

Arrangementspotensial i Helgelandregionen

VEDLEGG

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



For å få en bedre forståelse av hvilken betydning ulike typer arrangementer har for lokalsamfunnene på Helgeland, er det gjennomført en ringvirkningsanalyse av de største etablerte arrangementene per område i regionen. I tillegg er det sett nærmere på arrangementer med utviklingspotensial, der styrket satsing kan gi ytterligere verdiskaping. Analysen gir innsikt i både dagens økonomiske og samfunnsmessige effekter, og viser samtidig hvilket potensial som ligger i å videreutvikle arrangementene som allerede finnes.

Mo i Rana

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. Festivalen trekker hvert år over 5000 deltakere fra hele Norge og utlandet, og har vært en viktig driver for både økonomisk vekst, reiselivsutvikling og kulturnæring i regionen.

Reisen til Træna, som kun er tilgjengelig med båt, er gjort til en del av opplevelsen, og festivalen samarbeider tett med lokale aktører innen overnatting, transport, matproduksjon og historiefortelling. Det er etablert strategiske partnerskap med Helgeland Regionråd og reiselivsorganisasjoner.

Festivalen har også satt fokus på matkultur, med egne sjømatretter utviklet for anledningen, i samarbeid med aktører i sjømatnæringen. I tillegg har Trænafestivalen engasjert seg i kulturell utvikling, særlig rettet mot ungdom og grasrotmiljøer, og er initiativtaker til Helgeland Musikkfestival Nettverk – et samarbeid mellom festivaler for å styrke kompetanse og profesjonalisering.

Trænafestivalen har bidratt til at Trænas image som festivalsted har et godt omdømme i landsdelen, nasjonalt, men også internasjonalt.

Ringvirkninger

- Overskuddet fra festivalen går inn i et kulturfond og pengene fra fondet deles ut til samfunnsbyggende prosjekter:
 - Oppussing
 - Drenering av grøfter
 - Bygging av flytebrygger, og toaletter
 - Klatrestativ til barn

(<https://www.trena.net/om-oss>)

(<https://musikk.deichman.no/2023/04/12/ikke-vekk-meg-det-er-traenafestival/>)

- Siden oppstarten har Trænafestivalen delt ut over **4 millioner kroner** og vært bidragsyter til bl.a. **at øya har fått basseng**, flytebrygger og at **ungdomsskoleelever fikk reist med de hvite bussene**. (<https://www.trena.net/om-oss>)
- Styrket lokal identitet og stolthet
- I distriktsmeldingen Levende lokalsamfunn for fremtiden fremheves den typen steds kvaliteter som festivalen representerer – kultur, natur og unike opplevelser – som et virkemiddel for å trekke folk og skape utvikling i distriktene.

Utviklingspotensial: Hemnesejazz

Veletablert jazzfestival på Hemnesberget, kjent som en av Norges mest intime og hyggelige jazzfestivaler. Festivalen arrangeres årlig over tre dager i begynnelsen av august og drives av klubben Hemnesjazz, som har over 30 års erfaring i jazzens tjeneste.

Muligheter for videreutvikling:

- **Utvidelse og profesjonalisering av festivalen**
 - Flere dager eller arenaer: En utvidelse fra tre til fire eller fem dager kan gi plass til flere artister og en bredere programprofil (f.eks. jazz og elektronika, jazz og visekunst).
 - Satse mer på unge talenter: En egen arena eller dag viet unge norske (og internasjonale) jazzmusikere, gjerne i samarbeid med musikkutdanninger (f.eks. UiT, NTNU).
- **Internasjonal og nasjonal profilering**
 - Samarbeid med festivaler i naboland (f.eks. Sverige og Finland) for turnéutveksling og felles promotering mot det europeiske markedet.
 - Styrket tilstedeværelse i media og på digitale flater – med livestreaming, podkast-serier og samarbeid med NRK/jazzbloggere.
- **Kobling til regional utvikling og nye investeringer**
 - Som del av et større strategisk løft kan Hemnesjazz bli brukt til å vise fram regionens kulturtilbud overfor nye investorer, næringsliv og tilflyttere.
 - Helårsaktivitet: Samarbeid med reiseliv og kommunen for å utvikle jazz-basert kulturturisme – med vinterjazz, tematurer og jazzcruise på fjorden?

