



Festivalkommunar

– samhandling mellom kommunar og festivalar

Innhold

s. 3	Ta vare på festivalen din
s. 4	Om studien
s. 6	Kommunen kjem på bana
s. 8	Økonomiske bidrag frå kommunen
s. 9	Kommunen som arrangementsarena
s. 10	Samarbeid mellom arrangørar
s. 12	Støttefunksjon for formalitetar
s. 13	Teknisk planlegging og evaluering
s. 14	Beredskap under festivalen
s. 15	Kommunen marknadsfører festivalen
s. 16	Festivalen profilerer kommunen
s. 18	Festivalar som næring
s. 20	Grunnlag for godt samarbeid
s. 21	Kva får kommunen att?
s. 22	Festivalarbeid som stadutvikling

Ta vare på festivalen din

Korleis tek kommunen din vare på festivalen sin? Tre av fire kommunar har ein eller fleire festivalar. Dette er eitt av dei tydelegaste døma på møtet mellom eldsjelene og kommunane.



Alle festivalar byr på marknadsføring av staden der dei føregår, og mange skapar eit årleg høgdepunkt for innbyggjarane. Nokre festivalar byr på inntekter og oppdrag for det lokale næringslivet. På ein eller annan måte gir dei fleste festivalar eit løft av heile eller deler av kommunen dei held til i. Uansett kva slags festival det er snakk om, vil det dukke opp både oppgaver og moglegheiter på rådhustrappa.

Denne rapporten, som Norsk institutt for by- og regionforskning (NIBR) har laga på oppdrag frå Distriktssenteret, fortel ikkje at festivalane i seg sjølv fører til at fleire buset seg i kommunen. Heile lokalsamfunnet er ofte med på å skape festivalen. Er kommunen med-spelar og heiagieng, er det større sjanse for å få meir ut av festivalen enn nokre dagar med felles moro. Altså er det ikkje så dumt om kommunen tek godt vare på festivalen sin.

Halvor Holmli

Direktør, Distriktssenteret

Nyttig å vite om kommunar og festivalar

- Festivalar profilerer ofte kommunane meir enn kommunane profilerer festivalane
- Festivalar byr på trivsel, nettverksbygging og mangfaldige samarbeidsprosjekt
- Kommunal velvilje overfor festivalarrangørane er særleg viktig i oppstartsåra
- Uansett kor mykje kommunen gir i tilskot, er bidraget viktig som verdsetjing og som dørøpnar for andre tilskot
- Ein del kommunar bidreg med mykje "usynleg" arbeid for festivalar
- Når festivalar veks til ein viss storleik, kjem mange formalitetar i tillegg til kjerneaktiviteten
- Praktisk og teknisk tilrettelegging, tryggleik, beredskap, hjelp med formalitetar og søknader er viktig
- Festivalar er ei blanding av frivillig innsats og kommersialisme, kultur og næring, møteplass og opplevingsturisme
- Festivalar har ringverknader for lokale bedrifter innan handel, service, transport, servering og overnatting
- Kommunar og fylke kan støtte og stimulere til samarbeid og kompetanseutveksling mellom festivalar og andre store arrangement
- Innhald og profil er festivaleigarane sitt ansvar
- Festivalane gjer at kommunen blir rusta til å halde andre store arrangement

Om studien

Distriktsenteret har gitt Norsk institutt for by- og regionforskning (NIBR) i oppdrag å undersøke korleis kommunane fyller rolla som vertskap for 11 utvalde festivalar i distriktet.



Rolla som vertskap kan sjåast på som ein del av kommunane si nye rolle som samfunnsutviklar, som mellom anna inneber å arbeide med stadutvikling og attraktivitet. Kontakten med sivilsamfunn og næringsliv – inkludert festivalar – skal dessutan vere tettare enn før. Distriktsenteret ønskjer med studien å få fram korleis samhandlinga mellom kommunar og festivalar er i praksis og kva som kan bli betre.

Kultur- og opplevingssektoren blir i aukande grad sett på som viktig for å skape attraktive lokal-

samfunn. Tre av fire kommunar har ein eller fleire festivalar, og det er mellom 800 og 900 festivalar og spel i Noreg. Frå kommunen sin ståstad kan festivalar, i tillegg til å ha eigenverdi, også skape økonomiske, sosiale og kulturelle verdiar. Ikkje minst distriktskommunar kan ha mykje att for å bidra til arrangement som gir trivsel i lokalbefolkninga og gjer ein stad attraktiv for tilreisande. Spørsmålet er kor godt kommunane gjer seg nytte av potensialet som ligg i å knyte omdømmebygging og stadutvikling til festivalane.



