

Arrangementspotensial i Helgelandregionen

KARTLEGGING AV FORUTSETNINGER
OG MULIGE RINGVIRKNINGER

Lvert av Publicis MSL i 2025, i samarbeid
med Helgeland Event



Innholdsfortegnelse

Introduksjon	3
1. Nøkkelfunn og konklusjoner	4
2. Bakgrunn	5
3. Omfang og metode	6
4. Hva kreves for et vellykket arrangement	7
5. Status of arrangementskart	8
5.1 Dagens arrangementer	10
5.2 Arrangementspotensial per område	11
6. Hva arrangører ser etter i en destinasjon	12
6.1 Arrangørenes krav og forventninger	13
6.2 Hva betyr dette for Helgeland	14
7. Barrierer og utfordringer	15
8. Gap-analyse	16
9. Ringvirkninger – mer enn arrangementet i seg selv	18
9.1 Arrangementer som utviklingsverktøy	18
9.2 Hva har vi sett i Helgeland?	18
9.3 Scenarioer	20
9.4 Oppsummering	20
10. Veien videre	21
Kildeliste	22

Introduksjon

Helgeland har sterke arrangørmiljøer, levende lokalsamfunn og en natur som gjør regionen unik som vertskap. Med ny infrastruktur og økende interesse for opplevelser og arrangement utenfor storbyene, er det et voksende behov for å forstå hvordan Helgeland kan ta en tydeligere posisjon som arrangementsregion.

Denne rapporten er laget for å kartlegge hva regionen har i dag – av arenaer, aktører og samarbeid – og hvilke forutsetninger som må være på plass for å utvikle og tiltrekke arrangementer med større rekkevidde og ringvirkninger. Arbeidet skal gi innsikt og retning for en mulig felles strategi for Helgeland som arrangementsdestinasjon.



1. Nøkkelfunn og konklusjoner

Kartleggingen og analysen i dette prosjektet viser at Helgeland har reelle forutsetninger for å ta en tydeligere og mer strategisk rolle som arrangementsregion. Det finnes betydelig aktivitet, engasjement og erfaring allerede i dag – men også klare utfordringer som gjør at potensialet ikke realiseres fullt ut.

Nøkkelfunn

- **Det finnes en bred base av eksisterende arrangementer** – både i kultur-, idretts- og reiselivssammenheng – men de fleste er lokalt forankret og personavhengige, og få har nasjonal eller internasjonal gjennomslagskraft.
- **Kapasitet og fasiliteter er svært ulikt fordelt** mellom områdene. Mo i Rana har størst bæreevne, mens mindre steder når raskt sine grenser for overnatting og arenaer.
- **Kompetanse og frivillig engasjement er en styrke** – men organiseringen er fragmentert, og erfaringsoverføring mangler.
- **Samarbeid på tvers av kommuner og aktører skjer lite systematisk**, og det finnes ingen regional struktur for koordinering, deling eller strategisk utvikling.
- **Regionen mangler et tydelig vertskapsløfte og en felles profil** som arrangementsdestinasjon. Helgeland konkurrerer med sterke merkevarer uten å ha en egen koordinert synlighet.
- **Arrangørene etterlyser støtte, nettverk og verktøy** som gjør det lettere å lykkes og tenke langsiktig.

Konklusjon

Helgeland har mange av byggesteinene på plass – men det som mangler er retning, struktur og samordning. Med disse elementene på plass er regionen godt rustet til å tiltrekke seg arrangementer som er en god match med kompetansen, ressursene og identiteten som allerede finnes.

Et løft i arrangørarbeid vil kunne gi ringvirkninger langt utover arrangementsdagen: for næringsliv, reiseliv, rekruttering og omdømme. For å realisere dette potensialet anbefales det å utvikle en helhetlig og forpliktende strategi for Helgeland som arrangementsregion – med felles prioriteringer, virkemidler og verktøy.

2. Bakgrunn

Helgeland er ikke alene om å satse på arrangement som utviklingsverktøy. Innovasjon Norge har siden 2019 hatt en nasjonal arrangementsstrategi med mål om å styrke Norge som bærekraftig og attraktiv vertsnasjon for større idretts-, kultur- og næringsarrangement. Flere norske byer – blant annet Oslo, Trondheim og Bodø – har fulgt opp med egne strategier og tiltak for å tiltrekke seg flere og større arrangementer.

Helgeland er den første regionen som tar tak i dette på tvers av kommunegrenser. Denne rapporten skal kartlegge hvilke forutsetninger og muligheter som finnes lokalt, og gi et kunnskapsgrunnlag for å utvikle Helgeland som samlet arrangementsregion.

På nasjonalt nivå gjennomføres det hvert år 1 651 store arrangementer med internasjonal deltakelse. Disse skaper betydelige ringvirkninger for lokalsamfunnene som er vertskap (Visit Norway, 2024):

- **Økt aktivitet for lokale næringer:** Hoteller, restauranter og transporttjenester opplever høyere omsetning.
- **Arbeidsplasser og bolyst:** Midlertidige og langsiktige jobber skapes innen logistikk, teknisk støtte og service.
- **Styrket samhold og frivillighet:** Lokalsamfunnets deltakelse bidrar til stolthet og engasjement.
- **Synlighet og omdømme:** Regionens attraktivitet styrkes nasjonalt og internasjonalt.

Men bare 6 % av arrangementene med internasjonal deltakelse finner per i dag sted i Nordland. Dette peker på et betydelig uutnyttet potensial for regionen.

Helgeland har allerede flere etablerte arrangementer, og nye investeringer – blant annet en ny flyplass, og en storhall i Mosjøen – som gir regionen en unik mulighet til å posisjonere seg for flere og større nasjonale og internasjonale arrangement.

