

Til: Kommunedirektør og ledelse i Grimstad Kommune

Fra: Daglig leder i Fjæreheia Amfi as

Dato: 7.februar 2025

Sak: Fjæreheia Amfi As – prioriteringer for utvikling

0. SAMMENDRAG

Innledning

Fjæreheia Amfi er en unik kulturarena med stor betydning for Grimstad og regionen. Anlegget, med sin dramatiske beliggenhet i et gammelt steinbrudd, har potensial til å bli en ledende scene for scenekunst og kulturopplevelser i Norge. Grimstad kommune eier amfi et og har ansvar for dets vedlikehold og utvikling. I lys av kommunale og regionale strategier må vi gjøre viktige prioriteringer for å styrke Fjæreheia Amfi, som en nasjonal og internasjonal kulturdestinasjon.

Strategiske føringer og rammeverk

Utviklingen av Fjæreheia Amfi bygger på følgende planer:

- Regionplan Agder 2030 – Kultursatsing som motor for regional utvikling
- Grimstad kommunes samfunnsdel 2035 – Kultur som en del av kommunens identitet og næringsutvikling
- Kommunedelplan for kultur 2015-2027 – Utvikling av kulturtilbud og publikumsopplevelser
- Ibsenstrategi 2028 – Grimstad skal bli en ledende Ibsen-destinasjon med Fjæreheia Amfi som sentralt virkemiddel

Hovedutfordringer og løsninger

• Infrastruktur og anlegg

For å kunne gi publikum og kunstnere optimale forhold, må vi oppgradere infrastrukturen. Dagens fasiliteter er ikke tilstrekkelige for et moderne kulturtilbud.

- Publikumsfasiliteter: Flere og bedre toaletter, styrket serveringstilbud og skjerming for værforhold vil heve opplevelsen for besøkende.
- Sceneteknisk utstyr: Moderne elektro- og sceneteknisk infrastruktur er nødvendig for å tiltrekke profesjonelle produksjoner og sikre høy kvalitet på forestillinger.
- Transport og logistikk: Tilgang til og fra Fjæreheia må forbedres. Trafikkavvikling, parkering og sikker transport for publikum er kritiske faktorer for å gjøre arenaen mer tilgjengelig.

• Organisasjon og drift

For å skape en bærekraftig og profesjonell drift av Fjæreheia Amfi, må organisasjonen styrkes.

- Kompetanse og bemanning: Det er behov for en kjerneorganisasjon med fagkompetanse innen teknikk, produksjon, markedsføring og arrangementsdrift.
- Bærekraftig økonomi: En forutsigbar finansieringsmodell må utvikles for å sikre stabil drift og redusere økonomisk risiko.

• Digital synlighet og publikumsutvikling

For å sikre et bredt publikum og økt billettsalg må vi satse mer på digital synlighet.

- Nettbaserte løsninger: En brukervennlig nettside med enkel billettbestilling og informasjon om arrangementer er avgjørende.
- Målrettet markedsføring: Innsikt i publikumsmønstre og aktiv bruk av digitale flater vil gi økt synlighet og større oppslutning.
- Bygge en lojal kundebase: Et godt CRM-system gjør det mulig å kommunisere direkte med publikum og utvikle et engasjert kulturpublikum over tid.

Økonomiske og samfunnsmessige ringvirkninger

Foruten verdien av kunst og kultur i seg selv, vil investering i Fjæreheia Amfi gi betydelige økonomiske gevinster for kommunen og regionen.

- Kulturturisme er en sterk vekstnæring, og forskning viser at kulturturister bruker 40-50% mer enn gjennomsnittlige turister.
- Beregninger viser at økt aktivitet i Fjæreheia kan skape betydelige økonomiske ringvirkninger for lokalt næringsliv i planperioden.
- Destinasjonsanalyser viser at steder med aktivt kulturliv forutsier bedre helse, skole og personlig sikkerhet for innbyggerne, er viktig for destinasjonsidentitet, og derigjennom for bo- og næringslivet
- Kulturbruk og deltakelse, gir betydelig større sannsynlighet for å stemme ved valg og være aktive innen frivillighet, noe som betyr mye for et lokalsamfunn.
- Kulturdeltakelse bidrar til å fremme læring, skaperkraft, kognitive ferdigheter og innovasjon

Anbefalinger

For å realisere Fjæreheia Amfis potensial og sikre inntekter og samfunnseffekter, anbefales følgende tiltak:

- Øke driftsstøtten i 2025 for å styrke organisasjonen, starte arbeidet med digital synlighet og publikumsrelasjoner og gjennomføre nødvendige investeringer.
- Sikre finansiering for en større teaterproduksjon årlig i 2026-2028.
- Planlegge økt driftsstøtte for 2026-2028 for å sikre bærekraftig utvikling innenfor kritiske områder for måloppnåelse.
- Sette av investeringsmidler til fysisk og digital infrastruktur.
- Etablere offentlig-private samarbeid for å sikre langsiktig finansiering, og se løsninger for å kunne ta kunstnerisk risiko frem til egenkapitalen er tilstrekkelig.

Ved å ta disse grepene vil Fjæreheia Amfi kunne utvikle seg til en nasjonal og internasjonal kulturarena og samtidig gi betydelige gevinster for Grimstad som kultur- og reiselivsdestinasjon.

1. UTGANGSPUNKT, FØRINGER OG NÅSITUASJON

1.0 UTGANGSPUNKT

I rammevilkår i vedtektene til Fjæreheia Amfi er det beskrevet at kommunen som eier av anlegget skal stå for vedlikehold og utvikling av anlegget og at Fjæreheia Amfi AS skal gi kommunen råd om prioriteringer for utvikling av amfiet.

I tråd med vedtektene til selskapet kommer vi nå med en vurdering til eier om hva vi anser som nødvendige prioriteringer for å utvikle amfiet slik at selskapet kan oppfylle sine mål og vedtekter, og bidra til at kommunen lykkes med sine ambisjoner i kommunens samfunnsdel 2035, kommuneplan for kultur og lpsenstrategi frem mot, under og etter lpsenjubileet, samt bidra til å måloppnåelse for regionalplan Agder.

Dokumentet gir en beskrivelse av nåsituasjon, ambisjonene og kravene, utfordringene og mulige løsninger på dette, samt effektene for Grimstad som destinasjon, både mhp livskvalitet for innbyggerne, ringvirkninger for samfunnet og økonomiske overrisslingseffekter for næringslivet.



1.1 OVERORDNEDE PLANER OG FØRINGER

- Regionplan Agder 2030/handlingsplan for regionens kultursatsning (s.21-24)
- Kommuneplanens samfunnsdel 2035.
- Grimstad kommunedelplan for kultur 2015 – 2027
- Samarbeids- og utviklingsavtale mellom Agder fylkeskommune og Grimstad kommune 2024-2026

1.2 FORMÅL OG VEDTEKTER FOR SELSKAPET

Selskapets hovedformål er å utvikle Fjæreheia Amfi som en unik kulturarena regionalt, nasjonalt og internasjonalt. Sentralt for selskapet står bl.a kulturformidling og scenekunst av høy kvalitet, ivaretagelse av Grimstads dikterarv, aktiv og mangfoldig bruk av amfiet for ulike målgrupper og utvikling av Grimstad som reiselivsmål.

Grimstad kommune eier anlegget Fjæreheia Amfi, og skal stå for vedlikehold og utvikling av anlegget. Fjæreheia Amfi AS skal gi kommunen råd om prioriteringer for utvikling av amfiet.

1.3 IBSENSTRATEGI (vedtatt Kommunestyre 191224)

En tydelig og offensiv destinasjonsutviklingsstrategi knyttet til arbeid frem mot, under og etter lpsen2028, med hovedmål om at Grimstad skal være en av verdens mest attraktive lpsen-destinasjoner, og Fjæreheia amfi er sentralt under i alle delmålene.