Mosjøen

Bysprinten

Bysprinten i Mosjøen er et unikt bynært langrennsevent som trekker både nasjonale topputøvere og et stort publikum til sentrumsgatene i Mosjøen hver vår. Arrangementet kombinerer idrettsglede med lokal folkefest og har etablert seg som en viktig del av arrangementsporteføljen på Helgeland.

Ringvirkninger

Som et stort idrettsarrangement med nasjonal og internasjonal TV-dekning gir Bysprinten Mosjøen og Helgeland betydelige markedsføringsmessige ringvirkninger som strekker seg langt utover selve arrangementsdagene.

Med nasjonal og internasjonal TV-dekning når arrangementet et stort publikum som gagnar kommunen, næringslivet, Mosjøen som by. Samtidig bidrar det til å sette Helgeland på kartet som vinterdestinasjon og arena for idrett på høyt nivå.

Deltakelse fra kjente profiler som Petter Northug gir ytterligere oppmerksomhet og mediedekning, og styrker arrangementets appell og gjennomslagskraft. Denne typen synlighet er verdifull for hele regionen, både som omdømmebygging og som inspirasjon for videre satsing på idrettsarrangementer.

Samtidig har Bysprinten en sterk lokal forankring og identitetsbyggende rolle. Det engasjerer et bredt spekter av frivillige, lag og foreninger, skaper fellesskap og stolthet, og gir verdifulle opplevelser for barn og unge i nærområdet.

Utviklingspotensial: Festspillene

Festspillene Helgeland (Mosjøen) – En årlig kunst- og kulturfestivaluke i Mosjøen etablert de siste årene, hvor både lokale og tilreisende kunstnere har frie tøyler til å fylle byen med konserter, teater, utstillinger m.m. Publikum står i sentrum, og festivalen vokser i omfang for hvert år.

Festspillene Helgeland arrangeres vanligvis i begynnelsen av juli og koordineres av et eget festivalkontor i samarbeid med kommune og frivillige. Festivalen har raskt opparbeidet solid arrangementsfaglig kompetanse og trekker nasjonal oppmerksomhet.

Muligheter for videreutvikling:

Den nye regionflyplassen i Mo i Rana vil redusere reisetid og gjøre festivalen mer tilgjengelig for både nasjonale og internasjonale besøkende.

Dette legger til rette for:

- Økt tilstrømming av tilreisende
- Større og mer komplekse produksjoner (sceneoppsetninger, konserter, utstillinger)
- Utvidelse i varighet og geografisk omfang av festivalen

Med forbedret infrastruktur og lokasjoner av høy kvalitet, åpnes mulighetene for:

- Samarbeid med nasjonale og internasjonale kulturinstitusjoner
- Turnéstopper for større produksjoner (opera, ballett, samtidskunst)
- Gjestespill fra utlandet og residensprogrammer for kunstnere

Helgelands spektakulære natur kan gjøres til en kjerne i posisjoneringen:

- Profilere Festspillene som en kulturfestival med naturen som scene
- Tiltrekke publikum som søker både kulturelle og naturopplevelser – en sterk trend innen opplevelsesreiseliv

Sandnessjøen

Havnafestivalen

En stor musikkfestival avholdt i Sandnessjøen hvert år den andre helga i august. Havna, som den kalles lokalt, avslutter sommeren med en bredt anlagt fest for alle aldersgrupper. Festivalen har flere scener og campingområder for båt- og bobilturister, og byr på variert musikk som spenner fra lokale band til nasjonale toppartister. Havnafestivalen har gjennom årene utviklet betydelig arrangementskompetanse i Alstahaug, med profesjonell booking, sikkerhetsopplegg og markedsføring.