Hensikten med dette prosjektet er å bevise at et strategisk løft for arrangement på Helgeland kan gi store gevinster for nærings- og organisasjonslivet – og fungere som en katalysator for regional utvikling. Målet er å sannsynliggjøre at det ligger betydelig verdi i å satse strategisk på arrangement, ikke som et enkeltstående tiltak, men som en langsiktig utviklingsstrategi for Helgeland.



3. Omfang og metode

Denne rapporten er basert på både kvalitative og kvantitative metoder, og kombinerer innsikt fra ulike kilder for å gi et helhetlig bilde av Helgelands posisjon og potensial som arrangementsregion. Kartleggingen er gjort i perioden mars–juni 2025.

Omfanget omfatter hele Helgelandsregionen, med hovedvekt på kommunene med eksisterende arrangementsaktivitet og infrastruktur. Ambisjonen har vært å få frem både nåsituasjon, utfordringer og muligheter på tvers av geografi, aktørtyper og arrangementstyper – med særlig vekt på tiltak som kan bidra til verdiskaping og regional utvikling.

Geografisk omfang

Kartleggingen dekker fire hovedområder:

- **Mosjøen:** Vefsn, Grane, Hattfjelldal
 - **Mo i Rana:** Rana, Hemnes, Nesna, Lurøy, Meløy, Rødøy, Træna
 - **Sandnessjøen:** Alstahaug, Leirfjord, Dønna, Herøy
 - **Brønnøysund:** Brønnøy, Bindal, Sømna, Vega, Vevelstad
- Geografisk omfang

Metodisk tilnærming

Analysen kombinerer både kvalitative og kvantitative metoder:

- **Kvantitative data:** Hentet fra blant annet Kulturdepartementets anleggsregister, Frivillighetsregisteret og Brønnøysundregistrene. Her er det kartlagt relevante forhold som arenaer, overnatting, serveringstilbud, frivillig organisering m.m.

- **Kvalitativ innsikt:** Innhentet gjennom en rekke samtaler, møter og workshops i alle fire hovedområder, gjennomført i første halvår av 2025. Her deltok aktører fra frivilligheten, idrett, kultur, næringsliv og offentlig sektor. Dialogene ga innsikt i både kapasiteter, samarbeid, behov og ambisjoner. Innsamlet data og funn er deretter kvalitetssikret gjennom lokal forankring i samarbeid med nøkkelpersoner fra hvert område.
- **Arrangørundersøkelse:** digital spørreundersøkelse sendt til nasjonale arrangører for å kartlegge hvilke faktorer som er avgjørende i valg av arrangementsdestinasjon.
- **Caseanalyser:** Det er gjennomført ringvirkningsanalyser av utvalgte arrangementer på Helgeland (som Trænafestivalen, Bysprinten, Rootsfestivalen og Festspillene Helgeland) og sammenliknet med nasjonale eksempler (som Rakfiskfestivalen og Notodden Blues Festival) for å vise ulike nivåer av verdiskaping og overførbare suksessfaktorer.
- **Scenarioanalyse:** Basert på funnene er det gjennomført en analyse av ringvirkningspotensialet i to ulike scenarioer – ett med etablering av nye storskala arrangementer og ett med oppskalering av eksisterende tilbud.

Ved å kombinere strukturert datainn-samling med lokalkunnskap og kvalitative vurderinger, er målet å gi et realistisk bilde av Helgelands nåsituasjon og mulighetsrom – og et solid grunnlag for strategiske veivalg videre.

4. Hva kreves for et vellykket arrangement?

Et vellykket arrangement er resultatet av mange faktorer som må spille sammen – fra det strategiske til det praktiske. Basert på innspill fra aktører og erfaringer fra etablerte arrangement nasjonalt og regionalt, peker følgende elementer seg ut som avgjørende:

1. Et tydelig konsept og forankring

Et arrangement trenger en sterk idé, et klart mål og en identitet som er relevant for målgruppen. Like viktig er lokal forankring – både i form av samarbeid med lokalt næringsliv, frivillighet og kommune, og at arrangementet bygger på stedets særpreget og ressurser.

2. Profesjonell organisering og tidlig planlegging

God organisering handler om å ha tydelige roller, struktur og nok kapasitet – både før, under og etter arrangementet. Tidlig planlegging er avgjørende for å sikre alt fra booking av arenaer og artister til søknader, logistikk og bemanning.

3. Samspill mellom frivillighet, næringsliv og kommune

Et arrangement trenger flere typer bidrag – frivillig innsats, profesjonelle tjenester og offentlig tilrettelegging. Vellykkede arrangement kjenne-tegnes av godt samspill og at ingen aktører står alene med ansvaret. Forutsigbarhet, felles planlegging og felles gevinstforståelse er nøkkelfaktorer.

4. Infrastruktur og praktisk tilrettelegging

For å kunne ta imot publikum og del-takere må grunnleggende praktiske

forhold være på plass: tilstrekkelig overnatting, transportforbindelser, parkeringsmuligheter, arenaer, toalettfasiliteter, strøm og sikkerhet. Jo mer komplekst eller stort arrangementet er, desto viktigere blir dette.

5. Synlighet og mobilisering

Selv et godt gjennomført arrangement blir lite verdt hvis ingen vet om det. Derfor er markedsføring, kommunikasjon og synlighet avgjørende – både for å tiltrekke publikum, bygge profil og sikre at verdiskapingen faktisk skjer. Arrangører etterspør ofte støtte til synlighet og innholdsproduksjon, særlig for å nå nasjonale målgrupper.

6. Bærekraft og langsiktighet

Flere nasjonale og internasjonale arrangører stiller i dag krav til bærekraft – både miljømessig, sosialt og økonomisk. Dette er krav som trolig også vil skjerpes ytterligere i fremtiden. Et arrangement som tar hensyn til ressursbruk, inkluderer lokale aktører og bidrar til langvarig verdi, står sterkere i konkurransen om oppmerksomhet, samarbeid og støtte.

