

## **Elden og Innovasjon Norge**

Av Siri Gellein, daglig leder for Stiftelsen Elden.

---

**Det hadde vært enklest å si nei til en oppsetning av Elden i 2021. Med bortfall av over 3, 5 millioner kroner i billett- og salgsinntekter og et virvar av koronaregler som selv myndighetene slet med å forstå. Men vi klarte å sette opp utendørsteater- ikke gjennom Kulturrådet eller andre søkbare kulturordninger. Det var Innovasjon Norge som anerkjente ambisjonsnivået til en av Norges største utendørsteater og bidro med økonomisk støtte.**

Det var gode tider i Elden i 2019 og i årets to første måneder i 2020. Daglig leder var den eneste faste ansatte i 100%, men hadde fått styrets velsignelse til å ansette en prosjektleder produksjonsleder i hel stilling i ett år. Endelig skulle det være to som kunne jobbe ut gode produksjoner midt på fjellet. Men produksjonslederen fikk kun jobbe i en måned før det ble sendt ut permitteringsvarsel, og daglig leder ble også delvis permittert. Først i oktober 2020 var begge på plass i 100% og organisasjonen kunne se framover. Det ble tydelig tidlig klart at 2021 ikke kom til å bli et normalt år med ordinær publikumskapasitet.

### **Folkefinansiert**

Elden er avhengig av publikum. Det er de som i hovedsak finansierer stiftelsen. I et normalår har vi cirka 6,2 millioner i billettinntekter og vi selger mat og drikke for vel 900 000. Budsjettet vårt er på vel 8 millioner kroner. Resten finansieres av Trøndelag Fylkeskommune, Røros kommune, Rørosbanken, SMN og Ren Røros. Stiftelsen får også offentlige midler fra spel-ordninga som forvaltes gjennom Norsk Kulturråd. Dette er derimot ikke midler fra Norsk Kulturfond på en milliard, men fordeling av spillemidler. Det er registret 150 spel i Norge som skal dele på en pott på vel 4 millioner kroner. Støtten vi mottar fra ordningen finansierer 1/3 av det vi bruker på mat og drikke til frivillige i Elden.

### **Kultur = reiseliv**

Med halvfulle tribuner var vi tvunget til å tenke nytt. Hvordan kan vi finansiere dette? Vi søkte på Kulturrådet og fikk avslag. Innovasjon Norge utlyste derimot midler gjennom en omstillingsordning for reiselivet høsten 2020. Vi oppretta kontakt med Rørosregionen Næringshage med spørsmål om de kunne bidra med søknadshjelp. Vi hadde kun kompetanse på å skrive søknader til kulturelle ordninger. Det var faktisk en energigivende prosess å skrive denne søknaden. Vi er en stiftelse som jobber med teater på et høyt kunstnerisk nivå, samtidig er vi ei næring i et samspill med andre aktører i regionen. Det kan ofte være et kunstig skille mellom reiseliv og kultur. Folk reiser jo for opplevelser- og gjennom våre publikumsundersøkelser oppgir majoriteten at det var Elden som var grunnen til å oppsøke Røros. Vi var dristige og søkte- og fikk fullt gjennomslag.

Innovasjon Norge skjønnte at med vår publikumsfinansiering var vi helt avhengige av å ha med en solid støttespiller som kunne bidra med utvikling og omstilling.

### **Tre faser**

Søknaden var delt inn i tre arbeidspakker. Den første skulle utforske og avklare hvordan Elden kunne settes opp gjennom tilpasning og teaterproduksjon for begrenset av smittespredning. Vi utviklet derfor ulike scenarier med antall publikum, innendørs og utendørs. I en periode hadde vi faktisk åtte ulike budsjetter å holde styr på. Styret vedtok tidlig at Elden skulle spilles utendørs med redusert publikumskapasitet og uten strømming. Arbeidspakke 2 omhandlet hvordan vi kunne omstille for smittevernstilpasning og få et kvalitetsløft av serverings- og tjenestetilbudet for vårt publikum. Hva kunne vi utvikle av aktiviteter og tilbud for å øke vår egen inntjening og samtidig ta vare på smittevern? Her inviterte vi inn lokale samarbeidspartnere, frivillige og eksterne aktører til ei hel uke med drodling av ideer. Vi fikk også inn en ekstern prosessleder, Hanne Vilja Sagmo, som ledet arbeidet med arbeidspakke 2 og 3, og ikke minst holdt tråden i workshop-uka. Workshops 1 omhandla fysisk og digital infrastruktur og logistikk. Workshop 2 skulle ta for seg en utvikling av et bedre serveringstilbud på spillplassen, mens tredje Workshop skulle ta for seg Eldens øvrige salgstilbud.

