



HALDEN
KOMMUNE

Arrangementsstrategi

2025-2029

Generell del – uten årlige tiltak

Innhold

1 – BAKGRUNN	3
2 - FORHOLD TIL HALDEN KOMMUNES PLANVERK	4
3 – RINGVIRKNINGER AV KULTURELLE ARRANGEMENTER	5
4 - HALDEN SOM ARRANGØRBY I DAG.....	6
5 - STRATEGIOMRÅDER	8
1. Samordning og arbeidsform.....	8
2. Økonomisk og sosial verdiskaping.....	8
3. Infrastruktur	9
4. Fredriksten festning.....	9
5. Evaluering og utvikling	10



1 – BAKGRUNN

Halden har et sterkt kulturliv, unike stedlige kvaliteter og gode tradisjoner for festivaler og store arrangementer. Dette gir byen en god posisjon for å utvikle seg videre om arrangementsby. I skrivende stund opplever vi samtidig en situasjon der konkurransen om å være foretrukket arrangementssted er blitt hardere, og lønnsomheten for arrangørene er utfordret. Dette gjør også tidspunktet egnet til å legge en arrangementsstrategi for Halden.

Denne strategien har som formål å øke kvaliteten på Halden som arrangementsby når det gjelder infrastruktur, kompetanse og arbeidsformer både innen offentlig og privat sektor. Målet er å øke antall besøkende pr år tilknyttet bærekraftige arrangementer i Halden, og å øke verdiskapingen knyttet til arrangement i Halden – både økonomisk og sosialt. Det er også et mål å skape nye og sikre eksisterende arbeidsplasser knyttet til besøks- og opplevelsesnæringen, samt innenfor kulturbaserte næringer.

Strategien bygger opp under "Kommuneplanens samfunnsdel 2018-2050" og "Kommunedelplan kultur 2022-2034", og er basert på innsikt og erfaringer fra flere kilder:

- Spørreundersøkelse til besøksnæringen i Halden, som inkluderer bedrifter i Halden innen opplevelse, handel, servering, overnatting og transport.
- Direkte dialog med arrangører og kommunale tjenester.
- «Ringvirkninger av kulturelle arrangementer» (Rapport 05-2023), Samfunnsøkonomisk analyse AS og Oxford Research på oppdrag for Program for storbyrettet forskning.
- Erfaringer fra andre norske byer som har lyktes med å etablere seg som attraktive arrangementsbyer.

NOEN DEFINISJONER

Arrangement - En organisert publikumsrettet aktivitet som kan inkludere kultur, idrett, konferanser, festivaler, messer, og andre typer begivenheter. Arrangementer kan være både små og store, og involvere profesjonelle aktører og frivillige organisasjoner. Arrangementer kan ha økonomisk fortjeneste som formål, men også være ikke-kommersielle.

Festival - Et større årlig eller tilbakevendende arrangement, ofte holdt over flere dager, med aktiviteter og begivenheter innenfor et hovedtema, for eksempel musikk, mat, film og litteratur. Festivaler kan også involvere både profesjonelle aktører og frivillige organisasjoner, og ha ulik grad av kommersielt formål.

Kulturarenaer - Lokasjoner som brukes til kulturelle aktiviteter, inkludert konserter, teater, kunstutstillinger, og festivaler. Arenaer kan være både innendørs og utendørs, faste og midlertidige, men har behov for en oppdatert og vedlikeholdt infrastruktur for å være av høy kvalitet for arrangører og publikum.

Verdiskaping - I denne sammenheng - økonomisk eller sosial gevinst som skapes som en følge av arrangementer. Økonomisk verdiskaping inkluderer direkte inntekter for arrangørene selv gjennom eksempelvis salg av billetter, mat og drikke. Det innebærer også indirekte økonomiske effekter for lokalsamfunnet, gjennom økt omsetning av varer og tjenester lokalt. Sosial verdiskaping kan i denne sammenheng bety økt livskvalitet og deltakelse, for innbyggerne, men også at arrangementer kan være en arena for sysselsetting, læring og innenforforskning.