- Delmål 1) Destinasjonsutvikling og kulturturisme - gjennom økt satsing på kulturarenaer og kunst- og kulturopplevelser
 - tilby årlige Ibsen-produksjoner av internasjonal klasse i Fjæreheia Amfi
 - tilby et bredt og attraktivt repertoar i Ibsens ånd i Fjæreheia i en utvidet sesong
- Delmål 2) forvaltning av kulturarv og kunstnerisk kraft gjennom aktualisering og aktivisering av Henrik Ibsens dramatikk
 - utvikle Fjæreheia Amfi til en vital scenekunstinstitusjon og sikre at de, Grimstad Kulturhus og andre arenaer bidrar til å aktivere Ibsens dramatikk.
- Delmål 3) styrking av kunst- og kulturfeltet lokal og regionalt gjennom profesjonell og økt aktivitet.
 - støtte opp om at Fjæreheia Amfi tilbyr årlige profesjonelle Ibsen-produksjoner

I strategien fremheves Fjæreheia som et nav i arbeidet og det legges frem flere tiltak for å sikre en økt satsing på denne kulturarenaen og sikre et bredt og attraktivt repertoar av kunst- og kulturopplevelser av høy kvalitet. Av de tre overordnede strategiske initiativ som ligger som viktigste forutsetningene for å kunne realisere målene, er økt satsing på Fjæreheia prioritert

➔ **«Utvikling av Fjæreheia Amfi AS med nødvendig infrastruktur, og en bærekraftig og profesjonell organisasjons- og driftsmodell»**

2. AMBISJONER, UTFORDRINGER OG LØSNINGER

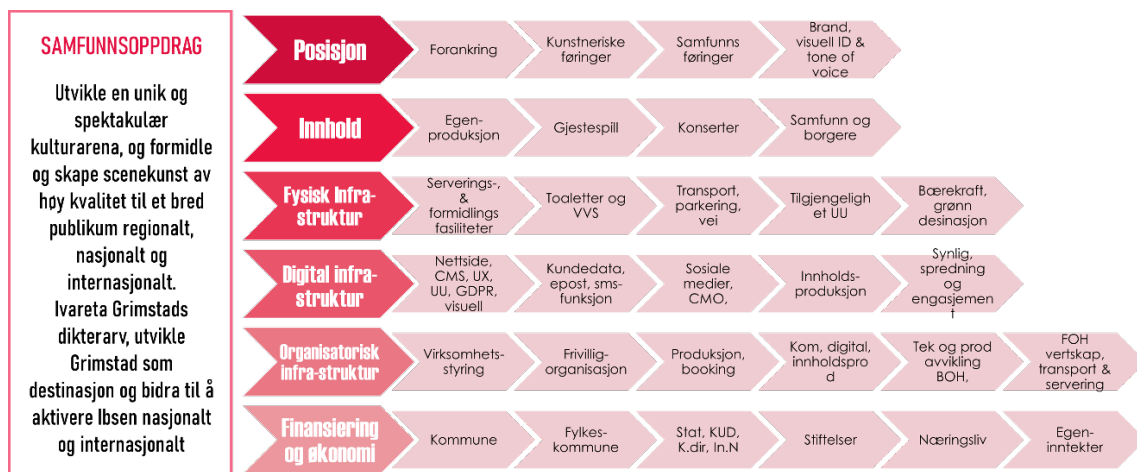
2.0 EN UNIK OG SPEKTAKULÆR SCENE, EN VERDENSKUNSTNER OG EN BY OG REGION MED AMBISJONER

Bruddet i Fjæreheia er en spektakulær og unik utendørs scene med fantastisk akustikk, som huser 1000 publikummere foran en imponerende granittvegg som strekker seg over 40 meter rett opp. Arenaen er inspirert av de gamle amfiteatrene i Sør-Europa og Shakespeares Globe, og siden åpningen har 150 000 publikummere fått uforglemmelige opplevelser her.

Ibsen debuterte som dramatiker og startet sin lysende kunstneriske karriere som ung mann i Grimstad. I sin samtid satte han kunstnerisk og politisk agenda i hele Europa, og i dag er han verdens mest spilte dramatiker, rett etter Shakespeare. Fortsatt skaper hans verk spetakkel og samfunnsdebatt og i 2028 feires hans 200 års jubileum over hele verden. Grimstad – med *Bruddet i Fjæreheia* i sentrum – er en av tre «Ibsenbyer» som skal spille en nøkkelrolle i jubileet, og med ordfører som del av en nasjonal styringsgruppe, satt ned av KUD..

Arbeidet med å utvikle arenaen, repertoaret og satsingen på destinasjonen er godt i gang. Arenaen er helt spesiell i nordeuropeisk sammenheng, og vi skal skape spektakulær scenekunst og et rikt og bredt repertoar innenfor en rekke sjangre, gjerne preget av Ibsens nyskapende, rå, ærlige og ikke minst vesentlig ånd. Og vi skal engasjere et stort regionalt, nasjonalt og internasjonalt publikum.

Siden etableringen, har selskapet arbeidet innenfor seks strategiske løp, i arbeidet med å oppfylle selskapets formål, og føringer fra kommunale og fylkeskommunale plandokumenter. For å lykkes med formål, føringer og ambisjoner, må vi løse en rekke utfordringer og tette gapet mellom nåsituasjon og ønsket situasjon/målbilde. De strategiske løpene er gjensidig avhengige av hverandre, og i enda sterkere grad kritiske for å lykkes med den nylig vedtatte kommunale Ibsen strategien.



6

2.1 POSISJON, INNHOLD OG AKTIVTET

Selskapets overordnede formål er å utvikle Fjæreheia Amfi som en unik kulturarena regionalt, nasjonalt og internasjonalt frem mot Ibsen jubileet i 2028, og videre fremover. Dette gjør vi gjennom kulturformidling og scenekunst av høy kvalitet og aktiv og mangfoldig bruk for ulike målgrupper. På denne måten bidrar vi til å ivareta og utvikle Grimstad og regionens dikter- og kunstnerarv og styrke Grimstad og regionen som attraktiv og opplevelsesrik destinasjon.

2.1.1 EN DRIVKRAFT I KULTUR, NÆRING OG LEVEKÅR

Vi arbeider for at Fjæreheia skal bli en drivkraft for folk, næring og aktivitet i Grimstad, i hele regionen og nasjonalt, sammen med lokale aktører som Ibsenmuseet, Biblioteket, Ibsen- og Hamsundagene og regionale aktører som Kunstsilo, Kilden og de andre. Vår posisjon skal også preget av et godt samarbeid med kultur- og næring aktører i regionen.

For i tillegg til egenverdien av kunst og kultur, og at deltakelse i kultur motvirker utenforskap og bidrar til økt demokratisk deltakelse og bedre levekår i en region med store utfordringer, så gir investeringer i kreativ næring og kultur enorme økonomiske ringvirkninger for samfunns- og næringslivet – hele 800% viser forskning fra Storbritannia, Danmark og andre deler av Europa. Kulturturisme globalt er sterkt voksende og etterspørselen etter kultur og opplevelser rangerer høyt. (*Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge*). 25% av norske turister defineres som kulturturister og over 50% av internasjonale turister. Kulturturisten blir lenger og legger også igjen mye mer pr døgn enn snitt-turisten i de lokalsamfunnene de besøker, og sterke kulturelle merkevarer som Ibsen er i tillegg til sin kunstneriske betydning, god business. Dette ser vi spesielt internasjonalt, men også på Gåla har satsingen bidratt betydelig til regionen.

Kulturturistene kjennetegnes også av en stor interesse og betalingsvilje for mat- og drikkekultur, og i så måte er dette perfekt for Grimstad som er ledende her.

2.1.2 STORT PUBLIKUM OG BRED DELTAKELSE GIR STORE SAMFUNNSEFFEKTER

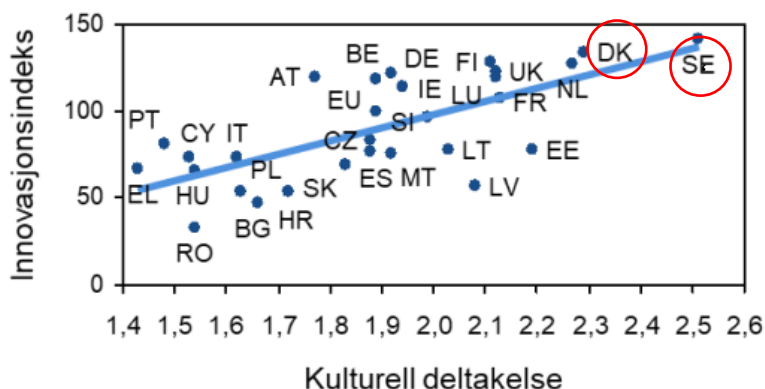
Vårt mål er tiltrekke oss et stort og bredt publikum, med spenn i alder, interessefelt og preferanse. Vi ønsker å engasjere det regionale publikummet, det nasjonale og internasjonale, og har et mål om 40% regionalt, 40% nasjonalt og 20% internasjonalt publikum i 2028. En slik fordeling vil også bidra til høyere «overrislingsverdier» i form av økonomiske ringvirkninger for næringsliv i kommunen og regionen.

