

NTO-VIRKSOMHETENES SPONSOR- OG GAVEINNTEKTER

STATUS 2016

Vår ref.: 17/84/ST

Dato: 30.06.2017

HOVEDTALL 2016

Siden 2005 har Norsk teater- og orkesterforening (NTO) utarbeidet årlige oversikter over medlemmenes sponsor- og gaveinntekter. Tallene som presenteres er rene pengeinntekter slik de fremkommer i virksomhetenes regnskap. Verdier av barteravtaler og andre samarbeidsavtaler som ikke fremkommer som sponsor- og gaveinntekter i regnskapene inngår ikke i tallene. Kostnadene ved å skaffe gave- og sponsorinntekter og opprettholde sponsoravtalene gjennom gjenyttelser er ikke trukket fra. Undersøkelsen er basert på *brutto* sponsor-/gaveinntekter. I mange tilfeller legges det ned en betydelig ressursinnsats slik at differansen mellom *brutto* og *netto* sponsor-/gaveinntekter kan være betydelig.

I 2016 mottok 45 NTO-medlemmer innenfor profesjonell musikk og scenekunst samlet om lag 63 mill. kroner i sponsorinntekter og gaver (figur 1), tilsvarende 1,8 pst. av medlemmenes samlede driftsinntekter (figur 2). Dette var ca. 2,7 millioner kroner mindre enn i 2015 (prisjusterte tall), tilsvarende en realnedgang på ca. 5 pst. Av de samlede egeninntektene utgjorde sponsorinntekter og gaver nærmere 10 pst, mens billettinntekter/honorar utgjorde ca. 68 pst. og andre egeninntekter ca. 22 pst. (figur 3).

Undersøkelsene viser at midlene er ujevnt fordelt og i høy grad konsentrert om de største institusjonene i Oslo, Bergen, Stavanger og Kristiansand. Nærmere 80 pst. av midlene var konsentrert om 10 store virksomheter i disse byene. Samtlige nasjonale institusjoner mottok sponsorinntekter/gaver, mens 13 av 46 virksomheter var uten slike inntekter i 2016.

NEDGANG FRA 2005 TIL 2016

I 2016 ligger virksomhetenes samlede sponsor- og gaveinntekter noe lavere enn i 2005 (en realnedgang på ca. 3,1 pst.), dersom man tar ut Den Norske Opera & Ballet (DNO&B) som skiller seg markant fra de øvrige virksomhetene og mer enn tredoblet sine sponsorinntekter med innflytting i nytt hus i 2008 (figur 4).¹

Mens det var en økning i totale sponsorinntekter/gaver i perioden 2005-2008 (også ekskl. DNO&B), har det fra 2008 til 2016 vært en nedgang på ca. 16 pst.(ekskl. DNO&B). For virksomhetene samlet (inkl. DNO&B) har det vært mer markant nedgang på nærmere 30 pst. siden finanskrisen i 2008. I samme

¹ I perioden 2005-2016 har NTO mottatt åtte nye medlemmer som inngår i undersøkelsen. Dette er mindre virksomheter som i liten grad påvirker summen av sponsorinntekter/gaver.

periode var det en nedgang i andelen slike inntekter av totale driftsinntekter fra 3,3 pst. i 2008 til 1,8 pst. i 2016 for NTO-virksomhetene samlet (figur 5).

Undersøkelsen viser altså at sponsormarkedet er lite og vanskelig tilgjengelig for størsteparten av NTOs medlemmer, med noen viktige unntak og variasjoner som i stor grad er knyttet til geografi, størrelse og type virksomhet. Siden 2008 ser vi tendenser til stadig mer begrensede muligheter for virksomhetene til å skaffe seg sponsorinntekter og gaver, og finanskrisen har tydeliggjort hvor konjunkturavhengig sponsormarkedet er.

