfor man flyttet til Røros, og ungdommer om de forventet å bo på Røros som voksne. Annen kulturminnerelatert eksport, i form av antikvariske håndverkstjenester drøftes kort. Resultatene viser at den kulturminnerelaterte sysselsettingen på Røros i 2005 utgjorde 7 prosent av samlet sysselsetting, og i tillegg bidro statlige overføringer til bevaring av kulturminnene med 25 årsverk.

*Dahle m.fl. (2013)* analyserer kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning i Bergen og Hordaland. At man inkluderer samfunnsmessige hensyn er basert på en anerkjennelse av kulturens samfunnsmessige verdi, og man ser derfor også på mindre målbare størrelser som regional utvikling, bolyst og stedsidentitet. De avgrenser kultursektoren til all profesjonell utøvende og skapende kunstnerisk virksomhet framført for et publikum, og de scener, arenaer og støttefunksjoner som kreves for å tilrettelegge for, og fremme, denne virksomheten. Kravet om publikumsrettet virksomhet betyr at design, arkitektur og reklame faller utenfor, ettersom disse virksomhetene retter seg mot



andre kundegrupper. Beregningene er basert på komplette regnskapsdata for alle virksomheter i kunst- og kultursektoren (definert som ovenfor). I tillegg gjennomførte man en spørreundersøkelse til de samme virksomhetene, en spørreundersøkelse til publikum og dybdeintervjuer med bedrifter. Kultursektoren i Hordaland ble samlet beregnet til å skape økonomiske ringvirkninger på 2,4 milliarder kroner, og hvor den direkte verdiskapingen i bedriftene utgjorde 1,1 milliard kroner, mens kulturturistenes bidrag var 0,13 milliard kroner. I beregningen av ringvirkningene har man tatt med det totale kjøpet av lokale varer og tjenester, dvs. ikke begrenset dette til den andel som er basert på penger som kommer «utenfra». Sammenlignet med vår modell blir ringvirkningene høyere.

Dahle m.fl. (2013) drøfter også forskjellen mellom vare- og tjenestekjøp og honorarer til utøvere og artister. De meste av vare- og tjenestekjøpene skjer innenfor fylkesgrensen, mens det er store lekkasjer på utøversiden, dvs. at de aller fleste av disse bor utenfor fylket. Det er jo også hensikten til flere av de analyserte arrangementene, dvs. det å trekke nasjonale eller internasjonale artister til fylket. Den negative effekten i form av lekkasje til andre steder kan eventuelt oppveies av at arrangementet får en større tiltrekningskraft på tilreisende besøkere, dvs. at overrullingseffektene fra disse blir større.

Løyland, Sannes og Vareide (2007) analyserer kulturturnæringene<sup>12</sup> i Grenland. Intensjonen var å gjennomføre en ringvirkningsanalyse av de kulturelle næringene i Grenland, men grunnet problemer med å få et tilstrekkelig godt datagrunnlag, valgte man å ha fokus på kulturens betydning for næringsutvikling

i et dynamisk perspektiv. Man presenterer imidlertid tall for sysselsettingen i kulturelle næringer, og beregner at 5,5 prosent av bedriftene i Grenland er kulturbedrifter, og at disse sammen sysselsatte noe mer enn 1000 årsverk i 2006.

### Enkelte festivaler og spel

*Ericsson og Vaagland (2002)* studerer tre kulturfestivaler på Lillehammer: DølaJazz, Vinterspillene og Norsk litteraturfestival/Sigrid Undset-dagene. De belyser arrangementers betydning for vertssamfunnene og vertsregionene fra mange vinkler, ikke bare økonomisk eller næringsmessig, og deres betydning for utvikling av reiselivsdestinasjoner. De lokale ringvirkningene anslåes til i alt 1,1 millioner kroner i vare- og tjenestekjøp og 400 000—500 000 kroner i lønnsutbetalinger. Overrullingseffekt av tilreisendes forbruk er estimert til om lag 1,3 millioner kroner. De samlede lokaløkonomiske effekter (ringvirkninger og overrulling) ble dermed anslått til 2,5—3 millioner kroner. (2001-kroner).

*Ericsson og Onshus (2007)* ser på tre kulturfestivaler som ble arrangert i Nord-Gudbrandsdalen sommeren 2007: Kristindagene i Sel, Dansefestivalen i Sel og Diktardagane i Lom, og presenterer ringvirkningene (inkludert overrulling) av disse. De tre arrangementene er svært forskjellige både i størrelse og innhold. Analysen er basert på arrangementenes regnskaper og forbruksdata samlet inn fra tilskuere/deltakere. Dansefestivalen, som har hele 6 000 tilreisende deltakere, hadde den største inntektsvirkningen i regionen på 9—10 millioner 2007-kroner. Kristinspelet hadde ca 1 700 tilreisende og en inntektsvirkning på 2—2,2 millioner 2007-kroner.

---

<sup>12</sup> Definert som bibliotek og museum; bøker, aviser, blader; design, reklame, arkitektur; film, video, foto; kunsthåndverk; musikk; TV, radio; kunstnerisk virksomhet; underholdning.

Diktardagane er et mindre arrangement med få tilreisende og de har dermed en begrenset inntektsvirkning i regionen, i 2007 på ca. 300 000 kroner. Denne analysen synliggjør godt betydningen av å tiltrekke seg tilskuere utenfra for å øke den lokale økonomiske effekten.

En ringvirkningsanalyse av fem musikkfestivaler (Malakoff (Eid), Utkant (Gulen), Vossa Jazz (Voss), Festidalen (Kvinnherad) og Tysnesfest (Tysnes)) presenteres i Ryssevik og Dahle (2015). Formålet med analysen er å synliggjøre de økonomiske verdiene som festivalene genererer for lokalsamfunnet. De har innhentet regnskapsdata og informasjon om vare- og tjenestekjøp fra festivalene, samt at man gjennomførte spørreundersøkelser blant publikum på de fem festivalene. Resultatene fra denne analysen presenteres i tabell 2.1.

Analysen til Ryssevik og Dahle (2015) viser at den viktigste kilden til økonomiske ringvirkninger for de analyserte musikkfestivalene er publikums forbruk, dvs. overrisslingseffektene. For alle festivalene samlet står denne komponenten for 80 prosent av de samlede ringvirkningene. Festivaler med mange tilreisende som kommer til stedet på grunn av festivalen, har derfor bedre forutsetninger for å skape økonomiske ringvirkninger enn en festival hvor publikum er mer lokalt. Tilsvarende vil tilbudet av over-

nattings- og serveringsbedrifter og butikker i umiddelbar nærhet av festivalområdet være avgjørende. Om alle festivalgjestene bor på festivalcamp eller privat og samtidig kjøper det de trenger av mat og drikke fra festivalens egen cateringtjeneste på festivalområdet, blir ringvirkningene i det lokale næringslivet mer begrenset enn om publikum bruker overnatting og servering fra andre bedrifter i området.

Samfunnsøkonomisk analyse (2019), som beregnet ringvirkninger for Operaen i Kristiansund, Kristiansund Kirke Kunst Kulturfestival, Nordic Light International Festival of Photography (Kristiansund), Giskespelet, Kongens ring (Herøy-spelet) og Lady Arbuthnott i Sunndalsøra, konkluderte bl.a. med at ringvirkningene i absolutt beløp var størst for den største virksomheten, dvs. Operaen i Kristiansund, men målt som andel av omsetningen i virksomheten var det Lady Arbuthnott som hadde de største ringvirkningene på 140 prosent av omsetningen. De høye ringvirkningene fra Lady Arbuthnott skyldes et høyt antall tilreisende tilskuere, og at disse blir i området i flere dager, og at mer enn halvparten av disse betaler for overnattingen. Giskespelet har også ringvirkninger som er høyere enn omsetningen, mens øvrige aktiviteter har ringvirkninger som utgjør mellom 30 og 45 prosent av omsetningen.

Det er evnen til å tiltrekke seg publikum utenfra, og å tilby de tilreisende aktiviteter som gjør at de blir i flere dager i området som gir de største bidragene til lokale ringvirkninger for de tre sommerspelene. For de tre virksomhetene i Kristiansund er det kjøp av lokale varer og tjenester som gir størst ringvirkninger, men også her er overrisslingseffektene viktige. Analysen tar imidlertid ikke hensyn til når på året disse inntektene kommer, og den kan dermed underslå viktigheten av overrisslingseffekten. Arrangementene i Kristiansund ligger alle utenfor den

Tabell 2.2 Økonomiske virkninger av fem musikkfestivaler, Tusen 2015-kroner

Effekt	1	2	3	TOTAL
Vossa Jazz	1 310	460	4 470	6 240
Utkant	810	280	6 960	8 050
Malakoff	900	310	6 140	7 350
Festidalen	110	40	770	920
Tysnesfest	1 120	390	4 590	6 100

Note: 1=verdiskaping, 2=ringvirkning og 3=overrissling  
Kilde: Ryssevik og Dahle (2015)

«klassiske» sesongen og effektene de har på lokalt reiseliv kan dermed være viktigere enn om de hadde vært arrangert i turistsesongen.

Men også om aktivitetene allerede i dag generer verdier, økonomiske så vel som andre, finnes det et potensial for å få mer ut av disse aktivitetene, for eksempel i samarbeid med det lokale reiselivet. Videre trekker noen frem behovet for kontinuerlig utvikling av aktivitetene, for å bevare interessen hos publikum (tilreisende så vel som lokale), frivillige og sponsorer.

*Lund, Lerfald og Ericsson (2019)* har beregnet ringvirkninger for 8 festivaler i Oppland (Norsk Litteraturfestival/Sigrid Undset dagene på Lillehammer, Valdres Sommersymfoni på Fagernes, Kristinspelet i Nord-Sel, Jørn Hilme-stemnet på Fagernes, Vinjerock på Eidsbugarden, Peer Gynt-stemnet på Gålå, Fjellfilmfestivalen på Gjendesheim og Norsk rakfiskfestival på Fagernes). Flere av disse festivalene er av tilsvarende type som de festivaler som inngår i vår analyse. Det er stor spredning i de analyserte festivalene både når det gjelder størrelse, omfang av publikum/ deltakere og delarrangementer, lokalisering, varighet og sjanger. Besøkstillene varierer fra 1 000 til 20 000, hvilket gir svært forskjellige effekter lokalt og regionalt. Alle festivalene tiltrekker seg mange tilreisende besøkende, fra ca. 60 prosent og oppover av det totale antallet publikummere. Overrislingen fra de tilreisende er beregnet til å ligge i området 350,- til 2 300,- pr besøkende, hvor det høyere tallet er knyttet til kommersiell overnatting.

*Lund, Lerfald og Ericsson (2019)* trekker opp en interessant utfordring for festivalene, som er knyttet til valget mellom det å ha attraktive program som sikrer billettsalg og festivaløkonomien på den ene siden, og å tilby program og aktiviteter som er viktige for festivalens kulturelle betydning. Med unntak av

Norsk Rakfiskfestival er den kulturpolitisk begrunnede offentlige støtten viktig for alle de festivalene som er analysert. Ifølge Lund m.fl. er det derfor verken mulig eller ønskelig for festivalen å «kommersialisere» hele programmet. Samtidig er det sannsynligvis mulig å «tilpasse» programmet slik at festivalen får flere besøkende ved å legge attraktive programposter på en måte som kan stimulere til lengre opphold. De påpeker også at det bør være viktig at festivalene har et tilbud som gir publikum gode opplevelser både i kraft av sitt kulturelle innhold og sine sosiale rammer.

## 2.5 Andre samfunnsmessige verdier

Kultur kan gi innbyggerne nytte som ikke nødvendigvis kan måles i penger, og som vi omtaler som andre samfunnsmessige verdier. For eksempel kan et kulturarrangement engasjere mange frivillige som bidrar i både planlegging og gjennomføring, og som har stor personlig glede av dette, samtidig som det bygger sosiale nettverk mellom deltakerne. Å være tilskuer på et slikt arrangement, eller en annen kulturopplevelse, kan gi en glede og nytte der og da, men også gi kunnskap og stolthet som varer langt utover selve opplevelsen.

De andre samfunnsmessige verdiene som er knyttet til kultur kan deles opp i sosiale og kulturelle verdier. Sosiale verdier handler om samarbeid, fellesskap, tilhørighet, engasjement og nettverk, dvs. om interaksjonen mellom mennesker. Kulturell verdi handler mer om hvordan man bruker historien og symboler for å styrke den lokale identiteten, dvs. mer om hvordan omgivelser og opplevelser påvirker oss. Både de sosiale og kulturelle verdiene kan påvirke folks ønsker om å bosette seg eller bli værende i lokalsamfunnet eller å etablere næringsvirksomhet der, og dermed ha stor betydning for hvordan et samfunn utvikler seg.

En viktig indikasjon på spesielt sosiale verdier er i hvor stor grad lokale frivillige er engasjert i forberedelser og gjennomføring av de aktuelle arrangementene, og ikke minst om dette har endret seg over tid. Tall for frivillighet er derfor innhentet fra virksomhetene.

Videre er det gjennomført intervjuer med andre aktører og virksomheter i de lokalsamfunnene hvor virksomhetene er lokalisert. Her har vi bl.a. spurt om betydningen som virksomhetene har for respondentens egen virksomhet og lokalsamfunnet i stort, se metodevedlegg for intervjuguide.

Det er imidlertid ikke utviklet indikatorer for denne type verdier og vi har heller ikke gjennomført noen detaljert undersøkelse av disse verdiene. Begrunnelsen for å ikke gjennomføre grundigere vurderinger av dette er dels knyttet til formålet med analysen, dvs. å beregne de økonomiske virkningene, og dels til prosjektets ressursramme.

## 2.6 Tidligere analyser av andre verdier

Det er mange analyser som drøfter slike andre verdier som kulturelle aktiviteter og arrangementer kan føre med seg, men relativt få som faktisk prøver å verdsette disse. Det er naturligvis fordi det er vanskelig og verdiene vil variere mye med subjektive synspunkter. Nedenfor presenter vi kort noen norske analyser.

I et forskningsprosjekt om verdiskapingen knyttet til kulturminnene på Røros ble det, i tillegg til en ringvirkingsanalyse, gjort forsøk på å kartlegge hvilke andre verdier innbyggere og næringsliv tilla kulturminnene og om mulig kvantifisere disse (Becken, Bowitz og Ibenholt 2009). For å undersøke hvorvidt kulturarven har en merkevareeffekt for bedriftene på Røros ble det gjennomført dybdeintervjuer med et utvalg bedrifter. Her fikk bedriftene oppgi de tre ting de mente var mest positivt med å være lokalisert på

Røros, men også hva som var negativt. Funnene peker på at kulturminnene overveiende vurderes som positive, men de ble allikevel kun i begrenset grad brukt av bedriftene til markedsføring e.lign.

For å kartlegge om kulturminnene påvirket identiteten til innbyggerne på Røros, ble det gjennomført to spørreundersøkelser; en til nyinnflyttede og en til elever på videregående skole. Når det gjelder sistnevnte undersøkelse fant man en svak tendens til at ungdommer på Røros tilla kulturarven større verdi enn ungdommene på Tynset, men andre aspekter ved Tynset bidro til at Tynsetungdommene hadde en like sterk stedsidentitet totalt sett som ungdommene på Røros. Dvs. at kulturminnene bidro til identiteten, men at det er mange andre forhold som også bidrar til identitet som kan være minst like sterke. Dette kan tyde på at man har knyttet identiteten sin til hjemstedet uansett, men at de forholdene som bidrar til å forme identiteten er forskjellige.

Når det gjelder undersøkelsen blant nyinnflyttede tyder svarene tyder på at kulturminnene har en viss tiltrekningskraft, og at det synes å kunne påvirke flyttingen ved at folk i noe større grad aksepterer mindre attraktive jobber på Røros enn man kunne ha fått andre steder fordi kulturminnene et stykke på vei oppveier denne ulempen. De høyest utdannede innflytterne bosatte seg i stor grad i Bergstaden (dvs. sentrale Røros), til en viss del motivert ut fra et aktivt kulturliv her. Dette er et funn som til dels er bekreftet i kapittel 3.1 omtale av Telemarkforsknings analyser som viser at kulturtilbudet i en kommune kan påvirke hvem som bosetter seg der (Vareide 2018).

I analysen av kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning i Bergen og Hordaland (Dahle m.fl., 2013) drøftes kulturens bidrag til:

- Et kreativt klima: drøftingen her er knyttet til at interaksjonen mellom kultur og næring først og fremst ser ut til å dreie seg om kjøp og salg av kulturelle produkter og tjenester og i mindre grad om kompetanseutveksling. Bedriftene tilbyr ansatte og kunder billetter til kulturarrangement, ofte der bedriften er inne som sponsor, eller de kjøper kulturelle tjenester til internarrangement. De benytter seg imidlertid i liten grad av den faglig-kreative kompetansen som kultursektoren besitter.
- Tilflytting/kreativ arbeidsklasse: man har gjennomført en undersøkelse blant kunst- og kulturvirksomhetene i fylket hvor de bl.a. ble spurt om de synes at næringslivet i fylket i tilstrekkelig grad utnytter de mulighetene som kunst- og kultursektoren gir til å markedsføre fylket som et attraktivt sted å bo og arbeide. Kunst- og kulturvirksomhetene synes jevnt over at næringslivet ikke utnytter disse mulighetene fullt ut.
- Bolyst: her har man kun en kvalitativ drøfting/kritikk av Telemarksforskningens tidligere analyser som viste at det ikke var noen sammenheng mellom kultur og tilflytting.

Dahle m.fl. (2013) gjennomførte også intervjuer med store bedrifter i fylket, og alle vurderer et rikt kulturliv som en betydelig trivselsfaktor og en viktig del av regionens eller lokalsamfunnets samlede omdømme, men få tror at kulturlivet er avgjørende for å trekke arbeidskraft til regionen. Natur og friluftsmuligheter teller like mye som et pulserende kulturtilbud, et funn som for øvrig er i tråd med Becken m.fl. (2009).

I et forskningsprosjekt om festivalers betydning for arrangører, lokalsamfunn og publikum, illustrert ved

3 kulturfestivaler i Lillehammer ble det bl.a. gjort et omfattende arbeid for å kartlegge festivalenes betydning som arenaer for kulturelle opplevelser og sosialt fellesskap, deres betydning for lokalt kulturliv, trivsel og lokal tilhørighet, i tillegg til deres lokaløkonomiske betydning, se Ericsson & Vaagland (2002). De så også på festivalenes samhandling med og avhengighet av lokale aktører og deres tilpasning til stedets fysiske og sosiale strukturer. Videre drøfter de betydning for lokale artister/utøvere av lokale kulturarrangement, som gjennom arrangementet får en viktig presentasjonsarena, enten alene eller sammen med artister utenfra. Arrangementene kan også bidra til et større og mer mangfoldig kulturtilbud lokalt, og med stemming, atmosfære som kommer lokalbefolkning og andre aktører til gode. Kartleggingen av effektene på lokalsamfunnet er basert på intervjuer og et spørreskjema til publikummere. Andre verdier enn de lokaløkonomiske (dvs. ringvirkningsanalysene) er kun drøftet kvalitativt.