Jo flere hoder – jo flere ideer. Mange av de frivillige og samarbeidspartnerne våre kom med gode råd og innspill. Kunstprosjekt, apper, restaurant, smitteverntiltak som var i tråd med vår bruk av den verna spillplassen vår. Vi innså også at vi måtte lage en plan for hva vi kunne ta tak i 2021 grunnet mangel på kapasitet. Arbeidspakke 3 var å iverksette alle omstillingstiltakene.

Vi landet på at sikkerhet for publikum og aktører var vårt viktigste fokus. Vi måtte ha flere lavvoer og flere innganger, skilting, og et ustrakt informasjonsarbeid i forkant av forestillingene. Nettsiden måtte justeres, vi lagde podkaster og spilte inn musikken, egne annonser med smitteanbefalinger.

Mye ble for dyrt. Vi skulle gjerne ha utviklet en app- men inngangskostanden var vel en halv million og deretter kom kostnader for utvikling og vedlikehold. Det ble billigere med en podkast der vi introduserte publikum for både nye tilbud og smittevernråd.

### **Måloppnåelse i prosjektet**

Prosjektet hadde satt 4 resultatmål for perioden 2021:

1. Ti forestillinger med publikum til stede. Publikumsstallet kan være fra 1200 -600 pr. forestilling

Måloppnåelse: Musikkteatret Elden klarte å gjennomføre 10 forestillinger på spillplassen, som ønsket. Det ble 10 utsolgte forestillinger, med til sammen ca 6500 billetter, som utgjør 50% av total kapasitet. Dette som følge av Covid-19 innstramninger.

2. Salgsområdet og logistikk er tilpasset Covid-19 bestemmelser og sikkerheten er ivarettatt for publikum.

Måloppnåelse: Det ble opprettet 3 kohorter a 200 publikummere, med egne innganger, salgsområder og toalett. Øvrige tiltak var smitteinformasjon,

antibac-stasjoner og covid-verter. Ingen aktører eller besøkende ble smittet i perioden.

3. Det er utviklet et nytt mattilbud på et videreutviklet serveringsområde med et mer effektivt salgsapparat, for å unngå kø og øke inntjening.

Måloppnåelse:

Restaurant Slagg ble opprettet som mattilbud for første gang. Kapasiteten var 440 plasser, og det ble solgt 275 billetter, noe som utgjør 62% av tilgjengelig kapasitet. Publikumsundersøkelsen viser at 88% av de som svarer, ikke har benyttet seg av Slagg, men vil gjøre dette i 2022.

10% av besøkende på Slagg svarer meget god mat, drikke og service.

4. Det er utviklet nye produkter og tjenester, i samsvar med Eldens profil, som skal bidra til å øke inntjening pr. besøk.

Måloppnåelse: Elden gjennomførte en spørreundersøkelse etter spelet i 2021. De fikk 900 svar på publikumsundersøkelsen: Publikum sier at de har lagt igjen mer penger enn tidligere både på Røros og på Elden. Tallene viser økt salg pr publikummer: I 2019 brukte i gjennomsnitt hver besøkende 69,- på Elden. I 2021 viser tallene at publikum la igjen kr 169,- en økning på kr 100 pr pers. Dette mener vi skyldes flere utsalgs plasser som gir økt tilgjengelighet.

På grunn av covidrestriksjoner og kun 50% av plasskapasitet, lå det an til et større underskudd for 2021.

Alle gjennomførte tiltak har ført til et mindre underskudd enn forventet. Dette pga folk har brukt mer penger enn tidligere både på mat, drikke og på produkter, i tillegg til at Restaurant Slagg gikk med overskudd. Drift av restaurant Slagg er ønskelig å fortsette, men dette er avhengig av samarbeid med Røros Museum og Statsbygg i forhold til bruk av vernede områder og økt aktivitet. Pga covid måtte arenaen ombygges, og dette resulterte i en bedre kundeopplevelse og økt tilgjengelighet som førte til økt mersalg. Dette arenatiltaket opprettholdes fremover. utfordringer fremover er at flere aktiviteter krever flere ressurser utover den bestående administrasjonen på to stillinger og flere frivillige. I tillegg er det utfordrende å tilrettelegge for flere aktiviteter som for eksempel konserter på et vernet område. Dette krever god dialog med Røros museum og Statsbygg, og vil være avgjørende i forhold til de tiltak som er foreslått frem til 2024.

