

Grensen alene var på over 30 mkr i året for Østfold. Ringvirkningene er store for besøksnæringen, inkl overnatting, servering, shopping og reiseliv.

I 2007, da Allsang på Grensen startet opp, var det ca 268 000 besøkende på Fredriksten festning, i 2016 var det oppgitt til å være ca. 350 000. Det årlige antall besøkende har økt med ca. 82 000 i perioden fra Allsang på Grensen ble arrangert første gang til i fjor. Allsang på Grensen kan sies å være en av de viktigste årsakene til dette, selv om det er mange årsaker til at antall besøkende har steget såpass kraftig. Fredriksten festning har blitt en arena med mange og store arrangement, som f.eks. Tons of Rock, som tiltrekker seg mennesker fra hele verden.

Nærings- og utviklingsplanen som ble vedtatt i kommunestyret 22.juni 2016 peker på «Arrangementsbyen Halden» som et innsatsområde, og en målsetting om at det innen 2023 skal være netto 200 flere lønnsomme arbeidsplasser i Halden knyttet til kreative næringer. For at dette skal kunne realiseres, er det en forutsetning at Halden har et godt omdømme og er synlig. Halden må kontinuerlig være i folks bevissthet – for å være et aktuelt sted å flytte til/skape ny næringsvirksomhet.

Rådmannens innstilling:

1. Kommunestyret ønsker å bidra til å sikre at innspillingene av Allsang på Grensen fortsetter i Halden i tidsperspektivet 2018-2020. Det må settes av økonomisk bevilgninger i kommende økonomiplaner og årsbudsjett.
2. Halden kommune arbeider aktivt, i samarbeid med Allsang på Grensen AS, om å få andre offentlige aktører til å bidra for å sikre arrangementet ved Fredriksten festning.
3. Rådmannen legger frem en politisk sak for kommunestyret om retningslinjer for tilskudd og kjøp av tjenester i forbindelse med arrangement i løpet av våren 2018.

Saksutredning:

Bakgrunn

Organisering og avtaleparter med TV2

Halden kommune inngikk i 2007 et samarbeid med TV 2 om realisering av innspillinger av programmet Allsang på Grensen i Halden. Innspillingene ble gjennomført med Halden kommune som tilrettelegger fra 2007 til og med 2013. Kommunens årlige kostand knyttet til arrangementet var varierende, men totalt mellom 2,5 - 3,7 millioner kroner årlig.

Sommeren 2013 foretok rådmannen en vurdering om hvorvidt Halden kommune kunne fortsette å være direkte part i Allsang på Grensen, som følge av kommunens økonomiske situasjon. Rådmannen ønsket å se om private aktører kunne utvikle arrangementet i samarbeid med TV 2 på en måte som ville gjøre dette selvfinansierende. Halden kommune var i dialog med flere aktører, og ba disse om å ta kontakt med TV 2 for å se om det kunne lages en avtale med en privat aktør.

I 2013 ble Grensearena AS etablert, og selskapet inngikk avtale med TV 2 om tilrettelegging av Allsang på Grensen for 2014-sesongen. Grensearena hadde fem aksjeeiere som alle eide 20% hver; GG-Gruppen, Kynningsrud AS, Berg Sparebank, Communicate Norge AS og Ringstad Eiendom AS

Selskapets formål var:

«Tilrettelegge for kultur- og idrettsarrangementer gjennom å: Promotere Halden og grenseregionen som arena for store arrangementer, samt å være bindeleddet mellom arrangør, kommune og næringsliv. Styrke samarbeidet mellom næringsliv, kultur og idrett. Bidra til å forsterke merkevarebygging av Halden og grenseregionen.» Bakgrunnen for at selskapet engasjerte seg i Allsang på Grensen var at selskapet opplevde det som viktig at arrangementet ble i byen. Det inviterer til markedsføring, stolthet og omdømmebygging, for å nevne noe.