Siden 2006 har Riksantikvaren hatt et verdiskapingsprogram, hvor man har gitt tilskudd til en lang rekke lokale prosjekter som har hatt til hensikt å bruke kulturarv til det beste for befolkning, næringsliv, lokalsamfunn og regioner.<sup>13</sup> I 2012 fikk Rambøll i oppdrag å kartlegge de lokaløkonomiske effektene av disse prosjektene, hvor man også drøftet kulturell og sosial verdiskaping<sup>14</sup> (Rambøll 2012). Ifølge Rambøll (2012) har verdiskapingsprogrammet bidratt til kulturell verdiskaping, gjennom å ivareta det lokale særpreget og egenarten ved kulturminnet. Private eiere har økt sin kunnskap om stedets lokalhistorie, noe som har bidratt til å skape arena for formidling av kulturhistorien, i tillegg til at verdiene blir tatt vare på. Når det gjelder sosial verdiskaping

<sup>13</sup> <https://www.riksantikvaren.no/Tema/Verdiskaping>

<sup>14</sup> «Verdier» i tråd med vår begrepsbruk.



har Verdiskapingsprogrammet økt bevisstheten om kulturminnet som en ressurs i lokalsamfunnet. Programmet har også ført til økt stolthet knyttet til hjemstedet bl.a. som følge av dugnadsinnsats og gjennom å etablere møteplasser for ulike lokale arrangement.

Samfunnsøkonomisk analyse (2019) viser at utover de økonomiske verdiene bidrar stort sett alle aktiviteter til andre verdier i lokalsamfunnene; som lokal identitet og stolthet. Aktivitetene skaper entusiasme i nærmiljøet og et stort lokalt engasjement. De bidrar også til næringsutvikling og reiselivsutvikling lokalt. Blant næringsaktiviteter som har nytte av dette trekkes frem båttrafikk (for eksempel Hurtigruten, kystekspresen), flytrafikk, busstilbud, restaurant/kafe, konserter/arrangement, varehandel, bygg og anlegg mm. Kommunene har også glede av dette gjennom skatteinntekter, bygging av identitet/attraktivitet og bolyst. De tre spelene som ble analysert (Lady Arbuthbot, Giskespelet og Herøyspelet/Kongens ring) ble også vurdert å ha en spesiell betydning innenfor kortreist reiseliv. Det er for eksempel mange besøkende fra fylket, i tillegg til at mange fra Trøndelag besøker disse aktivitetene nord i Møre og Romsdal.

Det finnes altså en rekke analyser av de kulturelle og sosiale verdiene, men disse er i prinsippet kvalitative. Dette henger selvsagt sammen med at disse verdiene i sin natur er «kvalitative», subjektive og lite målbare. Og det finnes heller ikke noen vedtatt måleenhet for å måle disse verdiene. Man kan i og for seg spørre innbyggerne om identiteten har endret seg, men det er et problem at det ikke finnes noen felles akseptert målestokk – hvor mye er mye, og kan det overhode sammenlignes mellom individer og lokalsamfunn?

### 3 Verdiskaping og ringvirkninger av utvalgte kulturelle aktiviteter

Dette kapitlet starter med en kort beskrivelse av de virksomhetene som er analysert. Videre redegjør vi for resultatene fra ringvirkningsanalysene, hvor vi både har tatt hensyn til virksomhetenes kjøp av varer og tjenester lokalt og i hvor stor grad de evner å tiltrekke seg besøkende utenfra. Vi presenterer også andre verdier som virksomhetene bidrar med lokalt, for eksempel det lokale engasjementet i form av frivillig arbeid. Til sist trekker vi noen konklusjoner om virksomhetenes bidrag både til økonomisk verdiskaping og andre verdier i lokalsamfunnet.

#### 3.1 Analyserte virksomheter

I dette prosjektet har vi gjennomført ringvirkningsanalyser for i alt 9 virksomheter:

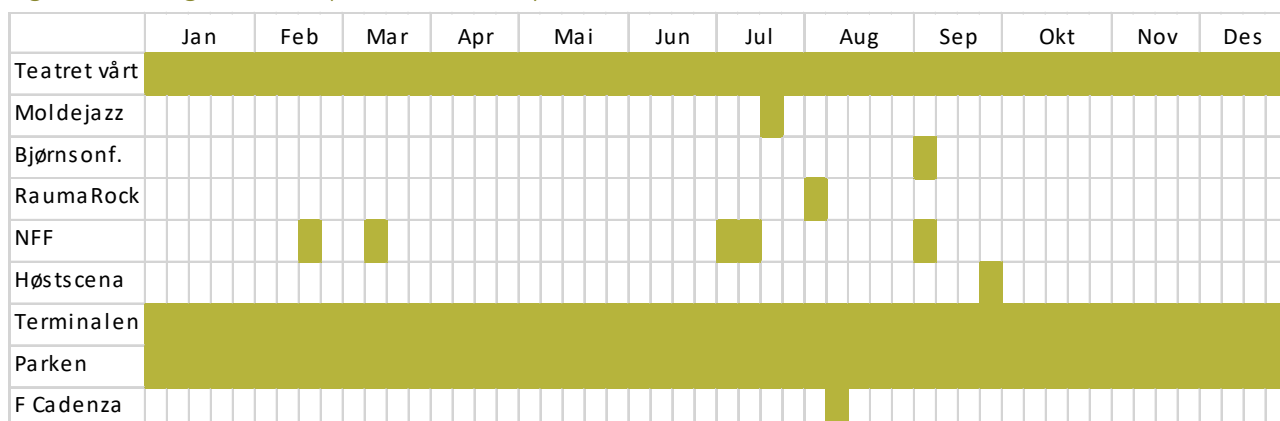
- Teatret Vårt i Molde og Ålesund
- Moldejazz (Molde International Jazz Festival) i Molde
- Bjørnsonfestivalen i Molde
- RaumaRock i Åndalsnes
- Norsk Fjellfestival i Åndalsnes
- Høstscena i Ålesund
- Terminalen Byscene i Ålesund
- Parken Kulturhus i Ålesund
- Fjord Cadenza i Skodje

Figur 3.1 viser arrangementsperioden for disse virksomhetene, dvs. når på året de har sin hovedsakelige virksomhet (flere av de tidsavgrensede aktivitetene har også enkelte arrangementer utover året). Den tidsmessige utstrekningen av virksomheten har selvsagt stor betydning for hvor stor omsetning og verdiskaping virksomheten evner å ha, og er viktig å ha med seg i tolkningen av resultatene fra ringvirkningsanalysene.

#### Geografisk avgrensning

Som påpekt er det viktig at ringvirkningene kun inkluderer «nye» penger inn i regionen og de midler som blir brukt lokalt. Det betyr at de indirekte virkningene hos underleverandører kun teller med de underleverandører som er lokalisert *innenfor* den valgte geografiske avgrensningen. Underleverandører omfatter også profesjonelle artister som medvirker i de kulturelle aktivitetene. Den inntekt (honorar) disse får vil til største delen tilfalle et annet lokalsamfunn enn der hvor arrangementet pågår, og skal derfor ikke telles med. I prinsippet gjelder dette også for ansatte som ikke er bosatt innenfor den geografiske avgrensningen, men i dette prosjektet har vi antatt at alle ansatte er bosatt lokalt. De profesjonelle utøvernes forbruk i området får vi delvis fanget opp gjennom at virksomhetene dekker kost

Figur 3.1 Arrangementstidspunkt for de analyserte virksomhetene



og losji (diett), som vi har beregnet som lokalt konsum, samt at vi legger de et konsum utover dette for de dager de er i regionen.

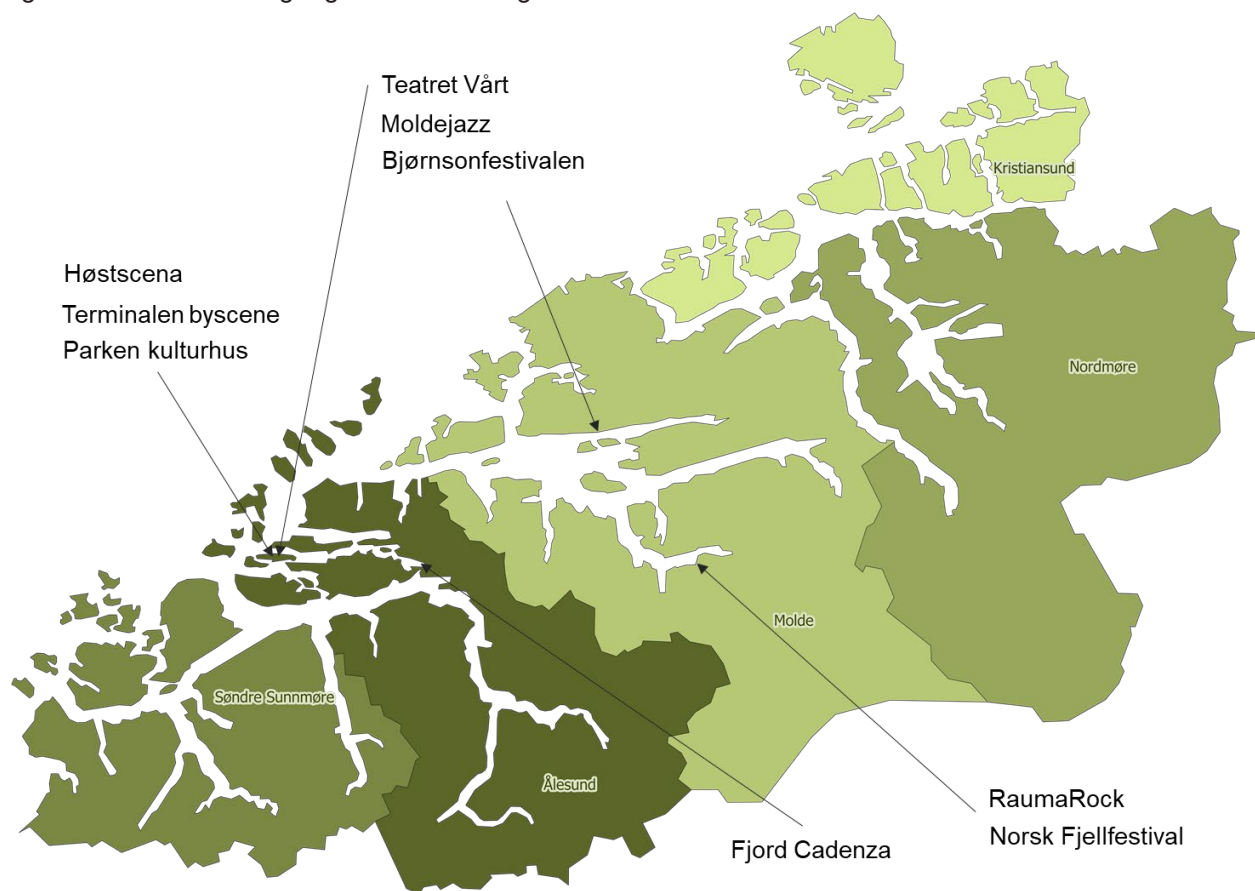
Når det gjelder inntektene til virksomheten må det skilles mellom inntekter fra lokale aktører og inntekter fra andre (eksportinntekter). Inntekter fra lokale aktører, inkludert både lokale besøkere, sponsorer og tilskudd fra kommunen, skal ikke telles med. Dette begrunnes med at lokale midler uansett ville ha blitt brukt i lokalområdet, for eksempel at tilskudd fra kommunen alternativt ville ha gått til en annen virksomhet i kommunen. Det er flere områder/regioner som vil konkurrere om fylkeskommunale og nasjonale tilskudd, slik at vi her antar at alt dette er midler som kommer utenfra (er eksportinntekter). Eksportinntektene omfatter inntekter fra tilreisende

publikum og utøvere, sponsorer fra andre steder og altså tilskudd fra fylkeskommune og stat.

I dette prosjektet har vi fordelt sponsorinntektene etter hvor de enkelte sponsorene er lokalisert og hvorvidt de er eksportbedrifter eller ikke (en eksportbedrift som er lokalisert i nærområdet er her antatt å bidra med «nye» penger inn i området). De offentlige tilskuddene fra fylkeskommunen og statlige aktører er antatt å komme utenfra. For tilreisende er det gjennomført spørreundersøkelser eller andre analyser for å avdekke andelen tilreisende.

Den geografiske inndelingen er den regioninndelingen som brukes i Møre og Romsdal, dvs.

Figur 3.2 Kart over den geografiske inndelingen



- *Kristiansund*: Kristiansund, Averøy, Aure, Smøla. Ingen virksomheter i denne analysen.
- *Nordmøre*: Sunndal, Tingvoll, Surnadal, Rindal, Halså. Ingen virksomheter i denne analysen.
- *Molde*: Aukra, Fræna, Eide, Molde, Midsund, Vestnes, Rauma, Nettet og Gjemnes. Her er Moldejazz, Bjørnsonfestivalen, Teatret Vårt, RaumaRock og Norsk Fjellfestival lokalisert.
- *Ålesund*: Ålesund, Ørskog, Norddal, Stranda, Stordal, Sykkylven, Skodje, Sula, Giske, Haram, Sandøy. Her er Parken Kulturhus, Fjord Cadenza, Terminalen byscene og Høstscena lokalisert.
- *Søndre Sunnmøre*: Ulstein, Vanylven, Sande, Herøy, Hareid, Ørsta, Volda. Ingen virksomheter i denne analysen.

### Teatret Vårt, Molde og Ålesund

Teatret Vårt (Regionteatret i Møre Romsdal) er Norges neste eldste regionteater, etablert i 1972. Teatret er et aksjeselskap som eies av Møre og Romsdal fylkeskommune, Molde kommune, Ålesund kommune og Noregs Ungdomslag, Møre og Romsdal.

Teatret Vårt presenterer et repertoar av moderne og klassiske skuespill for barn, unge og voksne. Teatret Vårt er også et nasjonalt teater som henter skuespillere fra andre teatre, og som gjestespiller på andre scener. Man samarbeider også internasjonalt med andre teatre i Europa.

Teatret Vårt turnerer i hele Møre og Romsdal, og spiller på 10–12 kulturhus og ca. 10 mindre spillsteder (for eksempel forsamlingshus) i fylket. I tillegg spiller man på skoler, institusjoner, barnehager mv.

Gjennom et år gjennomføres rundt 450 forestillinger og arrangement over hele fylket.

Teatret Vårt har fast scene og hovedkontor i kulturbygget Plassen i Molde, og en fast avdeling på kulturhuset Arbeideren i Ålesund. Det er Avdeling scenekunst for barn og unge som har kontor og prøve- og spillelokaler på Arbeideren. Det foreligger planer om å flytte fra Arbeideren og til en ny teatersal i Sørsidebygget i Kulturhavna i Ålesund.

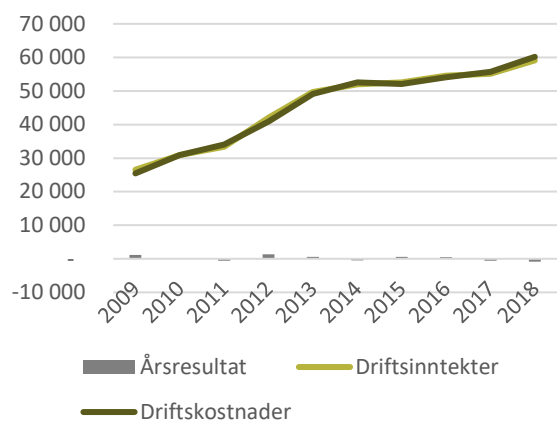
DUS, Den unge scenen, er et nasjonalt prosjekt der Teatret Vårt er regional partner for Møre og Romsdal fylkeskommune. Ungdom mellom 13 og 19 år fra hele landet får muligheten til å jobbe med ny dramatik for ungdom og får profesjonell veiledning, delta på en regional festival med profesjonell tilrettelegging. Til slutt samles utvalgte deltakere fra hele landet til nasjonal festival i Oslo. DUS ble opprettet i 2004 for å heve det faglige nivået på ungdomsteater i Norge.

Teatret Vårt driver også en serveringsvirksomhet, Kafé Kurt. Kaféen er åpent på dagtid samt i forbindelse med forestillinger og konserter i Plassen kulturhus. Den kan også leies til private arrangementer og selskaper.

Teatret Vårt har i perioden 2006 til 2018 doblet sin omsetning i nominelle kroner, fra 23,4 til 59,1 millioner kroner, se figur 3.3. I perioden har driftsresultatet variert mellom et underskudd på 3 prosent<sup>15</sup> og et overskudd på 4 prosent. I 2018 var det et underskudd på 1,8 prosent. Som figur 3.3 viser har inn-

<sup>15</sup> Resultatene måles i form av driftsmargin, dvs. driftsresultat som andel av totale inntekter (omsetning).

Figur 3.3 Teatret Vårt; inntekter, kostnader og årsresultat. 1 000 kr, 2009-2018



Kilde: Teatret Vårt

tektekter og utgifter i prinsippet vært like store i perioden 2009–2018, og følgelig har årsresultatene vært marginale.

I perioden 2006–2018 har offentlige tilskudd stått for brorparten av inntektene til Teatret Vårt, og utgjorde et sted mellom 80 og 89 prosent. Billettinntektene viser relativt store variasjoner i denne perioden, og var lavest i 2012 (1,6 millioner kr) og høyest i 2018 (2,9 millioner kr). Samtidig har det vært en jevn økning i de andre inntektsstrømmene i perioden. I 2018 fordelte seg de totale inntektene (59,1 millioner kroner) slik:

- Offentlige tilskudd: 80 prosent, fordelt med
- Kommunalt tilskudd 13 prosent
- Fylkeskommunalt tilskudd 18 prosent
- Statlige tilskudd 69 prosent<sup>16</sup>
- Sponsorinntekter 1,6 prosent
- Inntekter fra billetter 5 prosent
- Andre inntekter (kafé og annet) 13 prosent

De største sponsorinntektene kommer fra Sparebanken Møre og Istad, man har en mindre sponsoravtale med Tingh, og får et antall frie overnattinger på Alexandra Hotell. Utover dette har Romsdals Budstikke og Sunnmørsposten gitt Teatret Vårt sterkt rabatterte priser på annonser.

I hele perioden 2006–2018 har kostnader for lønn og tjenester vært den største utgiften, på mellom 52 og 61 prosent. Av andre utgifter har andre driftskostnader og kostnader for lokaler vært de desidert største postene, på mellom 16 og 21 prosent hver, siden 2012. I 2018 utgjorde kostnader for lønn og tjenester, andre driftskostnader og kostnader for lokale henholdsvis 33, 12 og 10 millioner kroner. Kostnader for varekjøp til Kafé Kurt, materiell, salg og informasjon, utstyr og avskrivninger utgjorde til sammen 5,4 millioner kroner (9 prosent).

Teatret Vårt har rundt 50 ansatte fordelt på kunstnerisk stab, teknikere og verksteder, administrasjon og Kafé Kurt. I 2018 var det i alt 31 skuespillere eller andre kunstneriske ansatte (de aller fleste kun deler av året), 6 ansatte på Kafé Kurt (3 faste stillinger, og 4 ekstravakter), 23 teknisk personal og 16 i administrasjonen, dvs. totalt 76 ansatte. Totalt ble det gjennomført 42 årsverk i 2018, med en lønnskostnad på drøye 30 millioner kroner.

I 2018 presenterte Teatret Vårt 20 egenproduksjoner, med i alt 415 forestillinger og 25 041 publikummere (varierende fra 34 til 4 030). Videre presenterte man 5 samproduksjoner med i alt 50 forestillinger og 5 343 publikummere. Man presenterer også gjestespill (Riksteatret, Carte Blanche og DansiT) og i 2018 var det 27 gjestespill, med totalt 54

<sup>16</sup> Teatret Vårt får tilskudd direkte fra Kulturdepartementet, via post 71 Region-/landsdelinstitusjoner, hvor det er en forutsetning for statstilskuddet

at regionen bevilger en andel på 30 prosent. Videre får man et husleietilskudd, post 78 på statsbudsjettet.

framvisninger og 3 816 publikummere. Dvs. at man i 2018 hadde totalt 34 200 publikummere på 509 framvisninger (i gjennomsnitt 67 publikummere pr. forestilling).

