

Konsertundersøkelsen 2024

- Festivalene -

Fagråd for kreative og kulturbaserte næringer

Oppdatert: 4. oktober 2024



Foto: Arne Marius Kirknes / Unsplash

Danske Bank



simonsen
vogtviig



saga KL
KL økonomi og HR



ATERA

SpareBank SMN 1



Om Konsertundersøkelsen 2024

Konsertundersøkelsen 2024 viser at **kulturfestivaler er ansvarlig** for at folk kommer til Trondheim, de blir her og bruker penger. Mye penger. Både på shopping, mat, drikke og overnatting.

Undersøkelsens funn er sentrale i arbeidet mot å **posisjonere Trondheim som kulturmetropol** og **styrke samarbeid** mellom kulturnæring og annet næringsliv. Undersøkelsen er gjennomført av **fagråd for kreative og kulturbaserte næringer** i NiT, og bygger videre på **Konsertundersøkelsen 2022**, som tok for seg ringvirkningene fra helårsscenene.



Gjennomført:
Sommeren 2024



Antall svar:
5030



Festivaler i undersøkelsen:
Neon, Trondheim Rocks,
Olavsfest, Pstereo og
Festningen



Utviklet av fagråd kreative og kulturbaserte næringer



Ann Elisabeth Wedø
(leder)
Olavshallen



Eirik Søreide
Polar Artist



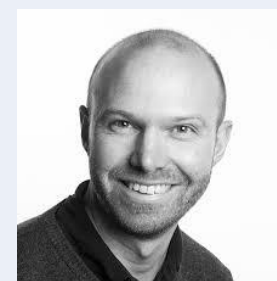
Mari Nilsen Neira
Herstory



Hege Strand
Musikalfabrikken



Ernst Wiggo Sandbakk
Jazzfest



Martin Smidt
Rotvoll Kunstnerkollektiv



Solveig S. Ræstad
Midgard Film Commission



Lars Fuglevaag
Kommunikasjonsforeningen



Elisabeth H. Klæbo
Kjøpmannsgata Ung Kunst



Nina S. Pedersen
Trondheim Kulturnettverk



Endre Forbord
VM på ski 2025



Marius Thorvaldsen
Breach VR

Koordinator fra Næringsforeningen i Trondheimsregionen: Torstein Langeland



Hovedfunn

- Festivaldeltakerne på 7 av Trondheims største festivaler bidro med **249 millioner i forbruk** utenom festivalområdet, basert på kun 17 dager med festival.
- Hver festivaldeltaker **legger igjen 2.807 kr** utenfor festivalområdet
- **21% var tilreisende** fra utenfor Trøndelag. De la igjen **6.298 kr** hver.
- Festivalen var **hovedgrunnen til at 90% av deltakerne kom til Trondheim**
- Tilreisende deltakere **ble i snitt 2 dager lengre** enn festivalens varighet.

Festivalen var «reason to come»