Kommunestyret vedtok å yte et bidrag på 1,6 millioner kroner (rammen for bagatellmessig støtte) som en engangssum til 2014-arrangementet.

Allsang 2014 hadde flere positive utviklingstrekk sett i forhold til tidligere år, og arrangementsmessig var alle involverte godt fornøyd med sesongen. Grensearena AS tegnet derfor tidlig høst 2014 en ny avtale med TV 2 om produksjon/tilrettelegging av Allsang på Grensen 2015.

Allsang 2016-2018

Med bakgrunn i erfaringen Grensearena AS gjorde for 2014 og tidlig 2015, inviterte selskapets styre til møte i mai 2015 der Halden kommune v/ ordfører og rådmann og TV 2 var invitert. Bakgrunnen for møtet var å diskutere mulighet for en forutsigbarhet knyttet til innspillingene av Allsang på Grensen i en periode på 3 år fremover.

Grensearena AS var klare på at deres videre satsing på Allsang på Grensen, vil avhenge av i hvilken grad offentlige aktører blir med og bidrar økonomisk. Med det offentlige menes i denne sammenheng Halden kommune, Østfold Fylkeskommune og Nasjonale Festningsverk. Grensearena AS utfordret disse tre partene til å komme med en forutsigbarhet i støtte over et lengre tidsrom. I møtet ble det signalisert et behov for en årlig støtte på 3 millioner kroner fra nevnte parter. Ingen andre offentlige parter ville på dette tidspunktet delta i finansieringen. Kommunestyret vedtok 18.06.2015 at «Kommunestyret ønsker å bidra til å sikre at innspillingene av Allsang på Grensen fortsetter i Halden i tidsperspektivet 2016-2018. Det må settes av økonomisk bevilgninger i kommende årsbudsjett.» Det har betydd en bevilgning på inntil 3 millioner kroner i året for årene 2016, 2017 og 2018.

Allsang på Grensen AS ble opprettet av styret i Grensearena AS for å det skal være et tydelig skille mellom aktiviteter knyttet til arrangementet og annen aktivitet hos Grensearena. Avtalen mellom Grensearena AS og Halden kommune ble overført til Allsang på Grensen AS.

Styret i Grensearena AS besluttet i styremøte 3. januar 2017 å avvikle selskapet. Selskapet Allsang på Grensen AS består videre og de er fortsatt ansvarlige for arrangementet og avtalen med Halden kommune. For sesongen 2017 ble arrangementet gjennomført i samarbeid med Eventyrli AS. Etter sesongen 2017 ble det en ny evaluering og videre diskusjoner mellom Allsang på Grensen AS og Eventyrli AS.

I møte mellom Allsang på Grensen AS, Eventyrli AS, Rådmann og Ordfører 11. oktober 2017, ble forutsetninger for videre engasjement knyttet til gjennomføring av Allsang på Grensen gitt. Det er blant annet en av forutsetningene at Halden kommune bidrar med minimum 3 mkr årlig i et lengre perspektiv enn 2018, minimum i ytterligere to år, til og med 2020. Selskapet presiserer i møtet at det er nødvendig med et raskt vedtak, sett i forhold til salg av reklame mot selskaper/bedrifter. Som følge av dette behandles saken i FO og KS den 02.10.2017, og ikke først i HSK sitt møte 08.11.2017.

Nærings- og utviklingsplan

Nærings- og utviklingsplan for Halden kommune med tiltak ble vedtatt i kommunestyret 22. juni 2016. I planen står det følgende om innsatsområdet arrangementsbyen Halden:

For Halden er det viktig å synliggjøre kreativitet og samarbeid mellom bedrifter, frivillige organisasjoner, kommunen og andre. Å få til «The Halden Spirit» (spille hverandre god) krever bevisst og målrettet arbeid. Det er viktig å ta utgangspunkt hvor Halden allerede er god fra de store nasjonale arrangement med tilhørende underleveranser til dedikerte leveranser av produkter som krever spesialkompetanse.