Kommunen kjem på bana

Det er sjeldan kommunar som tek initiativ til å etablere festivalar. Ofte spring dei ut av ein entusiastisk visjon eller eit lokalt arrangement. Behovet for kontakt med kommunen oppstår når festivalen når ein viss storleik og mange praktiske, tekniske og formelle ting må ordnast i tillegg til kjerneaktiviteten.



Kommunen involvert: Ordfører i Førde kommune, Nils Gjerland, helsar Førdefestivalen 2011 i lag med fylkesordførar i Sogn og Fjordane, Nils R. Sandal, under ei mottaking for gjester og sponsorar der mange beslutningstakarar er samla. Ordføraren var leiar i festivalen sin representantskap.

Formelt eigarskap har lite å seie for kor godt samspelet med ein festival er. Kommunane i studien er i liten grad inne på eigarsida. Dei som er medeigarar, deltek i hovudsak gjennom at folkevalde har styreverv. Kommunen er heller ikkje særleg viktig som pådrivar for festivalarbeid eller frivillig innsats.

Det som viser seg å telje, er at kommunen fungerer som praktisk og teknisk tilretteleggar og støttespelar. Det vil seie at kommunen tek ansvar for beredskap og tryggleik, hjelper til med formalitetar, lover, regelverk og tilskot, og stimulerer til samarbeid med andre arrangørar. I tillegg kjem den generelle innsatsen for å utvikle staden som arrangementsarena og styrke lokalsamfunnet sin kompetanse på det å halde arrangement.

Med få unntak er festivalane i studien ikkje forankra i offentlege planar. Verken kommuneplanar, fylkesdelplanar, regionplanar, kulturplanar eller strategiske planar for stadutvikling nemner festivalane. Mangelen på forankring ser ikkje ut til å bety mykje for festivalen sin status lokalt eller for kva slags hjelp og samarbeid kommunen tilbyr. Samtidig kan det tenkast at ei viss forankring ville ha gjort det lettare for kommunen å dra nytte av festivalen på ulike måtar eller kunne ha styrka samspelet mellom kommune og festival.

Enkelte festivalar brukar kommunen som drøftingspartnar når det gjeld konsept og prosjektgjennomføring, men både festivalleinga og folk i kommunen er samde om at innhald og profil er festivalleinga si sak. Det prinsipielle synet er at dette bør overlatast til dei kunstnarleg ansvarlege eller til dei kompetente eldsjelene som står bak festivalen.



Rauma og Romsdalen: arena for Norsk Fjellfestival.

“Festivalen utløyste ein masse positivitet i Førdemiljøet ... han skapar ein identitet, han skapar stoltheit og noko å skryte av”

Kulturansvarleg i kommunen

Dei nynorske festspela: Bodil Cappelen les kjærleiksbrev frå Olav H. Hauge til tonefølgje av Sigrid Moldstad.



Økonomiske bidrag frå kommunen

Dei kommunale tilskota utgjør sjeldan ein stor del av det totale festivalbudsjettet, men også mindre økonomiske bidrag kan ha høg symbolverdi.



Støttespelarar: Førdefestivalen har fleire lokale og regionale sponsorar. Det kommunale tilskotet festivalen får, er ein nødvendig døropnar for tilskot frå andre kjelder.

Kulturårshjulet i Vinje

Haukeliserfestivalen er ein av elleve lokale kulturaktørar som har underteikna ein intensjonsavtale med Vinje kommune om økonomisk støtte i tre år.

Avtalen, som blir kalla Kulturårshjulet, skal mellom anna bidra til å fremje langsiktig planlegging av kulturaktivitetar og styrke samarbeidet mellom lag og kommune. For festivalen er ordninga ein fordel fordi ho gir ein oversiktleg økonomi.

At kommunen ser på festivalen som viktig nok til å fortene støtte, blir av mange oppfatta som eit kvalitetsstempel. Eit kommunalt tilskot fungerer dessutan som ein døropnar for andre offentlege midlar. Mange kommunar bidreg først og fremst til festivaløkonomien gjennom å hjelpe til med å finne andre støtteordningar eller bidra til søknadsskriving.