Ringvirkninger

- Festivalen trekker flere tusen besøkende (2000 på fredag og opp til 3000 på lørdag) hvert år, noe som gir økt omsetning for reiseliv og næringsliv. (<https://www.isandnessjoen.no/havnafestivalen-avlyst-vi-skulle-synge-levva-liv-et-og-fire-pils-og-en-pizza/s/5-108-27349>)
- Festivalen samarbeider blant annet med det lokale hotellet Scandic Syv Søstre om egne hotellpakker. (havnafestivalen.no)
- I tillegg legger flere besøkende til i bobilcampen eller ankrer opp i den unike BåtCampen ved festivalområdet, noe som ytterligere styrker turismen og aktivitetsnivået i byen. (havnafestivalen.no)
- Under Havnadager, et gratis dagsarrangement i forkant av festivalen, mobiliseres byens butikker og bedrifter til å skape liv i sentrum med tilbud, stander og smaksprøver. Dette stimulerer handel og gjør festivalen til en katalysator for økt omsetning også utenfor selve festivalområdet.

- De åtte største Helgeland-festivalene (inkludert Havnafestivalen) hadde til sammen en omsetning på 53 millioner kroner i 2022. (<https://www.ranano.no/de-atte-festivalene-pa-helgeland-hadde-en-omsetning-pa-over-50-millioner-i-fjor/s/25-158-31487>)
- Lokalt næringsliv støtter også opp om festivalen som sponsorer; blant annet framhever Helgeland Kraft at Havnafestivalen har nær tilknytning til regionens identitet, og bedrifter "heier på" festivalen fordi de ser verdien den tilfører lokalsamfunnet. (<https://www.helgelandkraft.no/konsern/forside/om-helgeland-kraft/nyheter-og-aktuelt/helgeland-kraft-er-stolt-sponsor-for-helgelands-storste-festivaler/>)
- Havnafestivalen omtales som en folkefest og har hatt stor betydning for det sosiale miljøet i Sandnessjøen. Arrangementet samler innbyggere i alle aldre til felles opplevelser, noe som styrker fellesskapsfølelsen i lokalsamfunnet. Festivalen tilbyr møteplasser og aktiviteter for ulike grupper – fra ungdomskonseptet #UNGHavna til familiearrangementet Mini-Havna på dagtid. (<https://www.isandnessjoen.no/snart-klart-for-den-populare-festivalen-folk-er-stolte/s/5-108-150569>)
- En viktig kulturell gevinst er at Havnafestivalen har satt Sandnessjøen på kartet som festivalby. Før 2017 fantes det ingen tilsvarende storskalafestival i byen; nå trekker Havna kjente artister som ellers sjelden besøker små steder.
- Havnafestivalen har også utmerket seg med god opprydding og etterbehandling av området. Etter endt festival ryddes festivalområdet raskt og effektivt – faktisk ble de i 2024 omtalt som festivalen med "tidenes raskeste opprydding". Dette indikerer bevisst holdning til å etterlate byrommet og naturomgivelsene i minst like god stand som før festivalen. (<https://www.hblad.no/2024/nyheter/tidenes-raskeste-opprydding/>)

Utviklingspotensial: Offshore Nordland

Energi- og havkonferanse i regi av Ocean Cluster Helgeland og Helgelandsrådet. 2 dager fylt med innsikt, debatt og uvurderlige nettverksmuligheter. Her samles politikere, eksperter og teknologiledere for å diskutere energipolitikk, sikkerhet og det grønne skiftet, med Nordlands rolle i Europas energiforsyning som et sentralt tema.

Muligheter for videreutvikling:

Posisjonering av Helgeland som energiregion

Konferansen setter fokus på Nordlands rolle i Europas energiforsyning, og med nye investeringer på Helgeland – som innen grønn industri, havvind, hydrogen og CO₂-håndtering – er det et unikt momentum.

- Bli den nasjonale møteplassen for energiomstilling i nord.
- Øke tiltrekningskraften for investorer og næringsaktører som vurderer etablering i regionen.
- Bidra til å styrke regionens merkevare som en drivkraft i det grønne skiftet.

Skape en attraktiv arena for beslutningstakere og industri

Konferansen samler allerede politikere, eksperter og teknologiledere.