Det er en betydelig mengde undersøkelser som viser betydningen av kunst og kultur både på individ og samfunnsnivå, psyisk helse, inkludering, deltakelse i samfunnet og demokratiet. Dette er jo også mye av grunnen til at kultur spiller en kritisk rolle i krigssituasjoner og beredskap, også i den Norske Beredskapsmeldingen.

Vi står ovenfor en demokratisk resesjon internasjonalt med økt sårbarhet også i Norge, og en nedgang i politisk engasjement. Studier viser at de som er aktive innen kultur, har betydelig større sannsynlighet for å for å stemme under valg og være aktive innen frivillighet (*National Endowments for the Arts, Crossick & Kaszynska*)

Studier viser at sterk kulturell kapital i byer og tettsteder forutsier bedre helse, skole og personlig sikkerhet for innbyggerne, kontrollert for økonomi og demografi (*Stern & Seifert, Århusundersøkelsen – kultur og fritidslivets-verdi for borgere og samfundet i Aarhus m.fl.*). Kulturell kapital er også viktig for identitet og profil for geografiske steder, og derigjennom for bo- og næringslivet i regionen. Videre handler fysiske, kulturelle treff også om møtet mellom mennesker på festivaler, forestillinger, utstillinger mm. I så måte er det viktig å legge til rette for dette i Fjæreheia.

Kulturdeltakelse bidrar til å fremme læring, skaperkraft, kognitive ferdigheter og innovasjon, og det er en sterk samvariasjon mellom kulturell deltakelse i et land og hvor høyt landet scorer på innovasjon (*European Commission Eurobarometer*). Her ser vi at våre nordiske naboer scorer høyt, og også Storbritannia, der 4 av 10 besøkende til landet kommer pga kultur, og der den kreative industrien i seg selv står for en enorm verdi og bidrar til innovasjon i andre næringer.



Ved samarbeid med det offentlige, stiftelser og fond, er vårt mål at også grupper som er mindre representert skal ha muligheter for å ta del i kunst- og kulturopplevelser, slik at vi sikrer at ringvirkninger i form av bedret levekår, deltakelse, trivsel og psykisk helse skal komme alle til gode.

2.1.3 ET MANGFOLDIG REPERTOAR AV INTERNASJONAL KLASSE SETTER GRIMSTAD PÅ KARTET

Fjæreheias posisjon skal styrkes gjennom et rikt og bredt repertoar innenfor en rekke sjangre. Grimstad kulturarv som dikternes by og kunstnerisk fødested for Ibsen - verdens mest spilte dramatiker etter Shakespeare, skal prege scenen, men repertoaret skal være langt mer enn «bare» teater og Ibsen. Den unge Ibsen satset og debuterte i Grimstad, og vi skal la Ibsens ånd som djerv, nyskapende, og ikke minst betydningsfull kunstner og samfunnsmenneske prege repertoaret. Her er noen tanker omkring sammensetning av repertoar og program

- Ibsenproduksjoner av internasjonal klasse

- Borgerteater, spoken words, storyslam, folkemøter og folketaler
- Konserter og musikk som beveger og betyr no'
- Skarp comedy og satire
- Musikkteater og happening

I 2028 skal vi sette Grimstad og regionen på kartet med et stort og attraktivt repertoar av internasjonal klasse. Vi er bare i startgropa med arbeidet, og årene frem til det skaper vi grunnlaget for at Grimstad skal oppleves som den mest interessante destinasjonen i jubileumsåret, og i årene som følger.

2.1.4 EN VITAL OG ATTRAKTIV KULTURKOMMUNE

Med bidrag fra kommune, fylkeskommune, stat, stiftelser og næringsliv, skal repertoaret utvikles i gode partnerskap med regionale, internasjonale og nasjonale krefter, produksjonsselskap, kunstinstitusjoner og festivaler, og slik bidrar vi også til utvikling av nye regionale aktører, økt tilfang av kunstnere, produksjonsmedarbeidere og frivillige i regionen.

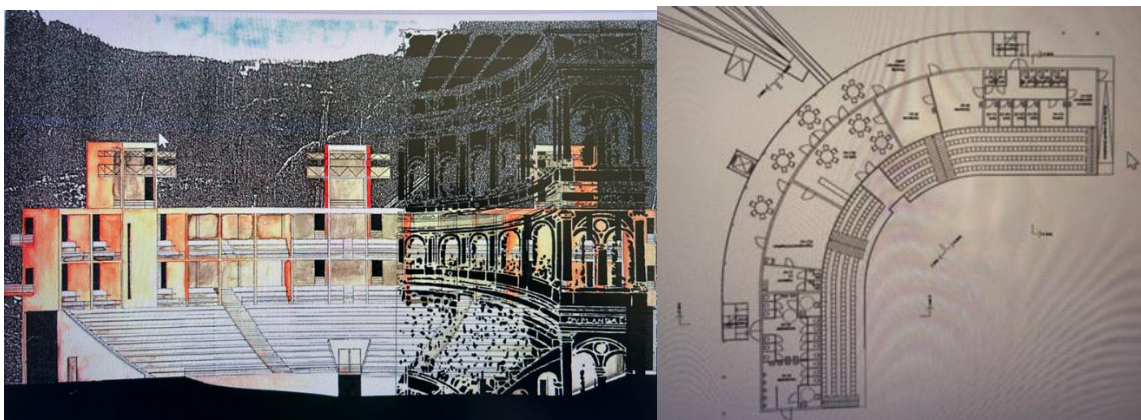
2.2 FYSISK, DIGITAL OG ORGANISATORISK INFRASTRUKTUR

Ambisjonene og planene er gjennomarbeidet, men som alltid i en oppstartsfasen er midlene til kunstnerisk produksjon, utvikling, drift og investeringer begrensede. Og etter flere år med lav aktivitet, også på investeringer og vedlikehold, er det noen kritiske behov innenfor bygg, teknikk og utstyr som må på plass for å kunne ta imot profesjonelle artister og kompanier, og sikre høy kvalitet på innhold og publikumsopplevelser, og effektiv og økonomisk bærekraftig drift. Det samme gjelder, digital infrastruktur som er helt nødvendig i dag, og utvikling av en minimumsorganisasjon for å ivareta nøkkelfunksjoner i produksjon, teknikk og publikum.

2.2.1 FYSISK INFRASTRUKTUR (BYGG, ANLEGG, ELEKTRO OG UTSTYR)

2.2.1.1 FYSISK INFRASTRUKTUR – PUBLIKUMSOMRÅDER OG UTOMHUSPLAN

I prosjekteringen av Fjæreheia på 90-tallet ble publikumsområder, kafe/bar og flere toaletter tegnet inn, i tillegg til rullestol-adkomst og tilpasning til universell utforming, garderober mm. Denne fasen i prosjektet ble ikke gjennomført, og publikumsområder, fasiliteter og tilstrekkelig toalettkapasitet er derfor fraværende i dagens anlegg.



Kultur er også en viktig møteplass og må derfor legges til rette for dette. Når gjester kjøper billetter til arrangementer ved kulturarenaer, forventer de en god totalopplevelse. Selve kulturopplevelsen er bare

en del av de de etterspør, viser alle undersøkelser, og det påvirker etterspørselen vesentlig. En nasjonal og unik opplevelsesscene som Fjæreheia, med ambisjoner om å være en av signal-arenaene i Ibsenjubileet, må tilby kvalitet i både fasiliteter og innhold på scenen. Klarer man i tillegg å skape litt wow, „så øker gjenkjøpet betraktelig. Publikums-, serverings- og formidlingsfasiliteter er også nødvendig for å kunne tilby utvidede opplevelser som formidling, historiefortelling og teaterlek for barn, grupper og turister. Dette vil øke bruken og samfunnsnyttene av anlegget.

I tillegg er dette kritisk for å sikre en viktig inntjening i Fjæreheia. Et aksjeselskap som Fjæreheia som er 100% offentlig eid, bør også ha ambisjoner om å ha en god andel egeninntekter gjennom billettsalg, utleie og bevertning. For lignende utearenaer bidrar serveringsinntektene med 20-30% av billettinntektene.

Det bør investeres i publikumsområder og barløsninger med enkle konstruksjoner og/eller låsbare containere med enkel tilpasning, samt værfaste møbler, bord etc. Pr i dag benyttes et stort telt til å huse publikum, men dette tar kun 25% av publikum. Utvidet kapasitet og noe mer bestandige løsninger vil være fornuftig.. Her anbefales det å be arkitektkontoret som tegnet Fjæreheia i sin tid, eller en ressurs med lignende erfaring om råd mhp utforming og effektive og praktiske løsninger.

For å kunne drive effektivt og innenfor regler for skjenking, regnskapslovgivning mm, må det investeres i et lovpålagt betalings og kassesystem som kan fungere til effektiv rapportering og integrering mot regnskaps- og billettsystem, samt egne seg i drift utendørs og med store køer og krav til effektiv betjening.

Drift av anlegg og publikumsområder innebærer behov for lager, kjøll, oppvask mm i henhold til lover og regler, stabilt internett, strøm, vann- og avløp, avfallshåndtering mm. Videre er det behov for transport, rigging, publikumstransport og avfallshåndtering på en mest mulig bærekraftig måte, gitt at Grimstad skal bærekraft-sertifiseres. Lys-setting, beplantning og et enkelt funksjonelt skiltprogram må utvikles for å sikre både publikumsflyt og -sikkerhet.

Toalett kapasiteten er svært lav i forhold til behovet. 9 toaletter på 1000 besøkende i en kort periode før og i pausen er langt under 50% minimumskrav. Dette kan løses med enkle konstruksjoner og/eller låsbare containere. Vann får en fra brønn/tilkjøring og kloakk går i tette tanker. Med større aktivitet i anlegget, vil behovet for tilkjøring og tømning øke. Man kan se på muligheter for å utvide kapasitet på tanker.

Det er behov for oppgradering fra 5G til fiber-nett. En slik investering vil måtte avvente en oppgradering av fylkesvei. Frem til dette, må det investeres i et nett som sikrer stabil drift av sceneteknikk, overføringer til div medier og drift av servering og betalingsløsninger.

Glitre Nett har byggeforbud 6 m fra høyspentlinjer. Dette fører til at deler av området ikke kan benyttes til bar, telt og toaletter. Det arbeides derfor med å lage en revidert plan for publikumsområdene utenfor amfi.



Oppsummert publikumsområder og fasiliteter

- Helhetlig og kvalitetssikret plan for området utenfor scenen, inkl skilt, belysning, beplantning mm
- Publikumsområder utenfor amfiet med min 70% under tak, noe mer bestandige løsninger
- Sitteplasser og møbler for bespisning, arrangement og formidling
- Bærekraftig og bestandig opplegg for bar-, kafe- og butikk drift
- Retail og kassesystem for lovlig drift
- Opplegg for kjøkken til servering, alternativ foodtruck-modell
- Utvidet toalett-kapasitet, og kapasitet for vann og avløp
- Stabilt og tilstrekkelig nett til pålitelig drift

ANBEFALING: Dette er et arbeid som vil kunne gjennomføres stegvis de neste 2-3 årene frem mot jubileet. Finansieringen tas over allerede bevilgede investeringsmidler, samt tildelte midler fra Kilden. Videre kan man søke fylkeskommunal arenastøtte, og gavemidler fra stiftelser til definerte prosjekter.

2.2.1.2 FYSISK INFRASTRUKTUR – TRANSPORT OG KUNDEREISE

Med større aktivitet og lengre sesong, bør transport av gjester og publikum foregå mest mulig bærekraftig, samt foregå på en effektiv, trafikksikker og trygg måte. For å imøtekomme dette, var det behov for snuplass og parkering for buss, og dette gjennomført i 2024. Det er likevel en stor utfordring å kjøre busser innimellom 1000 gående mennesker på en smal veg med begrenset belysning på kvelds- og nattetid. Trafikksikkerheten er ikke tilfredsstillende, og det medfører også store forsinkelser for busstransport. Det er lagt frem behov for å forbedre fylkesveien mellom Fjære Kirke og Fjæreheia, men foreløpig er dette ikke en prioritert strekning for fylkeskommunen. Selskapet og kommunen bør arbeide med fylkeskommunen for å få til en bedre løsning fremover mot jubileet og for imøtekomme den økte aktiviteten de neste årene. Inntil dette er i orden, kan møtende trafikk løses med manuell dirigering.

En annen mulighet, kan være å lede publikum gjennom skogen på en belyst gå- og evt også sykkelveg. Da kan fylkesveien benyttes til busser, . Terrenget er imidlertid krevende, og kostnadene er ikke vurdert.

2.2.1.3 FYSISK INFRASTRUKTUR – OPPLÈGG ELEKTRO OG GRUNNRIGG LYS OG LYD

Fjæreheia amfi er et spektakulært og unikt anlegg, men uten teknisk infrastruktur og utstyr er det ikke bærekraftig eller driftsmessig gjennomførbart å ha et bredt program. Alle kulturhus, scener og arenaer som skal ha aktivitet ut over en enkelt festival el, må ha tilgang til en grunnpakke med lys og lyd som

både egenproduksjoner, gjestespill, artister og band kan benytte seg av. Å måtte leie inn og rigge opp for hvert arrangement er praktisk og økonomisk helt umulig, og vil medføre en dagskostnad som vil gjøre selv helt utsolgte arrangementer til tapsprosjekter. Dette utstyret kan også leies ut til artister og produksjoner som skal opptre i amfiet.

(1) Infrastruktur elektor, kabling og sikring:

Fordi anlegget er slik utformet, med høy fjellvegg, bratte trapper og uhensiktsmessige riggforhold, vil det også være en svært god investering å sikre en god infrastruktur for elektro, kobling, sikting og festeanordninger som kan henge oppe hele året og som gir en tryggere rigg underveis og ved behov for endringer, et sikrere arbeidsmiljø mhp HMS, redusert behov for bemanning og spesialkompetanse på fjellsikring mm. Dette vil også lette opp- og nedrigg.

ANBEFALING: Vi er i prosess med kommunen for å finne enkle og bærekraftige løsninger for elektro, strøm, sikring og det grunnleggende som skal på plass for at vi kan koble opp en grunnrigg med lys og lyd, og antar at dette i all hovedsak ikke vil innebære større behov for investeringer, ut over det som allerede er tildelt.

Event-spesifikke påbyggingsselementer (3) leies fra gang til gang og er spesialtilpasset ulike krav og oppsett fra band, artister og teaterforestillinger.

(2) Grunnpakke LYD:

Det er krevende å lage en teknisk spesifikasjon som skal dekke alle behov i Fjæreheia, men med denne løsningen vil grunnbehovet være dekket. Korrekte tegninger i anbudsdokumentene gir leverandører mulighet til å kalkulere lyddekningen i sine kalkuleringsprogrammer.

ANBEFALING: Estimert innkjøpspris lyd: 3 800 000,- eks. mva, inkluderer bl.a 12 høyttalere topp, 6 høyttalere sub, 10 monitører, 1 stor mikser, prosessor, kabling, mikrofoner. Det bør ikke tas høyde for bøylemikrofoner til teaterforestilling i et innkjøp. Dette er svært kostbart, har stort vedlikeholdsbehov, og behov vil variere. Andre lydtekniske spesialer til teaterforestillinger kan være surround høyttalere og effekthøyttalere i fjellsiden, som vil variere, og bør leies ved behov.

Her er vi i dialog om privat finansiering av dette. Vi vil kunne ha behov for noe bistand til anbud og innkjøp.

Grunnpakke LYS:

Korrekte tegninger i anbudet vil kunne gi en beskrivelse og kravsbehov ut ifra eksisterende muligheter for plassering og ønsket LUX-nivå på sceneområdet.

ANBEFALING: Estimert innkjøpspris lys: 3 600 000,- eks. mva., inkl 8 Frontlys LED, 12 Motlys Aura, 6 Moving head, 20 Dekorlys XLED, Lysbord og kabling Med en slik lys-pakke vil også en merkbar del av lysbehovet på teateroppsetninger være dekket.

Her er vi i dialog om privat finansiering av dette. Vi vil kunne ha behov for noe bistand til anbud og innkjøp.

Bærekraft, klima og Miljø

Selv om utvalget av tekniske leverandører på Sørlandet er noe begrenset i forhold til Oslo-regionen, bør det vurderes miljøavtrykk ved et eventuelt valg av teknisk leverandør. Det bør også være et felles samfunnsansvar i alle offentlige anskaffelser å bygge kompetanse i egen region, og derigjennom minske lang-transportbehovet, uten at dette skal vektes høyt i et anbud.

2.2.1.4 ANLEGGSTILPASSET REGNBESKYTTELSE SCENE

Selskapet, kommunen, seilmakere og statikere har vi sett på løsninger for et spesialtilpasset seil til arenaen.

Vi er i ferd med å utvikle en løsning med en fast oppspent vaier med en flammehemmende seilduk da pyro benyttes i både teaterforestillinger og konserter. Seilene leveres komplett med maljer og alle festeanordninger som trengs for rigging, og løsningen skal enkelt kunne monteres opp og ned ved hjelp av 2 mann i løpet av 1-2 timer. Dette kan montere opp dersom man ser det blir dårlig vær..

ANBEFALING: Her er arbeidet i gang, og kostanden tas på tildelte og avsatte midler.

2.2.1.5 FYSISK INFRASTRUKTUR – OVERORDNEDE KRAV OG RAMMEBETINGELSER

En betydelig nasjonal kulturarena på nivå med Fjæreheia må forholde seg til publikums krav og forventninger til opplevelse, tilbud og funksjonalitet.

BÆREKRAFT OG KLIMAAVTYKK: I tillegg må vi forholde oss til stadig sterkere offentlige krav til bærekraft og klimahensyn, og det meste av offentlige støtteordninger har dette med som premisser for tildelinger. Publikum forventer også dette av kulturaktører. Grimstad skal sertifiseres som bærekraftig destinasjon, så må vi etterstrebe å tilpasse oss.

UNIVERSELL UTFORMING OG TILGJENGELIGHET: Arenaer åpen for allment publikum skal tilrettelegges for universell utforming. Eksisterende bygningsstruktur er tilpasset gamle regler og et anlegg i natur, har større begrensninger. Vi anbefaler likevel at gjestereisen gjennomgås av fagperson med dette for øye og at vi ser på om det er tiltak som kan iverksettes. Tiltak for å bedre muligheter for handikaptransport med bil eller buss som omtales i forrige punkt, er også viktig. Med en stadig eldre befolkning i hele Norge, er også slike tiltak med på å «åpne» slike arenaer for den delen av befolkningen som har ulike aldersmessige begrensninger i bevegelse, syn, hørsel mm, da universell utforming er tiltak som er nødvendig for noen og svært bra for alle.

ARKITEKTUR OG FUNKSJONALITET: Fjæreheia er et anlegg designet med utgangspunkt i en sterk europeisk teatertradisjon, og arkitektoniske valg og materialvalg er nøye gjennomtenkt. I så måte er dette er kulturhistorisk viktig bygg. Tiltak og utbedringer bør derfor etterstrebe å utvikle og bidra til både god funksjonalitet og arkitektonisk kvalitet.

2.2.2 DIGITAL INFRASTRUKTUR – MERKEVARE, DIGITAL SYNLIGET OG KUNDEDATA

Digitale infrastruktur, merkevare, grafisk profil, kundedata og kundeinnsikt må utvikles fra bunnen av. Med overføring av deler av tilskuddet for 2023, ble investeringer i utvikling i merkevareplattform, grafisk profil og nettside igangsatt, og tatt over driften i 2024. Det gjenstår imidlertid å bygge en tilstrekkelig kjennskap og synlighet og ikke minst en kundedatabase som sikrer at vi kan oppnå de nødvendige besøkstall og inntekter i årene fremover.

2.2.2.1 DIGITAL INFRASTRUKTUR – MERKEVARE OG GRAFISK PROFIL

Fjæreheia hadde ingen egen merkevareidentitet, merkevareelementer eller grafisk profil da Grimstad tok over anlegget, fordi de var en del av Kildens merkevareidentitet og grafiske profil. I 2024 ble grunnlaget for dette utviklet, og det kan nå utvikles maler og implementeres i alle flater og kanaler.

ANBEFALING: Utvikling av malverk og implementering i alle flater og kanaler gjennomføres i 1. og 2.kvartal 2025. Begrenset produksjon av merch og bærekraftig utstyr til serveringsfasiliteter vil det være lønnsomt å ta under ett, og lagreføre 2025-2027. Her tenker vi det er klokt å starte ut forsiktig, og estimerer et anslag på 250-400.000 for en treårsperiode, og der kostnader i sin helhet skal dekkes inn av salgsinntekter, men da fordelt over 3 år. For jubileet anbefaler vi at det utvikles et eget program som kan fungere helhetlig opp mot andre aktører i byen, samt være i tråd med det nasjonale opplegget med KUDs styringsgruppe i spissen, der også Grimstads ordfører er representert.

2.2.2.2 DIGITAL INFRASTRUKTUR - NETTSIDE, CRM, SOSIALE MEDIER

Arbeidet med utvikling merkevareplattform, grafisk profil og av en egen nettside, med en første versjon av nettbutikk og bestillingsløp er igangsatt. Vi er i slutfasen mhp teknisk grunnstruktur, UX, design og utvikling basert på merkevare og grafisk profil. Player, billedarkiv, universell utforming og åpenhetsloven ivaretatt. Ferdigstilling og testing gjennomføres i første kvartal 2025. Malutvikling og redaksjonelt arbeid knyttet til utvikling av nyhetsbrev og SoMe er en investering som det er viktig å prioritere i 2025.

ANBEFALING: Lisenser video-player, cms, teknisk plattform vil påløpe med kr 9.000 pr mnd og for å sikre drift, oppetid, billettsystem, feilretting og enkel bistand, etableres en minimums driftsavtale på kr 40.000 mnd. Det er sterkt å anbefale at det også settes av 50% ressurser til utvikling – kr 20.000 mnd, og det samme til utvidet innholdsproduksjon knyttet til jubileet, byens fasiliteter og alle konserter og events som skal promoteres – kr 20000 mnd. Alle investeringer i digital infrastruktur kan avskrives over 3 år.

Økt bruk av datadrevet innsikt for å nå et bredere er nå en forutsetning, og innsikt i dette og publikumsorientering blir kritisk. Til tross for at Fjæreheia har hatt aktivitet siden 90-talet, har ikke selskapet tilgang på kundedata eller kundeinnsikt fra tidligere år, og GDPR-regler gjør det vanskelig å overføre noe. Vi starter på null, og må på kort tid bygge opp en database med følgere og abonnenter, utvikle interessant innhold og bygge ut kundeinnsikten slik at vi gradvis kan målrette dialog og markedsføringen regionalt og nasjonalt. Dette vil kreve CRM-verktøy, fagressurser og investeringer i innholdsproduksjon og publisering/spredning. Vi kan ikke basere oss kun på organisk innhold og spredning, da basen er for liten, men må investere i betalt innhold for å sikre en større base følgere og et verdiskapende engasjement. At vi skal posisjonere oss både lokalt, regional, nasjonalt og internasjonalt frem mot 2028 vil innebære at vi ikke kan vokse organisk og geografisk, men kjøre tre parallelle løp mot de ulike gruppene.

En nøkkeltallberegning i salgs- og markedsføringskostnader pr billett ved etablerte institusjoner er 15-20% av billett-inntektene, og for Fjæreheia, som ikke kan lene seg på en kundedatabase og tusenvis av følgere i some, burde vi det første året doble dette. CRM og systematisk kundedialog med nyhetsbrev, fup-løp og profesjonell tilstedeværelse i SoMe fremover har vi ikke ressurser til i driftsbudsjettet. Det bør prioriteres økt driftstøtte for å sikre at dette arbeidet kan komme i gang..

ANBEFALING: Med estimert billettsalg i 2025 på 9600 og inntekter på 7,6 mill som går til dekning til honorarer til kompani, artister og innleie teknikk, så gir dette et behov for 25-30% i markedsinvesteringer for å sikre inntektene. Men +/- kr 150.000 pr mnd har verken selskap eller eier mulighet for i år, så vi må trekke på andre, og estimerer derfor et minimumsbehov for kr 70.000 mnd i markedsføring, mediekjøp og innholdsproduksjon.

Investeringer i et CRM-system vil innebære en investeringskostnad på kr 0,75-2 mill. Dette anbefales å tas over 2 år, med oppstart på prosjektet høsten 2025. Kostnaden kan avskrives over 3-5 år.

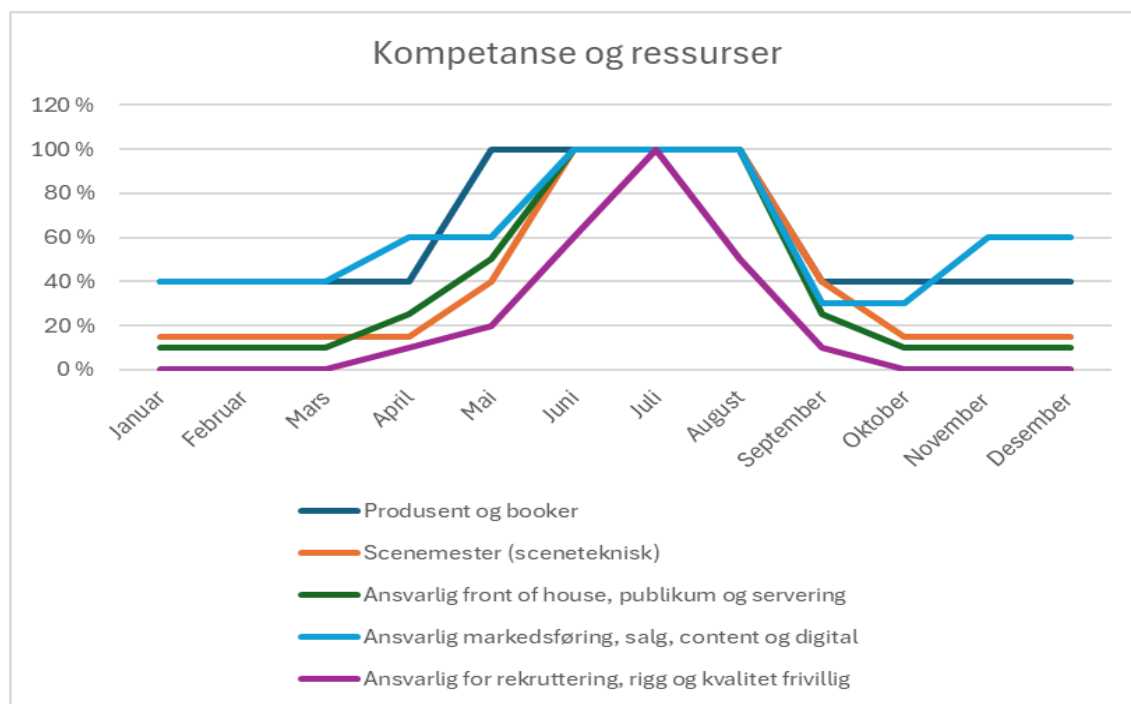
2.2.3 ORGANISATORISK INFRASTRUKTUR – KOMPETANSE OG ORGANISASJONSMODELL

For å ha aktivitet i anlegget, må det utvikles en minimumsorganisasjon for å sikre forsvarlig drift og ivareta nøkkelfunksjoner i produksjon, teknikk, markedsføring, servering, publikum og frivillighet. Kompetansen bør ansettes, da det å benytte byråer og freelansere gir høye kostnader, uforutsigbarhet og bygger ikke erfaringer og kompetanse i selskapet.

Hvis vi benchmarker med lignende scener og virksomheter, så må vi hensynta at deler av dem primært har en stor egenproduksjon og ikke annen bruk av arenaen, mens andre har flere mindre samproduksjoner og aktiviteter spredd utover sommersesongen. Fjæreheia har en kombinasjon av en ambisiøs egenproduksjon/innleid produksjon og en rekke gjestespill, konserter og events av ulike format og sjangre spredd utover sommeren. Vi har sett på flere ulike scener med sommerdrift, bl.a Elden, Stiklestad, Moster Amfi m.fl. Eksempel er Gålå som har etablert en god rigg over flere år, og der Akershus er i startfasen med en profesjonalisering med ny daglig leder.

- Kulturfestivalen Peer Gynt på Gålå
 - En stor hoved produksjon, og noen mindre events utenom og på andre arenaer
 - 7 årsverk fordelt på daglig ledelse, kunstnerisk ledelse, produsent, prosjektleder, teknisk og arena, markedsføring, servering, publikum og frivilligkoordinering.
 - I tillegg leier de inn kunstnerisk team på flere personer og et stort lag produksjonstilknyttet bemanning som inspisient, sufflør, lys, lyd, kost/mask, sceneteknisk rigg, og sikkerhet, barpersonale og publikumsværtskap i sesong. Samt mange hundre frivillige i alle funksjoner
- Karpedammen Scene, Akershus Festning
 - Flere mindre gjestespill og egne mindre event.
 - 3 årsverk, fordelt på regi/kunstnerisk, produsent, prosjektleder og markedsfører. I tillegg leier de inn teknisk ansvarlig og produksjonstilknyttet bemanning som inspisient, sufflør, lys, lyd, kost/mask, sceneteknisk rigg, barpersonale og publikumsværtskap i sesong.

Ambisjonene om å ha et rikt og mangfoldig repertoar og et samspill av 1-2 større teater/musikal produksjoner, flere gjestespill og konserter, og samproduserte event og arrangementer for og med nærings- og samfunnsliv er riktig vei å gå for å nå målene for selskapet. Samtidig krever det smidig, effektiv og kompetent drift der vi finner modeller og løsninger som gir mest mulig aktivitet for pengene. Behovet er egentlig på samme nivå som Gålå, men vi ser det som urealistisk gitt selskapets finansielle situasjon, å kunne realisere dette i 2025. Vi har derfor angitt et absolutt minimumsnivå i startfasen.



På samme måte som det gjelder å ha en grunnrigg utstyr, teknikk og fasiliteter, for så å skjøte på med leie og ekstra utstyr der det er behov, gjelder det å ha en grunnbemanning som innehar nøkkelkompetanse og ressurser på de aller viktigste områdene, og så skjøte på med ekstrabemanning til rigg, teknikk, teaterproduksjon og avvikling av barer og publikum på en lovlig og profesjonell måte. Dette gir lavere lønnskostnader, mer effektiv drift, økt aktivitet, redusert risiko, redusert salgskostnad, høyere egeninntekter, sikker drift mhp HMS, lover og regler.

MINIMUMSBEMANNING med EGENPROD, GJESTESPILL, KONSERTER OG EVENTS						
	Produsent og booker	Scenemester (sceneteknisk)	Ansvarlig front of house, publikum og servering	Ansvarlig markedsføring, salg, content og digital	Ansvarlig for rekruttering, rigg og kvalitet frivillig	TOTALT
Januar	40 %	15 %	10 %	40 %	0 %	105 %
Februar	40 %	15 %	10 %	40 %	0 %	105 %
Mars	40 %	15 %	10 %	40 %	0 %	105 %
April	40 %	15 %	25 %	60 %	10 %	150 %
Mai	100 %	40 %	50 %	60 %	20 %	270 %
Juni	100 %	100 %	100 %	100 %	60 %	460 %
Juli	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	500 %
August	100 %	100 %	100 %	100 %	50 %	450 %
September	40 %	40 %	25 %	30 %	10 %	145 %
Oktober	40 %	15 %	10 %	30 %	0 %	95 %
November	40 %	15 %	10 %	60 %	0 %	125 %
Desember	40 %	15 %	10 %	60 %	0 %	125 %
<u>Totalt pr år</u>	<u>60 %</u>	<u>40 %</u>	<u>38 %</u>	<u>60 %</u>	<u>21 %</u>	<u>220 %</u>

Den absolutte minimumsbemanning de første 1-2 årene må være 2,2 årsverk i tillegg til daglig leder. Avhengig av om vi skal fortsette samarbeidet med Ibsenkompaniet eller egenprodusere, så ser vi for oss en økning fra 2027 for å planlegge, produsere og utvikle jubileet.

ANBEFALING: Lønnsnivået ligger ulikt for de ulike kompetanseområdene, men generelt så vil det være mer press på denne kompetansen i sommerhalvåret, samt at noen vil ønske å fakturere istedenfor å ha ansettelse. Dette vil bidra til en høyere kostnad, og mindre effekt av kompetanse i selskapet, men med en lavere risiko som arbeidsgiver. Gitt at vi kan ansette innenfor tariff vil disse ressursene innebære en lønnskostnad på kr 1,5 mill eks sos.kost/arb.g.avg. Må vi splitte mellom innleie og ansettelse, eller vi må opp mot markedslønn for å få tak i kompetansen, vil det innebære en 10-25% økning i kostnader.

2.2.4 ØKONOMI OG FINANSIERING

2.2.4.1 INNTEKTSMULIGHETER OG FORETNINGSUTVIKLING

En virksomhet som Fjæreheia har flere inntektsgrupper. For regionale teater og scener er egeninntektene i størrelsesorden 10-25% av omsetningen, og resten er offentlig finansiering, oftest en kombo av fylkeskommunal og kommunal, og evt statlig. For virksomheter i skjæringspunktet mellom kulturhus og teater, er den offentlige andelen lavere. Ideelt sett bør den offentlige grunnfinansieringen for en kombinert scene som Fjæreheia være tilstrekkelig til at faste utgifter kan dekkes inn og at de mest krevende produksjonene delfinansieres gjennom ulike offentlige tilskudd. Det bredere eller mer kommersielle tilbudet skal være selvfinansierende i større grad.