Fleire etterlyser at kommunen sitt økonomiske bidrag blir meir føreseieleg. Mange festivalar bookar til dømes artistar eitt år før tida og har behov for å vite kor mykje dei kan rekne med frå kommunen. Når det kommunale tilskotet er ein føresetnad for å få andre offentlege midlar, blir det viktig for festivalleiinga sitt økonomiske handlingsrom å kunne sjå litt fram i tid.

Men det er ikkje kommunen si rolle som økonomisk bidragsytar festivalaktørane vurderer som den viktigaste. Mange innser at kommunane ikkje har store frie midlar til utdeling. Dessutan blir det tvilsamt med store tilskot frå ei slunken kommunekasse når det er snakk om festivalar med private sponsorar og store inntekter.

Enkelte stader let kommuneleiinga tilsette få jobbe med festivaloppgåver før og under festivalen. Mange folkevalde og kommunetilsette deltek òg som frivillige. I små lokalsamfunn kan ein sjå dette som eit slags kollektivt dugnadsbidrag til ein "bygdefest". Ein føresetnad for aksept for frivillig festivaljobbing i arbeidstida er at festivalen har eit verdigrunnlag det er allmenn oppslutnad om. Kommunar som har fleire festivalar eller store arrangement, kan lett kome i eit dilemma her.

Kommunen som arrangementsarena

Dei aller fleste festivalar tek i bruk anlegg, areal og lokale som tilhøyrer kommunen.

Spektakulær arena: Trænafestivalen har den storslåtte naturen som scene. Festivalen er også heilt avhengig av at kommunen let dei bruke offentlege areal, bygg og anlegg.



Sjølvs om denne typen ekstraordinær bruk gir kommunen visse ekstrautgifter, er det enklare å finne dekning over det ordinære driftsbudsjettet enn gjennom reine tilskot til festivalen. Det er ein utbreidd praksis at kommunar bidreg til festivalar gjennom å stille anlegg og areal gratis til disposisjon eller å krevje ei svært rimeleg leige. Dette omfattar òg arbeid med klargjering, beredskap og vakthald.

Å bygge opp kommunen som arrangementsstad kan vere ein del av rolla som vertskap. Til dømes kan kommunen leggje eit uteområde til rette for tyngre køyretøy, gjere mellombelse løysingar for vatn og

avløp på stemneplassar permanente, installere lysanlegg eller låne ut kontorplassar.

At denne typen infrastruktur er på plass, vil etter kvart styrke kommunen som kultur- og opplevingsstad, og dermed reisemål. Økonomiske effektar av festivalar vil mange stader vere viktige for handels- og servicebedrifter, overnatting og transport. Indirekte bidreg altså kommunane til auka verdiskaping gjennom å utvikle velfungerande arenaer. Dette kan seiast å vere ein del av rolla som samfunnsutviklar.

Samarbeid mellom arrangørar

Kompetanse om det å halde arrangement er ein viktig ressurs for festivalar, og kommunane bør sjå på styrking av denne kompetansen som ein del av vertskapsrolla.

*Nynorsk høgtlesing:
Forfattar Maria Parr
i Ivar Aasen-tunet
sommaren 2011. Dei
nynorske festspela
blir arrangerte
av Nynorsk
kultursentrum, som
har 22 stiftarar
– mellom anna
kommunane Ørsta
og Volda.*



Ei tilnærming kan vere å stimulere til samarbeid mellom aktørar på feltet. Fleire stader er det sett i gang eller løyvd støtte til tiltak som skal få i gang internt samarbeid mellom festivalar og andre store arrangørar. Samarbeid mellom lokale arrangørar blir

mellom anna praktisert i Voss, Rauma og Valdres. Fordelane viser seg å vere store.

Kommunane bør i mykje større grad enn i dag stimulere til samarbeid på tvers av kommunegrensar

”Det er eit betydeleg arbeid att når det gjeld strategisk arbeid og samarbeid om profilering. Potensialet er langt frå teke ut”

Rådmann

der dette kan styrke heile regionen. Kultur- og opplevingsverksemdar har ofte eit regionalt nedslagsfelt, samtidig som ein bør sjå dei som eit ledd i regional nettverksbygging og stadutvikling.

Tre modellar for samarbeid

1 Festival Voss er ein paraplyorganisasjon som omfattar ”dei fire store” på Voss: Ekstremsportveko, Vossajazz, Osafestivalen og Voss cup (landets nest største fotballturnering). Initiativet til å stifte Festival Voss kom frå kommunen. Organisasjonen skal styrke samarbeidet på tvers av festivalar i kommunen. Det inneber at ein utvekslar erfaringar, utviklar arrangementskompetanse, koordinerer aktivitetar og samordnar dialogen med kommunen, politi og reiselivsaktørar. Festival Voss leiger òg ut utstyr og sel tenester, arrangementsmodellar og prosjektleiing til andre arrangørar. Dei får dessutan ei rolle når det skal vere andre store arrangement på Voss, som Landsskyttarstemnet i 2012 og VM i freestyle i 2013.