Mål i planen

Halden skal bli Norges enkleste by for gjennomføring av større bærekraftige arrangement. Gjennom ny bruk av produkter, infrastruktur og tjenester skal vi tiltrekke oss profesjonelle arrangører.

Dette skal realiseres gjennom:

- kvalitetssikret og samordnet planlegging, organisering, bemanning, styring og kontroll
- kreativitet i struktur og faglig utførelse av aktiviteter og prosesser

- utvikling og utnyttelse av spesialkompetanse og eksisterende infrastruktur som bygg, anlegg, mv. i hele Østfold
- samarbeid og samordning mellom frivillige organisasjoner, privat næringsliv, Halden kommune, Halden videregående skole og Høgskolen i Østfold

Det skal være minst 5 nye bedriftsetableringer pr år innen kreative næringer. Innen 2023 skal det være skapt minst 200 nye lønnsomme arbeidsplasser. Tiltak som skal iverksettes for å møte dette er følgende:

- Utvikle organisasjon/nettverk for gjennomgående planlegging og gjennomføring av arrangement
- Bygge kultur for skaperglede
- Skape et organisert kreativt miljø mellom frivillige organisasjoner, privat næringsliv, Halden kommune og Høgskolen i Østfold
- Etablere et «makers space» for kreativitet og innovasjon

Kommunens vilje, engasjement og bidrag over tid, må nå sees i sammenheng med å realisere målsettingen. I denne forbindelse blir spørsmålet om kommunens innsats kan benyttes på en bedre måte, knyttet til en målsetting om å gjøre Halden synlig og kjent, som igjen medfører økt interesse for Halden som arrangementsby.

Vurderingskriterier

Følgende kriterier anses som vesentlige for vurdering av saken:

<input checked="" type="checkbox"/>	Økonomiske forhold	<input checked="" type="checkbox"/>	Juridiske forhold
<input type="checkbox"/>	Personalspørsmål	<input type="checkbox"/>	Organisasjonsspørsmål
<input checked="" type="checkbox"/>	Betydning for næringsutvikling	<input type="checkbox"/>	Betydning for miljøet
<input type="checkbox"/>	Betydning for eiendomsforhold	<input type="checkbox"/>	IKT og innovasjon
<input type="checkbox"/>	Forhold som gjelder barn og unge	<input type="checkbox"/>	Forhold som gjelder eldre
<input type="checkbox"/>	Forhold som gjelder universell utforming	<input type="checkbox"/>	Forhold som gjelder folkehelsen
<input type="checkbox"/>	Forhold som gjelder samfunnsikkerhet/beredskap	<input type="checkbox"/>	Annet:

Generelt om de valgte kriteriene:

Løsningsalternativer:

Avtalen med Allsang på Grensen AS forlenges med minimum ytterligere 2 år (2019-2020)

Allsang på Grensens betydning for Halden og regionen

Fra rådmannens side, er det liten tvil om at de ressurser som er benyttet i forbindelse med Allsang på Grensen, for å profilere og gjøre Halden synlig, har hatt effekt. Noe av dette er også pekt på tidligere.

Markedsføring og omdømme eksternt

Allsang på Grensen er det mest sette sommerprogrammet på TV 2, kun Nyhetene har bedre seertall. Hvert program innledes med en vignett som viser innseilingen til byen, gjestehavna og festningen, og i hvert program sier programledere og artister at innspillingene blir gjort i Halden. Byen er således gjort kjent for hele nasjonen, samt i Sverige. Haldens omdømme forbindes nå med sommer, sol og sang. Halden er gjort synlig og kontinuitet har bidratt til at Halden ikke blir glemt. Nå ser vi også at andre arrangement setter Halden på kartet, også internasjonalt.

