

Sponsorerer drar p

Stor andel: Norske selskaper sponser i år festivaler med over en halv milliard kroner. I mer usikre tider vil denne finansieringen svinne, mener markedsanalytikere.

SPONSING

KNUTSELSJORD
OSLO

Med festivaler skal landet bygges.

Et passende motto de senere årene for både lokale myndigheter og næringsliv landet rundt, og nå synes det også i statistikken. Sponsorstøtte til festivaler øker i år med hele 36 prosent og ligger nå på nivå med støtten til hele resten av kultursektoren her i landet. Dette kommer frem i en undersøkelse som er foretatt av markedsanalytiseringsfirmaet Synovate.

– Vi ser at regional og lokal sponsing blir stadig viktigere. Det er en myte at kultursponsing er noe som foregår i byene, sier avdelingsdirektør Kjetil Strømseth i Synovate.

650 festivaler

Også ifjor økte sponsorstøtten til festivaler i forhold til året før. Strømseth tror det har å gjøre med at antallet av denne typen arrangementer øker samtidig som små og mellomstore bedrifter både lokalt og regionalt vokser.

– Det finnes festivaler av alle slag. Vi tror tallet i dag ligger på over 650, sier Strømseth.

Synovates undersøkelse avdekker at store selskaper som støtter store festivaler, som for eksempel musikkfestivalen Øya i Oslo, er klart kommersielt motivert og markedsrettet.

– Lokale og mindre arrangementer, som oftest er støttet av lokalt næringsliv, er mer motivert av samfunnsansvar og ønske om å bidra med regional og lokal stedsutvikling, sier Strømseth.

Finansuro gir tørke

Lars Martin Kaupang er styreleder i bransjeorganisasjonen Sponsor- og Eventforeningen og konsulent for Synovate. Selv om aktører i bransjen forlengst har varslet at finanskaos og antatt langvarig økonomisk nedgang vil skape tørke fremover, ser Kaupang foreløpig ingen krise.

– De store sponsorkontraktene

er langsiktige og strekker seg over både fire og fem år. Men for events og festivaler stiller det seg nok annerledes. Og for prosjekter av mer kortvarig karakter. Det er de som lever farligst nå, sier Lars Martin Kaupang.