Teatret Vårt har en venneforening: Teatrets venner i Molde, med 500 medlemmer hvorav 40 arbeider frivillig som teaterverter på Plassen. Ålesund Teaterforening og Teatervenner i Kristiansund er foreninger som også fungerer som venneforening for Teatret Vårt, samtidig som begge disse har et bredere formål. Teatret Vårt bruker også lokale stater, for eksempel ble det brukt frivillige dansere i oppsetningen av Maratondansen i 2018 (16 dansere i Ålesund, 22 i Molde, med 8 forestillinger på hver plass). For 2018 oppgir Teatret Vårt at man engasjerte 77 frivillige, som sammenlagt la ned 1 128 timer.

### Moldejazz, Molde

Moldejazz (Molde International Jazz Festival), som ble etablert i 1961 er Europas eldste og verdens nest eldste jazzfestival. Festivalen arrangeres hvert år i uke 29, med rundt 100 konserter og i størrelsesorden 500 artister. I tillegg utføres også et helårlig jazztilbud i Molde i samarbeid med Storyville Jazz Club.

I 2018 ble det under festivalen arrangert 86 konserter, hvorav 31 var gratisarrangement. 12 konserter var rettet spesielt mot barn og unge til og med 18 år. 83 band/artister/orkestre var engasjert, og totalt 636 utøvere var på scenen (486 på betalte arrangement, 150 på gratisarrangement).

Moldejazz er organisert som en stiftelse med en fast administrasjon på 5 årsverk. Siden 2012 befinner seg administrasjonen i kulturbygget Plassen, sammen med Storyville Jazz Club, Teatret Vårt, Molde Bibliotek, Bjørnsonfestivalen og Møre og Romsdal Kunstsenter.

Moldejazz hadde i perioden med knutepunktfestivaler (1999–2017) status som Knutepunktfestival for jazz i Norge.

Moldejazz har i perioden 2008–2018 hatt en årlig omsetning (inntekter) på mellom 26 og 35 millioner kroner. Inntektene har gradvis økt gjennom perioden, med høyest omsetning og resultat i 2015, på henholdsvis 34,7 og 5,7 millioner kroner. I 2018 var inntektene på 34,1 millioner kroner, og resultatet 0,8 millioner kroner. I perioden 2008–2018 har det også vært flere år med underskudd i driften, slik at man for hele perioden over et har hatt et samlet overskudd i driften på drøye 0,5 millioner kroner.<sup>17</sup>

Festivalen finansieres dels gjennom offentlige tilskudd (41 prosent i 2018)<sup>18</sup>, billettinntekter (32 prosent), salg i restaurant (12 prosent), sponsorinntekter (10 prosent), og annet (5 prosent). I perioden 2008–2017 økte tilskuddene raskere enn de andre inntektsstrømmene, og gikk fra å utgjøre omtrent 30 prosent i 2008 til knappe 46 prosent av samlede inntekter i 2017. I 2018 utgjorde tilskuddene 41 prosent av inntektene. Billettinntekter og salg i restaurant har hatt en gradvis økning siden 2015.

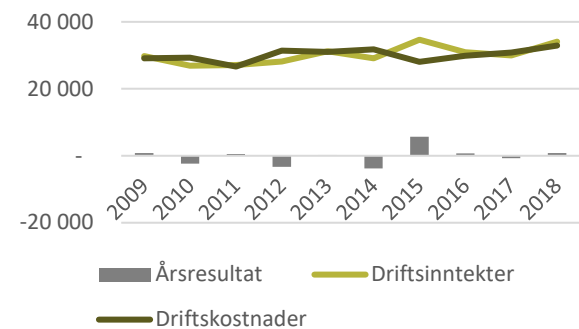
Den største utgiftsposten i 2018 var honorarer til artister, etterfulgt av lønnskostnader, lyd- og lyspro-

<sup>17</sup> Samlet årsresultat for perioden 2008–2018 er negativt, hvilket skyldes noen år med høy finanskostnader knyttet til datterselskap

<sup>18</sup> Fordelt med 6,7 millioner kr fra Kulturrådet, 1 million kr husleietilskudd fra Kulturdepartementet, 3,1 millioner kr fra Møre og Romsdal fylkeskommune, 2,5 millioner kr fra Molde kommune og 1,3 millioner kr fra diverse.



Figur 3.4 Moldejazz; inntekter, kostnader og årsresultat. 1 000 kr, 2009-2018



Kilde. Molde International Jazz Festival

duksjon og restaurantdriften. Andre utgifter til arrangement mv. utgjorde samlet 46 prosent av de totale utgiftene.

I 2018 sysselsatte Moldejazz 5 årsverk. Lønnskostnadene, herunder også lønn til restaurantarbeidere, frivillige, godtgjørelser, fordeler, arbeidsgiveravgift mv., utgjorde 4,7 millioner kroner.

I 2018 var det 48 900 publikummere på arrangement med betaling, og 13 000 på gratisarrangement. På de betalte arrangementene var ca. 4 000 ikke-betalende publikummere (for eksempel gjester, sponsorer, frivillige og medarbeidere). I 2018 var det dermed totalt 65 900 publikummere på alle arrangementer, men basert på spørreundersøkelsen til besøkende på festivalen i 2019 så kan man anta at hver besøkende går på 2-3 arrangementer. Hvis spørreundersøkelsen er representativt for alle besøkere både i 2018 og 2019 så tilsvarer et publikum på knapp 66 000 ca. 25 000 unike besøkere.

I tillegg tiltrekker seg festivalen et antall besøkende til Molde som ikke deltar på noen av arrangementene som gjennomføres i regi av Moldejazz, men som kommer for å oppleve stemningen i byen. I spørreundersøkelsen som ble gjennomført i festivaluken i 2019 (via hjemmesiden til Moldejazz), er

det knappe 8 prosent som oppgir at det ikke deltar på noen av arrangementene.

Moldejazz tiltrekker seg både nasjonale og internasjonale artister, og i 2018 var det 486 tilreisende artister og utøvere.

Ifølge festivalrapporteringen til Norsk Jazzforum for 2018 hadde man 569 frivillige, som samlet arbeidet 9 årsverk (dvs. totalt 16.200 timer, eller 28,5 timer i snitt pr. frivillig). De frivillige arbeidet omfatter en mengde oppgaver, for eksempel IKT, stedsansvarlige, skilt og profilering, innkvartering, akkreditering, jazzbutikk, catering, artistservice, artisttransport, info, vertskap, rigg og scenografi.

### Bjørnsonfestivalen, Molde

Bjørnsonfestivalen ble grunnlagt i 1992, i sammenheng med 250-årsjubileumet til Molde, av forfatter Knut Ødegård. Festivalen har som hovedmål å fremme litteratur og skrivekunst, og inviterer per i dag omtrent 120 forfattere, foredragsholdere og andre. Festivalen gjennomføres fem dager i begynnelsen av september.

Bjørnsonfestivalen har også en del arrangementer resten av året, for eksempel SamLES LITT, som er et samarbeid med bibliotekene i fylket og hvor det arrangeres turneer med forfattere, og «bokbad» mv. I 2018 ble det gjennomført åtte SamLES LITT arrangementer og 15 andre typer av arrangement. Videre er Bjørnsonfestivalen medarrangør av ULF, Ungdommens Litteraturfestival, som er et tilbud til de lokale ungdomsskolene, og hvor det over to dager i juni arrangeres foredrag og workshops i Plassen kulturhus i Molde.

Bjørnsonfestivalen har i perioden 2008 til 2018 økt sin omsetning fra 2,7 til 4,4 millioner kroner. Det beste årsresultatet prosentvis i perioden var 2011 med et overskudd på 16 prosent (2011), mens det i

2014 var et underskudd på 8 prosent.<sup>19</sup> I 2018 gikk festivalen tilnærmet i balanse.

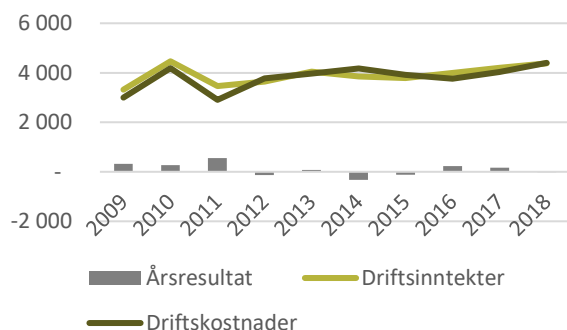
I 2018 kom 72 prosent av de samlede inntektene fra offentlige tilskudd. Festivalen får 1,5 millioner kr gjennom tilskuddsordningen for litteraturformidling fra Kulturrådet. Molde kommune og Møre og Romsdal fylkeskommune bevilger hver hhv. ca. 560 000 kroner., Nesset kommunes tilskudd er på 90 000 kr, mens andre tilskudd utgjør<sup>20</sup> 450 000 kr. Billettinntekter utgjorde 14 prosent av driftsinntektene (631 900 kr), mens samarbeidsavtaler og andre driftsinntekter utgjorde henholdsvis 8 og 5 prosent av omsetningen (355 300 og 239 000).

I 2018 utgjorde lønnskostnader en tredjedel av utgiftene, arrangementskostnader halvparten, og de resterende 14 prosentene var fordelt mellom administrasjon, lokaler og salg- og informasjonskostnader.

Bjørnsonfestivalen sysselsetter 1,8 årsverk, og hadde i 2018 samlede lønnsutgifter på 1,5 millioner kr.

I 2018 var det omtrent like mange tilskuere på aktiviteter som krevde billett (6 105), som de som var

Figur 3.5 Bjørnsonfestivalen; inntekter, kostnader og årsresultat. 1 000 kr, 2009-2018



Kilde: Bjørnsonfestivalen

<sup>19</sup> Ifølge årsmeldingen for 2014 skyldes det negative resultatet bl.a. redusert tilskudd fra Kulturrådet og investering i et verktøy for festivalplanering.

gratis (6 216). Arrangementet som tiltrakk seg flest besøkende var åpningen av Barnas Trappfest, med 1 320 unike publikummere. I gjennomsnitt ble det registrert 148 personer per aktivitet, og de samlede personbesøkene var på omtrent 12 300. Men, ettersom det er sannsynlig at de som deltar på festivalen deltar på flere arrangementer, så er de 12 300 registrerte personbesøkene ikke unike besøkere. Hvis vi legger til grunn at hver person i gjennomsnitt deltar på 2 arrangementer blir det totale antall unike besøkende på Bjørnsonfestivalen drøye 6 000. For alle arrangementer som gjennomføres i regi av Bjørnsonfestivalen, dvs. også inkludert aktiviteter utenfor selve festivalperioden, var det samlede publikumstallet i 2018 på 20 715.

I 2018 deltok 120 forfattere eller foredragsholdere på festivalen. Utøverne kommer for det meste utenfra fylket, men festivalledelsen anslår at 10 prosent er lokale aktører som er bosatt i regionen.

Til sammen har Bjørnsonfestivalen anslagsvis 80 frivillige medarbeidere i Molde og Nesset. Sju av de 10 stabslederne jobber anslagsvis 40 timer hver i snitt, mens de tre som jobber tettest på administrasjonen jobber omtrent 100 timer hver med forberedelser inkludert. De øvrige frivillige jobber anslagsvis 30 timer hver i snitt. Det betyr at man totalt engasjerer frivillige i knappe 800 timer pr. år.

### RaumaRock, Åndalsnes

RaumaRock ble stiftet i 2002, og startet med en konsert med Kaizers Orchestra på «Næs» i august 2002. Siden den gang har RaumaRock vokst til en tredagers festival som arrangeres hvert år den første helga i august, og hvor man enkelte år også

<sup>20</sup> Hovedsakelig Fritt Ord og GassROR IKS, hvor midlene fra sistnevnte er øremerket SamLES LITT.

arrangerer én til to konserter utenom selve festivalperioden.

I 2018 ble festivalen arrangert 2.–5. august. Arrangøren rapporterer følgende fra festivalen i 2018:

- 9 000 besøkende (betalte billetter), som er nest beste besøkstall i RaumaRocks historie, kun slått av 2017.
- 22 konserter med lokale og nasjonale artister
- RaumaRock Akademiet 1-4 aug. med 30 unge elever fra hele fylket.
- Ung RaumaRock konserter lørdag med unge musikere fra regionen
- Frokostmøte for næringslivet med over 70 deltakere
- Nedleggelse av grunnstein for Innovasjonssenteret
- Introduksjon av Podtown, en mobil overnatningsløsning med 140 senger under festivalen

RaumaRock Akademiet er en rockeskole for ungdommer (unge musikere og artister fra 12 år og oppover fra hele fylket), som ble arrangert for 3. gang i 2018, med seminarer/foredrag, låtskriverkurs og mulighet for å møte artistene som opptre på festivalen. Deltakerne er også med på Ung RaumaRock konserten.

I perioden 2009 til 2012 opplevde RaumaRock en sterk økning i omsetning fra 5,4 millioner kr i 2009 til 8,5 millioner kr i 2012. Årene deretter har omsetningen ligget mellom 6 og 7,2 millioner kroner, og i 2018 var den 6,6 millioner kroner. Driftsresultatet har samtidig variert mellom et underskudd på 8 prosent (2011) og et overskudd på 9 prosent (2009).

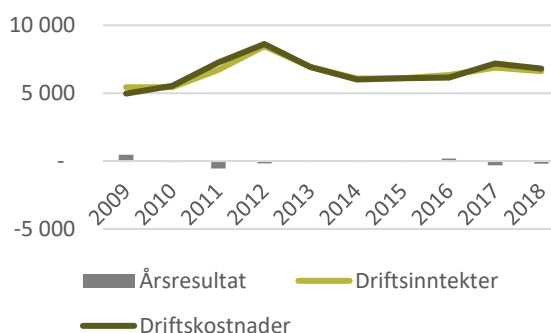
De fleste år har resultatet vært betraktelig mindre, og i 2018 var driftsmarginen på minus tre prosent.

De største utgiftene er honorar mv. til artister (35 prosent i 2018) og arrangementskostnader (54 prosent i 2018). Øvrige kostnader (11 prosent) består av lønn, innleid hjelp, transport, administrasjon og markedsføring.

Om lag 42 prosent av inntektene kom fra billettsalg i 2018. Andre salgsinntekter (t-skjorter, servering mv) utgjorde 23 prosent, sponsorinntekter 19 prosent og offentlige tilskudd 16 prosent (1,06 millioner kr). Mesteparten av sponsorinntektene er direkte overføringer, men enkelte år har man også fått frie hotellrom og kjøp av sponsorbilletter.

Det største enkelttilskuddet i 2018 kom fra Norsk Kulturråd (20 prosent av totale tilskudd).<sup>21</sup> Videre fikk man støtte fra fylkeskommunen (14 prosent), Norsk Tipping (grasrotandelen, 6 prosent), momskompensasjon (24 prosent) og andre tilskudd (36 prosent).

Figur 3.6 RaumaRock; inntekter, kostnader og årsresultat. 1 000 kr, 2009-2018



Kilde: RaumaRock

<sup>21</sup> 200 000 kr i 2018 gjennom ordningen Musikkfestivaler

Raumarock har en ansatt i 50 prosent stilling gjennom hele året, samt en ansatt som arbeider 8 ukedager i forbindelse med festivalen.

For 2018 rapporterer Raumarock ca. 9 000 besøkende, hvorav ca. 1 500 deltok på gratisarrangement og 500 var akkrediterte journalister mv. Det betyr at man hadde ca. 7 000 betalende besøkere.

Videre anslår arrangøren at det var ca. 100 tilreisende artister med musikere og crew i 2018, og at disse var i regionen 1-2 netter.

I 2018 la 175 frivillige ned ca. 2000 dugnadstimer for å få festival havn.

### Norsk Fjellfestival, Åndalsnes

Norsk Fjellfestival er det største enkeltarrangementet i Norge for mennesker som setter pris på fjell og friluftsliv. Festivalen har en anerkjent posisjon i det norske friluftsmiljøet. Årets Fjellgeit blir delt ut i samarbeid med DNT av foreningens generalsekretær eller styreleder. Festivalen har blitt arrangert 21 ganger, med oppstart i 1999. Den er organisert som en stiftelse (stiftet i 2004).

Fjellfestivalen har kontor på Norsk Tindesenter i Åndalsnes.

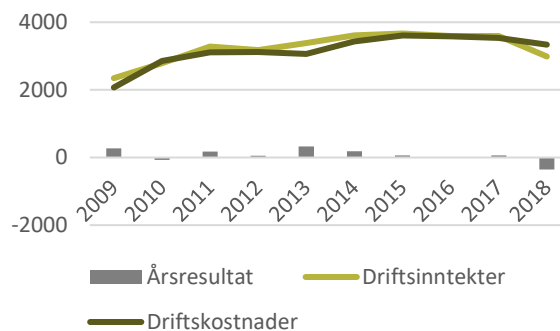
Fjellfestivalen arrangeres en uke (søndag til søndag) i juli. Programmet består av ulike typer arrangementer:

- Kunst og kultur (foredrag, konserter, utstillinger)
- Føringssturer (turer med fører, klatre-, topp- og fjellturer)
- Barn og ungdom (barne- og familiearrangement)
- For alle og enhver (folketurer, kreativitet og aktiviteter)

I tillegg har man flere andre arrangementer gjennom hele året:

- Camp Romsdal Vinter, 3 dager: tilbud i vinterferien for barn i 1–7. klasse. Deltakerne deles inn etter alder, hvor innholdet og nivået på aktivitetene skreddersys hver gruppe.
- Romsdalvinter, 8 dager: vinterfestival, med fokus på bratt friluftsliv. «Toppturkurs for jenter» og «Full pakke» er pakker som inkluderer føringssturer, foredrag, musikk, frokost, niste, middag og tre overnattinger på hotell i tøffelavstand fra Romsdalsvinters infoskranke. «Helgepass» inneholder frokost, niste, middag og to overnattinger på hotell og foredrag.
- Camp Romsdal Sommer, 5 dager: Tilbud til skolebarn første uken i juli.
- Trollveggen Triathlon 1 dag i juli: arrangert for første gang i 2009. 1200 meter svømming, 34 km sykling med 750 høydemeter og 5,7 km løping med 750 høydemeter. Trollveggen Triathlon foregår i Reinheimen nasjonalpark og Trollstigen landskapsvernområde. Det er plass til maks 200 utøvere
- Romsdalseggenløpet 1 dag i september: 2 løp arrangeres samtidig Fjord to Summit (28 km, 18 løpere i 2018) og Konkurransklasse (8,6 km, 72 deltakere i 2018)

Figur 3.7 Norsk Fjellfestival; inntekter, kostnader og årsresultat. 1 000 kr, 2009-2018



Kilde: Norsk Fjellfestival

I perioden 2009 til 2018 har Norsk Fjellfestival hatt en årlig omsetning på mellom 2,4 og 3,7 millioner kroner. I 2018 var de totale inntektene på 3 millioner kr. I samme periode har driftsresultatet ligget mellom et underskudd på 22 prosent (2008) og et overskudd på 10 prosent (2013). I 2018 var underskuddet 12 prosent, men før det hadde man flere år med et marginalt overskudd.

Norsk Fjellfestival får mesteparten av sin finansiering fra arrangementsinntekter i form av kurs, guidede turer og foredrag samt sponsorinntekter. I det siste rapporterte året har sponsorinntektene falt og dette bidrar i stor grad til å forklare den generelle reduksjonen i omsetningen.

Offentlige tilskudd har siden 2016 kun kommet direkte fra Møre og Romsdal fylkeskommune. Siden da har tilskuddene utgjort 4 til 6 prosent av driftsinntektene.

