

# SPONSOR- OG GAVEINNTEKTER

## STATUS NTO-MEDLEMMENE 2015

Dato: 30.06.2015

## NTO-MEDLEMMENES SPONSOR- OG GAVEINNTEKTER – STATUS 2015

### HOVEDTALL 2015

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 gjennyttelser er ikke trukket fra. Undersøkelsen er basert på *brutto* sponsor- og gaveinntekter. I mange tilfeller legges det ned en betydelig ressursinnsats slik at differansen mellom *brutto* og *netto* sponsor-/gaveinntekter kan være nokså stor.

I 2015 mottok NTOs daværende 43 medlemmer innenfor profesjonell musikk og scenekunst samlet 64 mill. kroner i sponsorinntekter og gaver (figur 1), tilsvarende 1,8 pst. av medlemmenes samlede driftsinntekter (figur 2). Dette var 3,8 millioner kroner mer enn i 2014 (prisjusterte tall), tilsvarende en realøkning på 7,8 pst. Av de samlede egeninntektene utgjorde sponsorinntekter og gaver 10,4 pst., mens billettinntekter utgjorde 68,9 pst. og andre egeninntekter ca. 20,6 pst. (figur 3).

Undersøkelsene viser at midlene er ujevnt fordelt og i høy grad konsentrert om de største institusjonene i Oslo, Bergen og Stavanger. 85 pst. av midlene var konsentrert om 10 store virksomheter i disse tre byene, samt Kilden TKS i Kristiansand. Samtlige nasjonale institusjoner hadde sponsorinntekter/gaver i 2015 og alle symfoniorkestrene. 16 av 43 virksomheter hadde ingen sponsorinntekter/gaver i 2015. Blant disse var det 12 scenekunstinstitusjoner.

## NEDGANG FRA 2005 TIL 2015

I 2015 ligger virksomhetenes samlede sponsor- og gaveinntekter noe høyere enn i 2005 (en realøkning på 4,5 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).<sup>1</sup>

Mens det var en økning i totale sponsorinntekter/gaver i perioden 2005-2008, har det fra 2008 til 2015 vært en nedgang på 9,6 pst (ekskl. DNO&B). For virksomhetene samlet (inkl. DNO&B) har det vært mer markant nedgang på nærmere 26 pst. siden finanskrisen i 2008. I samme periode var det en nedgang i andelen slike inntekter av totale driftsinntekter fra 3,3 pst. i 2008 til 1,8 pst. i 2015 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 nyter godt av sponsormidler og gaver er dette et viktig supplement til den offentlige støtten. 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 og bidra til styrket kunstnerisk aktivitet og formidling.

For noen av de større virksomhetene, som befinner seg i en alvorlig økonomisk situasjon på grunn av økte pensjonskostnader de senere årene, inngår sponsormidler og gaver i større grad 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 «[t]ilskuddsmottakerne skal utnytte sitt egeninntekspotensiale. 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.»

Flere av virksomhetene rapporterer at de kontinuerlig arbeider for å øke egeninntektene, herunder sponsor- og gaveinntekter, og noen av de større institusjonene har opparbeidet seg en betydelig kompetanse på området. Mange beskriver likevel dette som et krevende arbeid, og ofte kan resultatene være marginale i forhold til innsatsen. 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.

Teater- og musikk institusjonene er underadministrerte virksomheter med begrensede ressurser å avsette til merkantilt arbeid. Dersom det forventes at en større del av de nødvendige driftsmidlene skal dekkes gjennom inntekter fra private kilder, øker også kravet til personalinnsats og kompetanseutvikling på dette området.

<sup>1</sup> I perioden 2005-2015 har NTO mottatt seks nye medlemmer. Dette er imidlertid virksomheter som i liten grad har mottatt sponsormidler/gaver eller påvirket summen av slike inntekter.

## 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 for profesjonelle, offentlig støttede 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 kulturspensing (*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. Mønstrerene 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 politikktutformingene 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.

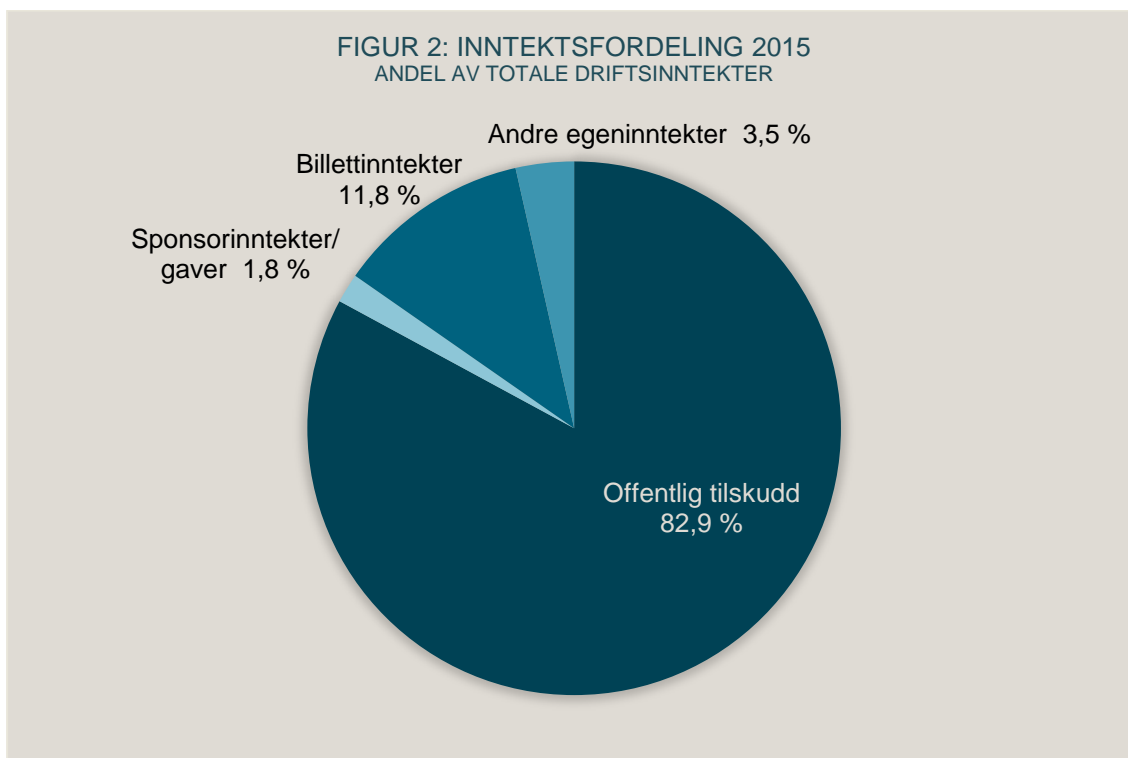
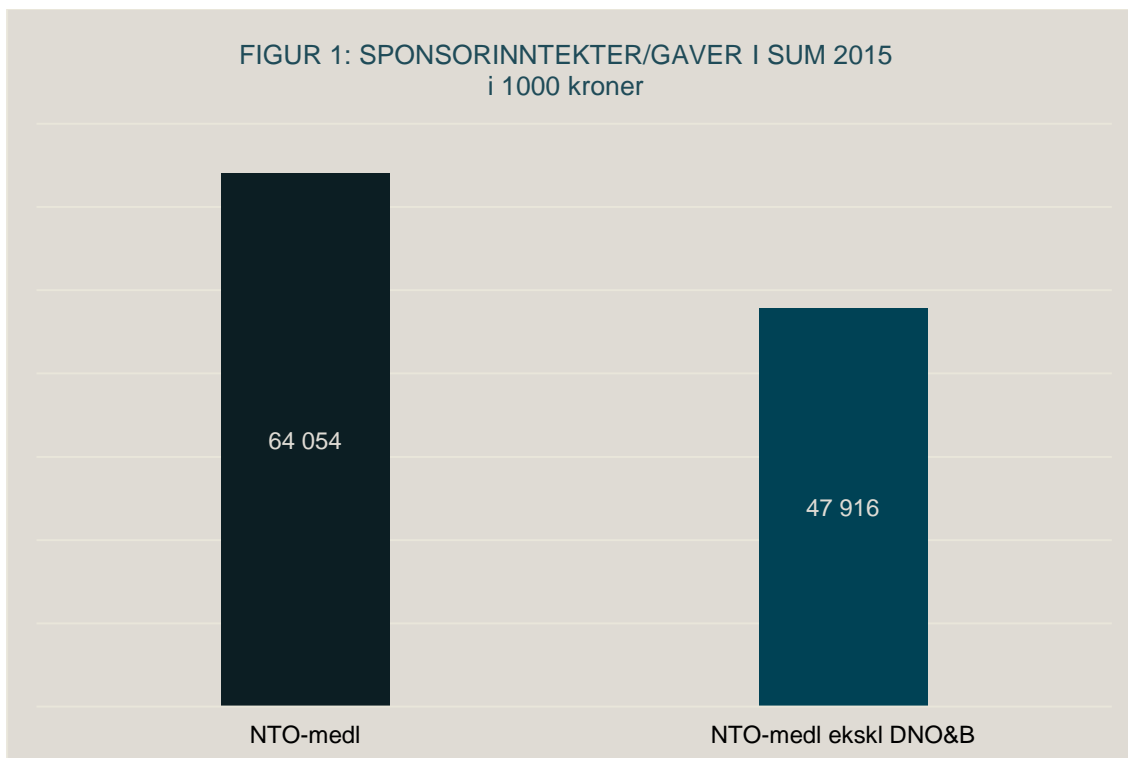
Vi registrerer at gaveforsterkningsordningen er utvidet til musikk og scenekunst og oppfordrer til at den fortløpende evalueres. Det er viktig å frembringe kunnskap om hvorvidt ordningen bidrar til at nye givere kommer på banen og private donasjoner øker, men også i hvilken grad en slik ordning kan føre 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 demokratiske sider og konsekvenser av at private givere får styring over fordeling av offentlige 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 tilflytte offentlig støttede kunstinstitusjoner, uten at disse virksomhetene risikerer å utkonkurrere sine egne lokale samarbeidspartnere og frivillige organisasjoner i kampen om allerede begrensede midler.

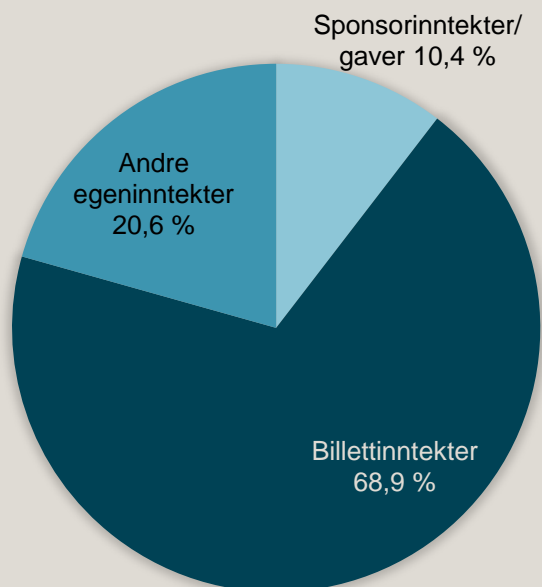
Samtidig vil vi oppfordre til en politikkutforming basert på en realistisk vurdering av potensialet for økt privat finansiering av de profesjonelle kunstinstitusjonene i Norge. Vi minner om at gavetradisjonen i Norge er langt svakere enn for eksempel i USA og Storbritannia, hvor arbeidsdelingen mellom 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.

## Figurer



FIGUR 3: EGENINNTEKTER 2015  
ANDEL AV TOTALE EGENINNTEKTER



FIGUR 4: SPONSORINNTEKTER/GAVER I SUM 2005 - 2015