Å skape et vellykket arrangement handler ikke bare om god gjennomføring – det handler om strukturene rundt. Skal Helgeland lykkes som arrangementsregion, trengs det mer enn enkeltstående initiativ. Det må finnes en felles og forankret strategi som frivillighet, næringsliv og kommuner kan jobbe etter sammen, over tid. Når ambisjonene er store, må innsatsen være samordnet.

5. Status og arrangementskart

Infrastruktur og fasiliteter

Helgeland har en grunnleggende infrastruktur som gjør regionen egnet for arrangementer i ulike størrelser og sjangre, men variasjonen mellom områdene er stor. Regionen har per i dag over 1400 registrerte anlegg for idrett og kultur, med Mo i Rana som det mest utbygde området. Flere steder har flerbukshaller, samfunnshus og utendørsarenaer som brukes til alt fra festivaler til idrettsarrangement. En del arenaer er moderne og tilrettelagt for profesjonell bruk, mens andre har behov for oppgradering eller midlertidige tilpasninger ved større arrangement.

Når det gjelder overnatting, finnes det rundt 190 registrerte overnattingssteder i regionen, fordelt på hoteller, campingplasser, rorbuer og gjestehus. Også her er kapasiteten ujevnt fordelt: Mo i Rana har størst kapasitet, mens Mosjøen og Brønnøysund har klart færre senger, og opplever raskt kapasitetsutfordringer ved større arrangement. I sommerhalvåret er campingplasser, bobilplasser og gjestehavner viktige supplement, og i flere områder oppleves dette som en avgjørende ressurs.

Transportmessig har Helgeland styrker som ikke er like kjent nasjonalt. Regionen har flyplasser i Mo i Rana,

Mosjøen, Sandnessjøen og Brønnøysund, og byggingen av ny storflyplass i Mo i Rana vil gi økt kapasitet og nye muligheter for internasjonal tilgjengelighet. I tillegg finnes et velfungerende nettverk av jernbane, hurtigbåt, ferge og vei som binder regionen sammen, selv om lange avstander og værforhold krever god planlegging ved store arrangement.

Samtidig er det verdt å merke seg at reiseavstand ikke nødvendigvis er en svakhet. Flere av Helgelands konkurrenter som arrangementsdestinasjoner – som Lofoten og Rosendal – er nettopp attraktive fordi de gir følelsen av å være "utenfor allfarvei". For arrangører som ønsker å tilby en sterk naturopplevelse, tilstedeværelse og avkobling fra bymiljø, kan Helgelands plassering være en styrke snarere enn en utfordring.

Samlet sett gir Helgelands infrastruktur et solid utgangspunkt for videre utvikling som arrangementsregion. For mellomstore arrangementer er kapasiteten ofte tilstrekkelig, men for storskala arrangement må det i flere tilfeller tenkes kreativt – enten i form av midlertidige løsninger, nabohep eller oppskalering av eksisterende infrastruktur. Den pågående utviklingen av anlegg og flyplass er i så måte et mulighetsvindu for Helgeland.

Område	Anlegg og arenaer	Overnatting	Transport
Mo i Rana	Størst kapasitet og størst mangfold av anlegg. Ny storhall under bygging.	Hotellkapasitet og variasjon. Også camping og rorbuer.	E6, jernbane, flyplass (ny storflyplass under bygging)
Mosjøen	Flere haller og uteanlegg, kulturhus	Begrenset hotellkapasitet. Camping og private tilbud.	E6, jernbane, flyplass
Brønnøysund	Noen idretts- og kulturarenaer	Lav hotellkapasitet. Bobil og gjestehavn viktige.	Flyplass, hurtigbåt, ferge, lokal vei
Sandnessjøen	Kombinasjon av kultur- og idrettsarenaer	Moderat overnattingskapasitet.	Flyplass, hurtigbåt, ferge, regional vei

Kompetanse og frivillighet

Helgeland har en sterk frivillighetskultur som utgjør en sentral bærebjelke i gjennomføringen av arrangementer. Innen både idrett og kultur er det høy lokal deltakelse, med lag og foreninger som har erfaring fra alt fra små turneringer og festivaler til større arrangementer med flere tusen deltakere. Mange steder fungerer frivillige som alt fra teknisk personell og vakter til matservering og produksjonsstøtte.

Samtidig peker lokale aktører på at mye av denne kompetansen er sårbar og personavhengig. Mange miljøer er drevet av ildsjeler, og kontinuiteten i kompetansebæringen er ofte uformell og ikke dokumentert. Dette skaper en risiko for at erfaring forsvinner dersom enkeltpersoner trekker seg tilbake. Behovet for rekruttering, opplæring og systematisering av erfaring og kompetanse løftes derfor som en viktig forutsetning for å kunne vokse som arrangementsregion.

På profesjonelt nivå finnes det arrangørkompetanse i ulike miljøer – særlig i Mo i Rana, der både kulturhus, festivaler og idrettslag har erfaring med større gjennomføringer. Flere kommuner har ansatte med arrangementsrelaterte oppgaver, men det er i liten grad etablert dedikerte funksjoner med helhetlig arrangementsansvar på tvers av sektorer. Også innen næringslivet finnes det erfaring, særlig knyttet til sponing og arrangementsstøtte, men dette er sjelden systematisert som del av en regional kompetansebase.

Det er tydelig potensial for å utvikle og styrke regionens arrangementskompetanse – både gjennom deling av erfaringer, samordning av ressurser og etablering av strukturer for læring og støtte. Dette kan være i form av regionale nettverk, workshops, felles verktøykasse eller opplæringspakker for frivillige og arrangører.