Den største kostnaden er knyttet til lønn, som utgjorde nærmere 1 million kr i 2018. Andre store kostnadsposter er honorar til guider, instruktører og foredragsholder, reklamekostnader og leieutgifter. I 2018 var disse kostnadene på om lag 184 000 kroner (6 prosent).

Norsk fjellfestival har ansatt daglig leder, i full stilling.

Vi har, basert på anslag fra arrangøren, beregnet at Norsk Fjellfestival inkludert alle arrangementer gjennom året, hadde drøye 6 000 unike besøkere i 2018, se tabell 3.1. For selve fjellfestivalen antar vi at hver besøkende deltar på 1,4 arrangementer, mens det for de mindre arrangementene er like mange unike besøkende som deltakere, med unntak for Trollveggen Triathlon hvor hver deltaker har med seg minst én person i støtteapparatet.

Tabell 3.1 Besøkende Norsk Fjellfestival, 2018

	Antall billetter/deltakere	Unike besøkende
<b>Camp Romsdal Vinter</b>	60	60
<b>Romsdalvinter</b>	100	100
<b>Camp Romsdal Sommer</b>	80	80
<b>Norsk Fjellfestival</b>	7000	5000
<b>Trollveggen Triathlon</b>	200	400
<b>Romsdalseggenløpet</b>	500	500
<b>TOTALT</b>	7940	6140

Kilde: Norsk Fjellfestival

Norsk Fjellfestival engasjerer omtrent 300 frivillige i løpet av året, hvorav ca. 200 frivillige under festivaluka i juli. Arrangøren anslår at hver frivillig arbeider i gjennomsnitt 5–7 timer, dvs. at det totalt legges ned 1 800 timer.

### Høstscena, Ålesund

Høstscena er en teaterfestival som arrangeres over fem dager i september. Festivalen ble etablert i 1994 av lokale aktører i samarbeid med et engasjert amatørteatermiljø. Fra 2011 har festivalen blitt arrangert under navnet «Høstscena». Festivalen er organisert som en stiftelse, stiftet av Ålesund Teaterforening, Teatret Vårt, Jugendteateret, Ålesund Kommune, Næringsforeningen Ålesundregionen og Molja Revyteater.

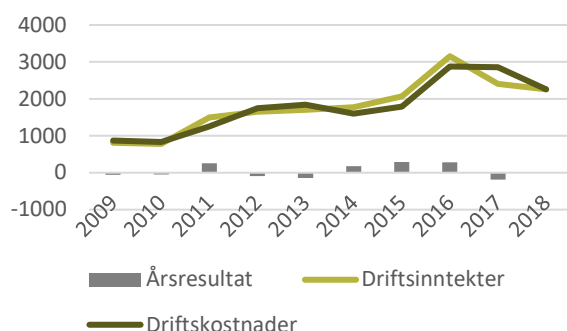
Festivalen programmerer (scene)kunst-arrangement i bred forstand, hvor teater, dans, musikk og poesiscene er noe av det som har utgjort programstolpene. Festivalmottoet er «med hjertet i Ålesund og blikket vendt utover»

I 2018 samarbeidet Høstscena med Teatret Vårt om «Maratondansen». Pga. størrelsen på produksjonen var det ikke mulig for Høstscena å kjøpe inn denne på egenhånd. Avtalen mellom Teatret Vårt og Høstscena var at teatret stod for alle kostnadene

for produksjonen og fikk alle billettinntektene, mens stykket hadde premiere og ytterligere en forestilling under festivalen. Dette samarbeidet reduserte billettinntektene for Høstscena, men reduserte også den økonomiske risikoen. Det ble også skapt et tettere samarbeid med Teateret Vårt, som er en av stifterne til festivalen.

Høstscena har i perioden 2008 til 2018 hatt en omsetning varierende fra 0,8 til 3,2 millioner kroner. Den høyeste omsetningen var i 2016, bl.a. grunnet at Den kulturelle skolesekken<sup>22</sup> og en lokal sponsor kjøpte forestillinger av «Super Sunday» med det finske nysirkuskompaniet Race Horse Company, det største enkeltarrangementet Høstscena hadde huset frem til da. Omsetningen i 2017 og 2018 var på henholdsvis 2,4 og 2,3 millioner kroner. Dette inkluderer da ikke inntekter fra forestillingene av Maratondansen i 2018, da disse er inntektsført på Teatret Vårt. Driftsresultatet har i perioden 2008 til 2018 variert mellom et underskudd på 19 prosent (2017) og et overskudd på 16 prosent (2011). I 2018 gikk festivalen i balanse, dvs. at inntektene var omtrent like store som utgiftene.

Figur 3.8 Høstscena; inntekter, kostnader og årsresultat. 1 000 kr, 2009-2018



Kilde: Høstscena

<sup>22</sup> Den kulturelle skolesekken, DKS, er et samarbeid mellom Kulturdepartementet og Kunnskapsdepartementet, og alle landets fylkeskommuner og kommuner, som skal bidra til at norske skoleelever får oppleve profesjonell kunst og kultur hvert år, <https://www.denkulturelleskolesekken.no/forside/om-dks/>

Festivalen er primært finansiert gjennom offentlige tilskudd og private sponsormidler, som samlet har stått for 66 til 83 prosent av inntektsstrømmene i perioden 2011-2018. Festivalen får offentlige tilskuddene fra Norsk Kulturråd gjennom ordningene arrangørstøtte og gjestespillstøtte (45 prosent av totale tilskudd i 2018), Møre og Romsdal fylkeskommune (23 prosent), Ålesund kommune (18 prosent), Kulturdepartementet gjennom gaveforsterkningsordningen (11 prosent) og Fritt ord (3 prosent). De største sponsorene/samarbeidspartnerne er stiftelsen Kjell Holm<sup>23</sup> og Sparebanken Møre. I tillegg har man 5 mindre sponsorer og 19 partnere som samarbeider om faglig samarbeid, nettverksbygging, utvikling og utforming av nye konsept, tilleggstjenester mv.

Billettinntektene har i gjennomsnitt utgjort 15–16 prosent av totale inntekter, men i 2018 utgjorde det kun 6 prosent, som en følge av den oven omtalte avtalen med Teatret Vårt.

De største kostnadene er knyttet til lønn og honorarer til medarbeidere, festivalledelsen og deltakende kunstnere/artister, dette utgjorde til sammen 55 prosent av driftsutgiftene i 2018.

Ifølge årsrapporten for 2018 var det totalt 5 043 tilskuere i 2017 og 3 105 i 2018. Nedgangen kan dels forklares med at man i 2017 presenterte prosjektet Fargespill, som hadde bred deltakelse fra regionen og som alene solgte ut to skoleforestillinger og en kveldsforestilling på Parken Kulturhus, dvs. til sammen ca. 4 800 billetter. Videre var det en reduksjon i antall tilskuere på Familiedagen, fra 450 i 2017 til

<sup>23</sup> Stiftelsen Kjell Holms formål er å støtte og utvikle kulturelle og samfunns-gagnlige tiltak, i første rekke slike som er knyttet til stifterens fødeby Ålesund, <https://stiftelsenkjellholm.no/kjell-holm-2>



185 i 2018, dette forklares i hovedsak med dårlig vær i 2018.

I 2018 engasjerte Høstscena 67 tilreisende utøvere, og det er anslått at hver av disse overnattet i regionen i gjennomsnitt 4 netter.

Det er anslagvis ca. 50 frivillige som melder inn at de gjerne deltar i festivalen, men festivalledelsen anslår at det er ca. 25 frivillige som yter gjennom hele festivalen, mens man har ca. 10 personer som stiller opp i avgrenset omfang. Hvis vi antar at de 25 mest engasjerte bistår med 20 timer, og de 10 som har en mer begrenset deltakelse bidrar med 5 timer, blir den totale frivilliginnsatsen i størrelsesorden 550 timer. I tillegg bidrar frivillige med ca. 50 timer i forkant av festivalen.

I tillegg legger festivalledelse ned en relativt stor frivillig innsats i tillegg til det avlønnede arbeidet (som tilsvarer to 50-prosent stillinger). Kunstnerisk leder anslår at festivalledelsen bidrar med ytterligere ca. 2 månedesverk i frivillig innsats, dvs. ca. 300 timer pr. år. Totalt antall frivilligtimer blir da ca. 900.

### Terminalen Byscene, Ålesund

Terminalen Byscene er en sjangerfri konsertscene, som ble åpnet i Ålesund i 2015, og driver aktiviteter gjennom hele året. Virksomheten er organisert som et aksjeselskap, heleid av Ahl AS, og inngår i et konsern bestående av 7 selskaper.<sup>24</sup> Terminalen Byscene fungerer både som en allsidig konsertscene og klubb. Publikumskapasiteten er på 630, og selve publikumsområdet tilpasses med sittegrupper, sto-

ler og bord etter type arrangement og antall publikummere. Terminalen har alle serveringsrettigheter og to barer. Det gjennomføres ca. 175 arrangementer pr år. Dette inkluderer konserter med både lokale, nasjonale og internasjonale artister, quiz-kvelder, foredrag/politiske kvelder og klubbkvelder. Terminalen kan også leies for gjennomføring av egne events.

I 2016 hadde man en omsetning på drøye 26 millioner kr, mens den i 2017 og 2018 var på henholdsvis 22 og 21 millioner kr. I 2016 og 2018 hadde man et positivt driftsresultat (med en driftsmargin på henholdsvis 3,4 og 5,3 prosent), mens driftsresultatet var negativt (-4,6 prosent) i 2017.

Terminalen Byscene får ikke noen offentlige tilskudd, og har heller ikke noen sponsorinntekter, hvilket betyr at alle inntekter enten kommer fra billettsalg, annet salg (servering mv) og utleie. Billettinntektene utgjør ca. 40 prosent av de totale inntektene.

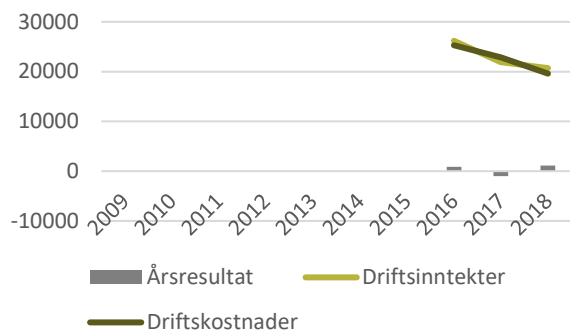
I 2019 hadde Terminalen Byscene 44 ansatte som til sammen utførte 8 årsverk. To ansatte er i full stilling, ytterligere to er i 50 prosent stillinger, og øvrige i mindre prosentandeler. I perioden 2016 til 2019 har antall ansatte økt med 2, mens årsverkene har holdt seg relativt stabilt.

Terminalen Byscene har ikke noen samlet oversikt over antall besøkende. Det selges billetter over Tikkio og i inngang på Terminalen, men det er også en del gratis arrangementer, samt utleie hvor det er leietaker som har ansvar. Man estimerer imidlertid

---

<sup>24</sup> Ocean Sounds Recordings AS, Molo Brew AS, Momentium Konferanse AS, Momentium Event AS, Øygardshavna AS, Momentium AS, Terminalen Byscene AS

Figur 3.9 Terminalen byscene; inntekter, kostnader og årsresultat. 1 000 kr, 2016-2018



Kilde: Terminalen Byscene

at man i 2016 hadde 48 200 besøkere/tilskuere, 41 000 i 2017 og 45 200 i 2018.

Terminalen Byscene estimerer at rundt 750 artister og utøvere som er tilreisende engasjeres, dette tall inkluderer crew og musikere. Terminalen dekker hotellutgifter, men artistene med crew og band vil samtidig ha et visst konsum i Ålesund utover det som dekkes av Terminalen. De fleste blir i byen 1 natt, og kun et veldig lavt antall to netter.

Terminalen har ikke noen frivillige medarbeidere.

### Parken kulturhus, Ålesund

Parken Kulturhus er Ålesunds storstue for alle typer arrangement. Kulturhuset ble etablert i 1998, og eies av Ålesund kommune. Parken fungerer som arrangementsarena for mange ulike typer produksjoner, eksempelvis turnerende forestillinger fra Den Norske Opera, Riksteateret, den internasjonale designkonferansen InnoTown og klassiske intimkonserter. Parken kulturhus brukes også som scene-rom av flere av de andre arrangementene som er analysert i denne studien; Teatret Vårt, Fjord Cadanza og Høstscena.

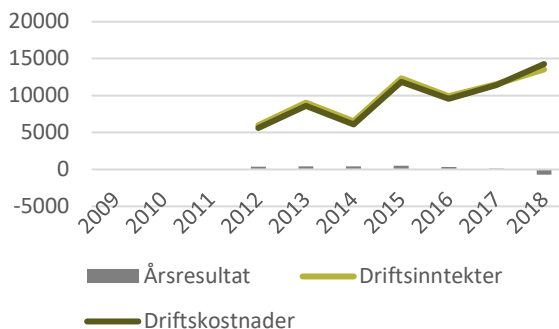
Publikumsområdet i foajeen brukes i tillegg til separate forestillinger og ulike typer åpne og lukkede arrangementer. Foajeen har også en bar, som er åpen i forbindelse med alle forestillinger på huset. Det er også mulig å leie lokalet til lukkede lag, som bryllup, kurs/ konferanser eller andre typer eventer.

I perioden 2012 til 2018 har Parken Kulturhus hatt en økende omsetning, fra 6,0 til 13,5 millioner kroner. Parken Kulturhus har hatt et overskudd som har variert mellom 1 og 5 prosent i perioden 2012–2017, mens det i 2018 var et underskudd på 5 prosent av omsetningen.

Hovedvekten av utgiftene er billettinntekter som tilfaller leietakere/eksterne arrangører, dette utgjør 68 prosent. Dernext kommer lønnskostnader (19 prosent), inventar og utstyr (6 prosent), honorar til artister ved egne arrangement (6 prosent), vedlikehold (0,5 prosent) og konsulenttjenester (0,4 prosent).

Parken Kulturhus har så å si all finansiering fra billettsalg, med unntak av et statlig tilskudd på 150 000 kroner i 2018 fra Kulturrådet. Mesteparten av billettinntektene tilfaller eksterne arrangører, inkludert Teatret Vårt, Høstscena og Fjord Cadanza. For de sistnevnte er imidlertid beløpene marginale.

Figur 3.10 Parken Kulturhus; inntekter, kostnader og årsresultat. 1 000 kr, 2012-2018



Kilde: Parken kulturhus

Parken Kulturhus har i perioden 2009 til 2014 hatt 8 ansatte, og økte i 2015 staben med en ansatt. Dette økte antall årsverk fra 4,5 til 5,5 årsverk. I gjennomsnitt tilsvarer dette 9 ansatte som jobber 60 prosent.

Besøkstallene for Parken Kulturhus har i perioden 2009–2018 stort sett ligget mellom 49–58 000. I 2018 ble det solgt 41 105 billetter og utdelt 5 148 gratisbilletter.

I Parken kulturhus gjennomføres mange konserter o.lign. med tilreisende utøvere. Disse honoreres enten direkte av Parken kulturhus eller av andre aktører som er arrangementsansvarlige. Arrangøren betaler for hotell. I 2018 var det 293 tilreisende utøvere, og disse overnatter i snitt én natt.

Parken kulturhus har ingen frivillige medarbeidere.

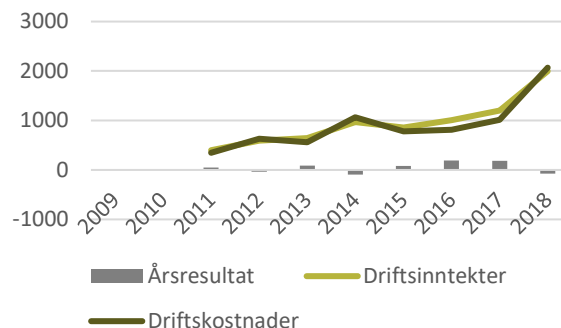
### Fjord Cadenza, Skodje

Fjord Cadenza ble grunnlagt i 1993, og er en festival for klassisk musikk. Festivalen er organisert som en stiftelse. I løpet av den årlige festivalperioden som strekker seg over omtrent en uke gjennomføres om lag 20 arrangementer. I tillegg til festivalen i august arrangeres 6 årlige familiearrangement gjennom Fjord Cadenza INTRO, med formål om å introdusere klassisk musikk til barn og unge. I tillegg kommer andre enkeltstående konserter (ca. 5 per år).

Klassisk musikk er kjernen i festivalen, men man tilbyr også cross-over mot populærmusikk, jazz og folkemusikk.

Fjord Cadenza ble startet av finans- og næringslivsmannen Jens Moe i 1993, med hensikt å gi musikk-talenter et opplæringstilbud i naturskjønne omgivelser i Skodje, og konsertopplevelser til det lokale publikummet. Etter 2005-sesongen tok festivalen en pause på grunn av manglende finansiering og i

Figur 3.11 Fjord Cadenza; inntekter, kostnader og årsresultat. 1 000 kr, 2011-2018



Kilde: Fjord Cadenza

2006 la man festivalen på is av samme grunn. I 2011 gjenoppsto festivalen.

Festivalen består av både egne arrangement og eksterne arrangement. Eksterne arrangement er initiert og markedsført under Fjord Cadenza paraplyen, men det er en lokal arrangør som tar seg av selve gjennomføringen (inkl. lokal logistikk, husleie, billettsalg) og dermed også risikoen. Dette er altså arrangement hvor Fjord Cadenza normalt sett ikke har billettinntekter, men hvor man fakturerer en fast pris til lokal arrangør. Eksempel på eksterne arrangementet under festivalen i 2019 var konserter i Fosnavåg og på Stranda.

Fjord Cadenza har i perioden 2011–2018 økt sin omsetning fra omtrent 400 000 til 2 millioner kroner. Driftsresultatet har variert fra -10 til +19 prosent, og var i 2018 på -4 prosent. Samlet overskudd i perioden 2011–2018 er knappe 400 000 kr.

Siden 2012 har utgifter til artister i form av honorarer, kost, losji og reise, vært den største utgiftsposten. En annen stor, og økende, utgiftspost er knyttet til reklame, som i 2018 utgjorde 26 prosent av utgiftene, mot 8 prosent i 2011.

Billettinntektene utgjorde ca. 20 prosent av inntektene i 2018, og var på knappe 400 000 kr som er det

høyeste i den perioden vi har analysert (2011–2018). I 2018 hadde man ekstra høye sponsorinntekter, på totalt knappe 1,1 millioner kr (55 prosent av inntektene), mot i størrelsesorden 400 000–500 000 kr. For 2019 var sponsorinntektene 650 000 kr, samt at det leveres tjenester fra sponsorer tilsvarende en verdi på 549 000 kr. Videre fikk Fjord Cadenza offentlige tilskudd på til sammen 343 000 kr i 2018, hvorav 58 prosent fra Norsk Kulturråd, og 21 prosent hver fra Møre og Romsdal fylkeskommune og Skodje kommune.

Fjord Cadenza har ikke ansatte, dvs. at alt styrearbeid, administrasjon og kunstnerisk ledelse gjøres som frivillig, ulønnet arbeid.

Det er ca. 3 500 tilskuere på arrangementene i Fjord Cadenza, men ettersom dette er en festival er det sannsynlig at flere deltar på mer enn et arrangement. Antall unike besøkere er anslått å være halvparten av antall registrerte tilskuere.

Ifølge festivalledelsen deltok 110 artister i 2018, hvorav 97 var tilreisende. Disse er videre antatt å ha vært i regionen i 4,5 dager.