En rapport fra mediebyrået Retriever i 2012 viser at redaksjonell omtale av Halden kombinert med Allsang på Grensen hadde en estimert annonseverdi på 10,6 millioner kroner. Verdien av TV sendingene kommer i tillegg.

Næringsutvikling og økonomi

Allsang på Grensen er en direkte årsak til at Fredriksten hotell ble gjenåpnet som overnattingssted, og det er nå blomstrende aktivitet med nye tilbud i festningen. Sommershowet på Thon Hotel er også en direkte følge av Allsang på Grensen. Nordic Media Lab har fått oppdrag i forbindelse med overføring av innspillingene, og hotellene i byen er fulle hele sommeren.

En Price Waterhouse Coopers rapport fra 2012 viste at 42.000 besøkende på Allsang på Grensen-arrangementene sto for en netto verdiskapning lokalt på ca. kr. 15,2 millioner i form av varehandel, overnatting/servering og skatteinntekter.

Det ble opprettet et arrangementsforum ledet av Halden Turist som sørger for god kommunikasjon mellom næringslivet i byen og store arrangører med tanke på å få mest mulig igjen til næringslivet i byen. Arrangementsforumet er nå videreført av Halden kommune.

Fredriksten festning som kulturarena

Hver sesong kommer ca. 100 artister til innspillingene, de fleste har med seg managere som også jobber med andre prosjekt. Besøk under Allsang på Grensen er direkte eller indirekte årsak til at bl.a. Tons of Rock, Landstreffet for russene, Boccelli, Leonard Cohen, Joe Cocker, Roxette m.fl. la sine konserter til Halden. Det kan være direkte ved at Fredriksten festning som kulturarena har blitt oppdaget av management og arrangører pga. Allsang på Grensen, eller indirekte ved at RUP-midler i perioden 2009 – 2013 styrket betydelig utviklingen av Fredriksten festning som kulturarena (kjøp av utstyr (dovogner, tribuner) utvikling av artistgarderober, vann og avløp på Place d'Armes og åpning av murport inn mot Place d'Armes)).

Kompetanse lokalt, lag og foreninger

Halden som by har utviklet stor kunnskap på gjennomføring av store arrangement, og denne kompetansen er etterspurt langt utover Haldens grenser. Gjennom Allsang på Grensen er det utarbeidet dokumentasjon på sikkerhet, logistikk, kiosksalg, sponsorprodukter med mer som er direkte overførbare til andre arrangement f. eks i regi av lokale idrettsklubber. Lokale lag og foreninger får en betydelig inntekt gjennom dugnadsarbeid på Allsang på Grensen.

Antall tilreisende

Under innspillingene strømmer det på med besøkende som er med på opptakene. Informasjon fra billett kjøpet viser at publikum kommer fra samtlige fylker og fra utlandet, ca 85% er tilreisende.

I løpet av syv innspillinger pr. sommer er det opp mot 45.000 besøkende, og markedsføringen fører til at tilreisende også kommer resten av året. Fredriksten festning har nå over 350.000 besøkende årlig og er en av Norges mest besøkte turistattraksjoner.

Intern markedsføring

Allsang på Grensen skaper et stort lokalt engasjement og de fleste av innbyggerne i Halden er på en eller annen måte involvert som publikum, sponsor, leverandør, dugnadsarbeider eller korsanger. Svært mange tilreisende og TV-seere sier at Halden er en flott by, en gjemt perle, og det at personer fra andre steder roser byen gir Haldenserne en ekstra stolthet. Når det gjelder arrangement, har Halden blitt storebror i Østfold sammenheng.

Videre utvikling av Allsang på Grensen som arrangement

Som det fremkommer i saken, anser rådmannen ressursbruken knyttet til Allsang på Grensen som en omdømmebygging og profilering av Halden gjennom riksdekkende TV, altså ikke støtte til arrangementet spesielt.