5.1 Dagens arrangementer

Helgeland har en levende arrangementskultur med en rekke etablerte arrangementer innen kultur, idrett og næringsliv. Aktiviteten varierer i størrelse og type, men gir et solid utgangspunkt for videre utvikling. I løpet av 99 dager i 2022 arrangerte åtte festivaler 260 arrangementer, med en samlet omsetning på 53 millioner kroner – noe som vitner om både høy aktivitet og betydelig økonomisk effekt i regionen.

Blant disse festivalene er **Træna-festivalen**. Festivalen er det mest profilerte arrangementet vi finner på Helgeland, som har stor nasjonal og delvis internasjonal anerkjennelse. Festivalen kombinerer kultur, natur og reiseliv, og er et godt eksempel på hvordan små steder kan tiltrekke seg stort publikum gjennom tydelig identitet og sterk organisering. Andre sentrale kulturarrangementer inkluderer **Verket Musikkfestival** i Mo i Rana, **Vinterlysfestivalen**, **Havnafestivalen** i Sandnessjøen og lokale kulturuker som trekker publikum fra hele regionen.

Idrettsarenaen preges av solide miljøer innen håndball, ski, fotball og friidrett. Mosjøen og Mo i Rana har arrangert både turneringer og mesterskap på regionalt nivå, mens mindre steder ofte står bak barneturneringer og lokale cuper. Det finnes også mindre, men veldrevne multisport-arrangementer og lavterskelaktiviteter som samler både utøvere og frivillige på tvers av generasjoner.

Innen næringsliv og politikk finnes også etablerte møteplasser, som **Helgelandskonferansen**, lokale næringslivsdager og bransjetreff. Disse har gjerne kommunal eller regional støtte, men organiseres i ulik grad profesjonelt.

Felles for mange av arrangementene er at de i stor grad er basert på frivillig innsats, og at kapasitet og ressursbruk må tilpasses tilgjengelig infrastruktur og organisasjonskraft. Samtidig viser gjennomføringene en betydelig evne til samhandling, dugnad og lokal stolthet.

I sum viser dagens arrangementsbilde en region med betydelig aktivitet og gjennomføringsevne – men der mange miljøer fortsatt opererer isolert og uten helhetlige strukturer for kompetansedeling, utvikling og støtte. Det finnes imidlertid gode initiativ som peker i retning av mer samarbeid – blant annet Festivalnettverket på Helgeland, som samler flere kulturfestivaler i regionen med mål om å styrke kompetanse og samarbeid. Dette viser at samarbeid fungerer når det struktureres godt, og nettverket kan videreutvikles som en ressurs for kulturarrangementer.

For andre typer arrangementer, som idrett og frivillige initiativ, finnes det i dag i mindre grad tilsvarende strukturer.

Her ligger det et potensial for å etablere lignende arenaer for samarbeid og kompetansedeling. Et sterkere og mer helhetlig regionalt rammeverk, bygd på slike initiativ, vil kunne løfte eksisterende arrangementer og legge til rette for flere og større satsinger i fremtiden.

5.2 Arrangementspotensial per område

Gjennom arbeidet så langt fremstår det tydelig at Helgeland har både variasjon og kvalitet i sine forutsetninger for arrangementer – men også at potensialet er ulikt fordelt og knyttet til ulike typer arrangement.

Innen **kultur- og opplevelsesbaserte arrangementer** finnes det flere steder med tydelig identitet og attraktive omgivelser, som Træna, Sandnessjøen og Brønnøysund. Her ligger muligheter knyttet til natur, kystkultur og reiseliv. Kombinasjonen av unik ramme og sterke lokalsamfunn gjør at slike steder kan tiltrekke seg både nasjonale og internasjonale aktører – forutsatt god planlegging, infrastruktur og vertskap.

For **idrettsarrangementer og breddeidrett** peker særlig Mo i Rana og Mosjøen seg ut som relevante arenaer. Med større haller, idrettsanlegg og aktivt foreningsliv finnes det kapasitet og erfaring til å gjennomføre alt fra barne-cup og lavterskeltilbud til større turneringer og mesterskap. Her ligger også et uutnyttet potensial i å styrke koblingen mellom idrett, reiseliv og samfunnsliv.

Når det gjelder **konferanser og næringslivsarrangementer**, kan flere områder spille en rolle. Brønnøysund har allerede erfaring med statlige og næringslivsrettede møter og seminarer, og Mo i Rana har logistiske og kapasitetsmessige fortrinn – som vil forsterkes ytterligere når den nye flyplassen står klar. Disse områdene har potensial til å være vertskap for regionale og nasjonale møteplasser innen industri, energi, digitalisering og grønn omstilling.

For større, sammensatte eller **tverregionale arrangementer** er det åpenbart at Helgeland som helhet må spille sammen. Ingen enkeltkommune har i dag kapasitet til å håndtere de største arrangementene alene, men i kombinasjon – og med god koordinering – finnes både fasiliteter, kompetanse og infrastruktur. For å kunne ta ut dette potensialet vil det kreves et tydeligere system for samarbeid, ressursdeling og felles prioritering.

I sum er det grunnlag for å hevde at Helgeland har et betydelig arrangementspotensial – men at realiseringen av dette fordrer felles retning, strategisk forankring og strukturert videre arbeid. Behovet for en helhetlig strategi som samler og utvikler regionens styrker fremstår derfor som en naturlig del av arbeidet.

6. Hva arrangører ser etter i en destinasjon

Basert på vår egen arrangørundersøkelse og samtaler med arrangører, ser vi noen tydelige felles trekk blant arrangement som lykkes – uavhengig av type, størrelse og sted. Kapittelet synliggjør hvilke rammebetingelser, holdninger og samarbeidsformer som kjennetegner de mest attraktive arrangørdestinasjonene – og hvordan Helgeland kan møte disse forventningene.