- Utvid deltagelsen til flere europeiske aktører og institusjoner som jobber med energi og forsyningssikkerhet.
- Etablere faste paneldebatter, teknologipresentasjoner og matchmaking-økter mellom næringsliv og offentlige aktører.

Utvide konferansen til å bli et helårlig virkemiddel

Arrangementet er i dag et to-dagers event.

- Bygg videre på konferansen med webinarer, bedriftsbesøk og "roadshows" i andre europeiske energiknutepunkt.
- Etablere et digitalt kunnskapssenter med faglige innlegg, intervjuer og rapporter fra konferansen.

Inspirere og rekruttere unge talenter

Det grønne skiftet trenger kompetanse.

- Samarbeid med videregående skoler og universiteter for å tilby ungdomsprogrammer, hackathons eller praksisplasser knyttet til konferansen.
- Arrangere en egen "Next Generation Energy Leaders"-arena parallelt med hovedkonferansen.

Brønnøysund

Rootsfestivalen

Rootsfestivalen i Brønnøysund er Helgelands største kulturarrangement – en årlig musikkfestival som har blitt arrangert hver sommer siden 2001. Festivalen går over fire dager i Brønnøysund sentrum, med konserter, utstillinger og aktiviteter for både unge og gamle. Programmet omfatter et bredt spekter av lokale, regionale, nasjonale og internasjonale artister. Rootsfestivalen eies og drives av den ideelle stiftelsen Kulturcompagniet, og er basert på frivillig arbeid.

Ringvirkninger

- Over 10.000 deltakere. (<https://www.aftenbladet.no/kultur/i/grkA1/publikumsrekord-for-rootsfestivalen>)
- Som Helgelands største kulturarrangement setter festivalen Brønnøysund "på kartet" og bidrar til byens omdømme som en levende kulturby. (<https://rootsfestivalen.no/>)
- Festivalen fyller byen med tilreisende publikum, artister og støtteapparat, noe som gir en merkbar økning i turismen.
- Artistbudsjettet nærmer seg 4 millioner kroner. (<https://www.banett.no/kultur/i/rlyPM0/ny-rootsrekord-omsatte-for-12-millioner>)
- Over 250 frivillige deltar årlig i festivalen. (<https://www.instagram.com/rootsfestivalen/p/CsifbT2MaFa/>)

- Festivalen genererer betydelige ringvirkninger for det lokale næringslivet, med **titalls millioner kroner** lagt igjen i byen gjennom overnatting, mat og handel. (<https://rootsfestivalen.no/rootsfestivalen-20-ar/>)
- En bacheloroppgave ved Handelshøyskolen Nord har undersøkt Verdien av kulturopplevelser som festivaler med Rootfestivalen som eksempel og funnet ut at: «De ulike bedriftene som er inne på festivalområdet får økt inntekter. Ved å være synlig for festivaldeltakerne får bedriftene også vist seg frem. Bedrifter som ikke er inne på festivalområdet kan få økt inntekt ved at det er flere mennesker på stedet, og dermed flere som er innom for eksempel butikkene.»
- Samt at en kvalitativ studie utført av samme bachelorstudenter viser at publikum erfarer ulike former for verdi. Sosial verdi oppleves i hovedsak ved samhold, fellesskap og at festivalene er en viktig møteplass.
- I senere år har Rootsfestivalen satt **omsetningsrekorder**, noe som gjenspeiler stor publikumsoppslutning. I 2023 omsatte festivalen for rundt **12 millioner kroner**, som da var rekord for arrangementet. (<https://www.banett.no/kultur/irlyPM0/ny-rootsrekord-omsatte-for-12-millioner>)

Utviklingspotensial: Vegadagan

Vegaøyen har verdens vakreste scene i kulturlandskapet som er oppført på UNESCOs liste over verdensarvsteder. I disse omgivelsene ute i havgapet arrangerer vi Vegadagan – en 10 dagers kulturfest – hver sommer i midten av juli.