2 - FORHOLD TIL HALDEN KOMMUNES PLANVERK

Kommuneplanens samfunnsdel 2018-2050 - Strategien for å forbedre Halden som arrangementsby bygger oppunder flere konkrete og sentrale elementer fra "Kommuneplanens samfunnsdel 2018-2050". Den støtter visjonen om å gjøre Halden til en *attraktiv kommune* med *gode levekår* og *høy livskvalitet* ved å fremme kulturelle tilbud og sosiale aktiviteter. Ved å sette søkelys på infrastruktur, kompetanse og arbeidsformer, bidrar strategien til *økt sysselsetting* og *etableringsattraktivitet*, som er en av hovedmålsettingene i samfunnsdelen. Den fremmer *bærekraftig utvikling* gjennom miljøvennlige tiltak og innovative løsninger, i tråd med klima- og miljøtilpasset fremtid. Strategien styrker samarbeidet mellom offentlig og privat sektor, samt frivillige organisasjoner, noe som er essensielt for å realisere samfunnsdelens mål om et inkluderende lokalsamfunn

Kommunedelplan kultur 2022-2034 - strategien bygger også opp under flere vedtatte strategier i "Kommunedelplan kultur 2022-2034:

- **Strategi 2.3.1** – Tilrettelegge Halden som en arrangementsby av høy kvalitet, både gjennom arenutvikling, publikumsutvikling, byens infrastruktur og servicenivå.
- **Strategi 2.1.1** – Styrke kommunens kompetanse som grunnlag for forvaltnings- og rådgiverrollen, og lage strukturer for systematisk samarbeid mellom kulturelle og kreative næringer, og kommunen.
- **Strategi 3.1.6** – Utvikle Fredriksten festning som nasjonal og internasjonal kulturarena, på en måte som balanserer hensynet til festningen som besøksdestinasjon og fredet kulturminne.
- **Strategi 2.3.2** – Forsterke Haldens posisjon som musikkby.
- **Strategi 2.3.4** – Revitalisere Halden som scenekunstby med produksjoner som tiltrekker seg 5-10.000 tilskuere.
- **Strategi 2.3.5** – utvikle systemer og arbeidsformer som knytter arrangementer godt sammen med næringsliv, kulturturisme og utdanningsinstitusjoner, for å øke den lokale verdiskapingen i forbindelse med arrangementene.

Arrangementsstrategien skal være et rammeverk for beslutninger med varighet for perioden 2025-2029, og til hver av strategiene knyttes det konkrete tiltak. Disse rulleres årlig, og det blir gjort sammen med rulleringen av handlingsplanen til kommunedelplan kultur, som skjer årlig i løpet av høsthalvåret.

3 – RINGVIRKNINGER AV KULTURELLE ARRANGEMENTER

I arbeidet med arrangementsstrategien har rapporten «Ringvirkninger av kulturelle arrangementer» vært en viktig faglig referanse. Rapporten er utarbeidet av Samfunnsøkonomisk analyse AS og Oxford Research på oppdrag fra Program for storbyrettet forskning v/Oslo kommune. Den analyserer ringvirkningene av ulike typer kulturelle arrangementer i de største norske byene. Den gir innsikt i både økonomiske og samfunnsmessige effekter av kulturelle arrangementer, og foreslår strategier for å øke disse ringvirkningene. Seks viktige funn som arrangementsstrategien har vektlagt er:

a) Målgruppen påvirker de økonomiske ringvirkningene.

Arrangementer med mange tilreisende har høyere økonomiske ringvirkninger enn arrangement som retter seg mot lokalbefolkningen. Det er viktig å være bevisst om arrangementet primært er for egne innbyggere, tilreisende, eller begge deler, og hvilke verdier som skal prioriteres.

b) Mindre kommersielle arrangementer skaper ofte større sosiale verdier

I de arrangementene rapporten undersøkte, har tre elementer spesielt kommet frem som viktige for den sosiale verdien: frivillighet, nettverksbygging/ fellesskapsfølelse, og veldedighet. Det er spesielt de mindre kommersielle arrangementene som ser ut til å skape mer av de sosiale verdiene. Rapporten understreker samtidig at sosiale verdier også kan utvikles i helkommersielle arrangementer når det er en bevissthet rundt det.