Når arrangører vurderer hvor de skal legge et arrangement, ser de først og fremst etter praktiske og samarbeidmessige forutsetninger. Gode arenaer og infrastruktur er viktige, men undersøkelsen viser at samarbeid med kommunen og et støttende lokalmiljø veier like tungt. Respondentene fremhever særlig:

- lav terskel for å få til ting
- velvillige kommuner og lokale støttespillere
- fleksible og egnede arenaer
- tilgjengelig overnatting og transport
- mulighet for aktivitet og liv rundt arrangementet

Én arrangør oppsummerer det slik: *“Det må være enkelt å få til noe. Godt samarbeid med kommunen og folk som legger til rette betyr alt.”*

Enkelhet, vilje og lokalt engasjement er dermed ofte viktigere enn størrelse og kapasitet alene.

For å lykkes med å tiltrekke seg store og profesjonelle arrangementer, må Helgeland møte forventningene arrangører har til vertsdestinasjoner. I vår undersøkelse blant arrangører peker flere på at opplevelsen må være helhetlig – fra praktisk logistikk og lokal støtte til identitet og innhold. I tillegg viser internasjonal research en tydelig utvikling mot mer profesjonelle, bærekraftige og teknologisk støttede arrangørprosesser. Dette kapittelet oppsummerer hva arrangører vektlegger i valg av destinasjon – og hvordan Helgeland kan møte disse forventningene.

6.1 Arrangørenes krav og forventninger

- 1. Forutsigbar økonomi og fleksibel kapasitet.** Kostnader er fortsatt den største utfordringen for mange arrangører. Destinasjoner med lavere prisenivå og forutsigbare budsjettammer, spesielt i skuldresesong, fremstår derfor som attraktive. Dette gir Helgeland et potensielt konkurransefortrinn. Samtidig må kapasitet kunne skaleres ved behov – arrangører etterspør fleksible løsninger for overnatting, arenaer og logistikk.
- 2. Bærekraft som knockout-kriterium.** Stadig flere arrangører benytter GDS Index eller lignende verktøy for å vurdere bærekraft i vurderingsfasen. Destinasjoner med tydelige og dokumenterte bærekraftsmål får et fortrinn. Helgeland har allerede natur og industriell omstilling som styrker dette bildet, men regionen er per i dag ikke registrert i GDS Index – en "quick win" som kan utløse større interesse blant profesjonelle aktører og samarbeidspartnere.
- 3. Helhetlig vertskap og lokal identitet.** Opplevelsen utenfor selve arrangementet er avgjørende. Arrangørene ser etter steder med tydelig karakter – enten det er natur, kultur, mat eller historie – og som kan tilby helhetlige pakker for deltakere og ledsagere. Her har Helgeland et stort fortrinn gjennom sin kyst- og fjellnatur, spennende historier og særegne lokalsamfunn – men regionen mangler et samlet vertskapsløfte.
- 4. Teknologi og innovasjon.** Enkel tilgang til digitale løsninger – som bestillingsverktøy, hybride møteformer og teknologistøtte – blir i økende grad en forventning blant profesjonelle arrangører. Det gjelder også destinasjonens evne til å tilby digitale verktøy som gjør planlegging og kommunikasjon mer effektiv. Helgeland har god teknologisk infrastruktur i byene, men mangler en samlet oversikt over hva regionen kan tilby, fra overnatting og arenaer til transport og tjenester.
- 5. Lokalt partnernettverk og støtteapparat.** Et profesjonelt og koordinert støtteapparat er avgjørende for å tiltrekke seg større og mer komplekse arrangementer. Internasjonalt er det vanlig at arrangører involverer destinasjonspartnere tidlig i prosessen, både for oversikt over logistikk og for å kartlegge muligheter og støtteordninger. På Helgeland er Visit Helgeland en viktig og etablert aktør som markedsfører regionen og koordinerer reiselivstilbudet. Samtidig peker funnene i denne rapporten på et behov for å styrke og spisse arbeidet mot arrangementer spesielt – både gjennom rådgivning, tilrettelegging og koordinering på tvers av kommuner og bransjer. Flere arrangører etterlyser en tydelig førstelinje som kan bistå med praktisk informasjon, koble på relevante aktører og bidra til profesjonell gjennomføring.
- 6. Samarbeid, tillit og gjennomføringsevne.** Flere respondenter i vår undersøkelse trakk frem "godt samarbeid og lokal velvilje" som en viktig forutsetning. Det handler om tillit, ryddige prosesser og tydelig ansvar: at det finnes en aktør eller et apparat som følger opp og sikrer kontinuitet. Dette er ofte det som skiller etablerte arrangementsdestinasjoner fra steder som lykkes med enkeltstående initiativ, men ikke klarer å bygge videre.

6.2 Hva betyr dette for Helgeland?

Kriterium	Styrker i dag	Gap / Mulighet
Kostnad & kapasitet	Moderat prisnivå og god kapasitet utenom høysesong (skuldersesong).	Ujevn fordeling av senger og overnattingssteder. Behov for midlertidige løsninger.
Bærekraft	Ren natur, grønn industri og lokal bevissthet.	Mangler GDS Index-score – en rask og synlig "quick win" for regionen.
Destinasjonsprofil	Unik kyst- og fjellnatur, sterke fortellinger om fiskeri, energi og industri.	Mangler et samlet og tydelig vertskapsløfte. Må pakkes som helhetlig opplevelse.
Teknologi & nettverk	Innovasjonsvilje og 5G-dekning i byene.	Mangler felles "one-stop-shop" og digitale planleggingsverktøy for arrangører.
Partnerkompetanse	Visit Helgeland som etablert reiselivsaktør, samt høy frivillighet og erfaring fra festivaler.	Behov for å styrke og spisse arbeidet med profesjonell arrangementsstøtte.