Vegadagan har siden 1975 formidlet musikk, kunst og kultur på Vega. Vegadagan tar aktivt i bruk naturen og omgivelsene på Vega som scene, gjerne kombinert med andre friluftaktiviteter og med formidling av kunnskap. Slik håper vi å tilby unike musikk- og kulturopplevelser til både publikum og artister.

Muligheter for videreutvikling:

Posisjonering som en av Norges mest unike festivalopplevelser

Vegaøyen som UNESCO-område gir Vegadagan en fortellingskraft få andre festivaler har. Det gir mulighet til å:

- Merkevarer bygge festivalen som "kultur i verdensarven" – noe som tiltrekker både kulturinteresserte, naturelskere og internasjonale turister.
- Sammenligne seg med festivaler som "Vinjerock" eller "Salt" i Lofoten, som kombinerer natur, kunst og unike rammer.
- Utvikle festivalen til en "bucket list"-opplevelse for både artister og publikum.

Utvidet konsept rundt natur og friluftskultur

Vegadagan har allerede en sterk kobling til natur, men dette kan utvikles videre:

- Kulturelle vandringar, padlekonsertar, sykkelkonsertar, eller nattkonsertar i midnattsol.
- Samarbeid med lokale aktører innen friluftsliv, for eksempel DNT, kajakkutleiare eller klatreforeningar.
- Festivalpass med opplevelser, som kombinerer kultur, mat, båttur og guiding.

Regional og nasjonal forankring gjennom samarbeid og programutvikling

Vegadagan kan vokse gjennom økt samarbeid og ved å inngå nye samarbeid:

- Invitere nasjonale kulturinstitusjoner til å samarbeide om programmering (Riksscenen, Festspillene i Nord-Norge, Nordland Teater).
- Samarbeide med lokale næringslivsaktører og kommuner på Helgeland for å utvikle Vegadagan som en regional signaturfestival.
- Være et utstillingsvindu for nordnorsk kunst og kultur, både tradisjonell og samtidsorientert.

Bro til internasjonale nettverk og støtteordninger

UNESCO-statusen åpner dører:

- Søke internasjonale midler via UNESCOs kulturarvprogram og EUs kulturprogrammer (Creative Europe).
- Skape internasjonale kunstresidenser eller utvekslingsprogrammer i tilknytning til festivalen.
- Samarbeide med andre verdensarvsteder om kulturutveksling eller felles programmer.

Kompetanse oppsummert

Mangfoldet av arrangementer, fra internasjonale festivaler som Trænafestivalen og Rootsfestivalen, til profesjonelle idrettsarrangement som Bysprinten og Arctic Race, og faglige møteplasser som næringslivskonferanser i Mo i Rana og Sandnessjøen, viser at Helgeland har bred og relevant kompetanse for å arrangere internasjonale arrangementer.

Flere kommuner og regionråd har vært involvert i å tilrettelegge for arrangementer gjennom samarbeid om infrastruktur og har opparbeidet erfaring fra overnatting til artist- og deltakerhåndtering, samt har solide nettverk mellom frivillige, næringsliv og offentlig sektor. Det finnes derfor lokal arrangørkompetanse, erfaring med samarbeid på tvers, og et betydelig frivillig engasjement som kan bygges videre på.

Dette gir et sterkt fundament for å tiltrekke og gjennomføre arrangementer i større skala også med internasjonalt nedslagsfelt.

Eksempler på store arrangementer utenfor Helgeland

For å få en bedre forståelse av hvilket potensial som ligger i å utvikle større arrangementer i Helgeland, er det nyttig å se på erfaringer fra andre deler av landet. Flere etablerte arrangementer har vist hvordan godt organiserte kultur- og idrettsbegivenheter kan skape betydelige ringvirkninger – både økonomisk og samfunnsmessig – for vertskommunene og regionene de arrangeres i. Disse eksemplene gir et relevant sammenligningsgrunnlag for hva Helgeland kan forvente seg dersom man lykkes med å etablere et større, profilert arrangement.