2 Rauma kommune er vertskap for to større festivalar, Norsk Fjellfestival og Raumarock. Møre og Romsdal fylkeskommune og kommunen gir tilskot til festivalsamarbeid gjennom ein formalisert samarbeidsavtale. Det var utviklingsselskapet Nordveggen som etablerte Prosjekt Festivalarbeid (eigd av kommunen og Rauma Næringslag) og søkte fylkeskommunen om midlar til eit fireårig pilotprosjekt. Målet har vore å få til samarbeid om kompetansebygging, sponsorar og marknadsføring, og samarbeid mellom næringsliv og festivalar.

3 Valdres natur- og kulturpark (VNK) er eit selskap som er eigd av seks kommunar og arbeider for bygdeutvikling i regionen. VNK gir støtte til aktivitetar på tvers av større arrangørar og bidreg mellom anna til fagleg oppdatering og styrking av festivalnettverket i Valdres. VNK oppmodar arrangørane til å samarbeide om praktiske oppgåver som bemanning, fellestenester, billettbestilling, festivalkontor, kjøp av tenester og infrastruktur, marknadsføring og merkevarebygging. Nettverket driv òg med erfaringsoverføring og skolerer arrangørar i lovverk, regelverk og rutinar for handtering av frivillige.

Støttefunksjon for formalitetar

Mange har erfart at det som i starten var eit lite og gjerne uformelt arrangement, etter kvart vaks seg til eit komplekst prosjekt.

”Dei må ta vekk alle dei små hovudbrya for oss ... dei som er så frustrerande og krev så mykje arbeid!”

Festivalleing

Større festivalar vil møte ei rekke formelle krav – til dømes frå vegvesen, politi, brannvesen, helsevesen, renovasjonsselskap og eigedomsavdeling. I tillegg kjem papirarbeidet knytt til skjenke- og serveringsløyve. Ofte må arrangørar gjere private avtalar med grunneigarar og næringsliv. Ein del kommunar hjelper til med å få i stand formaliserte avtalar, men dei fleste stader er det rom for meir støtte til slikt arbeid.

Både festivalleinga og kommunale aktørar ser det som viktig korleis samspelet om formalitetar blir organisert. Målet må vere å forenkle rutinane og unngå meirarbeid for begge partar. Erfaringa er at det svarar seg at éin person i kommunen fungerer som kontaktperson for festivalen. Fleire føreslår òg at festival og kommune går saman om å lage ei fast hugseliste for formalitetar knytt til årvisse arrangement. Gode rutinar vil forenkle arbeidet ein tek opp att år etter år, og kjem andre arrangement til gode.



“Ein søknad inn, eitt svar ut”

Ekstremспортveko på Voss står for eit breitt spekter av aktivitetar, frå fallskjermhopping til elvepadling, og må difor halde styr på eit vell av avtalar, løyve og formalitetar. Dårlege erfaringar med mange møterundar, påminningar og dobbeltarbeid låg bak grepet med å samle kommunikasjonen både på festivalsida og i kommunen.

No har “Veko” og Voss kommune fått til eit system som fungerer godt. Koordinatoren i kommunen kallar det “ein søknad inn, eitt svar ut”. Ordninga går ut på at festivalleinga samlar alle formalitetar i éin søknad som går til koordinatoren i Voss kommune. Koordinatoren vil då raskt kunne sjå om det manglar noko og etterlyse dette. Han passar så på at dei ulike søknadene og spørsmåla går til rett mottakar og følgjer opp handsaminga. Den same personen kallar inn til eit fellesmøte mellom politiet og dei som står for renovasjon, vatn/avløp og beredskap.

Teknisk planlegging og evaluering

Festivalarbeid av eit visst format krev mykje teknisk og praktisk planlegging som kommunen bør ta del i.

Kontakt før, under og etter

Trænafestivalen har eit fast opplegg for samarbeid med Træna kommune før, under og etter festivalen. På våren deltek kommunen på planleggingsmøte om tryggleik, leige av bygg og arealbruk. To veker før festivalen stiller alle dei involverte på eit møte der ein går gjennom detaljane i festivalopplegget. Rett før oppstart møtast politi, kystvakt, brannvesen og helsevesen for å drøfte tryggleiken.