Som nevnt over er alt arbeid i festivalen frivillig, ulønnet arbeid. Festivalledelsen anslår at de ca. 60 personene som deltar i dette frivilligarbeidet legger ned 4 500 timer pr år, dvs. 2–2,5 årsverk.

### Sammenstilling

I tabell 3.2 har vi sammenstilt en del av informasjonen om de enkelte virksomhetene for 2018.

Teatret Vårt skiller seg ut gjennom en økonomi som er nesten dobbelt så stor som den nest største virksomheten, dvs. Moldejazz. Videre peker de to andre helårsaktivitetene, Parken Kulturhus og Terminalen, seg ut med relativt høy omsetning. Av de tidsmessig avgrensede arrangementene (dvs. festivalene) er Moldejazz i en særstilling, mens øvrige er nok så like i omsetningen.

I 2018 hadde fem av virksomhetene et underskudd, to gikk akkurat i balanse og to leverte et overskudd.

Over tid går de aller fleste av virksomhetene i balanse, men med relativt store variasjoner i årsresultatene fra år til år. Den eneste virksomheten som har hatt positivt årsresultat hvert år, med unntak av

Tabell 3.2 Sammenstilling av informasjon om de ni virksomhetene. Tall for 2018

Virksomhet	Inntekter, millioner kr	Driftsresultat, % av inntektene	Offentlige tilskudd, % av inntektene	Besøkende (billetter)	Frivillige (timer)
Teatret Vårt	59,1	-1,8%	80%	34 200	77 (1 130)
Moldejazz	34,1	1,3%	41%	65 900	569 (16 200)
Bjørnsonfestivalen	4,4	-0,3%	72%	20 700 <sup>1</sup>	80 (800)
RaumaRock	6,6	-2,7%	16%	9 000	175 (2 000)
Norsk Fjellfestival	3,0	-11,9%	5%	8 000	300 (1 800)
Høstscena	2,3	0%	51%	3 100	35 (550)
Terminalen	20,7	5,3%	-	45 000	-
Parken kulturhus	13,5	-5,4%	1%	58 000	-
Fjord Cadenza	2,0	-3,6%	17%	3 500	60 (4 500)

<sup>1</sup> Hvorav ca. 13 000 på festivalen  
Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse

2018, er Parken Kulturhus, dvs. at 2018 er det første året som det er registrert et underskudd her. Fjord Cadenza er også et arrangement som stort sett har gått med positivt resultat siden 2011, men som i 2018 hadde et underskudd – til gjengjeld var resultatene i 2017 og 2016 svært gode, med en driftsmargin over 15 prosent begge år. Generelt ser det ut til at 2018 var et utfordrende år, da seks av virksomhetene gikk i minus dette året. Hvis en isteden ser på 2016 var det ingen av virksomhetene som gikk i minus. Sett over ti år (2009-2018) har alle virksomheter, med unntak av Moldejazz og RaumaRock, et samlet overskudd. For virksomheter som har store variasjoner i oppslutning, kostnader og lønnsomhet mellom enkelte år, kan det å aggregere resultater over flere år gi et mer riktig bilde av situasjonen enn et øyeblikksbilde ett år.

Det er store variasjoner i hvor store offentlige tilskudd som virksomhetene mottar. De to «kulturhusene» mottar i prinsippet ikke noen offentlig støtte og drives i hovedsak på kommersiell basis. Teatret Vårt får størst andel offentlig tilskudd, som følge av at det er en viktig offentlig regional kulturinstitusjon. For festivalene er det store forskjeller i andelen tilskudd, fra 5 prosent for Norsk Fjellfestival til 72 prosent for Bjørnsonfestivalen. Sjangermessig er det scene- og litteraturfestivalene som har høyest andel offentlige tilskudd.

Med unntak av «kulturhusene» i Ålesund, er det virksomhetene i Molde og Ålesund som mottar høyest andel offentlig støtte, mens de tre virksomhetene som i hovedsak har sin aktivitet utenfor disse byene har lavere andel offentlig støtte (som andel av totale inntekter).

### 3.2 Økonomisk verdiskaping

Som beskrevet i kapittel 2 består den *økonomiske verdiskapingen* av avlønning til eiere og ansatte, beregnet som summen av virksomhetenes driftsresultat og lønnskostnader.

Det er relativt store forskjeller i verdiskapingen mellom de 9 virksomhetene som er analysert. Teatret Vårt er i en særstilling, som med mange ansatte og dermed betydelige lønnskostnader får en høy verdiskaping. De to helårsvirksomhetene Parken Kulturhus og Terminalen Byscene har også relativt høye inntekter, men vesentlig lavere lønnskostnader og følgelig lavere verdiskaping. Dette skyldes at en stor del av billettinntektene hos disse går videre til utøvere og/eller arrangør av forestillinger. De fem festivalene har lav verdiskaping knyttet til lave (eller negative) årsresultater og lave lønnskostnader.

Teatret Vårt hadde i 2018 en verdiskaping på 31,6 millioner kr. Verdiskapingen har økt fra 14,5 millioner kr i 2009, med en relativt høy vekst i årene 2010–2013, og deretter en mer moderat vekst.

Moldejazz hadde en verdiskaping på 5,5 millioner kr i 2018, bestående av et driftsresultat på 0,8 millioner kr og lønnskostnader på 4,7 millioner kr. Også om det har vært variasjoner i verdiskapingen fra år til år de siste 10 årene (fra 1,6 til 9,6 millioner kr), var verdiskapingen i 2018 på linje med gjennomsnittlig verdiskaping 2009–2018.

Bjørnsonfestivalen hadde en verdiskaping på 1,5 millioner kr, og dette er omtrent på samme nivå som den nominelle verdiskapingen har vært siden 2010. Det betyr at realprisjustert verdiskaping har blitt redusert i denne perioden.

RaumaRock hadde en verdiskaping på 0,2 millioner kr i 2018. Festivalen hadde et underskudd i 2018, og har i tillegg få ansatte. I de siste ti årene (2009–

2018) har verdiskapingen ligget mellom 0,1 og 0,8 millioner kr, med et gjennomsnitt på 0,4.

Norsk Fjellfestival hadde en verdiskaping på 0,5 millioner kr i 2018. I 2014 hadde man en verdiskaping på en knapp million kr, mens den i øvrige år mellom 2009 og 2017 har ligget mellom 0,6 og 0,9 millioner kr, dvs. at verdiskapingen i 2018 er den laveste i denne tiårsperioden.

Høstscena hadde i 2018 en verdiskaping på 0,5 millioner kr, hvilket er marginalt høyere enn gjennomsnittlig verdiskaping i perioden 2009–2018.

Terminalen Byscene hadde en verdiskaping på 5,3 millioner kr i 2018, bestående av lønnskostnader på drøye 4 millioner kr og et driftsresultat på 1,1 millioner kr. For Terminalen har vi kun regnskapstall for årene 2016–2017, men for disse har verdiskapingen ligget på dette nivået.

Parken kulturhus hadde en verdiskaping på 2 millioner kr i 2018, som er omtrent på samme nivå som den gjennomsnittlige verdiskapingen for perioden 2011–2018.

Fjord Cadenzas verdiskaping er primært knyttet til driftsresultatet, i og med at man ikke har noen ansatte og dermed heller ingen lønnskostnader. Med negativt driftsresultat i 2018 blir også verdiskapingen negativt. Men i perioden 2011–2018 har man samlet sett hatt en verdiskaping på 0,4 millioner kr.

### 3.3 Ringvirkninger

Ringvirkningene er de direkte og indirekte effekter av virksomhetens og de tilreisende besøkendes kjøp av lokalt eller regionalt produserte varer og tjenester. Her tar vi kun hensyn til de inntekter som kommer utenfra den regionen hvor virksomheten er lokalisert.

### Forutsetninger

Ved beregning av hvilke inntekter som kommer utenfra regionen har vi basert oss på følgende forutsetninger.

Statlige og fylkeskommunale tilskudd er antatt å komme utenfra regionen. For fylkeskommunale tilskudd er dette ikke helt riktig, og vi kunne alternativt ha valgt å dele opp dette i hhv. «interne» og «eksterne» midler, men for enkelthets skyld har vi antatt at alt er eksternt. Dette bidrar til at ringvirkningene blir noe overestimert.

For sponsorinntekter har vi tatt hensyn til hvor sponsoren har sin virksomhet og hvorvidt det er en eksportvirksomhet eller ikke. Jo høyere eksportandel dess mer av sponsorinntektene inngår i beregningen av ringvirkningene.

Konsumet fra tilreisende profesjonelle utøvere er tatt hensyn gjennom at virksomhetene har betalt for hotellopphold (fremgår da som kjøp av lokale tjenester i de direkte ringvirkningene), gjennom at vi har antatt at diett penger har blitt brukt til lokalt konsum eller gjennom at vi har antatt at de har samme konsum som andre tilreisende (fremgår da som en overrislingseffekt).

Hvor mange av de besøkende som er tilreisende, dvs. kommer fra andre steder enn den regionen virksomheten er lokalisert i, har vi kartlagt på litt forskjellige måter. For to av virksomhetene (Moldejazz og Bjørnsonfestivalen) er det gjennomført spørreundersøkelser i forbindelse med gjennomføring av årets arrangement (dvs. i 2019). For øvrige virksomheter har vi enten basert oss på tidligere gjennomførte publikumsundersøkelser eller anslag fra arrangør.

De spørreundersøkelsene som er gjennomført i 2019 har alle hatt samme spørsmål (se vedlegg 1),



men er gjennomført på litt forskjellige måter og omfatter forskjellig andel av det totale publikummet for hvert arrangement. Dette kan ha betydning for hvor representative hver av disse er, og for muligheten å sammenligne de forskjellige tallene.

Regnskapstallene (omsetning og leveranser) gjelder for år 2018, men gitt at det ikke er store bevegelser verken i sammensetningen av de besøkende eller i leverandørene, regner vi med at denne feilkilden er liten. Det betyr av vi antar at ringvirkningenes andel av virksomhetens omsetning og fra de besøkende er relativt konstant, men den absolutte størrelsen på ringvirkningene vil selvsagt kunne variere med både omsetning, driftsresultat og antall besøkende.

### Teatret Vårt, Molde og Ålesund

Teatret Vårt har forestillinger over hele fylket, og også i andre deler av landet/utlandet. I 2018 fordelte publikumstallene på de ulike regionene i fylket som oppgitt i tabell 3.3. Dette skal ikke forveksles med tilreisende, da det er teatret som besøker disse stedene, og ikke omvendt.

Teatret Vårt er først og fremst et tilbud til innbyggerne i Møre og Romsdal fylke, dvs. at det kan forutsettes at en lav andel av publikum kommer fra andre steder i Norge. En forholdsvis høy andel av

publikum kommer på den andre siden fra andre steder i Møre og Romsdal enn Molde- eller Ålesundregionen, men ettersom det er teatret som besøker disse stedene, og ikke innbyggerne der som besøker teatret i Molde eller Ålesund genererer dette ikke noen overrassingseffekter i disse to regionene (eller i noen av de andre regionene i fylket).

Samtidig vises ikke alle forestillinger over alt, slik at det kan forventes at det er noen tilreisende – kanskje spesielt for gjestespillene som typisk har få forestillinger. Det kan også tenkes at det er en viss «bevegelse» av publikum mellom regionene, for eksempel at boende i Ålesund kan velge å se en forestilling i Molde som del av en helgetur e.lign.

I 2011 fikk Møre og Romsdal fylkeskommune utført en analyse av kulturpendlingen i fylket (Båtevik 2011), som bl.a. ser på hvor mange i fylket som har vært på en forestilling med Teatret Vårt, og som viser at 28 prosent av respondentene i hele fylket har sett minst en forestilling. Andelen er (selvsagt) høyest for Molde og Romsdal ellers, hvor knappe 50 prosent svarer at de har vært på en forestilling. For øvrige regioner varierer andelen fra 15 til 30 prosent. Disse tallene er ikke direkte overførbare til tilreisende deltakere, både for at de ikke sier noe om besøk et visst år og for at det også her er flere som har sett forestillinger i egen kommune, dvs. som ikke er kulturpendlere. Analysen er allikevel interessant i det den dokumenterer en ganske høy grad av kulturpendling i hele fylket, bl.a. at minst 40 prosent har deltatt på en konsert eller festival i annen kommune i fylket enn hjemkommunen de siste 12 månedene.

En publikumsundersøkelse fra 2017 viser at blant 447 respondenter som har besøkt Teatret Vårt minst en gang siste år, så kom 40 prosent fra Molde, 49 prosent fra andre steder i Møre og Romsdal og 4 prosent fra andre steder i Norge. Dvs. at minst 4

Tabell 3.3 Fordeling av publikum hos Teatret Vårt etter sted, 2018

Sted	Antall publikum	Andel
Molde	19 613	56 %
Ålesund	7 370	21 %
Kristiansund	3 225	9 %
Nordmøre	554	2 %
Søndre Sunnmøre	937	3 %
Annet sted	3 611	10 %

Kilde: Teatret Vårt

prosent er tilreisende til fylket hvis denne undersøkelsen er representativ. Hvis vi også tar hensyn til at det kan være noen som reiser fra en region til en annen innenfor fylket for å overvære en forestilling, så kan andelen tilreisende publikum antas å være 10 prosent. Tilreisende publikum overnatter i snitt 1 natt, og halvparten av de tilreisende er antatt å bo på hotell, mens andre halvparten enten bor hjemme hos familie eller kjente/egen hytte.

Av Teatret Vårts innkjøp av varer og tjenester gjøres 62 prosent hos lokale leverandører, enten i Molde eller Ålesundregionen.

De fleste av Teatret Vårts forestillinger er med eget ensemble, men man har også en del gjestespill gjennom året. I 2018 var det 27 gjestespill, med totalt 54 framvisninger. Ifølge Teatret Vårt er det i gjennomsnitt 5 utøvere for hvert gjestespill, og disse blir i regionen i tre dager.

87 prosent av de offentlige tilskuddene som Teatret Vårt får er statlige eller fylkeskommunale midler, og de regnes dermed som midler som kommer utenfra regionen. Av sponsorinntektene forutsetter vi at 73 prosent kommer fra bedrifter utenfor regionen, alternativt eksportrettede lokale bedrifter.

Sammenlagt betyr dette at 73 prosent av inntektene kommer fra utenfor regionen. Ringvirkningene er dermed beregnet til å utgjøre:

- Indirekte virkninger: 8,9 millioner kr
- Induserte virkninger: 8,5 millioner kr
- Overrissing, dvs. de tilreisendes konsum i området: 3,2 millioner kr
- Totalt: 20,6 millioner kroner.

## Moldejazz, Molde

Moldejazz gjennomførte en spørreundersøkelse under festivalen i 2019, via festivalens hjemmeside.

I alt 2 026 personer besvarte spørreundersøkelsen, dvs. knappe 10 prosent av de anslått 25 000 unike besøkere. Av disse er om lag 59 prosent fra kommunen og nabokommunene, 13 prosent fra andre steder i Møre og Romsdal, 27 prosent fra andre steder i Norge og 1 prosent fra utlandet. Med dette anslås det at om lag 40 prosent er tilreisende. 67 prosent av de tilreisende var i Molde først og fremst for å delta på Moldejazz, mens 15 prosent var i området av andre grunner, men hadde planlagt deltakelse før de reiste til Molde. Dette innebærer at det var 27 prosent av de besøkende som var tilreisende, og som var der først og fremst for å være med på festivalen. Hvis vi også tar med de som hadde planlagt deltakelse for avreise blir andelen tilreisende 41 prosent. Tilreisende som er der «først og fremst for å se aktiviteten», og som ikke er på dagsbesøk er i området 4,1 dager i gjennomsnitt. Inkludert dagsbesøkene er snittet 3 døgn. 72 prosent bor hos familie eller kjente eller i egen bolig, mens 28 prosent overnatter på hotell.

I tillegg tiltrekker seg festivalen et antall besøkende til Molde som ikke deltar på noen av arrangementene som gjennomføres i regi av Moldejazz, men som kommer for å oppleve stemningen i byen. I spørreundersøkelsen er det knappe 8 prosent som oppgir at det ikke deltar på noen av arrangementene, og av disse sier 23 prosent som ikke kommer fra Molde-regionen og som er der først og fremst pga. jazzfestivalen. Det betyr at 1,8 prosent av de som har besvart spørreundersøkelsen er «tilleggsbesøk». Basert på spørreundersøkelsen og anslag fra Moldejazz anslår vi at det er 1 000 ekstra tilreisende besøkere i Molde under selve festivalen.

Videre legger vi til grunn at det var 486 tilreisende artister og de var i Molde i snitt i 3 døgn.

56 prosent innkjøpene av varer og tjenester gjøres hos lokale leverandører.

Mesteparten av de offentlige tilskuddene som Moldejazz får er statlige midler, og de regnes dermed som midler som kommer utenfra regionen. Av sponsorinntektene forutsetter vi at 64 prosent kommer fra bedrifter utenfor regionen.

Dersom vi legger til grunn en streng tolkning av årsaken til at man er i regionen, dvs. kun inkluderer de tilreisende som er i Molde først og fremst for å gå på festivalen, betyr dette at sammenlagt 54 prosent av inntektene kommer utenfra regionen. Hvis vi også tar med de som er i området av andre grunner, men planla besøket på Moldejazz før avreise blir andel inntekter utenfra 61 prosent. Ringvirkningene er dermed beregnet til å utgjøre (mindre rigid tolkning i parentes):

- Indirekte virkninger: 5,8 (6,6) millioner kr
- Induserte virkninger: 2,3 (2,6) millioner kr
- Overrissing, dvs. de tilreisendes konsum i området: 14,4 (20,4) millioner kr
- Totalt: 22,5 (29,5) millioner kr

### Bjørnsonfestivalen, Molde

I beregningen av ringvirkninger har vi lagt til grunn at det er selve festivalen som tiltrekker seg tilreisende, og at øvrige aktiviteter primært har lokal befolkning som målgruppe. Festivalen hadde i 2018 ca. 6 000 unike besøkende. Vi har her utgått fra at hver besøker deltar på drøye 2 arrangement.

Det ble gjennomført en nettbasert spørreundersøkelse etter festivalen i 2019. Spørreundersøkelse ble sendt ut til 1367 personer, og i alt 468 fullførte undersøkelsen (tilsvarer en svarprosent på 34 prosent). 20 prosent av de som besvarte spørreundersøkelse kommer fra et sted utenfor Molderegionen (11,5 prosent fra andre steder i fylket, 8,2 prosent fra andre steder i Norge, 0,2 prosent fra utlandet). Av disse var det 77,4 prosent som først og fremst kom for å være med på festivalen. Ytterligere 15

prosent var i området av andre grunner, men planla besøk på festivalen før de reiste. 65 prosent av alle tilreisende som enten er i Molde først og fremst for å være med på festivalen eller har kjøpt billetter på forhand, bor hos familie eller kjente, mens 35 prosent bor på betalt overnatting (primært hotell). Av de tilreisende overnatter 31 prosent 1 natt, 54 prosent 2-4 netter og 15 prosent 5 netter eller flere. I gjennomsnitt overnatter hver besøkende 2,85 netter.

Videre legger vi til grunn at det var 120 tilreisende forfattere/foredragsholdere og at de var i Molde i snitt i 2,5 døgn.

Av Bjørnsonfestivalens innkjøp av varer og tjenester gjøres omtrent 46 prosent hos lokale leverandører.

Mesteparten av de offentlige tilskuddene som Bjørnsonfestivalen får er statlige eller fylkeskommunale midler, og de regnes dermed som midler som kommer utenfra regionen. Av sponsorinntektene forutsetter vi at halvparten kommer fra hhv. lokale bedrifter og fra bedrifter utenfor regionen.