INSTITUSJONENES ARBEID FOR Å STYRKE EGENINNTektENE

For de virksomhetene som mottar sponsormidler og gaver er dette et viktig supplement til offentlige bevilgninger. Slike private midler kan gjøre det mulig å realisere prosjekter som det ikke er rom for innenfor de rammene som er gitt av det offentlige tilskuddet. Med svekkede produksjonsrammer som følge av økte pensjonskostnader og en realnedgang i offentlige bevilgninger de senere årene, inngår sponsormidler og gaver imidlertid i flere tilfeller i det ordinære driftsbudsjettet som en nødvendig inntektskilde for å kunne opprettholde allerede etablert aktivitet. For andre virksomheter kan samarbeid med næringslivet være viktigere som en del av publikumsarbeidet og for å sikre forankring i lokalsamfunnet, enn som direkte finansieringskilde.

I Kulturdepartementets tilskuddsbrev står det at «alle tilskuddsmottakere skal utnytte sitt egeninntektspotensiale. Departementet legger til grunn at den enkelte institusjon har utarbeidet planer for å utvikle sine ulike inntektskilder med sikte på å øke sine egeninntekter, herunder billettinntekter, andre inntektsgivende aktiviteter og tiltak, samt gaver og sponsorinntekter.»

Slik det fremkommer i rapporteringen, arbeider virksomhetene kontinuerlig for å øke egeninntektene, og mange har utviklet særskilte strategier for å styrke sponsor- og gaveinntekter. Noen av de større institusjonene har opparbeidet seg en betydelig kompetanse på området. Mange beskriver likevel dette som et krevende arbeid i Norge i dag, og det er flere tilfeller av at etablerte sponsoravtaler ikke forlenges. Ofte kan resultatene være marginale i forhold til innsatsen. Det må balanseres mellom kost-nytte og vurderes hva som faktisk er mest effektiv ressursutnyttelse.

Noen av de mindre virksomhetene rapporterer at de ikke har tilstrekkelige administrative ressurser til å drive denne typen arbeid over tid. Ofte kan det være mer hensiktsmessig å sette ressursene inn andre steder, slik som i publikumsarbeidet for å styrke billettinntektene som utgjør den største delen av egeninntektene.

Musikk- og scenekunstinstitusjonene er underadministrerte virksomheter med begrensede ressurser å avsette til å fremskaffe samarbeidsavtaler med private givere og sponsorer. Dersom det forventes at en større del av de nødvendige driftsmidlene skal dekket gjennom inntekter fra private kilder, øker også kravet til personalinnsats og kompetanseutvikling på dette området.

BEDRIFTENES KULTURSPONSING OG PENGEUTDELLENDE STIFTELSE

Andre og mer omfattende undersøkelser av privat kulturfinansiering i Norge bekrefter bildet av at private sponsormidler og gaver generelt er vanskelig tilgjengelige finansieringskilder for profesjonelle, offentlig finansierte kunstinstitusjoner.

I følge Sponsor Insights beregninger var den totale omsetningen i det norske sponsormarkedet på 4,47 milliarder kroner i 2015. Kultur (ekskl. festivaler) mottok 8,7 pst. av de samlede sponsormidlene, festivaler 9,1 pst. og "sosio" 11,6 pst., mens idretten (inkl. fotball) er den suverene vinneren og stod for over 70. pst. av omsetningen. Siden 2013 økte den totale omsetningen i sponsormarkedet nominelt med 3,3 pst. Sponsormidlene til kultur gikk imidlertid ned (-5,6 pst.), i motsetning til samtlige av de øvrige områdene hvor det var en økning. Den største økningen var på festivalområdet (15,3 pst).

Nærmere undersøkelser av bedriftenes kultursponsing (*Arts & Business statusrapport 2013*) viser at bedriftene prioriterer å sponse lokal amatørvirksomhet og semiprofesjonell virksomhet fremfor profesjonell virksomhet. Det er også flere bedrifter som sponser grupper og ensembler og festivaler og lignende tidsavgrensede kulturarrangementer fremfor enkeltkunstnere og institusjoner. Selv om noen få institusjoner mottar relativt store enkeltbeløp, er det altså ikke de profesjonelle kunstinstitusjonene som vinner lettest frem i sponsormarkedet når man ser på andelen bedrifter som sponser denne typen virksomhet.