Hva Helgeland må levere på

Attraktive arrangementsdestinasjoner kjennetegnes **forutsigbare kostnader, fleksibel kapasitet, bærekraftig profil og en tydelig destinasjonsfortelling**. De som lykkes, tilbyr i tillegg teknologi og praktiske løsninger som forenkler planleggingen, samt et profesjonelt støtteapparat som gjør terskelen lavere for både nye og etablerte arrangører. Denne kunnskapen setter rammen for de valgkriteriene Helgeland må levere best på for å tiltrekke riktige arrangementer – de som gir varige ringvirkninger og bygger videre på regionens eksisterende styrker.



7. Barrierer og utfordringer

Helgeland har et tydelig potensial som arrangementsregion, men møter også felles og strukturelle utfordringer som må løses for å realisere mulighetene fullt ut.

Geografi og avstander er en grunnleggende barriere. Regionen er vidstrakt, og selv mellom sentrale byer kan det være to timers reise. Øykommunene er avhengige av ferge og hurtigbåt, og arrangementer krever derfor nøye logistikkplanlegging for at deltakere og publikum enkelt skal kunne forflytte seg i regionen. Dette er særlig krevende ved flerstedsarrangementer eller når tilreisende kommer utenfra.

Vær og sesongvariasjoner utgjør en praktisk utfordring, spesielt i kystområdene. Helgelands klima stiller krav til backup-planer, fleksible løsninger og robuste innendørsfasiliteter – særlig utenfor sommermånedene. For vinterarrangementer må både mørketid, kulde og logistikk håndteres på en profesjonell måte.

Kapasitetsbegrensninger er en sentral utfordring i flere områder, særlig når det gjelder overnatting, servering og arenaer. Mo i Rana har størst kapasitet og kan håndtere større publikum, mens steder som Brønnøysund og Mosjøen raskt når taket for samtidige besøkende. Flere kommuner har kun én større hotellaktør og få spisesteder. Ved større arrangementer er det derfor behov for midlertidige løsninger, regional samhandling eller bruk av nabokommuner.

Synlighet og omdømme er også en barriere. Helgeland er ikke kjent nasjonalt som arrangementsdestinasjon, og konkurrerer med etablerte steder som Oslo, Bergen og Lofoten. Mangelen på tydelig posisjonering og suksesshistorier gjør at arrangører kan overse regionen som alternativ, selv når den har kvalitene som kreves. Proaktiv markedsføring og vertskapstilbud vil være viktig for å endre dette bildet.

Fragmentering og manglende koordinering svekker regionens gjennomslagskraft. Helgeland består av 18 kommuner, og de fire hovedområdene opererer ofte parallelt. Uten en felles strategi risikerer man dobbeltarbeid, konkurranse om arrangementer og svak ressursutnyttelse. Mange lokale arrangører savner en regional allianse eller støttefunksjon for kompetanse, planlegging og drift. Også kommunale støtteprosesser – som skjenkebevilling, renovasjon eller bruk av offentlig rom – oppleves i dag som lite forutsigbare og tungroddede i enkelte områder.

8. Gap-analyse

Fra spredt aktivitet til felles løft: Ambisjonene som må realiseres

For å kunne ta ut sitt fulle potensial som arrangementsregion må Helgeland kunne tiltrekke, støtte og utvikle arrangementer som ikke bare passer inn i regionens fysiske og organisatoriske rammer, men som også forsterker det Helgeland allerede er god på.

Målet bør ikke være å tiltrekke flest mulig arrangementer uansett type, men å bygge en sterk posisjon basert på arrangementer som forsterker regionens egne fortrinn. Det betyr å utvikle et system som evner å identifisere og tiltrekke arrangementer som:

- bygger på eksisterende kompetanse, næringsmiljø og kulturaktiviteter,
- skaper varige ringvirkninger og utvikling – ikke bare enkeltstående arrangement,
- styrker Helgelands egenart og omdømme nasjonalt og internasjonalt,
- og som på sikt gjør regionen i stand til å være vertskap for ett eller flere store, profilerte arrangementer.

Dette krever ikke nødvendigvis en dramatisk utvidelse av kapasitet, men en strategisk og koordinert utvikling av miljøer, verktøy, posisjonering og prioriteringer. Gap-analysen nedenfor vurderer hvordan Helgelands nåsituasjon samsvarer med denne ambisjonen – og hva som mangler for å realisere den.

1. Kapasitet og fleksibilitet: Gap mellom ønsket vertskapsrolle og faktisk bæreevne

Ambisjon: Helgeland skal kunne være vertskap for arrangementer som matcher regionens styrker og særpreg – inkludert minst ett stort, profilerende arrangement. For å få dette til, må det finnes forutsigbar kapasitet i arenaer, overnatting og logistikk – og fleksibilitet nok til å håndtere variasjon i størrelse og format.

Nåsituasjon: Kapasiteten er ujevnt fordelt. Mo i Rana har betydelig bæreevne, mens andre områder når raskt sine grenser. Mange arenaer er ikke dimensjonert for mer enn lokal bruk, og overnattingstilbudet er sårbart – særlig i høysesong.

Gap: Regionens samlede bæreevne er i dag ikke tilstrekkelig for å være et attraktivt valg for større aktører. Gapet ligger ikke nødvendigvis i antall hoteller eller bygg alene, men i manglende forutsigbarhet, fleksibilitet og felles oversikt over tilgjengelige løsninger.