Arbeidsplasser er som nevnt viktig, og i så henseende er det også nødvendig at Allsang på Grensen som arrangement utvikles, og bidrar til å bygge opp under kommunens mål på området. Etter en samtale med Eventyrli AS, fremkommer at selskapet skal videreutvikle Allsang på Grensen på spesielt to områder; Eventyrli skal utnytte kapasiteten bedre, åpne opp indre festning, i tillegg til å skape flere arrangementer i perioden og Eventyrli skal utvide åpningstiden under hver innspillingen, slik at det blir aktiviteter fra lunsjtid og utover dagen/kvelden. Denne utviklingen av arrangementet mener Rådmannen er positiv, og vil styrke arrangementet og bidra til økt engasjement blant de tilreisende og muliggjør også økt omsetning.

Økonomi

Som det fremkommer i saken er den årlige kostanden fra Halden kommune, knyttet til profilering og markedsføring gjennom Allsang-sendingen 3 mkr. I 2012 ble verdien anslått til 10,6 mkr pluss verdien av TV-sendingene, av mediebyrået Retriever.

Folks TV-vaner endres. Spesielt er det endringer i den kommersielle målgruppen mellom 20 og 49 år. I tiden fremover vil vi derfor også sikkert se en endring i verdien knyttet til å profilere seg gjennom lineær tv. Det er imidlertid få store klare alternativer pr i dag, og at lineær tv fremdeles vil stå sterkt i noen år til. Rådmannen legger dette til grunn, og mener at man får gode tjenester knyttet til markedsføring for ressursbruken i noen år til.

Rådmannen mener videre det igjen bør gjøres et forsøk på å få andre offentlige etater som har en form for gevinst med reklameverdien, å bidra inn i et spleiselag. Eventyrlie AS sine planer om endringer knyttet til produksjon av program, vil kunne gi åpninger for et større samarbeid med både skoler og bedrifter. Dette vil kunne aktualisere dette.

Som nevnt stilles det fra Eventyrlie AS noen forutsetninger knyttet til deres deltakelse inn i prosjektet, som en leverandør til Allsang på Grensen AS. De forutsetninger som Eventyrlie AS stiller, for å gå inn og ta risiko for eventuell dekning av underskudd, slik at Allsang på Grensen AS fortsatt kan stå i avtale med TV2 er nevnt som følger;

- Dagens eiere og styre i Allsang på Grensen AS fortsetter
- Halden kommune utøker antall år i eksisterende avtale, minimum slik at avtalen får 3 års varighet
- TV2 utøker sin avtale tilsvarende, dvs. frem til og med 2020.
- TV2 løser opp på produksjonsbindinger
- TV2 reduserer sin pris
- Et eventuelt overskudd tilfaller Eventyrlie AS

Juridiske forhold

Halden kommune må forholde seg til EØS-avtalens regler om offentlig støtte, i forbindelse med å gi eventuelle driftstilskudd til Allsang på Grensen AS. Regelverket lister opp 6 forhold som alle må være tilstede, dersom tilskudd skal bli definert som offentlig støtte;

- Støtten må innebære en økonomisk fordel for mottakeren
- Støtten må være gitt av staten eller av statsmidler i enhver form.
- Mottaker av støtte må drive økonomisk aktivitet (foretaksbegrepet)
- Støtten må begunstige enkelte foretak eller produksjon av enkelte varer eller tjenester (selektivitet)
- Støtten må vri konkurransen eller trur med å vri konkurransen
- Støtten må være egnet til å påvirke samhandelen mellom EØS-landene

Regelverket sier at alle 6 punkter må være oppfylt for at en støtte skal være omfattet av forbudet om å gi støtte. Rådmannen kan ikke på nåværende tidspunkt se at de to siste punktene vil være oppfylt ved å gi støtte til Allsang på Grensen AS for gjennomføring av Allsang på Grensen. En årsak til dette er at Allsang på Grensen er et konsept som TV 2 eier, og som de selv velger samarbeidspartner til.