Sammenlagt betyr dette at 64 prosent av inntektene kommer fra utenfor regionen med en streng tolkning av årsak til å besøke festivalen (dvs. kun de tilreisende som er i Molde først og fremst for å gå på festivalen). Hvis vi også tar med de som er i området av andre grunner, men planla besøket før avreise blir andel inntekter utenfra 65 prosent. Ringvirkningene er dermed beregnet til å utgjøre:

- Indirekte virkninger: 0,6 (0,6) millioner kr
- Induserte virkninger: 0,4 (0,4) millioner kr
- Overrissing, dvs. de tilreisendes konsum i området: 1,4 (1,7) millioner kr
- Totalt: 2,4 (2,7) millioner kr

## RaumaRock, Åndalsnes

RaumaRock har rapportert samlede tall på 6 500 solgte billetter over den tre dager lange festivalen. I tillegg deltar minst 1 500 på gratisarrangement. Grunnet begrenset informasjon har vi forutsatt at de som er på gratisarrangement allerede er på de betalte arrangement. Vi anslår at omtrent 70 prosent av deltakere under første festivaldøgn har 3-dagersbillett. Basert på dette anslår vi totalt 3 000 unike besøkende på festivalen. Basert på innspill fra arrangøren har vi lagt til grunn at 40 prosent kommer utenfra regionen. Tilreisende publikum er antatt å overnatte i snitt 2,5 netter, og at halvparten av de tilreisende bor på hotell, mens andre halvparten enten bor hjemme hos familie eller hos venner/egen hytte. Ettersom arrangøren også har inntekter (og utgifter) i forbindelse med alkoholsalg, har vi redusert øvrig konsum litt for å ta hensyn til dette. I tillegg kommer 100 tilreisende artister, som er i Rauma i snitt 2 døgn.

Av RaumaRocks innkjøp av varer og tjenester gjøres 37 prosent hos lokale leverandører.

RaumaRock får begrenset med offentlig støtte, men 76 prosent av disse midlene kommer utenfra regionen (fra Kulturrådet og Møre og Romsdal fylkeskommune). Av sponsorinntektene forutsetter vi at 69 prosent kommer fra bedrifter utenfor regionen (eller eksportrettede lokale bedrifter).

Sammenlagt betyr dette at 49 prosent av inntektene kommer fra utenfor regionen. Ringvirkningene er dermed beregnet til å utgjøre:

- Indirekte virkninger: 0,8 millioner kr
- Induserte virkninger: 0,2 millioner kr
- Overrisling, dvs. de tilreisendes konsum i området: 1,8 millioner kr
- Totalt: 2,8 millioner kr

## Norsk Fjellfestival, Åndalsnes

Norsk Fjellfestival hadde 8 000 besøkende på sine arrangementer i 2018, men arrangøren anslår at det er 6 140 unike besøkere på de ulike arrangementene. Andelen som er tilreisende er ifølge arrangøren:

- Camp Romsdal Vinter, 10 prosent
- Romsdalvinter, 100 prosent
- Camp Romsdal, 10 prosent
- Norsk Fjellfestival 50 prosent
- Trollveggen Triathlon 80 prosent
- Romsdalseggenløpet, 30 prosent

Videre anslås at de tilreisende i snitt oppholder seg i området i 2,3 døgn, og at halvparten av de bor på hotell, mens andre halvparten enten bor hjemme hos familie eller hos venner/egen hytte, telt eller lignende.

Av Norsk Fjellfestivals innkjøp av varer og tjenester gjøres 73 prosent hos lokale leverandører.

Norsk Fjellfestival får kun tilskudd fra Møre og Romsdals fylkeskommune, og alt dette regnes som midler som kommer utenfra regionen. Av sponsorinntektene forutsetter vi at halvparten kommer fra hhv. lokale bedrifter og fra bedrifter utenfor regionen.

Sammenlagt betyr dette at 52 prosent av inntektene kommer fra utenfor regionen. Ringvirkningene er dermed beregnet til å utgjøre:

- Indirekte virkninger: 0,7 millioner kr
- Induserte virkninger: 0,3 millioner kr
- Overrisling, dvs. de tilreisendes konsum i området: 5,1 millioner kr
- Totalt: 6,1 millioner kr

## Høstscena, Ålesund

Det er ikke gjennomført noen egen spørreundersøkelse blant besøkende i forbindelse med ringvirkningsanalysen, slik at anslagene på unike besøkende og andel tilreisende er basert på en publikumsundersøkelse fra 2017 og arrangørens egne anslag. Av de drøyt 3 000 besøkende i 2018 er det antatt at det var drøye 1 000 unike besøkere. Festivalen selv anslår at ca. 4 prosent av publikum kommer fra andre steder enn Ålesund-regionen, og at det samme gjelder 83 prosent av deltagende utøvere. Tilreisende publikum overnatter i snitt 2 netter, og halvparten av de tilreisende bor på hotell, mens andre halvparten enten bor hjemme hos familie eller hos venner/annen privat overnatting. Deltaende utøvere er i Ålesund i snitt 4 dager, men får overnatting dekket av arrangøren (dvs. at dette allerede er tatt hensyn til i analysen).

Av Høstscenas innkjøp av varer og tjenester gjøres 46 prosent hos lokale leverandører.

Mesteparten av de offentlige tilskuddene som Høstscena får er statlige eller fylkeskommunale midler, og regnes som midler som kommer utenfra regionen (82 prosent). Av sponsorinntektene forutsetter vi at 16 prosent kommer fra bedrifter utenfor regionen.

Sammenlagt betyr dette at 50 prosent av inntektene kommer fra utenfor regionen. Ringvirkningene er dermed beregnet til å utgjøre:

- Indirekte virkninger: 0,3 millioner kr
- Induserte virkninger: 0,1 millioner kr
- Overrissling, dvs. de tilreisendes konsum i området: 0,2 millioner kr
- Totalt: 0,6 millioner kroner.

## Terminalen Byscene, Ålesund

Terminalen byscene har 175 arrangementer per år, og arrangementene hadde i 2018 et omtrentlig beregnet publikum på 48 200 besøkende.

Vi har lagt til grunn at 10 prosent av alle publikummere kommer utenfra regionen. Dette tallet er bekræftet av arrangør. Andre forutsetninger basert på skjønn er at tilreisende publikum overnatter i snitt 1 natt, og at halvparten av de tilreisende bor på hotell, mens andre halvparten enten bor hjemme hos familie eller hos venner/annen privat overnatting.

Av Terminalens innkjøp av varer og tjenester gjøres 36 prosent hos lokale leverandører.

Terminalen byscene har verken offentlige tilskudd eller sponsorinntekter.

Sammenlagt betyr dette at 10 prosent av inntektene kommer fra utenfor regionen. Ringvirkningene er dermed beregnet til å utgjøre:

- Indirekte virkninger: 0,4 millioner kr
- Induserte virkninger: 0,2 millioner kr
- Overrissling, dvs. de tilreisendes konsum i området: 4,7 millioner kr
- Totalt: 5,3 millioner kr

## Parken kulturhus, Ålesund

Parken kulturhus er først og fremst et tilbud til innbyggere og lokale arrangører, og det kan antas at en høy andel av de besøkende bor i Ålesundregionen. Men på konserter med større nasjonale eller internasjonale utøvere er det sannsynlig at man også kan tiltrekke seg besøkende fra andre regioner i Møre og Romsdal og fra nabofylket Sogn og fjordane. Vi har basert beregninger på anslag fra kulturhuset som estimerer at 10 prosent av besøkere ikke bor i Ålesundregionen. Tilreisende publikum overnatter i snitt 1 natt, og halvparten av de tilrei-

sende er antatt å bo på hotell, mens andre halvparten enten bor hjemme hos familie eller hos venner/annen privat overnatting.

Parken kulturhus arrangerer mange konserter o.lign. med tilreisende utøvere. Disse honoreres enten direkte av Parken kulturhus eller av den/de som fungerer som eksternt arrangør. Uavhengig av hvem som arrangerer er det en forutsetning at arrangøren betaler for hotell. Allikevel kan det antas at utøverne har et visst konsum mens de er i Ålesund, og som dermed kan gi en overrisslingseffekt. I 2018 var det 293 tilreisende utøvere, og disse overnatter i snitt 1 natt.

Av Parkens innkjøp av varer og tjenester gjøres 42 prosent hos lokale leverandører.

Parken kulturhus får i prinsippet ikke noen offentlige tilskudd, og heller ikke noen sponsorinntekter.

Sammenlagt betyr dette at 11 prosent av inntektene kommer fra utenfor regionen. Ringvirkningene er dermed beregnet til å utgjøre:

- Indirekte virkninger: 0,4 millioner kr
- Induserte virkninger: 0,2 millioner kr
- Overrissling, dvs. de tilreisendes konsum i området: 5,2 millioner kr
- Totalt: 5,7 millioner kr.

### Fjord Cadenza, Skodje

De 3 500 besøkende er antatt å delta på i gjennomsnitt 2 arrangementer i løpet av festivalen, dvs. at man har omtrent 1 750 unike besøkere. Av disse anslår arrangøren at 40 prosent kommer utenfra, og at disse overnatter 2 netter i området. Halvparten er antatt å bo på betalt overnatting og halvparten hos familie/venner eller i egen/andres hytte. Videre kommer 97 av utøverne utenfra og disse blir i regionen i snitt i 4,5 dager.

Av Fjord Cadenzas innkjøp av varer og tjenester gjøres 54 prosent hos lokale leverandører.

Mesteparten av de offentlige tilskuddene som Fjord Cadenza får er statlige eller fylkeskommunale midler, og regnes som midler som kommer utenfra regionen (79 prosent av tilskuddene). Av sponsorinntektene forutsetter vi at 49 prosent kommer fra bedrifter utenfor regionen (eller eksportrettede lokale bedrifter).

Sammenlagt betyr dette at 53 prosent av inntektene kommer fra utenfor regionen. Ringvirkningene er dermed beregnet til å utgjøre:

- Indirekte virkninger: 0,4 millioner kr
- Induserte virkninger: 0,1 millioner kr
- Overrissling, dvs. de tilreisendes konsum i området: 1,3 millioner kr
- Totalt: 1,8 millioner kroner.

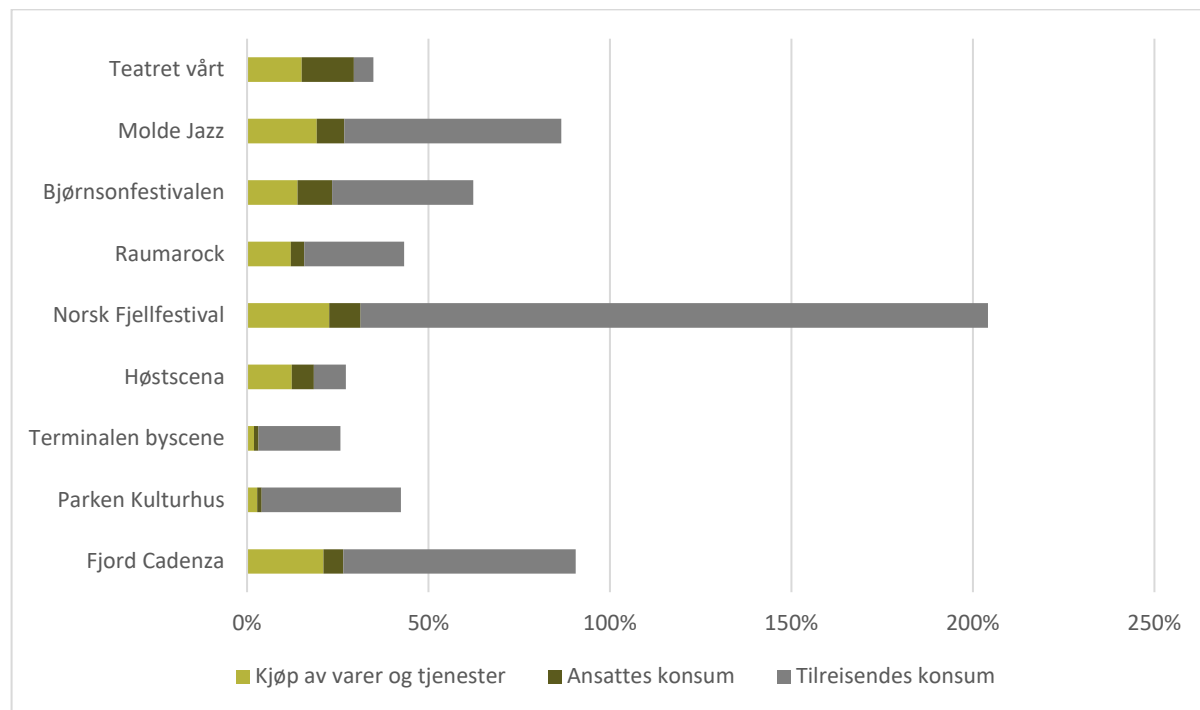
### Sammenstilling

Ringvirkningene for de forskjellige virksomhetene er svært forskjellig, både i omfang og sammensetningen av effekter. Grunnet at virksomhetene har svært forskjellig størrelse (omsetning) har det liten hensikt å sammenligne absolutte tall. Det kan imidlertid være interessant å se på ringvirkningene som andel av omsetningen, se figur 3.12.

Som det fremkommer av figur 3.12 er det Norsk Fjellfestival som har de høyeste ringvirkningene målt i relasjon til omsetningen. Dette skyldes en høy andel tilreisende som blir i regionen mange dager. Figuren viser også at ringvirkningene fra virksomhetens eget kjøp av varer og tjenester (dvs. de indirekte effektene) og de ansattes konsum (induserte effekter) ikke kan bli høyere enn 100 prosent en den andel av virksomhetens omsetning som kommer utenfra. Normalt vil de ligge vesentlig lavere, som jo også er tilfelle for alle virksomheter her.



Figur 3.12 Sammenstilling av ringvirkningene fra de ni virksomhetene. Andel av total omsetning, 2018



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse

Ettersom ringvirkningene viser verdiskapingen i andre lokale virksomheter kunne det vært mer relevant å måle ringvirkningene som andel av virksomhetens egen verdiskaping. Denne andelen vil ligge vesentlig høyere enn hvis man relaterer det til omsetningen. Samtidig har flere av virksomhetene null, eller til og med negativ, verdiskaping, hvilket gjør disse forholdstallene vanskelige å tolke. Men alle virksomhetene, med unntak av Teatret Vårt, har ringvirkninger som er høyere enn egen verdiskaping. At Teatret Vårt ikke har (andelsmessig) høyere ringvirkninger skyldes et lavt antall tilreisende publikummere.

### 3.4 Verdien av frivillig arbeid

Hvis man verdsetter den frivillige innsatsen tilsvarende lønnen vil verdien av aktivitetene øke vesentlig. SSBs satellittregnskap for ideelle og frivillige organisasjoner viser for eksempel at den frivillige innsatsen i slike organisasjoner i 2013 utgjorde 150 prosent av den økonomiske verdiskapingen, hvis den frivillige innsatsen har samme verdi som lønnet arbeid (Statistisk sentralbyrå 2015). Hvilken verdi man skal tillegge frivillig arbeid kan imidlertid diskuteres, og avhenger bl.a. hva de frivillige alternativt hadde brukt tiden til. Hvis vi bruker samme tilnær-

Tabell 3.4 Verdien av frivillig arbeid, tusen kr, 2018

<b>Teatret Vårt</b>	360
<b>Moldejazz</b>	5 120
<b>Bjørnsonfestivalen</b>	250
<b>RaumaRock</b>	630
<b>Norsk Fjellfestival</b>	570
<b>Høstscena</b>	285
<b>Fjord Cadenza</b>	1 420
<b>TOTALT</b>	8 645

ming som SSB, dvs. verdsetter dette til gjennomsnittlig lønnsinntekt<sup>25</sup>, tilsvarer den frivillige innsatsen omtrent 8,6 millioner kr, fordelt på virksomhetene som oppgitt i tabell 3.4. At verdien av det frivillige arbeidet er så pass stort for Fjord Cadenza, spesielt sett i forhold til omsetning, skyldes at denne festivalen kun drives med frivillig arbeid. Dette kan også leses som at festivalen har en vesentlig høyere samfunnsmessig verdiskaping enn den pekuniære verdiskapingen presentert i kapittel 3.3.

### 3.5 Andre verdier

For å få en oppfatning av hvilke andre verdier som spelene har for det lokalsamfunnet man er en del av har vi intervjuet et utvalg lokale aktører. Dette inkluderer representanter for reiselivsnæringen lokalt og sponsorer.

#### Teatret vårt, Molde og Ålesund

Molde ligger som regel inne på topp 10 listen i Telemarkforsknings kulturindeks, vanligvis et sted mellom plass 7 eller 8. En av mange grunner til denne sterke posisjonen som kulturby er innbyggernes

teaterinteresse. Molde er vertsby for Norges nest eldste regionteater, Teatret Vårt, etablert i 1972, da med Molde Kino som formidlingsarena.

I 2012 flyttet Teatret Vårt sammen med Moldejazz, Bjørnsonfestivalen, Molde Biblioteket og Møre og Romsdal Kunstsenter inn i Kulturhuset Plassen. Den symbiosen som følger av samlokaliseringen, har vært viktig for teateret og utvikling av Moldes kulturliv de senere år. Virksomheter lokalisert i kulturhuset representerer kulturelle fyrtårn (teater, jazzfestival, kunstsenter m.m.). Kultur må synliggjøres, og det forutsetter at formidlerne har forutsigbar økonomi og rammer for drift, noe det nye bygget og lokaliseringen har bidratt med. I motsetning til kulturhus som står delvis tomme mellom arrangement, er plasseringen av biblioteket inne i selve kulturhusbygget et bevisst strategisk grep. Bibliotekvirksomheten har vært viktig for å trekke folk til huset og dermed ivareta og øke interessen for formidling av andre kunstformer, som teater.

Samarbeidet mellom kulturorganisasjonene på Plassen er ikke kun et internt fenomen. Det gis uttrykk for at tilsvarende samarbeidsmodeller og relasjoner med aktører og institusjoner utenfor huset også eksisterer. Uavhengig av intern eller ekstern forankring er samarbeidskulturen preget av deling og raushet, og i stor grad basert på to premisser: Hva har vi tilgjengelig? og Hvordan gjør vi hverandre sterkere?

Som eksempel på eksterne samarbeid trekkes teaterets langvarige og omfattende samarbeid med kulturskolen om juleforestillinger frem. Elevene får mulighet til å delta i arbeidet med oppsetningen og

<sup>25</sup> Gjennomsnittlig lønnsinntekt (ekskl. studenter) var 536 300 kr i 2017 (tabell 07780 i Statistikkbanken, [www.ssb.no](http://www.ssb.no)) og et årsverk består av 1695 timer. Det gir en timelønn på 316 kr.

den kunstneriske prosessen i et produksjonsløp som kan strekke seg over et halvår og et tyvetalls forestillinger. Et annet samarbeidsprosjekt er Kulturskolens engasjement av teaterets ansatte og fagpersonell til undervisning og som mentorer for elever som har drama som fordypningsevne. I sistnevnte tilfelle medførte dette at elevene fikk anledning til å jobbe med mentor om oppsetninger i teaterets regi. Disse samarbeidene er ventet å fortsette i 2020, men innretting og endelig form avhenger av hvor en pågående dialog med teateret og påtroppende teatersjef konkluderer. På samme måte kan kommunesammenslåingen i 2020 ha en effekt på avtalens omfang og virkeområde.

Teatret Vårt har avtale med Scandic Alexandria Hotell hvor de gir billetter som motytelse for rabatterte hotellrom, som igjen benyttes av hotellet til kundesamlinger og egne arrangement, en modell som fungerer bra.