Notodden Blues Festival (Notodden, Telemark)

En annen festival i mellomstørrelse er Notodden Blues Festival, som illustrerer hvordan et kulturarrangement kan bli en motor for byutvikling og identitet. Notodden er en liten by (ca. 13 000 innb.) som på 1980-tallet opplevde nedleggelse av hjørnesteinsbedriftene i industrien. Bluesfestivalen ble startet i 1988, i kjølvannet av denne krisen, av lokale ildsjeler og musikere.

Festivalen har siden vokst til å bli Skandinavias største bluesfestival og trekker årlig titusener av bluesentusiaster fra inn- og utland. I løpet av snart fire tiår har arrangementet gjort Notodden til et internasjonalt samlingspunkt for bluesfans hver sommer. Byen – som også er en del av UNESCOs verdensarv for industrihistorie – har gjennom festivalen fått en ny identitet som "bluesbyen".

Ringvirkninger

- Notodden Blues Festival har gitt byen et globalt renommé i bluesmiljøet. Hvert år kommer toppartister og publikum fra hele verden, noe som gir Notodden omtale i internasjonal presse.
- 40.000 deltakere som gjennom 4 dager legger igjen penger på hotell, camping, serveringssteder og handel i Notodden.
- Festivalledelsen anslår i dag at ringvirkningene for lokalt næringsliv er på flere titalls millioner kroner årlig, og at festivalen indirekte har skapt nye arbeidsplasser ved at byen har måttet bygge ut servering, overnatting og kulturtjenester.
- Hvert år stiller opp mot 500 lokale frivillige opp som vakter, sjåførere, riggere, vertskap osv. Verdien av deres dugnadsinnsats er beregnet til flere millioner kroner i arbeidstid. Denne felles innsatsen skaper entusiasme og eierskap blant innbyggerne.
- Unge musikere fra Notodden har også fått en arena lokalt, noe som kan motivere dem til å bli værende eller flytte tilbake etter endt utdanning.
- Festivalen i seg selv har nok ikke alene snudd fraflyttingstrenden, men den har bidratt til at Notodden nå assosieres med noe positivt – et aktivt kulturliv – som kan være et pluss for tilflyttere.
- «Notodden ville aldri vært den byen den er uten Notodden Blues Festival», mener en økonom, en stortingsrepresentant, en politisk rådgiver på Stortinget og en ordfører. (telen.no)

- Blues Business tiltrekker seg beslutningspersoner, i fjor og i år tettpakka med norske samfunnstopper som treffer hverandre, prater sammen, kanskje blir kjent - og også blir kjent med bedrifter og prosjekter i Notodden.
- I Respons Analyse sin omdømmeundersøkelse fra 2024 svarte 82 prosent av de 500 nasjonale som svarte, altså drøye 400, har hørt om Notodden: (telen.no)
 - 64 prosent av de 800 (både lokale og nasjonale) som ble spurt, 512 personer, hadde hørt om Notodden Bluesfestival.
 - 48 prosent, eller snau 400, av befolkningen assosierer Notodden med blues eller Notodden Blues Festival.
 - 30 prosent, 240 av de 800, nevner blues eller Notodden Blues Festival når de hører ordet Notodden.
 - Hele 73 prosent, eller 576 personer, sier at festivalen påvirker ens inntrykk av Notodden positivt.

Palmesus (Kristiansand)

Palmesus i Kristiansand er et av Norges største musikkarrangementer og illustrerer de massive ringvirkningene store festivaler kan ha. Dette er Skandinavias største strandfest, og hvert år samles nesten 40 000 festglade mennesker på Bystranda midt i Kristiansand sentrum. Festivalen varer to dager (helgen i begynnelsen av juli) og tiltrekker seg et ungt publikum fra hele Norge og også internasjonale gjester.