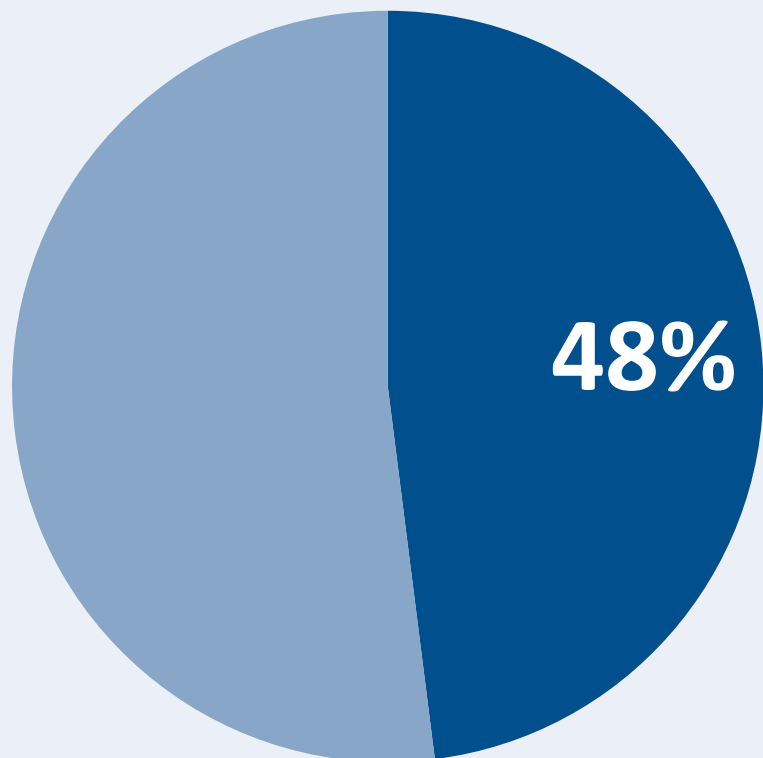
38% av deltakerne var tilreisende

21% kom fra utenfor Trøndelag

17% kom fra Trøndelag

62% kom fra
Trondheim

Tilreisende var her ikke bare på festivaldagene!



48% av tilreisende fra utenfor
**Trøndelag ble minst
2 dager ekstra**

(Tallene gjelder for Neon, Trondheim Rocks og Festningen. Pstereo mangler tall, mens innretningen på Olavsfest – en distribuert festival med mange ulike arrangement på ulike steder over 7 dager – gjør at denne statistikken er mindre interessant)

78% brukte penger på andre ting enn festivalen

Dette brukte de penger på:



59%

Bar/restaurant

83% av tilreisende utenfor Trøndelag



55%

Innkjøp/shopping

65% av alle tilreisende

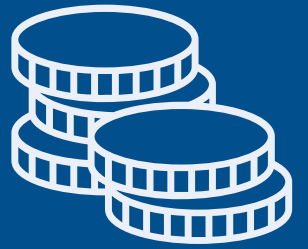


22%

Overnatting

60% av tilreisende utenfor Trøndelag

Det ble brukt mye penger!



2.807 kr

per deltaker



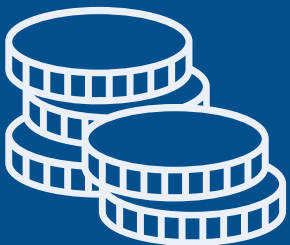
4.974 kr

per tilreisende
deltaker

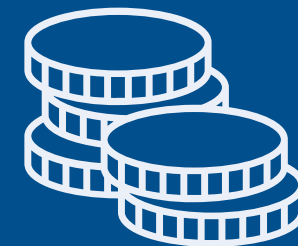


6.298 kr

per tilreisende deltaker
fra utenfor Trøndelag

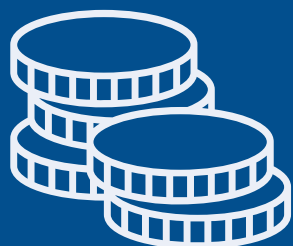


(Tallene viser gjennomsnittlig forbruk per deltaker, eks. transport. Pstereo er ekskludert fra «per deltaker»-beregningen, da deres undersøkelse måler kun forbruk for tilreisende.)



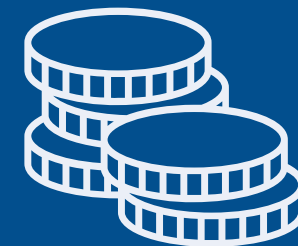
13% av tilreisende brukte

mer enn 10.000 kr



(Tallene viser gjennomsnittlig forbruk per deltaker, eks. transport)