Teaterinteressen står fortsatt sterkt, og teateret har en god samarbeidspartner i kommunen. Molde kommune har selv i vanskelige økonomiske situasjoner ikke behandlet kultur som en salderingspost – kultur har vært og skal fortsette å være et satsingsområde. Kommunen har i arbeidet med å etablere Plassen (Kulturhuset) bidratt til å skape en ny formidlingsarena, og det satses på å bygge ut kulturskolens aktivitet. Sistnevnte er en 'spin-off', en måte å skape nye, aktive kulturkonsumenter på, og bunner i et godt samspill mellom kulturaktører og lokal kulturpolitikk.

### Moldejazz, Molde

Alle i regionen har et forhold til Moldejazz. Festivalen styrker lokal identitet og bidrar med å skape samhold og stolthet (over hva man får til) lokalt. Den er ansett som en av byens viktigste institusjoner og er blant de regionale 'hjørnesteinsbedrifter' på kultur- og idrettsområdet sammen med Molde FK og

Rauma Rock. Denne posisjonen synliggjøres også gjennom ulike kunstneriske samarbeid som er etablert mellom festivalen og andre kulturorganisasjoner og -institusjoner, som blant annet omfatter utveksling av fagpersonell, bruk og disponering av lokaler, utstyr, produksjon og formidling.

Alle informanter kjenner til folk i omgangskretsen som deltar på ulike nivåer i festivalen som frivillige. Folk kan deles inn i tre grupper: frivillige, de som ikke kan ta ferie fordi de må stille på jobb som følge av publikumsinnrykk og omsetningsøkning og nåværende eller tidligere innbyggere som blir i eller kommer til byen for å ta del i arrangementstilbudet. Mange begynner som unge, og fortsetter – de blir m.a.o. i festivalen når de først har kommet inn. Dermed blir det lett å få folk med, noe som dokumenteres gjennom det sterke lokale engasjement og antall timer med frivillig arbeid som legges ned i planlegging og produksjon. Som en av informantene poengterer: *Det er virkelig snakk om en situasjon der hele byen går sammen for å hjelpe til, mange folk tar ferie for å jobbe gratis for festivalen.*

Flere firma og bedrifter bruker festivalen til kundesamlinger og arrangement. De av informantene som jobber med kundepleie og arrangementer opplever at det er lett å få med folk, en av dem beskriver denne prosessen som en situasjon hvor dem man inviterer allerede er 'med'. Dette skyldes at 'scenen' og rammen festivalen har lagt er populær.

Arrangementet bidrar til å sette Molde på kartet. Populariteten skyldes en rekke faktorer som virker sammen. Folkelivet i byen er på topp, noe som har ført til at festivalen har opparbeidet status som et av årets viktigste sosialt samlingspunkt og møterom for de fastboende – ikke bare i byen eller innen kommunen, men for hele fylket. Folk kommer til byen, handler i boder og butikker, går ut for å spise og drikke. Dette skaper en selvforsterkende effekt ved

at selv om ikke alle nødvendigvis er like interessert i jazz, velger de likevel å ta del i folkelivet.

Informantene er alle klare på at festivalen gir store økonomiske vinninger for byen. Handelsstand, transportnæringen, besøkende – alle nyter godt av arrangementet, det setter preg på byen den uken den går av stabelen. mange innen forretning og handel ser en nytte og verdi av festivalen. Hotellene fylles opp hvert år, og kan i stor grad selv bestemme pris. Det er lite utbud av rom i markedet etter at faste gjester og gjengangere har fått sitt. Festivalen har også en betydelig innvirkning og effekt på serveringsmarkedet og dagligvarehandel, ikke bare Molde, men i hele regionen (Nord-Møre og Romsdal). Omsetningen er merkbart høyere under festivalen sammenlignet med andre uker gjennom året..

Det er sjeldent å høre negativ omtale av festivalen, og en enighet om at den spiller en viktig rolle som tilrettelegger for aktivitet og folkeliv. Likevel uttrykker enkelte informanter at de observerer en tendens til at deler av næringslivet og handelsstanden har urimelige forventninger og krav til arrangøren. Sett fra deres posisjon er det festivalens eneansvar å tilrettelegge for liv og meromsetning. Denne passive innstillingen medfører at alle virksomheter ikke nødvendigvis har den samme økonomiske uttelling av arrangementet. Som følge av dette påpekes det at det kan ligge et utappet potensial for meromsetning og økonomiske ringvirkninger.

På finansieringssiden har festivalen imidlertid en utfordring etter avvikling av knutepunktordningen og overflytting til Kulturrådet, noe som har resultert i kutt i statlige tilskudd. En viktig oppgave blir å ivareta den tredelte fordelingsmodellen (stat, fylke og kommune) og redusere differansen gjennom økninger eller prisjusteringer av andre inntektskilder.

## Bjørnsonfestivalen, Molde

Bjørnsonfestivalen er en selvfølgelig del av kulturbildet i Molde. Festivalen har betydning og er i større grad nå enn tidligere internasjonalt rettet. Informantene oppfatter arrangementet som et veldig bra tilbud som man nyter godt av. Det er en oppfatning at arrangementet, beskrevet som en 'enkel liten festival' får mye spalteplass i lokalavisen, som følge av besøk fra store nasjonale og internasjonale forfattere – alle norske forfattere som er verdt å nevne har vært der.

Festivalen har et utstrakt samarbeid med biblioteket, kommunens skoler, videregående skoler og kulturskole. En rekke gratisarrangement for barnehage og skole finner sted under festivalen og sporadisk ellers i året. Det arrangeres skriveworkshop med elever, samt prosjektet 'Syngende Kommune' – et prosjekt for å løfte frem sang som uttrykksform og som kobler allsang og musikk med litteratur. Dette festivalarrangement benytter trappen utenfor Plassen (kulturhuset) som arena for produksjoner. Elevene som deltar blir følgelig mer enn bare et publikum, de får også en rolle i programarbeid og i kreative prosesser. Det er en oppfatning at uten festivalen måtte kommunen leie inn aktører for å kunne gjennomføre tilsvarende type formidlingsprogram.

Om dialogen uttrykker informantene at relasjonen er god og at samarbeidet er godt, med den presisering at det oftere er Bjørnsonfestivalen selv som tar initiativ til samarbeid. Slik sett er samarbeid i større grad knyttet til ulike, konkrete prosjekter, og i mindre grad strukturert som en langsiktig og klart definert relasjon.

For næringslivet generer festivalen publikum, ikke de store massene, men en god del tilreisende. Enkelte antar at arrangementet fører med seg økt handel, og det resulterer i omsetning for hotell- og restaurantbransjen. Det er imidlertid noe usikkerhet

rundt eksakt merverdi. Dette skyldes i større grad andre forhold, som at turistsesongen er utvidet og at antall besøkende denne perioden på året uansett øker. Kommunens regnestykke viser at en økonomisk investering i festivalen utløser regionale og statlige midler, slikt sett er det i et verdiskapingsperspektiv ikke bare sosialt eller kulturelt lønnsomt å 'investere' i arrangementet.

Det er enighet om at det er stort engasjement rundt aktiviteten, den har en samlende effekt på fastboende og trekker med seg tilreisende. Festivalen er synlig i bybildet, og det er enkelt å legge merke til folketilstrømmingen. Mange bruker festivalen, muligens som følge av at en del arrangementer er gratis å gå på. Alt i alt er Bjørnsonfestivalen ansett som en selvfølgelig del av byens identitet, den bidrar med et viktig kulturtilbud som genererer samfunnsdebatt og refleksjon. Arrangementet skaper bolyst, engasjement og trivsel – om enn kanskje ikke i like stor grad som Moldejazz.

#### RaumaRock, Åndalsnes

RaumaRock har en sterk posisjon lokalt og i regionen, og er av en informant beskrevet som den viktigste kulturinstitusjonen i Rauma. Festivalen driftes til en viss grad gjennom frivillig arbeid av lokale næringslivsfolk og ledere, et arbeid og en innsats som legges merke til og verdsettes.

Videre skaper festivalen engasjement, glede og stolthet og fungerer som en viktig arena for talentutvikling innen musikk. Andre trekker frem festivalens rolle som samlingspunkt. Den er en relasjonsbygger for næringslivet også på Sunnmøre, og fungerer dermed som en av flere utviklingsaktører for regionen – gjennom å promotere både seg selv og Rauma som bosted, noe som bidrar med tilflytting og rekruttering av arbeidskraft.

#### Norsk Fjellfestival, Åndalsnes

Norsk Fjellfestival er et veletablert arrangement med godt omdømme lokalt. Respondentene fremhever viktigheten av arbeidet festivalen legger ned i stedsmarkedsføring og fremme av Åndalsnes som naturbasert turistattraksjon. Vinteraktivitetene til Norsk Fjellfestival trekkes frem fordi de arrangeres utenfor reiselivsnæringens hovedsesong, i tillegg til å være et godt tidspunkt på året for andre typer sidearrangementer, eksempelvis møter og konferanser om nærings- og stedsutvikling. På denne måte bidrar arrangementet med å tiltrekke turister og fungerer som en møteplass og attraksjon i en stillere periode på året.

Flere av informantene påpeker at publikumstilstrømning og besøk utenfra kommunen under Norsk Fjellfestival har endret seg de siste år. Yngre, utflyttede raumaværingar kommer ikke lenger hjem for å delta på Norsk Fjellfestival, med den effekt av at deler av oppslutningen og særlig engasjementet er fallende. Dette forklares med lav grad av programutvikling i hovedfestivalen, hvor samme program og tilbud i stor grad gjentas etter samme lest som fra tidligere år. Oppfatningen er at den på sett og vis har falt inn i et spor, med det resultatet at den har etablert sin nisje, uten nødvendigvis å ha muligheter til å vokse videre. Et eksempel er en observasjon om at flere tilreisende tidligere deltok som frivillige på festivalen, mens det de siste årene stort sett er fastboende som har den rollen.

Selv om oppfatningen er at det er stort engasjement rundt Norsk Fjellfestival er det parallelt et behov for fornying av festivalkonsept og innhold. Norsk Fjellfestival er et godt arrangement lokalt, men må være mer enn det for å være tilstrekkelig interessant og identitetsskapende. Dette ses på som viktig for å ivareta videre samarbeid med næringslivets. En mulig strategi er å intensivere og styrke samarbei-

det med den norske turistforeningen (DNT), et veivalg som kan bidra til å løfte og styrke profil og posisjon som arrangement med nasjonal interesse.

Likevel, Norsk Fjellfestival er et etablert arrangementskonsept, med sponsorer og frivillige som stiller opp, og mange lokale deltagere på flere av arrangementene.

### Høstscena, Ålesund

Høstscena er en årlig teaterfestival, med formål om å engasjere lokale og invitere eksterne kompanier og oppsetninger til å vise frem sine arbeider. Verdiskapingen Høstscena bidrar med kulturelt sett er viktig, som aktør er de sett på som en viktig plattform for å synliggjøre det profesjonelle scenekunstmiljøet i regionen. De gjør en god jobb med å synliggjøre arbeidet til lokale skapende og utøvende kunstnere, men har potensial til å utvikle samarbeid og tettere relasjoner med næringsliv og andre aktører i sentrum av Ålesund. Festivalen får honnør for sin bruk av scenerom og lokaler til produksjoner. De har ord på seg for å gå foran som arrangør i å vise at det er mulig å gjøre oppsetninger ulike steder; ikke bare tradisjonelle kulturscener, men også utendørs, i parker, eller i kulturhusets foaje. Engasjementet blant dem som har interesse for arrangementet er sterkt. Festivalarrangementet utgjør ifølge en av informantene en 'brikke som bidrar til å gjøre kulturlivet komplett'.

Informantene er inne på at selv om festivalen har en viktig posisjon og rolle innen eget kunstfelt, så sliter den med en av de vanligste utfordringer som møter formidlere av mer nisjepregede kunst- og kulturuttrykk – et noe smalere nedslagsfelt (demografisk sett) enn arrangementer og arrangører med en tydeligere populærkulturell innretning. Festivalen har enda ikke 'krysset over' til et allment publikum, dvs. hele befolkningen, men er i en utviklingsprosess hvor det har vært tatt noen smarte grep, som å åpne

seg opp og engasjere videregående skoler og elever gjennom skoleforestillinger. Disse finner veien til andre forestillinger, slik at kjernepublikummet i forhold til antall og alder utvides. Det har tatt og tar tid å trenge inn i folks bevissthet, selv om festivalen er i en utviklingsfase på vei dit. Et resultat av dette er at de har mer å gå på når det gjelder synlighet og å nå ut til et større publikum, et aspekt som likevel må sees i sammenheng med større endringsprosesser i Ålesunds kulturliv.

Det er en oppfatning av at det skjer mye i Ålesund på få uker, og at festivalens posisjon og synlighet muligens lider som følge av dette. Parallelt er festivalen en del av et bybilde i endring. Ålesund var for noen år tilbake (+/- 6 år) en by med et sentrum hvor det skjedde lite på arrangementsfronten, mens det i dag er en generell oppfatning at utbudet er så pass stort at det er vanskelig å rekke å få med seg alt. Kulturarrangementer og andre aktiviteter kommer tett som hagl gjennom sommeren fra de første cruisebåtenes anløp, gjennom sommerferie, før Jugendfest og deretter Høstscena går av stabelen, tett på høstferien. Den arrangeres vanligvis uken etter, som er en periode med mindre aktivitet i sentrum, siden folk har lite penger. Likevel, festivalen hadde hatt godt av bedre drahjelp fra næringslivet, særlig hoteller og spisesteder, det kunne vært tilbudt hotellpakker med billetter, egne menyer, slik det gjøres for andre arrangement som for eksempel trimløpet Jentebølgen. Det kan også vurderes å legge arrangementet til en annen periode, men det kan skape nye problemer, som tilgang til og muligheter for å bruke utendørsarenaer.

### Terminalen Byscene, Ålesund

Tiltak med basis i handels- eller kulturvirksomhet er viktige for utvikling av Ålesund sentrum. Det konkurransen fra kjøpesenteret Moa utenfor bykjernen kan møtes med er opplevelser og opplevelsen av sentrum. I den situasjonen blir kultur et viktig fortrinn,



og en aktør som Terminalen Byscene får en viktig rolle å spille.

Terminalen Byscene omtales som en viktig bidragsyter til den omtalte omstillingsprosessen og forvandlingen av byens sentrum. Konsertene, de store arrangementene som Jugendfest, andre typer arrangement skaper atmosfære, liv og glede. Selv om noen fryktet at aktiviteten ville falle i konkurranse med Parken kulturhus har det motsatte skjedd. Begge arrangører opplever en økning i bruken, og at folk bruker byen enda mer.

Ålesund har blitt en universitetsby (NTNU), og det er også her andre som ser viktigheten av Terminalen og konserttilbudet som faktor som kan påvirke tilflytning når folk skal velge hvor de skal bo når de studerer. Kultur gjør det mer attraktivt å velge Ålesund som by, den øker livskvaliteten til innbyggerne. Andre informanter observerer en tilflytting av yngre mennesker i familie- eller etableringssituasjon som velger å flytte hjem igjen, mens andre kommer tilreisende til større arrangementer.

Morselskapet Momentum (arrangerer konserter og festivaler ved siden av driften av Terminalen) trekker publikum med rett arrangement. Ulike kilder trekker frem at inntrykket og oppfatningen er at både handelsstanden og reiselivsnæringen opplever økning i omsetning eller av antall tilreisende når arrangement finner sted. Likevel, det er mer å gå på når det gjelder formalisering og strukturering av ulike samarbeid, og selv om det skjer mye i byen oppgir flere at det er rom for mer aktivitet om høsten og vinteren.

Ålesund omtales videre som en gründerby hvor man sjelden gjør noe alene, men trekker på andre og realiserer prosjekter og aktivitet gjennom samarbeid mellom kultur, det offentlige og næringslivet.

Terminalen samarbeider med kommunen om formidling og opplæring i konsertproduksjon for ungdommer. Næringslivet er en synlig samarbeidspartner. Innen kultursektoren fører det til tette bånd mellom ulike arrangører, personer og organisasjoner som jobber sammen på lag med hverandre om ulike prosjekter Dette gjelder så vel engasjering av frivillige som programmering og å løfte frem lokale kunstnere og utøvere. Kulturlivet i Ålesund er i vekst og at man samarbeider mot et mål. Engasjementet er enormt og en avgjørende brikke for å gjøre kulturlivet komplett.

Terminalen er en av flere katalysatorer som understøtter, utvikler og bidrar til å forme et lokalt kulturmiljø og identitet. En identitet man ikke nødvendigvis tenker først og fremst på når man går i byen, men som bringer frem stoltheten når man ser og opplever hva som skjer, og erfarer at man er fra et sted hvor det skjer noe.

### Parken kulturhus, Ålesund

Parken kulturhus er vurdert til å være et velegnet arrangementslokale for kulturlivet. Det er god akustikk, moderne tekniske løsninger, fasiliteter og sitteplasser i amfi. For mange aktører i Ålesunds kulturliv er Parken den eneste aktuelle scenen og forestillingsarena, i mangel av andre alternativer. Situasjonen er også et resultat av at andre lokaler i Ålesund ikke byr på samme kvaliteter, er av mindre størrelse eller har nedslitt infrastruktur. Dette har ført til at kulturhuset har en sterk posisjon i utleiemarkedet blant arrangørorganisasjoner. Parken beskrives som følge av dette som en scene for de 'store tingene' (produksjonene og oppsetningene), med et lydhørt, voksent publikum, muligens som følge av at den publikumsgruppen føler seg mer hjemme med programmeringen, den sosial ramme og konteksten. Utleievirksomhet til lag og foreninger er omfattende. I så måte er kulturhuset et viktig arrangementslokale for alt fra borgerlig konfirmasjon via tamilsk

nyttårsfeiring til mer tradisjonelle kulturarrangementer i regi av barneteateret, ballett- og kulturskolen.

Parken opererer med ulike leieavtaler. Enkelte informanter operer med dagspris for leie av sal med tilleggskostnader for teknikk og personell, mens andre betaler en fast årlig leiesum. Noen betegner kostnadsnivået som gunstig, mens andre oppgir at leieutgiftene er høye. Som følge av at flere oppfatter kulturhuset som et 'dyrt' sted å bruke er det en oppfatning av at det programmeres og formidles litt for lite lokal kultur. Parken er først og fremst scenen for å oppleve tilreisende, turnerende produksjoner og forestillinger.

Kulturhuset er ansett som et sted for kulturopplevelser, og fungerer som en møteplass for deler av byens befolkning, med enkelte arrangement som har interesse og tiltrekker seg publikum fra hele regionen. Med 'deler' menes kulturinteresserte med positivt fortegn, gitt at kulturkonsum og deltakelse i kulturaktiviteter ikke nødvendigvis er noe alle innbyggere tar del i med samme grad av hyppighet. Enkelte informanter beskriver ellers foajeen som en møte- og mingleplass. Det er også en oppfatning av at mange publikummere legger inn restaurant- og/eller barbesøk før eller etter forestillingen, slik at besøket blir del av en helaften ute. Dette inntrykk gjenspeiler kommentarer fra andre som trekker frem hotell-, restaurant- og taxinæringen som eksempler på andre bransjer som nyter godt av Parkens arrangementer.

Selv om Parken har opplevd en økning i besøkstall de to siste år oppgir informanter at markedsføring kan forbedres. Slik det er de fleste andre steder er kulturhusets program i stor grad et resultat av utleievirksomhet og administrasjonens kunstneriske valg, som igjen er begrenset av forestillinger, konsertproduksjoner og oppsetninger som er på turne til enhver tid. Likevel, Ålesund er i ferd med å bli en

by med et rikt og stort utbud av kulturarrangementer og aktivitet, og som følge av konkurransesituasjonen er synlighet en faktor for å opprettholde markedsposisjon.