Under gjennomføringa stiller kommunen inntil seks personar til rådvelde. Dei siste åra har det vore evalueringssmøte kvar kveld under festivalen. I etterkant er kommunen dessutan med på eit større evalueringssmøte.



Oversikt:
Festivalgeneral
Håvard Halvorsen
i Fagernes
sentrum under
Rakfiskfestivalen.

Det er både i festivalen og kommunen si interesse at kommunen bidreg til arrangementsteknisk planlegging, sidan ein god del av oppgåvene er eit offentleg ansvar.

Mange festivalar og kommunar legg dessutan vekt på at det er viktig med felles evalueringar i etterkant. Det er viktig at etterarbeidet er grundig og systematisk. Det bør med andre ord ikkje skje uformelt

mellom aktørar som kjenner kvarandre og “treffast på butikken”.

Ein fast praksis for planlegging og evaluering kan skåne både festival og kommune for mange praktiske problem. Det gir arrangøren meir tid til kjerneaktiviteten, forebyggjer svikt i opplegget, og vil i tillegg gjere samarbeidet mindre sårbart for personutskiftingar.

Beredskap under festivalen

Kommunen si rolle som praktisk og teknisk tilretteleggar gjeld òg beredskap under sjølve festivalen.

Når festivalen er i gang, har festivalleiinga sitt mest kritiske tidspunkt. Dei har meir enn nok med sjølve arrangementet. Men ikkje sjeldan dukkar det opp akutte spørsmål undervegs. Desse er gjerne knytte til helse, miljø, tryggleik, straum, renovasjon eller gate- og arealbruk.

Slike "ordinære" kommunale oppgåver blir ekstraordinære under festivalen fordi omfanget er så stort. I tillegg er det ofte midt i ferien. Fleire peikar på at det er ein fordel om ein person frå kommunen er tilgjengeleg under festivalen i fall noko skulle dukke opp. Festivalane vurderer beredskapsfunksjonen som ein viktig del av det kommunale vertskapet.

Buldring: Ein av aktivitetane under Norsk fjellfestival.



Kommunen marknadsfører festivalen

Kommunen bør bidra til å gjere festivalen kjend både i og utanfor lokalområdet.



Rotur i Nusfjord: Pianist Leif Ove Andsnes og kunstnerisk leiar i Lofoten Internasjonale Kammermusikkfest (LINK), Arvid Enggård.

Ei sentral oppgåve for festivalaktørane er å marknadsføre festivalen overfor publikum og potensielle bidragsytarar og sponsorar. Her kan kommunen bidra enten ved å hjelpe festivalen med marknadsføringa eller ved sjølv å marknadsføre festivalen. Kommunen har i tillegg eit ansvar for å løfte fram festivalen overfor eigne innbyggjarar og bedrifter for å auke den lokale oppslutninga.

Kommunen har eit stort repertoar av mulige profileringsaktivitetar – frå fylldig omtale på heimesi-

der, i turistbrosjyrar eller "flytt-hit"-kampanjar til verbal omtale i ulike samanhengar. Ordførarar og kultursjefar er viktige ambassadørar. Det er viktig at kommunen har ein plan for korleis dei vil bidra til å gjere festivalen kjend. Innsatsen bør med andre ord ikkje stå og falle på enkeltpersonar si interesse for visse arrangement. Mange arrangørar meiner kommunane bør bli meir medvitne om ansvaret sitt for marknadsføring av festivalar.

"Det er ikkje alle som har skjont at festivalen kan vere med på å løfte dei"

Lokal utviklingsaktør

Festivalen profilerer kommunen

Når festivalen blir kjend, blir også staden eller kommunen kjend.

Festivalkommune:
Høylandet i Nord-Trøndelag er vertskap for Norsk Revyfestival.



Mange festivalar bidreg indirekte til å profilere staden der festivalen går føre seg. Festivalen formidlar gjerne totalopplevinga av staden og reisa dit, til dømes gjennom heimesider eller brosjyrar. I ein del tilfelle profilerer festivalen kommunen langt meir enn kommunen profilerer festivalen. Ein del kommunar nøyer seg med å nemne festivalen på eigne heimesider eller å leggje ut ei lenkje til festivalen si nettside.