c) Hvem arrangøren er kan ha betydning for ringvirkningene

Arrangøren kan påvirke flere verdier. Lokalt eierskap kan gi større lokal forankring og identitetsbygging. Kommersiell virksomhet kan ha store økonomiske ringvirkninger, mens ideelle arrangementer kan ha stor sosial og kulturell verdi. Det må være en avveining av balansen mellom økonomiske ringvirkninger og øvrige verdier.

d) De negative miljøeffektene kan motvirkes gjennom bevisste valg

Arrangementer kan være belastende når det gjelder natur- og miljøeffekter, gjennom eksempelvis transport, avfall, støy og bruk av offentlige arealer. Disse kan minimeres gjennom tilrettelegging og sertifiseringer. Rutineverk og krav til bærekraftsplaner for arrangører, er en mulig systematisk tilnærming for miljømessige bærekraftige arrangementer i en kommune.

e) Strategier for å øke ringvirkningene

Mange av de verdiene som skapes gjennom arrangementer kan enten arrangøren, næringslivet eller kommunen påvirke. Rapporten foreslår at analyser gjøres i god tid før et arrangement. Da finnes det mulighet for å velge ut områder som det kan være behov for å arbeide med for å øke en eller flere av verdiene.

f) Verktøy for å vurdere ringvirkningene

For at kommunene selv skal kunne vurdere ringvirkningene fra et arrangement, foreslår rapporten et strukturert verktøy. Det finnes flere ulike verktøy og metoder, både automatiserte og manuelle, for samlet verdivurdering og evaluering av arrangementer.

4 - HALDEN SOM ARRANGØRBY I DAG

Basert på innholdet i dokumentet "Resultater av spørreundersøkelsen til besøksnæringen i Halden - Del 3 Arrangement", dialog og faglige vurderinger, identifiseres følgende styrker, svakheter, muligheter og utfordringer ved Halden som by for arrangementer:

STYRKER

1. **Sterke stedlige kvaliteter med unike utendørs arenaer:** Halden har en historisk ramme og visuell egenart som gir arrangementene rammer med særpreg. Fredriksten festning har unike utendørs arenaer, men også i byen er det gode utendørs arenaer som f.eks. Halden torg, Busterudparken, Kulturkvartalet og Rød herregård. Haldens geografiske plassering gjør at det befinner seg et stort marked innenfor 1-2 timers reisevei.
2. **Kompakt by med gode og mangfoldige innendørs arenaer:** Halden har et godt antall innendørs arenaer innenfor kort gangavstand. Arenaene er varierte, både når det gjelder størrelse og hvilke konsepter de er egnet for. Korte avstander mellom arenaer gir god flyt og tilgjengelighet for publikum, og øker mulighetene for å ta flere av dem i bruk samtidig f.eks. under byfestivaler og større arrangementer.
3. **Haldens kultur- og idrettskapital:** Halden har et virkelig sterkt kultur- og idrettsliv, kommunens størrelse tatt i betraktning, både innenfor det profesjonelle og frivillige feltet. Det er mange mennesker med arrangørkompetanse, og Halden huser institusjoner som Opera Østfold, DNBE, Østfoldmuseene. Halden topphåndball spiller også på øverste nivå i Norge, og er en viktig aktør med regelmessige kamparrangementer i Halden arena.
4. **Vilje i lokalsamfunnet:** Etter tap av tidligere store arrangementer, oppleves det at mange i lokalsamfunnet har ønske og vilje om å få til noe. Dette oppleves både fra næringsliv og arrangører, og er en viktig forutsetning for en felles ambisjon.