### Fjord Cadenza, Skodje

Fjord Cadenza er en viktig del av kommunens arrangementskalender og bidrar til å 'løfte' innbyggerne i området. Festivalen skaper bolyst, bidrar med stolthetsfølelse, frivillighetskultur og engasjement i de bygdene der enkeltarrangementer finner sted.

Det årlige arrangementet er en klassisk musikkfestival med høy internasjonal kvalitet og annerkjennelse, bygd opp over år på frivillighet, av et arbeidende styre bestående av (dyktige) lokale folk. Som en informant påpeker er dette muligens en av suksessfaktorene: Om man studerer festivalens budsjett med faglig blick er det utrolig at man kan få til så mye, resultatet har en klar sammenheng med dugnadsarbeid folk legger ned i planlegging og produksjon av arrangementet. Dette viser at det er mulig å gjennomføre en internasjonal musikkfestival med sterkt, lokalt engasjement. Engasjementet reflekteres også i form av gode samarbeidsmodeller mellom arrangør og kommune, organisasjons- og næringslivet.

Kommunen stiller det lokale kulturhuset (egnet for symfoniorkester) gratis til disposisjon for festivalen. Arrangør disponerer også vederlagsfritt kantine / kjøkken (i tilknytning til bygget) og egne rom til bruk for administrasjon. En så pass omfattende bruk av lokalet er mulig fordi arrangementet finner sted i skoleferien. Kommunen ser også verdien i at arrangementet en mulighet for å lære om prosjektarbeid i praksis, som igjen fører til tilflyt av innbyggere med kompetanse innen prosjektledelse.

Organisasjonslivet bidrar med sideaktiviteter (festivalens kunstutstilling) som styrker programmet og

gir inntekter som brukes til å finansiere andre kulturprosjekter og aktiviteter, eksempelvis tusenårsstedet i Skodje og jentekolonien, som brukes til kulturarrangementer andre perioder av året. På denne måte blir festivalen en del av en sirkulær kulturøkonomi.

Når det gjelder næringslivet er det en oppfatning at festivalen får godt med støtte og drahjelp sett i forhold til arrangementets størrelse. Dette skyldes delvis at man ønsker å belønne initiativet som medvirkende faktor i å skape trivsel og bolyst. Andre ser også at arrangementet kan ha nytte for andre virksomheter i regionen, noe som skyldes god pressedekning og omtale i Sunnmørsposten (SMR). Et tredje element er at arrangementet vektlegger flere dimensjoner enn utelukkende kunstneriske. Sunnmøre som sted og naturomgivelser blir hyppig markedsført i sosiale medier av tilreisende musikere som poster og sprer bilder og videoer, noe arrangementen understøtter og tilrettelegger for gjennom programmering av konserter på fjelltopper, inne i Geiranger og på båter midtfjords. Dette bidrar til å få Sunnmøre opp og frem som turistattraksjon, og kan utløse ringvirkninger for reiselivsnæringen (eks. hotell, skyssbåtselskap, som er positivt innstilte og entusiastiske til denne bruken av omgivelser.

Å ta i bruk Sunnmøre med utgangspunkt i Skodje og de nærliggende kommuner (Stranda og Ulstein) er en suksess. Informantene er enige om at festivalen bør bygge videre på arbeidet med å spre arrangementet ut i regionen gjennom å involvere flere kommuner, slik at flere kan være med på å betale, og kunne utvide fra år til år.. Ved siden av å få inn en administrator i fast lønnet stilling er dette nevnt som de viktigste fremtidige mål for arrangementet. Dette burde være mulig gitt den positive reklameeffekten festivalen har for næringslivet, og de positive ringvirkninger som følger av dette.

## 4 Sammenstilling og diskusjon

De ni virksomhetene som er analysert i denne rapporten er av svært ulik karakter. Det er tre faste scener: to kultur-/konsertarenaer (Terminalen Byscene og Parken kulturhus), og et regionteater med helårsvirksomhet, samt seks festivaler med mer begrenset virksomhet. Organisering, styringsmodeller og andre forutsetninger skiller seg derfor mellom disse. Det betyr at det har liten hensikt å sammenligne de på tvers.

To av de tre faste scenene, Parken kulturhus og Terminalen Byscene, er begge å betrakte som helt kommersielle virksomheter – også om Parken kulturhus er kommunalt eid. Ingen av disse får regelmessige offentlige tilskudd, de har ingen sponsorinntekter og heller ingen frivillige medarbeidere. Terminalen har en noe større virksomhet (målt i omsetning og antall ansatte) enn Parken, mens Parken ser ut til å være noe mer besøkt. Ringvirkningene fra virksomhetene er svært like, hvilket skyldes at begge har begrenset med lokale innkjøp og at en liten andel av de besøkende er tilreisende. Hvis det er ønskelig å øke ringvirkningene fra disse virksomhetene er det sannsynligvis «enklest» å øke andelen innkjøp av varer og tjenester som kjøpes lokalt. Samtidig er det overrislingen fra de tilreisende som gir størst ringvirkninger. Arenaene er imidlertid primært et tilbud til lokalbefolkningen slik at det ikke nødvendigvis er ønskelig å øke andelen tilreisende hvis det går på bekostning av lokale tilskuere. Fra disse virksomhetene er sannsynligvis større verdiskaping i form av sysselsetting samt det kulturtilbudet de legger til rette for vel så viktige effekter.

Teatret Vårt er en stor og viktig kulturinstitusjon i regionen, som bl.a. vises i store offentlige tilskudd. Teatret gir ringvirkninger både i Molde- og Ålesund-regionen, og som er beregnet til i størrelsesorden 20 millioner kr. Også om tilskuddene til virksomheten ikke er begrunnet i økonomisk verdiskaping så kan det likevel hevdes at de fylkeskommunale og

kommunale tilskuddene gir en god «avkastning» lokalt. Ringvirkningene fra teatret kommer først og fremst fra virksomhetens kjøp av varer og tjenester lokalt, og de ansattes forbruk. Andelen tilreisende er lav, og dermed blir også overrislingseffektene små.

De seks festivalene er også forskjellige, hvor det spesielt er Moldejazz som skiller seg fra de øvrige. Dette er en internasjonal og godt etablert festival med svært høye besøkstall og tilreisende tilskuere. De høye besøkstallene gir både høy verdiskaping og store ringvirkninger. Øvrige festivaler har mer begrenset økonomi, hvilket er som forventet for denne type virksomhet. En relativt begrenset omsetning gjør at ringvirkningene fra lokale kjøp og fra ev. ansattes forbruk blir små, slik at ringvirkningene fra disse først og fremst er knyttet til tilreisende besøkere/publikum. Om man ønsker å øke ringvirkningene i disse virksomhetene er økt andel tilreisende, og kanskje få disse til å bli lenger i regionen, sannsynligvis det som monner mest. Det kan for eksempel gjøres gjennom utvikling av ulike aktivitetspakker sammen med andre aktører.

Utover de økonomiske verdiene bidrar stort sett alle aktiviteter til andre verdier i lokalsamfunnene; som lokal identitet og stolthet. Aktivitetene skaper entusiasme og et stort lokalt engasjement. Noen av de er også med og bidrar til næringsutvikling lokalt, både gjennom ringvirkningseffektene og gjennom ulike former for samarbeidsprosjekter. Kommunene har også glede av dette gjennom skatteinntekter, bygging av identitet/attraktivitet og bolyst.

Men også om aktivitetene allerede i dag generer verdier, økonomiske så vel som andre, finnes det et potensial for å få mer ut av enkelte av disse aktivitetene, for eksempel i samarbeid med det lokale reiselivet. Her er det åpenbart at for de mindre festivalene ligger det en mulig oppside i å utvikle samar-

beidsmodeller og felles markedsaktiviteter i reiselivet. Men, som sammendraget av intervjuene viser, forutsetter dette investeringer i form av enten økning av offentlige tilskudd eller private inntekter slik at det kan ansettes nøkkelpersonell som kan gjøre dette arbeidet. En viktig oppfølging kan være å se på hvordan organisasjonsstrukturen i enkelte organisasjoner kan styrkes, muligens ved at de som per i dag nyter godt av ringvirkninger og verdiskaping bruker noen av disse inntekter til utviklingsarbeid. Dette bør skje parallelt med en kontinuerlig utvikling av aktivitetene, for å bevare interessen hos publikum (tilreisende så vel som lokale), frivillige og sponsorer.

Ved vurderingen av de absolutte tallene for ringvirkningene er det viktig å ha i mente at vi gjennomgående har brukt konservative anslag. For det første beregner vi ringvirkninger kun av de inntekter som kommer utenfra regionen. Dette er spesielt merkbart for Parken kulturhus og Terminalen Byscene som kun får «eksterne» inntekter fra tilreisende besøkere som i tillegg utgjør en liten andel av totale besøkere. Hvis vi ikke hadde gjort denne begrensningen i analysen ville disse virksomheters ringvirkninger (ekskl. overrullingseffekter) vært vesentlig høyere. Det ville samtidig føre til en tilsløring av den reelle ringvirkningseffekten.

For det andre så har vi for tilreisendes konsum basert oss på anslag fra Innovasjon Norge, og som ikke nødvendigvis er representativt for konsumet i forbindelse med en festival eller et teaterbesøk. For Moldejazz er det for eksempel ikke urimelig at både prisen for overnatting og konsumet av mat og drikke er høyere enn Innovasjon Norges tall. Hvis det er tilfelle er overrullingseffektene sannsynligvis høyere enn hva våre beregninger viser.

I tolkningen av resultatene bør man også være klar over usikkerheten i anslagene. Disse er dels knyt-

tet til at ringvirkningene er beregnet for et tilfeldig valgt år (2018), som ikke nødvendigvis er representativ for virksomheten over en lenger periode. Ringvirkningen et enkelt år kan derfor være både høyere og lavere enn våre anslag viser. Det ligger også en viss usikkerhet i inndelingen av regioner, dvs. hva som regnes som lokalområdet for hver enkelt virksomhet. Andre avgrensninger av analyseområdene kan ha betydning for størrelsen på ringvirkningene, men man vil her ha to motstridende effekter: et større lokalområde gjør at andelen lokale kjøp av varer og tjenester øker, samtidig som andelen tilreisende risikerer å bli redusert. Hvor stor nettoeffekten blir av endrede områdesavgrensninger er det ikke mulig å anslå uten nye beregninger.

De kulturelle aktivitetene bør først og fremst vurderes ut fra de samfunnsmessige og kulturelle verdiene de bidrar med lokalt og regionalt. De økonomiske verdiene de bidrar med er selvsagt positivt, og det er en fordel om dette potensialet utnyttes best mulig, men det bør ikke være avgjørende for hvorvidt aktivitetene ses på som ønskelige eller ikke.

## Referanseliste

- Becken, Lars-Erik, Einar Bowitz, og Karin Ibenholt. *Verdiskaping og kulturminner*. Forskningsrapport 2009-057, Oslo: Econ, 2009.
- Bowitz, Einar, og Karin Ibenholt. «Economic impacts of cultural heritage - research and perspectives.» *Journal of Cultural Heritage*, 2009, Vol. 10. utg.
- Bowitz, Einar, og Sveinung Fjose. *Økonomiske ringvirkninger av kulturminner på Røros*. Arbeidsnotat 2008-005, Oslo: Econ, 2008.
- Båtevik, F.O. *Kultur- og fritidstilbud til alle? Kulturpendlarar, fritidspendlarar og andre kulturbrukarar i Møre og Romsdal*. Møreforskning, rapport 16/2011, 2011.
- Dahle, Malin, Jostein Ryssevick, Asle Høgestøl, og Simon Musgrave. *Kultur, kroner og kreativitet - kunst og kultusektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning i Bergen og Hordaland*. Rapport 3/2013, Ideas2evidence, 2013.
- Dirdal, Linn Carin. *Unøyaktig, men nyttig*. 26 06 2012. <http://www.ballade.no/sak/unoyaktig-men-nyttig/> (funnen 04 26, 2018).
- Ericsson, Birgitta. *Lokaløkonomiske virkninger av kulturfestivaler - et metodisk urent farvann*. ØF-notat 06/2003, Lillehammer: Østlandsforskning, 2003.
- Ericsson, Birgitta, og Jorid Vaagland. *Arrangementer og destinasjonsutvikling. Lokalsamfunnsmessige og lokaløkonomiske sider ved kulturfestivaler*. Rapport 16/2002, Lillehammer: Østlandsforskning, 2002.
- Ericsson, Birgitta, og Terje Onshus. *Ringvirkninger i tre kulturarrangementer i Nord-Gudbrandsdalen*. Rapport 18/2007, Lillehammer: Østlandsforskning, 2007.
- Haukeland, Per Ingvar, og Bent Aslak Brandtzæg. *Den brede verdiskapingen. Et bærekraftig utviklingsperspektiv på natur- og kulturbasert verdiskaping*. TF-notat 20/2009, Bø i Telemark: Telemarksforskning, 2009.
- Innovasjon Norge. *Nøkkeltall for norsk turisme 2016*. Innovasjon Norge, 2018.
- Lund, Per Olav, Merethe Lurfald, og Birgitta Ericsson. *Ringvirkninger av kulturfestivaler i Oppland*. Høgskolen i Innlandet, Skriftserien 27-2019, 2019.
- Løyland, Knut, Joar Sannes, og Knut Vareide. *Kultur og næring i Grenland*. Arbeidsrapport 11-2007, Telemarksforskning, 2007.
- Mangset, Per, Lars Håkonsen, og Heidi Stavrum. «Festivalboom eller kulturpolitisk drøm?» *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, 2017: s. 71-89.
- Nordgård, Daniel. *Deltakelse gir kvalitet*. 05 07 2015. <http://www.ballade.no/sak/deltakelse-gir-kvalitet/> (funnen 04 26, 2018).
- Rambøll. «Utredning om økonomisk verdiskaping basert på kulturminner og kulturmiljøer.» 2012.
- Rykkja, Anders, og Birgitta Ericsson. *Nasjonal Festivalstatistikk*. Lillehammer: Kunnskapsverket, 2016.
- Ryssevick, Jostein, og Malin Dahle. *Kultur og kommers - en studie av fem musikkfestivaler i Hordaland og Sogn og Fjordane*. Rapport 13/2015, Ideas2evidence, 2015.
- Samfunnsøkonomisk analyse. *Ringvirkninger fra kulturelle aktiviteter i Møre og Romsdal*. Samfunnsøkonomisk analyse, rapport 01-2019, 2019.
- Statistisk sentralbyrå. *Satellittregnskap for ideelle og frivillige organisasjoner, 2013*. 2015. <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/statistikker/orgsat/aar/2015-10-22> (funnen januar 21, 2019).



Vareide, Knut. *Et blindspor*. 25 06 2012. <http://www.ballade.no/sak/et-blindspor/> (funnen 04 26, 2018).

Vareide, Knut. *Kultur og attraktivitet. Sammenheng mellom kulturtilbud, bostedsattraktivitet, utdanningsnivå og boligpriser i norske kommuner*. Rapport nr: 03-2018 (Tidligere utgitt som Telemarksforskningsrapport nr 430) , Elverum: Kunnskapsverket, 2018.

## Vedlegg 1 Spørreskjema

Møre og Romsdal fylkeskommune ønsker å finne ut hvor store ringvirkninger utvalgte kulturaktiviteter i fylket har, herunder XXX. Analysen gjennomføres av Samfunnsøkonomisk analyse, i samarbeid med Østlandsforskning. En viktig del av ringvirkningsanalysen er å kartlegge hvor mange som besøker XXX og hvor mange av disse som er tilreisende, dvs. som til vanlig ikke bor i området (YYY). For de tilreisende ønsker vi også å kartlegge hvor mye penger disse bruker når de allikevel er i området, for eksempel utgifter til overnatting, mat (inkl. restaurantbesøk) og annen shopping.

For å få mest mulig riktig resultat er vi avhengig av å samle inn data fra et tilstrekkelig antall besøkende, og vi håper derfor at du har anledning til å svare på noen korte spørsmål om ditt besøk i området.

På forhand takk for at du stiller opp!

XXX	YYY
Moldejazz	Aukra, Fræna, Eide, Molde, Midsund, Vestnes, Rauma, Nesset og Gjemnes
Bjørnsonfestivalen	
Teatret Vårt	
RaumaRock	
Norsk Fjellfestival	
Parken kulturhus	Ålesund, Ørskog, Norddal, Stranda, Stordal, Sykkylven, Skodje, Sula, Giske, Haram, Sandø
Fjord Cadenza	
Terminalen byscene	
Høstscena	

### Spørsmål til besøkende

#### 1. Hvor er du bosatt?

- a. I en av kommunene (tilpasses for hver virksomhet, dvs. kun et alternativ pr virksomhet)
  - i. **Molde:** Aukra, Fræna, Eide, Molde, Midsund, Vestnes, Rauma, Nesset, Gjemnes
  - ii. **Ålesund:** Ålesund, Ørskog, Norddal, Stranda, Stordal, Sykkylven, Skodje, Sula, Giske, Haram, Sandøy
- b. Annet sted i Møre og Romsdal fylke
- c. Annet sted i Norge/I Norge, ikke i Møre og Romsdal
- d. Utenfor Norge

Spørsmål 2-5 stilles kun til de som svarer b-d på spørsmål 1, dvs. fra de som normalt bor utenfor området. Disse spørsmålene kan enten stilles direkte eller så kan man be om e-postadresse og sende en elektronisk spørreundersøkelse i etterkant.

#### 2. Hvorfor besøker du/dere <aktiviteten>? Spørsmål 2-5 stilles bare til de som svarer b-d på spørsmål 1.

- a. Først og fremst for å se på/være med på <aktiviteten>
- b. Er i området av andre grunner

- i. Kjøpte billetter til <aktiviteten> før avreise hjemmefra (planlagt besøk)
- ii. Ble anbefalt/klar over tilbudet (valgte selv) når jeg/vi allikevel var i området (ikke planlagt besøk)

3. Hvor lenge vil du/dere være i nærområdet? De samme kommunene som i spm 1 hvis behov for forklaring, kan ev kompletteres med et kart

- a. Kun dagsbesøk
- b. 1 overnatting
- c. 2-4 overnattinger
- d. 5 eller flere overnattinger

4. Hvordan bor du/dere i området hvis du overnatter hjemmefra

- a. Hos familie eller kjente/egen hytte
- b. Leier leilighet, hus eller hytte (for eksempel gjennom AirB&B)
- c. På campingplass
- d. På Bed & breakfast
- e. På hotell (oppgi hvilket)

## Vedlegg 2 Intervjuguide

Respondent:

Rolle/organisasjon:

Dato:

Knyttet til: (hvilken aktivitet/spel)

1. Hvilken tilknytning har du/dere til den aktuelle aktiviteten?
2. Har din virksomhet nytte av aktiviteten? I tilfelle hvordan og er det mulig å anslå hvor mye dette utgjør (økt omsetning e.lign)
3. Bruker dere aktiviteten i egen virksomhet (for eksempel kundetreff som kombineres med besøk) og/eller i annen markedsføring?
4. Hvis dere er sponsor for aktiviteten – hva er begrunnelsen for dette? Hvis ikke, kan det være aktuelt å bli sponsor?
5. Tror du at andre virksomheter i nærmiljøet (kommunen, regionen) har nytte av aktiviteten? I tilfelle hvordan?
6. Hva har aktiviteten for betydning for innbyggerne i området? Bidrar det til lokal identitet?
7. Er det stort lokal engasjement for aktiviteten?



# DISCO NIGHT