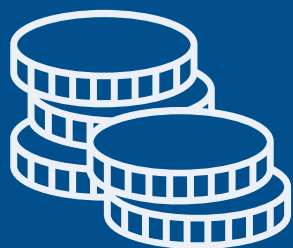


17 festival dager på 7 av Trondheims
største festivaler står for

249 millioner kroner

forbruk utenfor festivalområdet

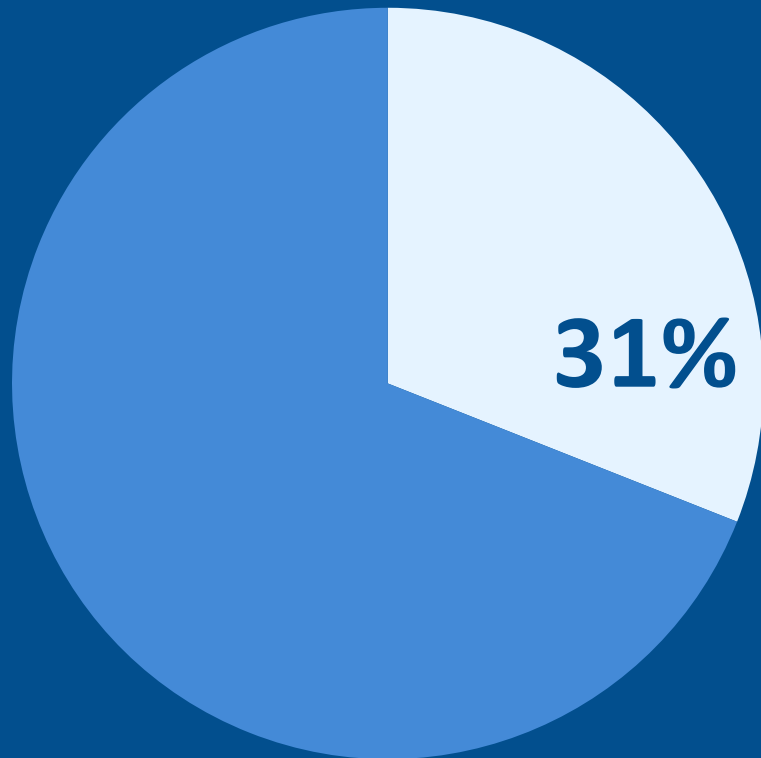
168 millioner (67%) av disse fra andre kommuner



(2.807 kr ganger 88.773 deltakere, aggregert til å inkludere også Sommerfest og We love the 90's, totalt 7 festivaler. Transport ekskludert)



De 7 festivalene står for...



av det totale merforbruket fra konserter og festivaler, som i 2022 ble anslått til ca 800 millioner kroner årlig

Litt fakta om undersøkelsen

Konsertundersøkelsen 2024 ble gjennomført som en spørreundersøkelse. For festivalene Neon, Trondheim Rocks, Olavsfest og Festningen sendte festivalene ut en undersøkelse (Google Forms) til deltakerne som var utformet av NiT, mens for Pstereo så ble deler av undersøkelsen fra NiT integrert i en undersøkelse som de selv sendte ut. Dette påvirker bruken av data i de ulike beregningene, som er kommentert under hvert punkt.

Det er gjennomført en 95% signifikansanalyse på pengeforbrukstallene som viser et avvik på mindre enn 5%. Vi tar likevel forbehold om at det kan forekomme feil i datagrunnlag og beregninger.

Undersøkelsen er i sin helhet finansiert og gjennomført av Næringsforeningen i Trondheimsregionen.

Kontaktperson om undersøkelsen:

Torstein Langeland - Næringsutvikler/Bærekraftsansvarlig

Telefon: 954 611 57 – E-post: torstein@nitr.no





NÆRINGSFORENINGEN
I TRONDHEIMSREGIONEN

- Sammen for en sterk region

Foto: Arne Marius Kirknes / Unsplash

Danske Bank



simonsen
vogtviig



saga KL
KL økonomi og HR



ATERA

SpareBank SMN 1