Resultatmålene for prosjektet viser at alle tiltak og mål ble gjennomført og oppnådd for 2021. I tillegg kommer effekten av å opprettholde musikkteateret i forhold til frivillighetsapparatet, økt mersalg for næringsliv og reiseliv på Røros, og erfaringer med spillplassen og nye produkt i forhold til gjennomføring i 2022.

### **Samarbeid med andre**

Gjennom workshopene har vi involvert både frivillige, kommune, reiseliv og samarbeidspartnere til å komme med faginnspill og til å delta i workshopene. Dette for å sikre oss de beste ideene, men også sørge for forankring og utviklingsvilje, og derved ha større sjans for å lykkes med gjennomføring av tiltakene. Særlig workshopene førte til større forståelse og aksept blant de frivillige.

En tett dialog med Spelet på Stiklestad og Peer Gynt, og historiske spel, der vi har hatt erfaringsutveksling og deling av informasjon, har ført til større trygghet for oss som arrangør mht. til gjennomføring under koronasituasjonen. Publikum gir tilbakemeldinger på at de følte en stor trygghet på spillplassen.

Prosjektets effekt på miljø og samfunn:

Dette var det største kulturarrangementet i Trøndelag i sommer og mange publikummere opplevde en viss normalitet ved igjen å få lov til å samles og møtes. Arrangementet bidro til at mange ungdommer fikk mulighet for å delta i aktivitet som frivillige i 4 uker. Mange fikk store mestringsopplevelser som følge av dette, som igjen kan ha en stor effekt på folkehelsa.

For næringslivet og reiselivsnæringa på Røros, har arrangementet vært positivt med mange besøkende, som la igjen mange penger, etter lang tids nedstenging.

Publikum rapporterer selv om økt forbruk enn tidligere. Arrangementet har en miljøplan, som tar utgangspunkt i bærekraftmålene. Arrangementet forurensar ikke.

### **Vurdering av nytten**

Uten denne støtten fra Innovasjon Norge hadde Elden ikke vært gjennomført i 2021, og støtten har vært en viktig premisseleverandør for å videreutvikle Elden for framtida, i samarbeid med interessenter og samarbeidspartnere. Det ble utviklet en tiltaksplan fram mot 2024 i prosjektet.

### **Normalt igjen?**

Tror vi at alt blir som før? Nei. Fortsatt er det oppsving av smitte, og den kan også påvirke sommeren 2022. Antibac har vi alltid brukt i Elden i frykt for omgangssyke blant frivillige. Vi håper vi slipper å holde metern og bruke munnbind samt utføre tre tester i uka. Endringene på spillplassen har kommet for å bli. Det er lurt å ha gode skiller mellom aktører og publikum, det gir både publikum og aktører bedre plass. Vi ser at med den offentlige støtten hadde det ikke vært mulig å gjennomføre årets musikkteater. Vi vet også at det ikke vil bli slike ordninger til neste år. Vi som folkefinansiert musikkteater er derfor avhengig av å ha fulle hus igjen.

Men kommer publikum til å oppsøke utendørsteater neste sommer, eller er de klare for et utenlandsopphold etter to år i Norge? Det skal bli spennende å se undersøkelser om nordmenns reiseønsker for 2022 når de kommer. Det påvirker både reiselivet og kulturlivet.

Vi ser også at det vil være økte kostnader for oss i spel-bransjen. Vi har fått tydelige signaler på at mange vil «ta igjen det tapte» i 2022. Vi som arrangører kan ikke sette opp billettprisene med 25% selv om våre underleverandører gjør det? Vi skal jo lage teater for alle- det må ikke bli slik at utendørsteater kun er de for med mest penger. Det aner oss at det vil bli mange tøffe forhandlinger framover.

Det vil med andre ord bli vanskeligere å lage spel i 2022. Mange har det tøft økonomisk fordi de satte opp arrangement, men ikke ble fullt kompensert for det. Dette tar de med seg inn i ett år der det forventes at det skal være normalt igjen. Men vi vet lite om sommeren neste år. 2019 kommer aldri tilbake. Trøsten kan være at mange av oss i teaterbransjen er utrolig løsningsorienterte og innovative. Vi tenker jo nytt hele tiden- hvordan kan vi gjøre dette på en bedre eller annen måte og få mer ut av hver krone vi bruker. Den kompetansen er gull verdt for når vi skal bryne oss på sommeren 2022.