Samtidig er det tydeleg at ein del festivalar bidreg sterkt til lokal identitetsbygging, anten ved å forsterke den eksisterande identiteten på staden eller ved å tilføre heilt nye element. Mange kommunar kan bli flinkare til å utnytte "forteljinga om festivalen" som ein del av "forteljinga om staden". Ein måte å gjere dette på, er å gje eit bilete av korleis miljøet for typiske "festivalaktivitetar" (til dømes musikk eller sport) er elles i året. Ein kan òg spele på lokalsamfunnet si evne til å løfte i lag og få til store arrangement.

Kommunen bør kunne bruke festivalen i arbeidet med stadutvikling, men kan ikkje vente at festivalen skal bidra direkte til dette. Sjølv om både kommune og festival har interesse av at staden blir oppfatta som attraktiv, er det ein fordel å setje denne rolleavklaringa på sakskartet når representantar for festival og kommune møtast.

I tillegg bør kommunane bli meir medvitne om at festivaldagane er ein arena for å formidle kva staden har å by på. Når mange tusen tilreisande og heimvende er samla i ein positiv og triveleg samanheng, og attpåtil på eit avgrensa område der ein lett kan nå dei, kan kommunane heilt klart gjere meir for å vise seg fram overfor til dømes potensielle tilflyttarar eller utflytta folk frå staden.

Festivalaktørane bør på si side reflektere over korleis festivalen er med på å farge folk sitt syn på staden eller kommunen. Festivalen blir ein av "merkelappane" som seier noko om både staden og menneska som bur der, og negative trekk ved festivalen kan gå ut over kommunen sitt omdømme.



Fjellfestival i ein fjellkommune

Rauma kommune og Norsk Fjellfestival har svært like profiler. Medan festivalen dyrkar fjellet, klatring og det enkle friluftslivet, har kommunen som mål å vere "Verdens beste kommune for naturglade mennesker". På denne måten styrkar festivalen og kommunen sitt felles omdømme.

Samarbeidet om verdigrunnlag kan no bli teke eit steg vidare. Både kommunen og festivalen vurderer å satse på folkehelse og eit breitt og inkluderande fjellfriluftsliv.



Styrkar lokal identitet

Morellfestivalen i Hardanger og Norsk Rakfiskfestival i Valdres er to døme på festivalar som styrkar velkjende identitetslement frå desse regionane. Lokale mattradisjonar er blitt vidareutvikla til kultur- og opplevingsnæringar.

Trænafestivalen har bidrege sterkt til å setje øygruppa på Helgelandskysten på kartet som ein spektakulær festivalstad som byr på så vel kvalitetsmusikk som eit spesielt ferieopphald. I februar 2012 var alle festivalpassa for sommarens festival utselde – før programmet var annonsert.

"Veko har snudd heile sesongprofilen til Voss"

Koordinator i kommunen



Voss brukar Veko

Ekstremportveko profilerer Voss som eit eldorado for sommaridrett og uteaktivitet. Både gjennom media og på andre måtar formidlar festivalen at Voss er ein moderne og ungdommeleg plass der det skjer mykje, ikkje berre ein vintersportstad og ein tradisjonell "smalahovekommune".

Voss kommune har valt å bruke Ekstremportveko til eigenreklame i brosjyrar, samtidig som dei i eksterne samanhengar skryt av Veko som ein viktig del av staden sin identitet. "Vi brukar det for alt det er verdt!" seier koordinatoren i kommunen. "Når vi skal rekruttere nye folk til å busetje seg i kommunen, framhevar vi spesielt at det er aktivitetar på Voss heile året, i regi av dei deltakande klubbane". Dette er aktivitetar som rettar seg mot lokalbefolkninga på Voss.

Festivalar som næring

Festivalar skapar verdiar som kjem kommunane til gode. Når det gjeld behov, etterspør festivalane mykje av det same som kultur- og opplevingsbedrifter.



Salsfremjande: 20-25.000 menneske besøker Fagernes under "Rakfisk". Rakfiskløypa i hovudgata byr på eit hundretals bodar med sal av rakfisk og annan tradisjonsmat, handverk, klede og reiskapar.



Festivalar inneber ein god del "usynleg" arbeid, både for kommunen og for arrangøren. Festivalar ligg litt ulike stader på ein akse mellom idealisme og kommersialisme, mellom frivillig arbeid og betalt profesjonalitet og mellom kulturtiltak og næringsverksemd. Det gjeld også mange andre tiltak som private aktørar står bak. Kommunen bør difor handle festivalar om lag som andre nyetableringar.