Lignende tendenser finner man blant de pengeutdelende stiftelsene i Norge. I rapporten *Stiftelser i det moderne Norge* (Institutt for samfunnsforskning, 2010) kommer det frem at stiftelsesmidler primært kanaliseres til sivilsamfunnet, og i mindre grad fungerer som tilleggsfinansiering for offentlig virke eller for virksomheter som er offentlig finansiert. I følge rapporten er det sosiale og humanitære formål, helse og utdanning som er de viktigste målområdene for tildelinger. Også kulturformål ("sang/musikk", "kulturminnevern" og "andre kulturformål") står nokså sentralt hos de store stiftelsene, men de viktigste mottakerne for disse er frivillige lag og foreninger. Mønstrene synes å være godt befestet. Ca. 90 pst. av respondentene hadde ikke planer om å endre sine utdelingsstrategier, og relativt få sluttet seg til påstanden "pengeutdelende stiftelser bør bidra mer til formål på kulturfeltet" (20 pst. av de store og 15 pst. av de små).

Undersøkelsene bekrefter også vårt inntrykk av at privat finansiering er konjunkturavhengig. I følge rapporten *Stiftelser i det moderne Norge* ble det i 2008 delt ut totalt rundt 1,6 milliarder kroner fra norske pengeutdelende stiftelser, fond og legater til ulike aktiviteter og prosjekter. I 2009 ble det anslagsvis delt ut 1,1 milliarder kroner. For de store stiftelsene sank utdelt beløp med 27 pst, og for de små var nedgangen på rundt 35 pst. Bedriftsundersøkelsene (*Status 2013 Arts & Business*) tyder også på at finanskrisen i 2008 bidro til at de største bedriftene begrenset sponsorvirksomheten, mens det har vært en økning i andelen bedrifter som sponser kultur i perioden 2011-2013.

Samlet viser de ulike undersøkelsene altså at bedrifter og pengeutdelende stiftelser, sett under ett, i stor grad prioriterer andre formål enn kultur, og at de som prioriterer kultur foretrekker frivillige organisasjoner, lokal amatørvirksomhet og tidsavgrensede arrangementer som festivaler og lignende fremfor profesjonelle, offentlig støttede kunstinstitusjoner.

KULTURPOLITISKE MÅL OG VIRKEMIDLER

NTO er positiv til tiltak som kan styrke det samlede finansieringsgrunnlaget for kultursektoren og oppmuntrer samtidig til en grundigere prinsipiell debatt om statens rolle, mål og virkemidler for å fremme privat finansiering. Det er viktig at politikkkutformingene også på dette området er basert på kunnskap om situasjonen i Norge og at det legges til grunn et realistisk bilde av potensialet for økt privat finansiering.

Vår etterlysning av en mer nyansert og kunnskapsbasert debatt og en mer prinsipiell tilnærming, må på ingen måte forveksles med en motstand mot private midler. NTO ønsker mer private midler til kultur som et supplement til offentlige investeringer.

Det er altså ikke en holdningsendring fra kulturlivets side som skal til for å utløse ventende privat kapital. Derimot må man være klar over hvor ressurskrevende det er å fremskaffe gaver og sponsormidler i allerede underadministrerte institusjoner og hvor ulike forutsetningene er avhengig av bl.a. geografi, størrelse og type virksomhet.

I 2016 ble gaveforsterkningsordningen utvidet til musikk og scenekunst. Flere av NTO-virksomhetene mottok gaveforsterkning i 2016, men med en nedgang i de samlede sponsor- og gaveinntektene i 2016 er det ingenting i vår kartlegging som tyder på at ordningen har stimulert til mer private midler.