Det har kommet endringer i lov om offentlig støtte og lov om offentlige anskaffelser. Det har ikke vært tilstrekkelig med tid til å utrede konsekvenser av disse endringer opp mot kommunens engasjement og kjøp av tjenester rundt Allsang på Grensen. Rådmannen vil vurdere dette, og komme med et tilleggsnotat til kommunestyrets behandling 02.11.2017.

Løsningsalternativ 2

Halden Turist - Nav for koordinering og utvikling av arrangementsnæringen

Grensearena AS, som i dag ikke har noen virksomhet og som antas nedlegges før nyttår, var ment å ha en funksjon knyttet til koordinering og samarbeid for å gjøre Halden enda mere attraktiv som arrangementsby. En utvikling av dette konseptet ville ha krevd en betydelig kommunal innsats, som ikke kunne prioriteres.

Gjennom arbeidet med Nærings- og utviklingsplanen for Halden, er det pekt på et behov for koordinering og samhandling som en forutsetning for å få en samlet bedre effekt av pågående arrangement, men også for å utvikle nye, samt utvikle Halden som en enda mer interessant arena. I ettertid har Halden kommune vært i dialog med Halden Turist, om en utvikling av Halden Turist i en slik retning. Dialogen har gått på om Halden Turist kan ta en slik posisjon knyttet til utvikling av nye arbeidsplasser knyttet til kreative næringer.

Arrangementsturisme har et enormt utviklingspotensial. Det må jobbes sammen og målrettet - skapes felles forståelse av målsettingen hos næringslivet, det offentlige og lokalbefolkningen. Rådmannen kunne derfor, innenfor den rammen som benyttes til profilering gjennom Allsang på Grensen, inngått et forpliktende og langvarig samarbeid med Halden Turist om at de skal være navet for å samkjøre ressursene i arrangementsbyen Halden.

Rådmannen vurderer det dithen at en slik konstruksjon kan være nyttig for å nå målsettinger. Umiddelbart kan rådmannen imidlertid ikke se hvordan en slik satsning skulle ha medført riksdekkende profilering, slik Halden kommune får gjennom programmet Allsang på grensen, som er så langt det viktigste bidrag med å gjøre Halden synlig.

Løsningsalternativ 3

Ikke benytte Allsang på Grensen som markedsføringskanal.

Et tredje alternativ er å ikke benytte seg av muligheten Allsang på Grensen gir for markedsføring. Dette medfører at riksdekkende profilering må opparbeides på annen måte. På hvilken måte har ikke rådmannen hatt kapasitet til å utrede.

Dette vil også medføre at Allsang på Grensen som program ikke gjennomføres, og Haldens næringsliv vil mest sannsynlig få noe redusert omsetning.

Rådmannen fortsetter arbeidet med tiltakene og målsettingene om å skape 200 nye arbeidsplasser i forbindelse med arrangement, men har behov for mer tid til å vurdere hvilke tiltak som skal gjøres. I dette arbeidet må også nye markedsføringskanaler søkes, slik at Halden fremdeles kan profileres og være synlig – som er en forutsetning for etableringer.

Konklusjon

Rådmannen mener at det er viktig for Halden at Allsang på Grensen forblir her, og at denne riksdekkende markedsføringskanalen benyttes til å profilere Halden.

Arrangementet er viktig for mange næringslivsaktører i byen og i noen tilfeller er de arrangementene som er kommet til byen, først og fremst gjennom den markedsføring Allsang har bidratt med, grunnlag for drift.

Rådmannen er positiv til å støtte og bygge opp under tiltak som sikrer at Allsang på Grensen blir sendt fra Fredriksten festning i perioden 2018-2020. De kommende års budsjetter må reflektere en slik satsning.

Dokumentet er elektronisk godkjent av:

<Sett inn navn på den eller de som har dokumentert godkjenning av saken i ePhorte – eller slett denne linja>