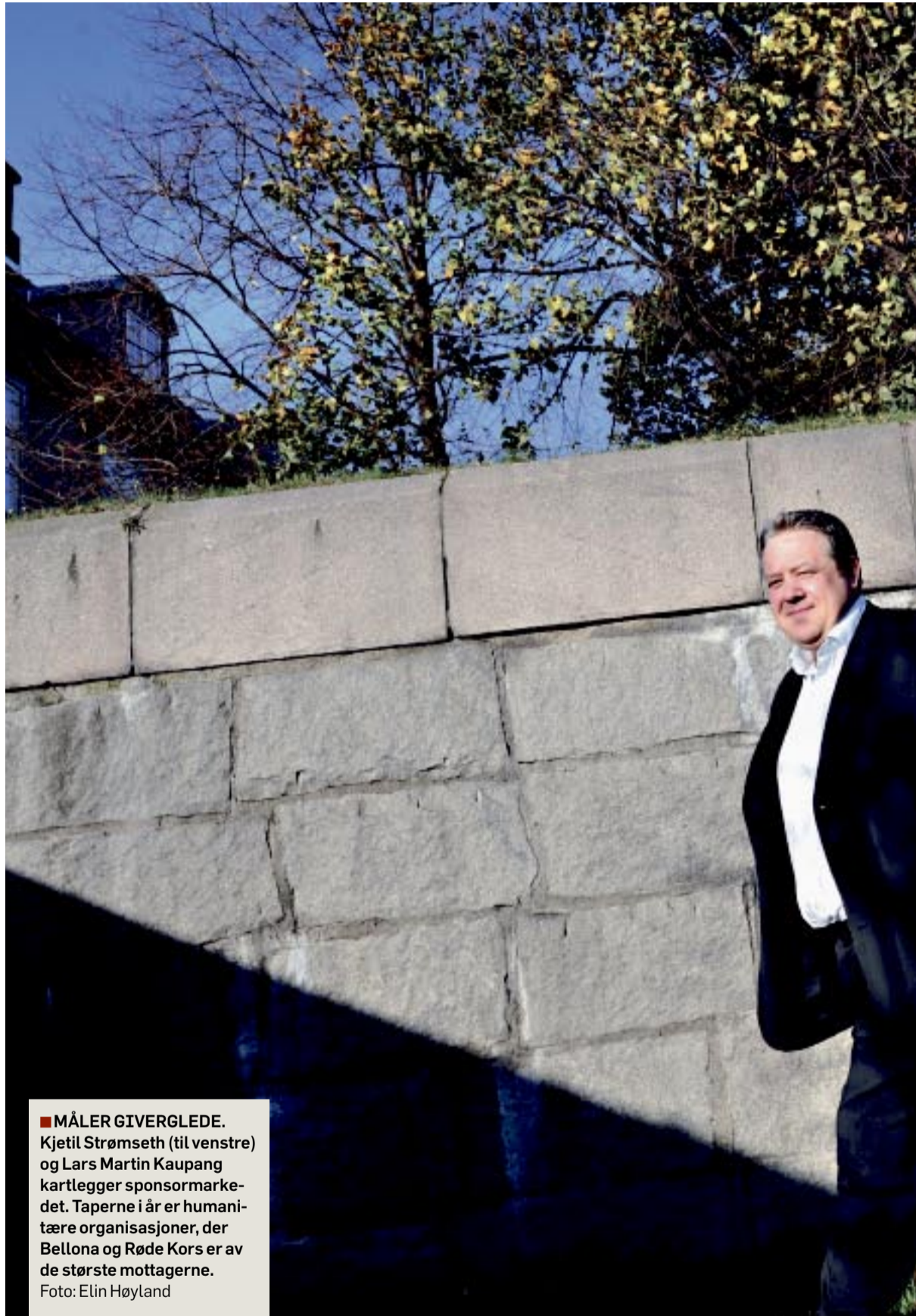
Synovates undersøkelse er basert på intervjuer, og resultatene er vektet slik at de skal gi et mest mulig korrekt bilde av satsingene gjennom hele 2008. Det fremgår også at mindre selskaper med under 100 ansatte står for hele 68 prosent av totalmarkedet, et tall som har økt fire prosent siden 2007. Større bedrifters sponsorstøtte faller noe, også i reelle tall.

Kjetil Strømseth mener kulturen og festivalenes fremgang i sponsormarkedet er uttrykk for økt kunnskap i bransjen.

Gir bedreliv

– Tidligere var det idrett som gjaldt. Og det selskapene kjøpte var logoeksponering. Ikke noe galt i det, det var slik Vitals merkenavn ble kjent. Nå ser vi likevel at mange selskaper skaffer seg en bredere sponsorportefølje for å nå også andre mål, sier Kaupang.

Han trekker frem Telenors mobilportal Djuce og klesmerket Levi's som eksempler. På Hovefestivalen rigget disse seg til med henholdsvis ladestasjoner for mobiltelefoner og vaskemaskiner der publikum kunne putte sine gjørmete klær.



■ MÅLER GIVERGLEDE. Kjetil Strømseth (til venstre) og Lars Martin Kaupang kartlegger sponsormarkedet. Taperne i år er humanitære organisasjoner, der Bellona og Røde Kors er av de største mottagerne. Foto: Elin Høyland

Totalbruk av sponsormidler

Millioner kroner			
Formål	2008	2007	Endring
Idrett	2 048	1 927	6 %
Kultur	554	535	4 %
Festivaler	531	391	36 %
Humanitært	372	434	-15 %
Totalt	3 500	3 300	6 %

Bruk av sponsormidler i små og store bedrifter	2007	2008
Bedrifter med færre enn 100 ansatte	2 129	2 401
Bedrifter med mer enn 100 ansatte	1 158	1 104

20©08 Dagens Næringsliv grafikk



HOVE-FESTIVALEN. Sponset av Djuce, Pepsi, Oso, Tandberg, Samsung, Replay med flere. Foto: Anders Martinsen