2. Organisering og støtte: Gap mellom behovet for profesjonalisering og dagens ressursmiljøer

Ambisjon: Helgeland skal kunne tilby forutsigbare og tilgjengelige støttefunksjoner for både frivillige og profesjonelle arrangører – slik at erfaring beholdes, kompetanse bygges, og nye aktører lykkes.

Nåsituasjon: Kompetansen og erfaringen finnes – men den er personavhengig, lite dokumentert og i stor grad uten struktur. Mange arrangører starter fra bunnen hver gang. Det finnes ikke verktøykasser, malverk, rådgivningsressurser eller opplæringspakker på tvers.

Gap: Uten formalisering og støtte risikerer regionen stagnasjon og utfall. Gapet handler ikke om vilje, men om system: strukturene for å løfte og beholde arrangørkompetanse mangler.

3. Koordinering og samspill: Gap mellom ønsket felles løft og reell fragmentering

Ambisjon: Helgeland skal opptre som en koordinert og samhandlende region, der miljøer spiller hverandre gode og fremstår som én helhet for eksterne aktører.

Nåsituasjon: Kommuner, arrangører og næringsliv jobber i hovedsak parallelt og/eller isolert. Foruten Festivalnettverket, finnes det ingen regional arrangementsallianse eller plattform for koordinering, deling eller felles planlegging.

Gap: Uten samordning risikerer regionen overlapp, konkurranse og tapte stor driftsfordeler. Gapet er i dag både organisatorisk og kulturelt – og kan bare lukkes gjennom strategisk samarbeid.

4. Profil og posisjon: Gap mellom ambisjon om synlighet og faktisk gjennomslag

Ambisjon: Helgeland skal være synlig og attraktiv som arrangementsdestinasjon, med et tydelig vertskapsløfte og en tydelig profil som skiller regionen fra alternativer.

Nåsituasjon: Regionen er kjent for natur og opplevelser, men ikke som arrangementsdestinasjon. Det finnes få profilerte arrangementer med nasjonal gjennomslagskraft, og regionen fremstår utydelig for mange potensielle arrangører.

Gap: Helgeland konkurrerer med mer etablerte merkevarer uten å ha bygget en egen. Det finnes i dag ingen felles synliggjøringsstrategi, verken digitalt, i bransjenettverk eller via kampanjer.

9. Ringvirkninger

– mer enn arrangementet i seg selv

9.1 Arrangementer som utviklingsverktøy: Hva slags ringvirkninger snakker vi om?

Arrangementer er ikke bare aktiviteter i seg selv – de skaper verdier langt utover det som skjer på arrangementsdagen. I et regionalt utviklingsperspektiv kan arrangementer bidra til:

- **Økt økonomisk aktivitet:** Gjennom overnatting, servering, transport og handel, både under og i forkant av arrangementet.
- **Stedsutvikling og attraktivitet:** Ved å styrke identitet og stolthet, bidra til utvikling av byrom, arenaer og infrastruktur.
- **Nettverk og samarbeid:** Gjennom møteplasser på tvers av frivillighet, næringsliv og offentlig sektor.
- **Rekruttering og befolkningsutvikling:** Særlig der arrangementer gjør lokalsamfunn mer synlige og attraktive for unge, tilflyttere og investorer.
- **Kompetanse og profesjonalitet:** Der planlegging, gjennomføring og evaluering gir læring og erfaringsoverføring mellom aktører.

Disse effektene er godt dokumentert i forskningslitteratur og fremheves også i nasjonale strategier for kultur- og reiselivsnæringene.

→ Referanser og metodisk grunnlag utdypes i vedlegg 1.

9.2 Hva har vi sett i Helgeland?

Kartleggingen viser at Helgeland allerede har erfaring med arrangementer som har skapt positive ringvirkninger – men i hovedsak som følge av lokalt engasjement og enkeltinitiativ. Blant gjennomgående tendenser fra caser og samtaler med aktører er:

Trænafestivalen: Trænafestivalen er et av de mest profilerte arrangementene på Helgeland og har utviklet seg til en nasjonalt og internasjonalt anerkjent festival med betydelige ringvirkninger. Hvert år trekker festivalen over 5 000 besøkende fra hele Norge og utlandet, og har blitt en viktig drivkraft for både reiselivsutvikling, kulturnæring og lokal identitet. Festivalen har hatt betydelige ringvirkninger for lokalsamfunnet – både økonomisk, sosialt og kulturelt.

Et unikt aspekt ved Trænafestivalen er hvordan overskuddet fra arrangementet kanaliseres tilbake til lokalsamfunnet gjennom et eget kulturfond. Midlene fra fondet går til samfunnsbyggende tiltak som oppussing, drenering av grøfter, bygging av flytebrygger og toalettfasiliteter, samt lekeapparater til barn. Siden oppstarten har festivalen delt ut over 4 millioner kroner til slike prosjekter, og har blant annet bidratt til at øya har fått eget basseng, nye bryggeanlegg og at ungdomsskoleelever har kunnet delta på reiser med de hvite bussene.

Verket-festivalen og VM i snøscooter-drag: Begge arrangement i Mo i Rana har vist hvordan store publikumsarrangement kan forenes med næringsprofil og gi både økonomisk og omdømmemessig gevinst. De aktiverer lokal kompetanse og har koblinger til eksisterende næringsliv.

Rootsfestivalen i Brønnøysund: Roots-festivalen er Helgelands største kulturarrangement og et sentralt sommeranker for Brønnøysund – både som kulturbegivenhet og som motor for lokal verdiskaping. Festivalen tiltrekker seg over 10 000 deltakere årlig, og fyller byen med tilreisende publikum, artister og støtteapparat. Dette skaper en merkbar økning i turisme og synliggjør Brønnøysund som en levende og attraktiv kulturby.