Ringvirkninger:

- 40.000 deltakere der hver person i snitt bruker i overkant av 1 000 kr daglig (i tillegg til festivalpass). 80 prosent av festivalgjestene trenger overnatting.
- Palmesus har satt Kristiansand på musikkartet og bidrar sterkt til å synliggjøre Sørlandet og bygge omdømme som en attraktiv sommerby for ungdom.
- Palmesus har rundt 370 kommersielle partnere. I overkant av 300 er lokale og regionale.
- Palmesus samarbeider med Universitetet i Agder, og tilbyr studenter praksisplass. Disse får studiepoeng for å jobbe hos Palmesus et halvt år (dette gjelder music management-programmet til UiA)
- Palmesus har i overkant av 3 000 som jobber med produksjonen. Av disse 8-900 er frivillige.
- Før, under og etter festivalen deltar i tillegg rundt 1500-1600 dugnadsarbeidere. I 2022 var det personer fra 63 ulike lag og foreninger som deltok med dugnadsarbeid. Pengene går rett i klubb- og foreningskassa. I tillegg er Palmesus sponsor for ulike idrettslag i Kristiansand.
- Ringvirkningene for lokalt næringsliv og arbeidsplasser er svært store. En ringvirkningsanalyse (PwC, 2019) viste at Palmesus det året genererte rundt 119 millioner kroner i regional verdiskaping og tilsvarende nær 98 årsverk i sysselsettingseffekt.
- Palmesus-sjefen har uttalt at ringvirkningene i 2022 var enda høyere, og anslo i 2024 at de kunne nærme seg 200 millioner kroner årlig for Kristiansands næringsliv (inkludert overnatting, uteliv, transport m.m.).
- Ifølge en beregning bidrar Palmesus indirekte til over 30 ekstra årsverk hos underleverandører i regionen, utover festivalens 17 egne ansatte.

Hva er verdien av et arrangementsløft på Helgeland?

For å kunne anslå den samlede verdien av et målrettet arrangementsløft på Helgeland, har vi utarbeidet et forenklet regnestykke basert på tilgjengelige tall fra sammenlignbare arrangementer i andre deler av landet. Ved å bruke erfaringsbaserte nøkkeltall og justere dem etter regionale forhold, får vi et bilde av hvilke ringvirkninger Helgeland kan oppnå dersom man lykkes med å utvikle og løfte arrangementstilbudet i regionen. Beregningene gir ikke et eksakt svar, men illustrerer omfanget og potensialet i form av økt omsetning, flere besøkende, og styrket lokal verdiskaping.

Scenario A: ett helt nytt, storskala arrangementer på Helgeland

Antagelser

- Publikum \approx 30 000 per arrangement (litt under Notodden-nivå)
- Konsum pr. besøkende: konservativt 1 500 kr (igjen, litt under Notodden-nivå)
- Forholdet «1 årsverk \approx 0,5 mill. kr ringvirkning» (observert i DNB-kalkulatoren for Bysprinten)

Beregning	Formel	Resultat
Direkte forbruk	$30\ 000 \times 1\ 500\ \text{kr}$	45 mill. kr
Arrangøromsetning*	+ 15 mill. kr	60 mill. kr
Ringvirkning pr. arrangement		\approx 60 mill. kr
Lokale årsverk	60 m / 0,5 m	\approx 120

*typisk når billett-/sponsorinntekter utgjør ca. 25 % av total regional omsetning, jf. Palmesus & Notodden. ([Finansavisen](#), 2023) ([Dagbladet](#), 2017)

Scenario B: videreutvikling av allerede eksisterende arrangementer, med 3 års perspektiv

Arrangement	I dag	Mål 3 år	Ekstra publikum	Ekstra ringvirkning (1 500 kr pr. pers.)
Rootsfestivalen	10 000	15 000	+ 5 000	7,5 mill. kr
Havnafestivalen	5 000	8 000	+ 3 000	4,5 mill. kr
Trænafestivalen	5 000	7 000	+ 2 000	3 mill. kr
Bysprinten	3 000	6 000	+ 3 000	4,5 mill. kr
Sum			13 000	\approx 19 mill. kr

Med to nye storarrangementer + oppskalering av fire eksisterende kan Helgeland realistisk hente inn over 140 mill. kr ekstra i lokal omsetning hvert år og skape rundt 280 årsverk – samtidig som regionen styrker identitet, bolyst og investeringsattraktivitet.

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>