å festival



77 Det finnes festivaler av alle slag. Vi tror tallet i dag ligger på over 650

Kjetil Strømseth, Synovate



ØYA-FESTIVALEN. Sponset av Ikea, Pepsi, Sony Ericsson, Telenor og VG. Foto: Anita Arntzen



NY RUNDE. Produksjonen av de seks nye Varg Veum-filmene, også de med Trond Espen Seim i hovedrollen, er tilbudt støtte fra Filmfondet Fuzz. Foto: SF Norge

Regner med bergenskroner

FILM

De nye Varg Veum-filmene blir «bergenske» nok til at Filmfondet Fuzz legger seks millioner kroner på bordet. Det er produsent Peter Bose overbevist om.

ANNE CECILIE LUND
OSLO

Hver av de seks nye Varg Veum-filmene får en million kroner av Filmfondet Fuzz, det har styret nylig vedtatt. Men kravet for å sikre seg de regionale kronene, er at den nye produksjonen får «tilhøre» Bergen i tilstrekkelig grad.

– Dette er vi riktig, riktig glad for. Når begge parter gjerne vil samarbeide, så lykkes de som oftest, sier produsent Peter Bose i danske Miso Film.

I sommer ble det klart at han vurderte å flytte innendørsopptakene til de kommende Veum-filmene til Oslo. Det fikk kommunale og lokale støttespillere som var med på forrige runde, til å heve en advarende pekefinger og true med å snøre igjen pengesekken.

Av en produksjonskostnad på 92 millioner kroner sto Fuzz for fem millioner kroner, Bergen kommune med to millioner og Sparebanken Vest samt Bergen kino med en million kroner hver.

Tror på avtale

Foruten en kommersiell vurdering av prosjektet, krever Fuzz blant annet at minst halvparten av bemanningen er lokal og at investeringen gir en lokal omsetning på minst 200 prosent. I forrige runde ble anslagsvis 30 millioner kroner lagt igjen til det bergenske næringsliv.

– Vår oppgave er å levere de beste filmene vi overhodet kan, innenfor de rammene vi har. Ikke å tilrettelegge produksjonen etter andres retningslinjer. Men jeg er helt overbevist om at når de siste ting er på

VARG VEUM-PRODUKSJONEN

- Basert på Gunnar Staalesens romaner om privatetterforsker Varg Veum, oversatt til 12 språk.
- Handlingen er lagt til Bergen, hvor også produksjonen har foregått for de første seks filmene.
- To ble lansert på kino, de øvrige fire ble sluppet rett på dvd.
- Danske Miso Film eier filmrettighetene til 14 av Gunnar Staalesens Veum-bøker og er produsent sammen med distributøren SF Norge.
- I april ble det klart at ytterligere seks filmer skal produseres av Cinemiso, datterselskap av Miso Film og Cinenord.
- Manusforfattere er Trygve Allister Diesen, Thomas Moldestad, Siv Rajendram Eliassen og Petter Rosenlund.

plass, vil alle være glade, sier Bose.

Ikke alt eller ingenting

– Vi har gått så langt som vi har kunnet på nåværende stadium. Vi har en klar intensjon om å investere i produksjonen under forutsetning at den oppfyller gitte vilkår, sier daglig leder Lars L. Marøy i Fuzz.

Han understreker at det viktigste kravet for å komme over dørstokken er lokaliseringsringen. Han åpner imidlertid for at Fuzz kan se hver film for seg både når det gjelder dette og kravet til bruken av lokal kompetanse.

– Vi er ikke firkantet, så lenge helhetsvurderingen blir i tråd med vårt formål. Da er det tommelen opp, sier Marøy.

De andre bidragsyterne fra forrige runde kan det imidlertid bli tøffere å vri kroner ut av. På to år har det vestlandske produksjonsmiljøet blomstret, ifølge Marøy.

– Det var svært viktig for alle parter å bidra til å realisere den første Veum-runden. Nå må vi velge mellom langt flere prosjekter, så alle er nok blitt mer kravstore, sier han.

anne.lund@dn.no