Ringvirkningene for lokalt næringsliv er betydelige, spesielt innen hotell, servering og handel. Festivalen genererer omsetning i titalls millionklassen, og i 2023 satte den ny rekord med rundt 12 millioner kroner i total omsetning. Artistbudsjettet nærmer seg 4 millioner kroner, noe som understreker arrangementets profesjonelle nivå og tiltrekningskraft.

Over 250 frivillige bidrar hvert år til gjennomføringen, noe som skaper eierskap og engasjement i lokalsamfunnet. Festivalen fungerer også som en viktig møteplass, og kvalitative studier viser at publikum opplever høy sosial verdi knyttet til fellesskap, samhold og lokal identitet.

Oppsummert viser casene at Helgeland har sterke, godt etablerte arrangementer som skaper betydelige økonomiske, sosiale og kulturelle ringvirkninger for lokalsamfunnene, og som bidrar til både omdømmebygging og lokal verdiskaping. Samtidig peker mange aktører på at ringvirkningene i dag avhenger sterkt av enkeltpersoners initiativ, og at man ofte "starter på nytt" hvert år, uten systematikk i erfaringsdeling, analyse eller strategisk videreutvikling.

→ Utfyllende casebeskrivelser og intervjuer er samlet i vedlegg 2.

9.3 Scenarioer: Hva kan ringvirkningene bli hvis Helgeland lykkes?

Basert på eksisterende erfaringer og regionale forutsetninger, kan man skissere to overordnede scenarier for ringvirkninger ved et løft i arrangementsarbeidet:

Scenario A: Gradvis utvikling og styrking av eksisterende arrangement

- Flere av dagens arrangementer styrkes og profesjonaliseres.
- Regionale nettverk etableres og fasiliteter utnyttes mer helhetlig.
- Kompetanse og erfaring beholdes og deles.
- Estimert økonomisk effekt: Ekstra årlig omsetning på 15–25 millioner NOK i regionen (basert på vekst i antall overnattinger, forbruk og logistikk).

Scenario B: Én eller flere store, strategiske satsinger

- Helgeland lykkes i å tiltrekke seg ett nasjonalt eller internasjonalt arrangement med høy synlighet og stor tilstrømning.
- Tiltaket bygger på lokal kompetanse (f.eks. arktisk teknologi, reiseliv, energi, sjømat).
- Regionens profil som arrangementsdestinasjon styrkes betydelig.
- Estimert totalverdi over 2–3 år: 60–100 millioner NOK i regional omsetning og verdi, med langtidseffekt på stedprofil og investeringstiltrekning

Disse beregningene er konservative og bygger på eksempler fra sammenlignbare steder (ref. Menon 2020, se vedlegg 1).

9.4 Oppsummering: Ringvirkninger krever retning

Det finnes allerede dokumenterte ringvirkninger fra arrangementer på Helgeland. Men skal disse utvikles og skaleres, må man gå fra enkeltinitiativ til felles løft. Det er først når regionen begynner å jobbe strategisk og koordinert for å utvikle sin vertskapsrolle at ringvirkningene kan bli strukturelle, vedvarende og regionbyggende.

10. Veien videre: behov for strategi og samarbeid

Kartleggingen og analysen i denne rapporten viser at Helgeland har et betydelig potensial som arrangementsregion – og at det allerede finnes erfaring, vilje og aktivitet å bygge videre på. Samtidig er dagens innsats preget av fragmentering, ulik tilgang på ressurser og mangel på en felles retning.

For å realisere målet om å gjøre Helgeland til en strategisk og konkurransedyktig arrangementsdestinasjon, trengs en helhetlig og målrettet strategi. Målet bør ikke være flest mulig arrangementer, men de riktige – som styrker regionens profil, bygger videre på lokale fortrinn og gir varige ringvirkninger.

Anbefalte neste steg:

- 1. Utvikle en helhetlig arrangementsstrategi for Helgeland**, i nært samarbeid mellom kommuner, arrangørmiljøer, næringsliv og reiseliv. Strategien bør omfatte:
 - Felles prioriteringer og tematiske satsingsområder
 - Vertskapsprofil og markedsposisjon
 - Kompetanseutvikling og støtteapparat
 - Samordning av infrastruktur og kapasitet
- 2. Etablere en regional koordineringssplattform eller allianse**, som kan styrke samhandling, hindre overlapp og legge til rette for felles utviklingssløft.
- 3. Videreutvikle kunnskapsgrunnlaget**, blant annet gjennom:
 - Dokumentasjon av ringvirkninger
 - Innhenting av beste praksis fra sammenlignbare regioner
- 4. Identifisere og utvikle strategiske spydspiss-arrangementer**, som kan løfte Helgelands synlighet og fungere som motorer for videre utvikling.

Det neste, avgjørende steget er å bevege seg fra innsikt til handling – i fellesskap.

Kildeliste

- 1. Innovasjon Norge (2019):** Nasjonal arrangementsstrategi 2020–2030 – Norge som bærekraftig og innovativt arrangørland. <https://www.innovasjon norge.no/verktoy/nasjonal-arrangementsstrategi>
- 2. Oslo kommune (2019):** Strategi for utendørs arrangementer i Oslo (Byrådssak 37/19). <https://www.oslo.kommune.no/politikk/byradet/byradssaker/strategi-for-utendørs-arrangementer-i-oslo>
- 3. Trondheim kommune (2021):** Kulturstrategi for Trondheim 2021–2033, vedtatt i Bystyret 25.03.2021. Strategien inneholder eget kapittel om behovet for arrangementsstrategi. <https://www.trondheim.kommune.no/kulturstrategi>
- 4. Bodø2024 / Bodø kommune:** Kulturhovedstadssatsing og utvikling av arrangørkompetanse i Bodø, omtalt i flere deler av programarbeidet for Bodø2024. Se f.eks. Bodø2024: <https://bodo2024.no>