Vi oppfordrer til en evaluering av ordningen, både for å frembringe kunnskap om hvorvidt ordningen over tid bidrar til at nye givere kommer på banen og private donasjoner øker, men også i hvilken grad en slik ordning kan føre til en konsentrasjon, ikke bare av private midler, men også av tilgjengelige offentlige

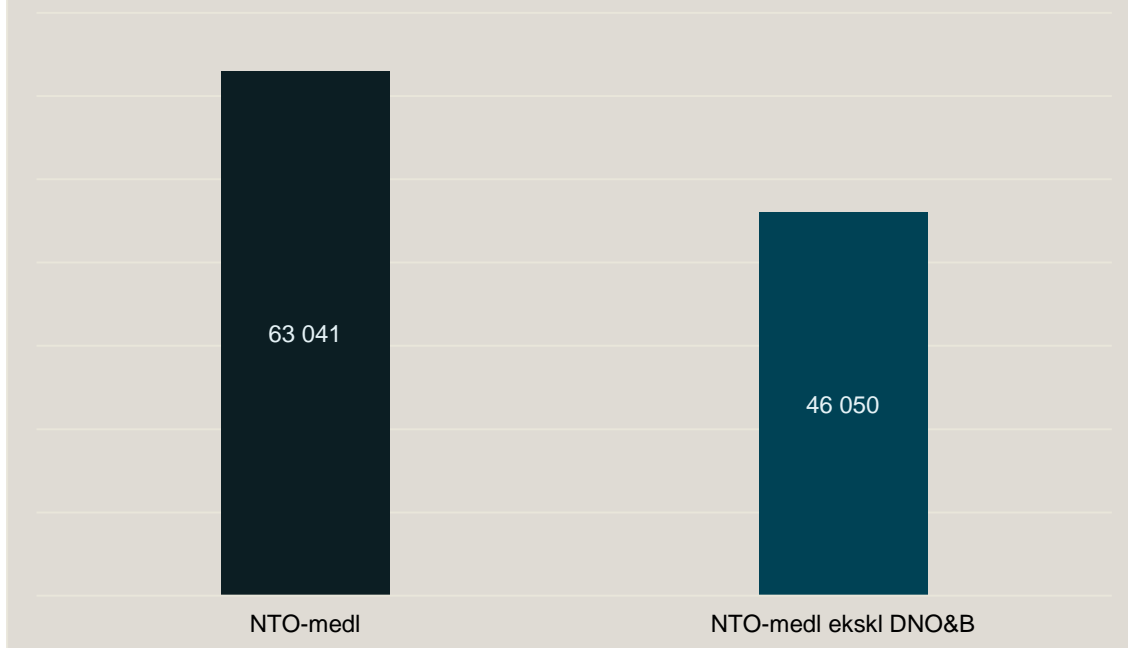
midler – på bekostning av de virksomhetene som har vanskeligere vilkår for å skaffe private inntekter. Etter vårt syn er det også viktig å reflektere over prinsipielle, demokratiske sider og konsekvenser av at private givere får styring over fordeling av fellesskapets midler.

NTO er glad for at regjeringen vil legge bedre til rette for private fond og stiftelser som kan komme kulturlivet til gode. Et større antall fond og stiftelser er en forutsetning for at mer fondsmidler skal tilflyte offentlig finansierte kunstinstitusjoner, uten at disse virksomhetene risikerer å utkonkurrere sine egne lokale samarbeidspartnere og frivillige organisasjoner i kampen om allerede begrensede midler.

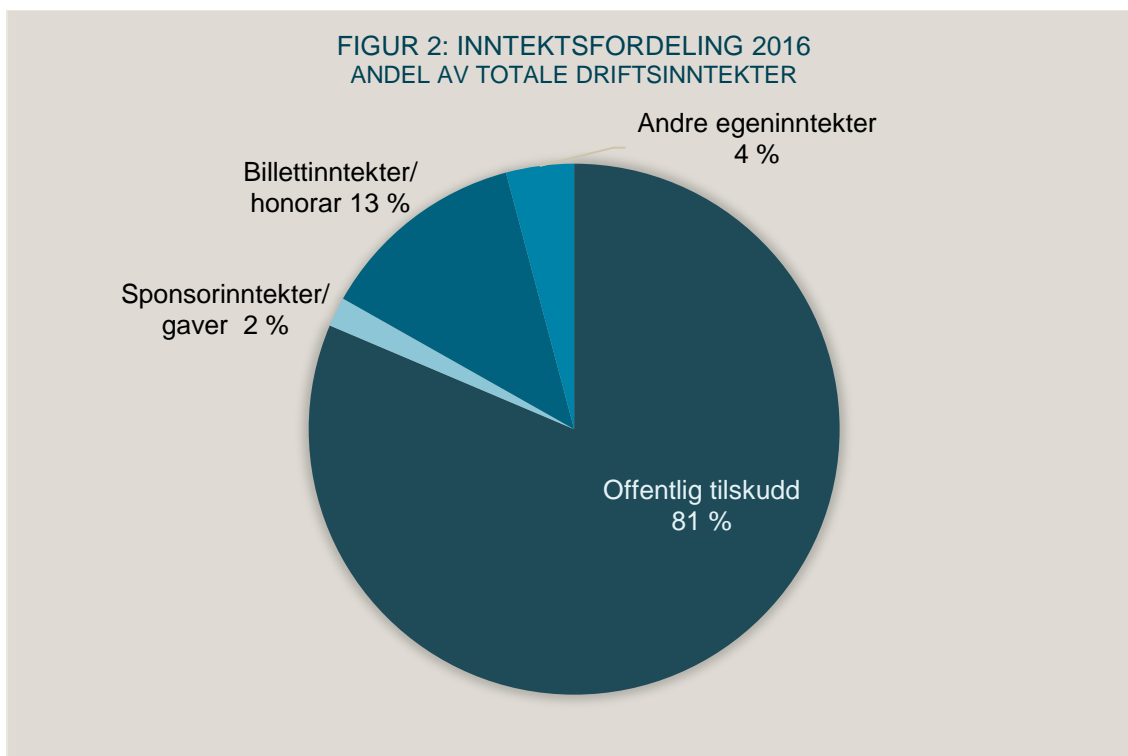
Samtidig vil vi oppfordre til en politikktutforming basert på en realistisk vurdering av potensialet for økt privat finansiering av de profesjonelle kunstinstitusjonene i Norge. Vi minner om at gavetradisjonen i Norge er langt svakere enn for eksempel i USA og Storbritannia, hvor arbeidsdelingen mellom stat og sivilsamfunn er utstrakt, og hvor kultursektoren i mindre grad anses for å være et sentralt offentlig ansvarsområde. Norge skiller seg også fra våre nordiske naboland, hvor det finnes et langt større antall pengeutdelende stiftelser for allmennyttige formål enn i Norge.

Vi merker oss at regjeringen formulerer statlige insentiver for mer privat finansiering som en «hovedprioritering» samtidig med at bevilgningene til kulturformål stagnerer. NTO er kritisk til en tenkning der målet med statlige insentiver for privat finansiering på sikt skulle være å redusere størrelsen på den offentlige finansieringen. Samspillet med private finansieringskilder må skje som et supplement til et fortsatt sterkt offentlig engasjement.

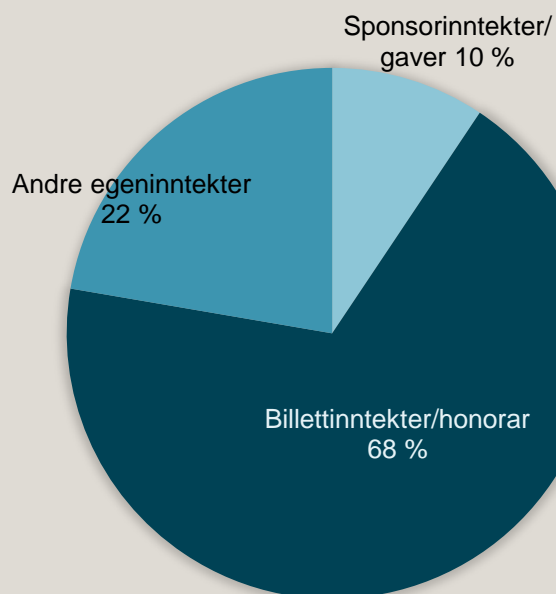
FIGUR 1: SPONSORINNEKTER/GAVER I SUM 2016
I 1000 kroner



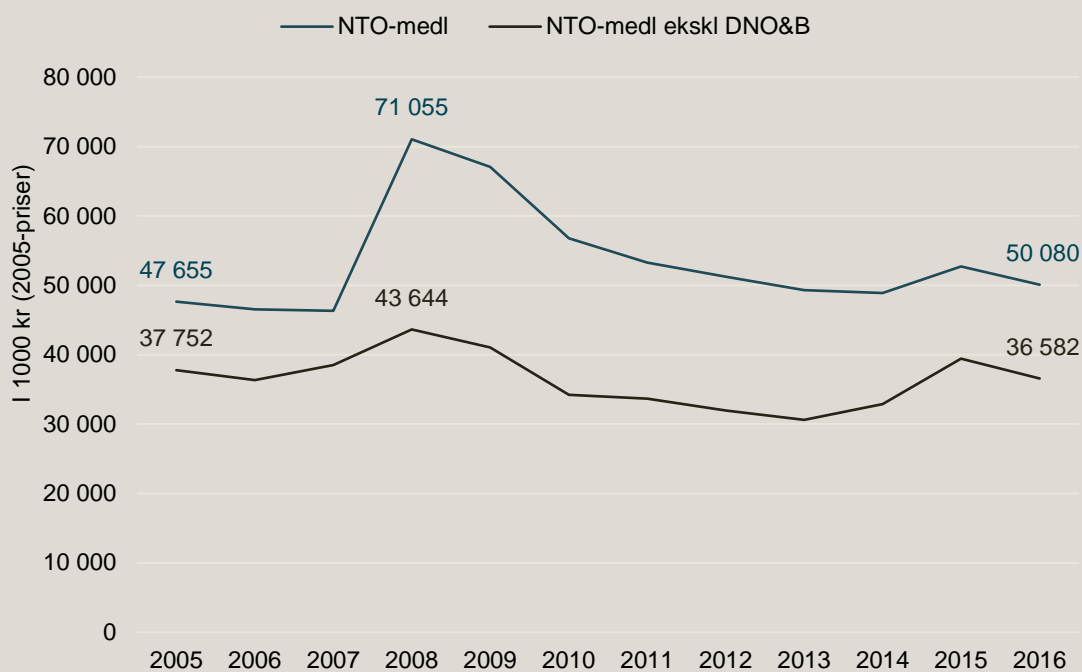
FIGUR 2: INNTEKTSFORDELING 2016
ANDEL AV TOTALE DRIFTSINNTEKTER

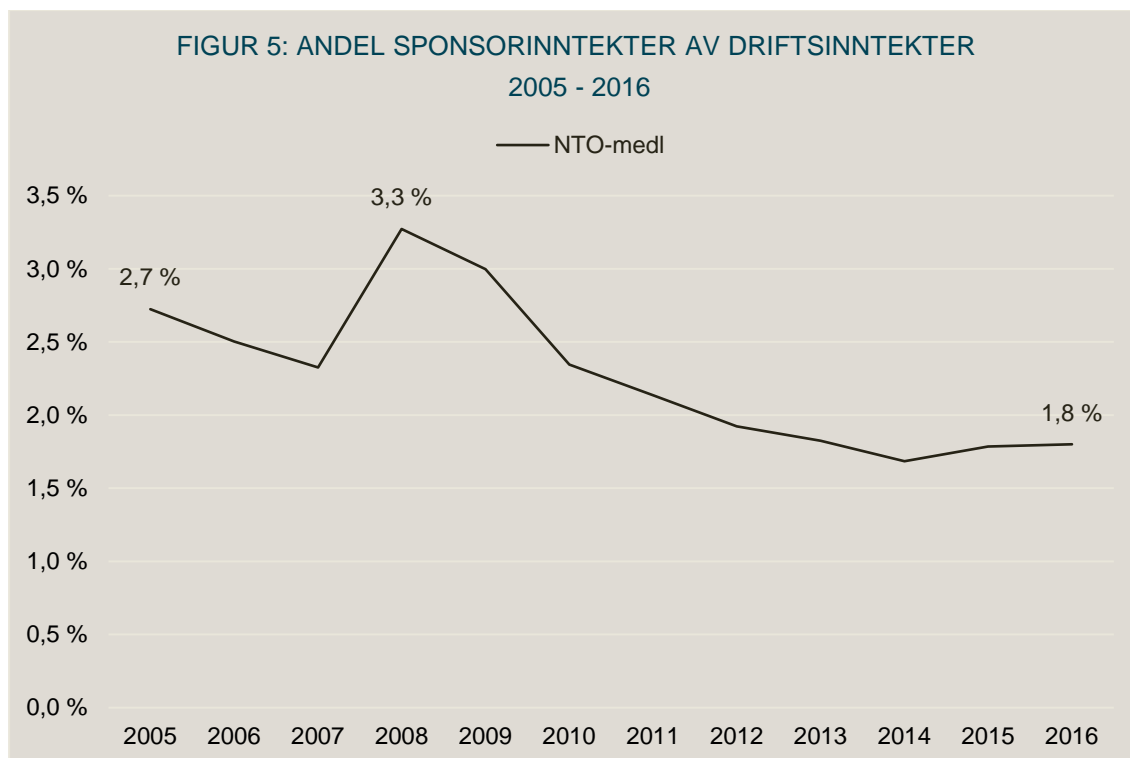


FIGUR 3: EGENINNTEKTER 2016
ANDEL AV TOTALE EGENINNTEKTER



FIGUR 4: SPONSORINNTEKTER/GAVER I SUM 2005 - 2016





VIRKSOMHETER SOM INNGÅR I UNDERSØKELSEN

Scenekunstinstitusjoner

Akershus Teater
 Bergen Nasjonale Opera
 BIT Teatergarasjen
 Black Box teater
 Brageteatret
 Carte Blanche
 Dansens Hus
 Den Nationale Scene
 Det Norske Teatret
 Det samiske nasjonalteatret Beaivvás
 Dramatikkens hus
 Haugesund Teater
 Hordaland Teater
 Hålogaland Teater
 Nationaltheatret
 Turnéteatret i Trøndelag
 Nordland Teater
 Norsk scenekunstbruk
 Oslo Nye Teater
 Riksteatret
 Rogaland Teater
 Scenekunst Østfold
 Sogn og Fjordane Teater
 Teaterhuset Avant Garden
 Teater Ibsen
 Teater Innlandet
 Teater Manu
 Teatret Vårt
 Trøndelag Teater
 Årjelhsaemien Teatere

Musikk institusjoner

Barokkanerne
 BIT20 Ensemble
 Det Norske Blåseensemble
 Det Norske Kammerorkester
 Det Norske Solistkor
 Edvard Grieg Kor
 Norsk Barokkorkester
 Oslo-Filharmonien
 Riksscenen
 Stavanger Symfoniorkester
 Stiftelsen Harmonien

Musikk og scenekunst

Den Norske Opera & Ballett
 Kilden Teater- og Konserthus
 Nordnorsk Opera og Symfoniorkester
 Trondheim Symfoniorkester & Opera