SVAKHETER

1. **Ujevn sesongfordeling:** Det er en stor konsentrasjon av arrangementer på før- og sensommer, noe som gjør skulder- og lavsesongene mindre aktive. Men dette gjelder også for juli måned, noe som kan være en ubenyttet mulighet med et stort antall turister innenfor kort avstand til Halden denne perioden av sommeren.
2. **Isolerte arrangementer, uoversiktlig aktørfelt og manglende koordinering:** Arrangementene planlegges og oppfattes som enkeltstående hendelser, ikke som en del av et helhetlig grep. Aktørfeltet oppleves som uoversiktlig på flere områder, og arrangementene er for lite koordinert. Det kan føre til unødvendig overlapping, konkurranse, at publikums muligheter og opplevelse blir dårligere. Flere aktører opplever utfordringer med å få tilstrekkelig informasjon om arrangementer ut til mulige besøkende.
3. **Overnatting og kollektivtilbud:** Det samlede overnattingstilbudet i Halden legger en begrensning for tiltrekningskraften på de største arrangementene, og fører også til at publikum bor andre steder, noe som svekker de økonomiske ringvirkningene. Kollektivtilbudet i Halden, spesielt utgående på sen kveldstid, begrenser tilgjengeligheten for besøkende til arrangementer.

4. **Utstyr og arrangementsteknisk infrastruktur:** Det har vært gjort en god jobb i Halden med å tilrettelegge arenaer som attraktive for arrangementer. Det er samtidig noe som må vedlikeholdes og utvikles videre i fremtiden. Noen arenaer mangler helt eller delvis nødvendig utstyr og materiell for å kunne gjennomføre større arrangementer effektivt, og å utvikle seg som oppdaterte arenaer.

UTFORDRINGER

1. **Høy risiko:** I ulik grad innebærer de aller fleste arrangementer en økonomisk risiko for arrangørene. Det bør vurderes støtte- eller tilretteleggingsordninger som gjør det lettere å teste nye konsepter, spesielt for mindre aktører og ifm oppstart.
2. **Samarbeidsproblemer:** Flere beskriver samarbeid som utfordrende i Halden, og peker på behovet for bedre koordinering og felles strategier.

MULIGHETER

1. **Helårsprogrammering:** Utvikle mer innhold utenom sommersesongen, og se på hvilke typer arrangementer som mangler og som vil egne seg i Halden. Det er potensial for å utvikle nye og innovative arrangementer som kan tiltrekke seg både lokale og tilreisende, spesielt i skulder- og lavsesongene.
2. **Flere og større arrangementer på Fredriksten festning:** Fredriksten festning har muligheter til enda flere og større arrangementer og festivaler enn hva tilfellet er i dag. Utendørsforestillingene til Opera Østfold kombinerer en etablert kulturinstitusjon i Halden med målsettingen om flere besøkende til Halden, og målsettingen om å styrke Fredriksten festning som internasjonal kulturarena. Det ligger en stor mulighet i utvikling av Opera Østfold sin strategi til også å f.eks. gjøre kommersielle utendørs musikalforestillinger på festningen. Muligheten for å benytte den midlertidige infrastrukturen som etableres i forbindelse med forestillingen, til flere arrangementer etterpå, bør undersøkes.
3. **Samordning:** Det ligger en mulighet i å etablere en tydelig funksjon som ivaretar oversikt, koordinering og samspill mellom arrangører, lokalt næringsliv, kommune og andre relevante aktører. Funksjonen bør ivareta felles portal for alle arrangementer som kan gi bedre oversikt og markedsføring, og bidra til økt besøk og omsetning.

5 - STRATEGIOMRÅDER

1. Samordning og arbeidsform

Målsetting: Halden har en profesjonell og godt koordinert arrangementssektor, med god ressursutnyttelse, effekt og kvalitet.

Strategier og tiltak:

- **Strategi 1.1** - Halden kommune etablerer en samlende funksjon for å koordinere arrangementsfeltet, sikre helårsaktivitet og stor verdiskaping med utgangspunkt i arrangementene. Dette vil avhenge av økonomisk kapasitet.
- **Strategi 1.2** - Halden kommune har en tydelig rolle som tilrettelegger, myndighetsforvalter og koordinering av myndigheter og nødetater ved større arrangementer i byen.
- **Strategi 1.3** - Halden kommune har virkemiddelordninger for å stimulere til arrangementer, og utvikle disse i tråd med ambisjoner, rammer og behov.
- **Strategi 1.4** - Halden kommune bidrar til kompetanseutvikling i arrangementssektoren lokalt.

2. Økonomisk og sosial verdiskaping

Målsetting: Halden har høy økonomisk og sosial verdiskaping knyttet til arrangementer gjennom hele året.

Strategier og tiltak:

- **Strategi 2.1** - Halden kommune skal bidra til strategisk helårsprogrammering av Halden som arrangementsby. Dette gjøres gjennom den felles samlende funksjonen beskrevet i strategi 1.1, og avhenger av økonomisk kapasitet.
- **Strategi 2.2** - Halden som arrangementsby skal tilby et mangfold av arrangementer, som også inkluderer alt fra gratis arrangementer for både barn, unge og voksne, til kommersielle arrangementer med høyt økonomisk potensiale.
- **Strategi 2.3** - Halden kommune vurderer arrangementer i forkant, for å identifisere muligheter til å øke de økonomiske og sosiale verdiene av dem.
- **Strategi 2.4** - Arrangementsfeltet i Halden skal fremme bruk av innovative løsninger og teknologi i planlegging, markedsføring og gjennomføring av arrangementer.

3. Infrastruktur

Målsetting: Halden har godt tilrettelagt infrastruktur for arrangementer, både for arrangørene og de besøkende.

Strategier og tiltak:

- **Strategi 3.1** - Halden kommune skal ivareta at kommunale byrom i sentrum, som Halden torg og Busterudparken, og kommunalt eide arrangementslokaler er godt tilrettelagt med infrastruktur for aktiviteter og arrangementer.
- **Strategi 3.2** - Halden kommune skal bidra til god infrastruktur for besøkende til Halden.
- **Strategi 3.3** -Gjøre det enkelt for arrangørene å gjennomføre bærekraftige arrangementer, som tar hensyn til klima, miljø og kulturarv.
- **Strategi 3.4** -Gjøre det enkelt for arrangørene å legge til rette for at arrangementer er tilgjengelig for mennesker med nedsatt funksjonsevne.

4. Fredriksten festning

Fredriksten festning eies, drives og vedlikeholdes av Forsvarsbygg. Kommunens eierskap er begrenset til Fredriksten kro. Festningen er både et fredet kulturminne, militær hedersfestning, besøksdestinasjon og en unik kulturarena. Ved inngangen til strategiperioden er den gjeldende arbeidsformen at Fredriksten festnings venner, på vegne av Forsvarsbygg, booker, kontraherer og tilrettelegger for aktører som leier seg inn. Kommandanten har ansvar for promotering av festningen og historieformidling, samt å delta aktivt i tilrettelegging for bruk. Det er helt naturlig at festningen er et sentralt strategiområde for Halden, men når Halden kommune vedtar mål, ambisjoner og etter hvert tiltak, tilknyttet den, må dette skje og gjennomføres gjennom god dialog og i overensstemmelse med aktørene som eier, driver og utvikler Fredriksten festning.

Målsetting: Utvikle Fredriksten festning som en nasjonal og internasjonal kulturarena.

Strategier og tiltak:

- **Strategi 4.1** - Halden kommune skal gjennom samarbeide med aktørene på festningen bidra til posisjonering, promotering og innholdsmessig utvikling av Fredriksten festning som kulturarena.

5. Evaluering og utvikling

Målsetting: Halden kommune har et godt faktabasert grunnlag for å evaluere og forbedre tiltak til arrangementsstrategien, slik at den gir best mulig økonomisk og sosial verdiskaping.

Strategier og tiltak:

- **Strategi 5.1** - Halden kommune bidrar til å ha systemer for å måle antall besøkende, økonomisk verdiskaping, og sosiale effekter av arrangementer.
- **Strategi 5.2** - Halden kommune bidrar til å ha systemer for å samle tilbakemeldinger fra besøkende, arrangører, og lokale bedrifter for å identifisere forbedringsområder.
- **Strategi 5.3** - Halden kommune utvikler fremtidige tiltak basert på målinger, evalueringer og tilbakemeldinger for å sikre jevn progresjon og forbedring.

Strategiene skal være et rammeverk med varighet 2025-2029, og til hver av strategiene er det tilknyttet konkrete tiltak. Disse kan rulleres årlig, og det blir gjort sammen med den rulleringen av handlingsplanen til kommunedelplan kultur, som skjer årlig i løpet av høsthalvåret.