Det er naturleg å sjå festivalar av alle slag som ein del av kultur- og opplevingsnæringa. Dei har ofte behov for rådgjeving, hjelp med formalitetar og avtalar, økonomisk støtte og hjelp til å finne fram til andre finansieringskjelder. Næringslivet har eit generelt behov for effektiv sakshandsaming og at kommunen er føreseieleg når det gjeld planar og tiltak. Dette same gjeld for festivalar.

For festivalleinga vil den ideelle samarbeidsparten i kommunen vere ein krysning av kultursjef, næringsjef og teknisk sjef. Desse kommunale nøkkelpersonane bør alle bidra til samarbeidet med eldsjelene, som er ei blanding av bedriftsetablerarar og samfunnsentreprenørar. Ikkje alle små kommunar har den nødvendige kompetansen til dette.

Grobotn for ny næring

Ein god del festivalar fører til etablering av ny næringsverksemd. I Valdres har selskapet Strandefjorden Event sprunge ut av Norsk Rakfiskfestival. Selskapet blei etablert av ein av eldsjelene bak festivalen. Forretningsideen er å leige ut telt, bodar og anna utstyr som festivalen har bruk for til andre arrangement over heile Austlandet, som VM på ski i Oslo. Den siste rekneskapen viser utleige for i alt 930.000 kroner.

Eit liknande selskap har vakse fram av Revyfestivalen på Høylandet. NRF Salg og utleie har kjøpt inn utstyr som festivalen treng annakvart år. No leiger dei ut alt frå telt, scene og dansegolv til toalett, lift, truckar, kjølecontainerar, straumaggregat, kjøkenutstyr, bord og stolar. Dette er eit aksjeselskap med inntekter på mellom 500.000 og 700.000 kroner i året.

Ungt publikum:
Morellfestivalen sin
profil er nært knytt
til Hardanger sin
identitet som frukt- og
bærregion.

Grunnlag for godt samarbeid

Haldning og handling heng
nøye saman i kommunen
si rolle som vertskap for
festivalen.

Fagseminar under festivalen

Fleire festivalkommunar er vertskap for konferansar og seminar for regionale aktørar under festivalen. Samtidig med Periferifestivalen i Hordaland 2011 blei Periferikonferansen om kulturnæringar og samarbeid på kulturfeltet i regionen arrangert. Høylandet kommune inviterer til regionalt næringsseminar under Revyfestivalen. Førdekonferansen er ein årleg kulturkonferanse som finn stad samtidig med festivalen. Deltakarane får både fagleg påfyll, styrkar regionale nettverk og får med seg underhaldning og folkefest.



Mange på festivalsida kjem inn på haldningar når dei blir spurde om kva det er viktig at kommunen gjer i samband med festivalen. Velvilje overfor festivalen motiverer eldsjeler og frivillige, medan mangel på velvilje skapar ei kjensle av at kommunen ikkje ser kor viktig festivalen er for staden. Kommunen si haldning har med andre ord både praktisk og symbolsk verdi.

Fleire festivalfolk etterlyser større innsats og engasjement frå kommunen og ei meir positiv og løysingsorientert haldning når det dukkar opp problem. Enkelte seier det viktigaste er at personane dei møter i kommunen lyttar og legg ting til rette, skapar eit godt klima for samhandling og hjelper festivalen når det trengst. Moralsk støtte er viktig; det tel at festivalen "blir sett" og at kommunen har ei "kva kan vi gjere for dykk?"-haldning.

Haldningar kan endre seg over tid, i positiv eller negativ retning. Enkelte festivalar har i oppstartsfasen og første driftsår opplevd ei skeptisk og uvillig haldning frå kommunen. Dette heng gjerne saman med ein del rot i festivalleiinga i starten. Eldsjeler fortel om

feil dei gjorde før dei fekk oversikt over korleis ting skulle gjerast. Fleire meiner kommunen kunne ha vore meir overberande den første tida.

Sidan det er få heiltidstilsette og mykje frivillig innsats i festivalbransjen, er det viktig med eit kompetent styre. God organisering og detaljplanlegging høyrer med til festivalkompetansen. For at alt det usynlige arbeidet og tenestene kommunen skal levere tidleg nok blir sette i system, må festivalleiinga prøve å praktisere ein viss systematikk og involvere kommunen der det er nødvendig.