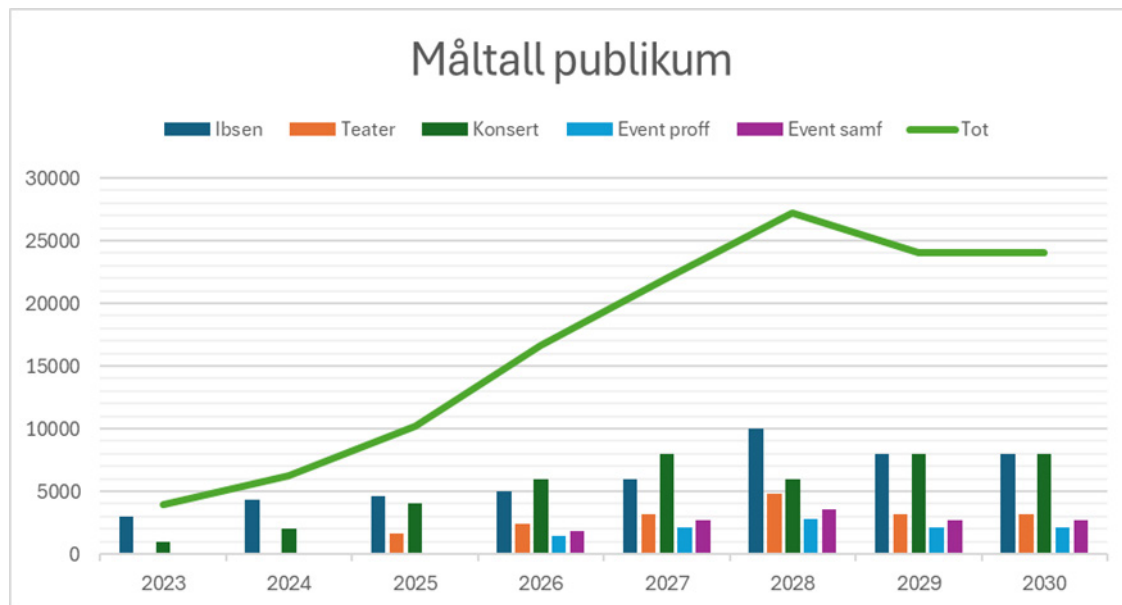
Når det gjelder egeninntekter, så skiller vi mellom stiftelsesstøtte og sponsoravtaler, billettinntekter og bar/servering og andre inntekter som merch og andre forretningskonsepter. Sistnevnte kan være kutt av

hotel- og restaurantpakker, transport, lederutvikling, event mm. som i noen sammenhenger har utgifter og forpliktelser knyttet til seg. Når det gjelder støtte og sponsorinntekter, så kan det være fra rene gaver til samarbeid som forplikter virksomheten til både direkte kostnader og gjenytelser og konkrete prosjektutviklinger som går i null. Dette kan i noen tilfelle likevel være hensiktsmessig ved at man får gjennomført prosjekter man ellers ikke ville hatt mulighet for, og det kan gi tilgang til publikumsgrupper og kundedata som gir økt salg og andre inntekter.

Gitt de nødvendige investeringer og en smidig organisasjonsmodell, er det noen relativt edruelige estimater for publikum, egeninntekter og overrulling effekter/inntekter for kommunen. Sistnevnte er alltid krevende å beregne, og er estimater basert på tall fra ulike stedsutviklings- og ringvirkingsanalyser fra inn og utland de siste årene.

2.2.4.2 MÅLTALL PUBLIKUM OG EGENINNTEKTER

Med utgangspunkt i erfaringer fra lignende arenaer har vi sett på et aktivitetsnivå og et belegg som vi mener er realistisk totalt og for de ulike sjangrene. For å klare et vellykket jubileumsår, må vi bygge opp og utvikle arenaen, fysisk og digital infrastruktur og organisasjonen, og ikke minst publikumrelasjoner gjennom synlighet, posisjon og kundedata.



Uten ekstraordinære tiltak som booster salget, ser vi at barinntektene kan komme opp i 10-20% av totale egeninntekter. Dekningsbidraget på dette er bedre enn på billettinntekter, så de vil gi et netto bidrag til inntektene. Med ekstra tiltak vil de kunne bli betydelig høyere, men da vil også tiltakene ha en kostnadsside, og i så måte en risiko. Vi har derfor ikke hensyntatt dette i denne omgang, selv om vi mener dette vil være klokt. Vi har lagt opp til et snitt mersalg på +/- kr 100 pr besøkende, som er en enhet i snitt. Mange dagsfestivaler og konsertarrangører opererer med kr 300-500 pr besøkende og dagsfestivaler med kr 750-1000 pr besøkende, så det er edruelige estimat på +/- kr 100 mill i perioden. Gitt at vi lykkes og får rom for ekstra tiltak så vil inntektene fort kunne havne 25-50% høyere.

2.2.4.3 ØKONOMISKE OVERRISLINGEFFEKTER OG RINGVIRKNINGER FOR KOMMUNEN

Både nasjonalt og internasjonalt er det gjennomført mange analyser av ringvirkningene av kultur. De fleste av disse effektene er ikke så lett å måle eller veie, men man kan vurdere de økonomisk overrislings-effektene som måler meromsetning knyttet til kulturinstitusjoner, event, festivaler og ikke minst helhetlig kultursatsing i et område. Den kanskje mest kjente i Norden er Århus-analysen. Og Storbritannia har flere analyser viser en økonomisk avkastning av kulturinvesteringer der en krone investert gir 8-10 kroner tilbake i meromsetning, og myndighetene øker nå investeringer i den kreative industrien.

--"Our creative industries are truly world-class and play a critical role in helping us deliver on this Government's mission to drive economic growth in all parts of the U.K. Our £60 million funding boost will support creative and cultural organisations across the UK to turbocharge growth by transforming local venues, creating jobs, supporting businesses and spreading opportunity across the country." (Culture Secretary Lisa Nandy)

Med utgangspunkt i prognosene for aktivitet og publikumsbesøk, har vi gjort noen forsiktige beregninger av noen overrislingseffekter, som overnattinger, restaurant/cafe-besøk, shopping og andre aktiviteter. Og da forutsatt at vi ikke gjør noen ekstra tiltak for å booste meromsetningen, som pakker, bundling og annen salgsaktivitet. I planperioden 2025-2030 vil dette medføre mellom kr 93 mill og kr 168 mill. Innovasjon Norge opererer med mye høyere tall i omsetning pr døgn for kulturturisten, som legger igjen 40-50% mer enn snitt-turisten og som også gjerne blir lengre på et sted. Estimatenes størrelse ligger på +/- 2000 pr døgn, og i et slikt regnestykke ville vi i perioden snakket om i størrelsesorden 268– 400 mill. Så estimatene våre nøyssomme.

BYEN	FORSIKTIG	MIDDELS
Shopping kr150	kr 16 537 500	
Shopping kr250		kr 27 562 500
Div kr100	kr 11 025 000	
Div kr200		kr 22 050 000
Mat/drikke 50%*kr400	kr 22 050 000	
Mat/drikke 100%*kr400		kr 48 380 000
Overnatting 20%	kr 36 720 000	
Overnatting 50%		kr 63 150 000
Innkjøp bar/catering	kr 6 984 280	kr 6 984 280
	kr 93 316 780	kr 168 126 780

I den offentlige debatten kan det innimellom virke som borgerne i dette landet ikke er opptatt av kultur, og det legges frem analyser av reduksjon i kulturbruk. Når det gjelder det siste, så er dette i beste fall mangelfulle analyser, da det kun er offentlig finansiert kultur som teller med. Det har de siste årene poppet opp en rekke scener og festivaler over hele landet som produserer teater og show og som selger ut kveld etter kveld. Av aktører med større aktivitet kan vi nevne Folketeatret, Kristiania Teater, Hjorten Teater, Nye Ole Bull Scene, KrS Live, Chat Noir. Så folk vil ha opplevelser!

I januar ble det lagt frem en stor analyse av Kulturdirektoratet som viser at over halvparten av befolkningen er meget eller ganske interessert i kunst og kultur, og enda flere - 62% av de som bor i sentrale strøk. Videre ønsker 7 av 10 seg samme eller mer offentlig støtte til kunst og kultur, og her er unge og aldersgruppen 25-39 år enda mere positive enn gjennomsnittet. (*Kulturdirektoratet: Offentlig finansiering av kunst og kultur. Befolkningens holdninger og kunnskap*). Befolkningen i Grimstad har lang tradisjon for aktiv og engasjert kulturutvikling og -bruk, og dette gjør at byen er godt skodd til å styrke sin destinasjonsutvikling gjennom kultur

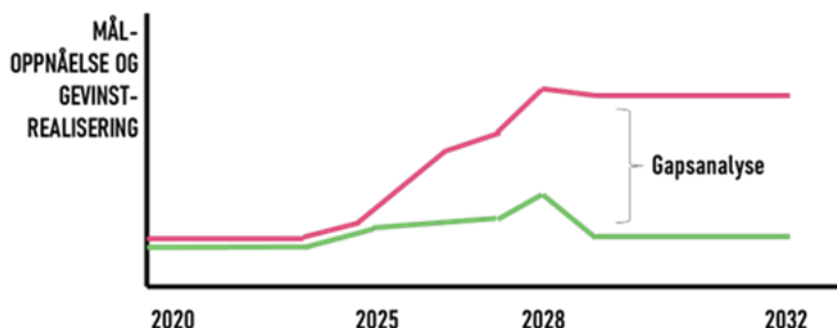
2.2.4.4 FELLES OFFENTLIG OG PRIVAT SATSING GIR RESULTATER

Kommunen er engasjert, det lokale kultur- og næringslivet er entusiastiske, fylkeskommunen styrker sin satsing og dialogen med andre signalinstitusjoner i regionen som Kunstsilo, Kilden, Ibsen museet m.fl, er etablert. I tillegg er det etablert dialog med Kulturdepartementet og Familie- og kulturkomiteen på Stortinget knyttet til statsbudsjettet.

Fylkeskommunen har, i tillegg til å øke sin årlige støtte med 30%, satt i gang arbeidet med å se på hvordan de kan bidra inn med investeringsmidler, driftsstøtte og annen bistand for å sikre at den nasjonale og regional arenaen kan nå sine mål og bidra til at både Grimstad og Agder når sine kulturpolitiske målsetninger.

I tillegg til en styrket satsing fra kommune og fylkeskommune og en ambisjon om å få staten med på spleiselaget, søker vi langsiktige partnerskap med og støtte fra fond, stiftelser og næringslivsaktører. De deler våre visjoner om å skape et bredt og attraktivt repertoar av internasjonal klasse i den unike arenaen, styrke Agder regionen posisjon som «Kulturstripa», tiltrekke besøkende fra inn- og utland og bidra til et rikere kunst- og kulturliv i regionen og Norge. Signalene er gode fra flere aktører. Vi har signert avtale på 1 million for 2025, og forventer en større signering på 10 mill i nærmeste fremtid. Andre aktører avventer kommunestyrets vedtak om styrket og langsiktig satsing før de ønsker å inngå flerårige samarbeid. Så gitt økt satsing fra kommune og fylkeskommune, så er mulighetene styrket for å kunne signere flere avtaler i løpet av 2025. På denne måten vil investeringer og drift virkelig kunne bli et reelt spleiselag mellom det offentlige og private, og den innsatsen kommunen bidrar med vil generere betydelig private bidrag og store ringvirkninger for kommunen og kommunens innbyggere og næringsliv.

Skal vi lykkes med å få dette på plass innen jubileumsåret 2028, må vi løse utfordringene og tette gapet mellom nåsituasjon og ambisjon så tidlig som mulig, slik at vi kan sikre at inntekter og måloppnåelse for selskapet og realisering av ringvirkningene både økonomisk og samfunnsmessig for kommunen så raskt som mulig. Så de grunnleggende investeringene og styrking driftskapitalen bør på plass i 2025 og 2026.



2.2.4.5 EGENKAPITAL ELLER FOND FOR RISIKOREDUSKJON OG HANDLINGSROM

Med utgangspunkt i ambisjonene, utfordringene og løsningene skissert i de forrige punktene, mener vi det vil være gode muligheter for å finne en god balanse mellom ulike finansieringskilder slik at nødvendige investeringer og midler til forsvarlig og effektiv drift lar seg gjøre.

- Egeninntekter billett
- Egeninntekter servering
- Andre egeninntekter (leie, konsept mm)
- Spons og privat næringliv
- Stiftelser og fond
- Statlig
- Fylkeskommunal
- Kommunal

I en slik oppbyggingsfase er det imidlertid ikke rom for å bygge seg opp en egenkapital eller risikokapital. Det å produsere store profesjonelle teaterproduksjoner eller inngå i samproduksjoner med ledende kompanier, krever både investeringer lenge før inntektene kommer, og en viss evne til å investere uten sikkerhet for suksess og sikkerhet for inntekt. Det samme gjelder bookinger og avtaler med ledende artister, management i Norge og internasjonalt. Her må selskapet ut med store beløp i honorar up front, og uten sikkerhet for inntektene. Med en digital infrastruktur som er i startfasen og en svært begrenset kundedatabase og innsikt, samt begrensede midler til å pumpe inn midler i markedsføring, vil vi ha en skarpere risikoprofil de første årene.

ANBEFALING: Her vil en form for fond eller eierdialog omkring dette gi selskapet den nødvendige tryggheten som må på plass for å kunne satse og oppfylle ambisjonene i kommunale og fylkeskommunale plandokumenter, fylle rollen sin i lbsen- og destinasjonsutviklingen av Grimstad og sikre at selskapets formål oppnås.

Noen kilder, for de som vil lese mer om kultur, samfunnseffekter, ringvirkninger og destinasjonsutvikling

https://www.regjeringen.no/contentassets/8fa17aa605964297959ce0ddbee82512/infuture_fremtidens-kultur-i-et-brukerperspektiv_.pdf

<https://www.kulturdirektoratet.no/web/quest/fou/vis-artikkel/-/folk-flest-mener-det-er-riktig-a-bruke-offentlige-penger-pa-kunst-og-kultur>

<https://aarhus.dk/media/ok4kpc1g/kultur-og-fritidslivets-vaerdi-for-borgere-og-samfundet-i-aarhus-silverlining-research-2024.pdf>

<https://dm.dk/nyheder/2024/kultur-er-godt-for-baade-livskvalitet-og-oekonomi/>

<https://samfunnsokonomisk-analyse.no/publikasjoner/ringvirkninger-av-kulturelle-arrangementer>

https://migrant-integration.ec.europa.eu/library-document/culture-and-democracy-evidence_en?

<file:///C:/Users/IdaMargretaHalvorsen/OneDrive%20-%20Fj%C3%A6reheia%20AMFI%20AS/Skrivebord/FRAMTID/FJ%C3%86RHEIA%20AMFI/innsikt%20og%20underlag/R05-2023%20Ringvirkninger%20av%20kulturelle%20arrangementer.pdf>

<https://www.ks.no/fagomrader/forskning-og-utvikling-fou/forskning-og-utvikling/hvilke-samfunnsverdier-skapes-av-et-sterkt-kulturliv/>

<file:///C:/Users/IdaMargretaHalvorsen/OneDrive%20-%20Fj%C3%A6reheia%20AMFI%20AS/Skrivebord/FRAMTID/FJ%C3%86RHEIA%20AMFI/innsikt%20og%20underlag/R34-2024-Kulturfeltets-plass-i-samfunnsutviklingen.pdf>

<https://innlandetfylke.no/tjenester/kunst-og-kultur/nyheter-kultur/hvilke-ringvirkninger-har-kultur.56903.aspx>

<https://www.thersa.org/press/releases/2024/landmark-new-report-to-unleash-potential-of-uk-as-a-creative-superpower>

https://www.virke.no/globalassets/3.bransjer/service-og-kultur/kreative-naringer/innspill_et-loft-for-kreativ-naring.pdf

<https://www.msn.com/en-us/news/world/uk-creative-industries-get-73-million-government-boost-as-culture-secretary-lisa-nandy-unveils-growth-plan/ar-AA1xmCa3?ocid=BingNewsSerp>

https://pec.ac.uk/research_report_entri/impact-investing-in-the-cultural-and-creative-sectors-insights-from-an-emerging-field/

<https://www.thecreativeindustries.co.uk/facts-figures/creative-industries-add-ps124bn-of-value-to-uk>