Ikkje alle festivalar kan vente seg stor samarbeidsvilje i kommunen. Det gjeld til dømes festivalar som ser bort frå regelverk og praktisk planlegging, eller festivalar med mykje fyll og bråk som fører med seg ekstraarbeid og svekkar kommunen sitt omdømme. Ein del kommunar vil òg vere lunkne til idear med lite bakkekontakt. I slike tilfelle må tilliten til konseptet og arrangørane byggast opp over tid. Det er eit faktum at mange festivalar har ei levetid på berre nokre få år.

Kva får kommunen att?

Denne studien har ikkje forsøkt å måle effektar, men å kartleggje kva lokale informantar meiner festivalen kan tilføre kommunen.

1 Sosial verdiskaping

- Opplevingar og trivsel for folk som bur der
- Møteplass for utflytta bygdefolk og fastbuande
- Sosialt samhold og nettverk blir sterkare mellom:
 - frivillige gjennom festivalinnsats
 - festivalarrangørar og lokalt næringsliv gjennom samarbeid
 - sponing og ringverknader
 - kommune, festivalarrangør og kultur- og næringsaktørar i regionen gjennom samarbeid og konferansar

2 Økonomisk verdiskaping

- Lag og organisasjonar får inntekter gjennom betalt innsats eller som medarrangørar
- Lokale bedrifter får auka omsetning gjennom større kundegrunnlag og underleveransar

3 Festivalen set staden på kartet

- Omdømmet blir styrkt (oftast)
- Det kollektive sjølvbildet blir betre

4 Kommunen blir styrkt som kultur- og opplevingsarena

- Ein bygger opp kompetanse og kapasitet som arrangementsstad
- Areal, anlegg og utstyr kan brukast av andre resten av året



Steinspyttar: Deltakar i NM i morellsteinspytting, ei årleg storhending i Ullensvang.

*"Så å seie alle kjem heim!
Det er ei vi-kjensle
i heile bygda"*

Om revyfestivalen på Høylandet

”Snudde det lokale sjølvbiletet”

Rådmann om festivaleffekt

Festivalarbeid som stadutvikling

Mange distriktskommunar arbeider strategisk med stadutvikling for å bli meir attraktive for besøk, busetjing og ny næringsverksemd.



Kommunar som legg til rette for og samarbeider med festivalar er ofte motiverte av at festivalane kan ha positive ringverknader. Festivalar bidreg til ein type faktorar som kjem alle til gode heile året. Med andre ord byggjer dei opp ein grunnlagskapital som banar vegen for andre arrangement og dermed kan vere til stor nytte for stadutviklinga.

Det er neppe grunnlag for å seie at festivalar bidreg til auka tilflytting eller bulyst. Men ein festival som fungerer godt i lag med lokalsamfunnet vil vere ein av fleire faktorar som påverkar kvarandre positivt. Slik kan ein skape ringverknader som har ein del å seie for stadutvikling. Det er òg viktig for attraktiviteten at det festar seg eit inntrykk av eit handlekraftig, kompetent og offensivt lokalsamfunn som evnar å samarbeide om store arrangement.

Fjelltonar: Initiativet til Haukeliserfestivalen kom frå unge folkemusikkinteresserte som jobba på Haukeliser Fjellstue. Vinje kommune har heile tida vore ein aktiv støttespelar. No er også andre i regionen med: Suldal, Setesdalsrådet og Hardangerrådet.

Vil du vite meir?

Dette er eit samandrag av forskingsrapporten Festivalkommuner – samhandling mellom kommuner og festivaler. Studien er bestilt av Distriktsenteret og utført av Norsk institutt for by- og regionforskning (NIBR).

Prosjektleder: Guri Mette Vestby.

Heile rapporten kan lastast ned frå www.distriktsenteret.no eller www.nibr.no.

Ein papirversjon kan tingast frå NIBR.

Rapporten:



Fotografar:

Kjell Bitustøyl: s. 22
Kjetil Engen: s. 7, 14
Sverre Hjørnevik: s. 12, 17
Norsk revyfestival: s. 5, 16, 19
Per Kirkesæther: s. 15
Periferifestivalen: s. 3
Kjell Arne Steinsvik: s. 7, 10
Hans Petter Sørensen: s. 9
Øygarden: s. 20, 21
Guri Mette Vestby: s. 5, 6, 8, 13, 14, 18



Steinkjer - Sogndal - Alstahaug
Tlf 48 16 82 80
Epost: post@kdu.no
www.distriktssenteret.no

facebook.com/distriktssenteret
twitter.com/distriktssenter

Distriktssenterets nettside:



I samarbeid med:

