Forslag	Umulig	Begrunnelse	Mulig	Forutsetninger/ressurser/kostnader	Tidsperspektiv	Potensiell inntjening/ budsjettforslag 2024	Ev. fremtidig inntjening
Samarbeid med næringslivet om markedsføring			x	Tid/ressurser til å følge arbeidet opp. Må også balanseres opp mot at frivillige lag og foreninger er avhengige av sponsorinntekter med mer. KF har også oppdrag om å ivareta frivillighetsfeltet. KF har allerede samarbeid med Sortland byforening og med Scandic Sortland har vi samarbeid om markedsføring,; konkrete annonser og kampanjer og KF har en digital skjerm i foajeen til hotellet. Mulig å sette slike skjermer flere steder, kostnad. Skjermer bør vurderes opp mot andre markedsføringstiltak, feks mobilapp der vedkommende selv velger hvilke varsler hen skal få om ulike tilbud - skjermen finnes i lommen!	Fortløpende, og langsiktig. Eventuelt nye skjermer må fianansieres	Kan generere mer besøk, vanskelig å beregne effekt.	Økt utleie kurs/konferanse og flere deltakere/besøkende på arrangement og i kafe.
Støtteordninger – se om det kan søkes på ting			x	Tid/ressurser til å søke utover det vi allerede gjør. Prosjekter som er eksternt finansiert er strengt avgrenset til prosjektet og kan ikke tas inn i vanlig drift. Prosjektere kan bidra til å høste erfaringer, komme i gang med nye tiltak, som så må finansieres gjennom vanlig drift når prosjektperioden er over. Alle prosjekter krever egeneandel, enten i form av penger eller egeninnsats/arbeidstimer. pr dags dato mangler foretaket ledige midler til å bruke som egenandel. De fleste prosjekter (som f.eks AIRV) er finansiert gjennom egne bevilginger fra kommunestyret.	Fortløpende	Ingen inntjening, men kan bidra til økt aktivitet og utvikling i en gitt periode.	Kan ikke beregnes, men inngår som viktig i samfunnsutvikling og tjenestetilbudet som KF og kommunen gir.
Få opp aktivitet på møter og konferanser hvor det er inntjening			x	Vi er i dialog med NHO reiseliv og Visit Vesterålen for å i samarbeid arrangere en reiselivskonferanse til høsten. Andre konferanser er på tegnebrettet. Kvalitetssikring av eksisterende møter og konferanser, vil i kombinasjon med ny markedsføring og en pågående utvikling av mattilbudet, være de viktigste redskapene for å øke aktiviteten fremover.	Forløpende	Vanskelig å beregne effekt. Konkurransesituasjonen har endret seg i lokalmarkedet, og stadig flere bedrifter må begrense denne type kostnader.	Vanskelig å beregne. Med økt aktivitet, følger også økte kostnader. Store arrangementer er å foretrekke i den sammenheng, derfor økt fokus på konferanser.
Utnytte beliggenheten enda bedre			X	Mulige tiltak for drop-in og "reason to go". Drop-in: Bedre skilt ved inngangsparti og mot Teket. Skilting utvendig er dyrt, minimum 100 000,- . Andre markedsføringstiltak: Mobilapp med pushvarsel der publikum selv bestemmer hva de vil få beskjed om. "Reason to go": Bygge opp tilbud og kvalitet sånn at Kulturfabrikken tiltrekker seg flere brukere.	Vår 2024	5% økt besøksrate 2 halvår 2024. Krever investering så tviler på overskudd før i 2025.	
Kommende etableringer; Gaia			X	Krever bedre skilt ved inngangsparti og mot Teket. Bør også skiltes-ha plakatinfo på kjøpesentrene/Plakater kanskje ikke så dyre, men skilting utvendig er dyrt. Tipper 100000,- for å få til noen fine skilt	Før etablering av GAIA		10% økt besøksrate
Hålogalandsveien					Effekt først i 2028, må arbeides med frem til det.		
Service og opplevelser			x	Nye konsepter er undervikling i samarbeid mellom produsent og kafe	Så snart som mulig, vår 2024	Potensiell netto pr arr 20 000,-	Tas høyde for i regulering
Sjøfronten – planer				Ikke opp til KF,avhengig av andre aktører/eieres ønsker og planer			
Flere igjen etter arrangement. Venneforeninga en ressurser			x	"After-show" gjøres fremover på hensiktsmessige arrangementer. Venneforeninga kan ikke jobbe på bekostning av øvrige ansatte.	Fortløpende	Konseptet må innarbeides over tid, og begrenses til større arrangementer. Potensiell netto pr arr. 10.000.-	Potensiell økning på store arrangementer må kunne forventes.
Flere som spiser middag (foreldre kulturskoleelever)			x	Mulig, men forutsetter flere på jobb enn det det er plass i dagens vaktbemanning. Kafeen sjekker ut muligheter for varme småretter som kan prefabrikkeres.	I løpet av våren 2024		
Suppeonsdag			x	Varme lunsjretter prioriteres implementert i nær fremtid. Suppe er ikke en del av dette p.d. De ansatte må tilpasses en hverdag der bemanningen reduseres og matsalget økes. Variasjoner i mattilbudet gjøres i takt med dette.	Vår 2024	Forsiktig anslag på 2.500.- dag	Potensiell økning må kunne forventes, men begrenses av kapasitet i bemanning
Mersalg knyttet arrangement			X	Kiosken eller kafeen må tilpasse utvalg til det enkelte arrangement. I større grad kan man også selge pakker; billett pluss brus eller godteri eller mat alt etter type arangemnet/Må ha bemannet kafe. Må sannsynligvis markedsføres. Må sette opp plakater "Tilbud...osv!". I st	Umiddelbart	10-15% mersalg. Kostnader vil genereres så usikker på evt overskudd	
Kinokiosken for kostbar - pakkepriser. Kinopakke. Opplegg før og etter filmer for voksne. Mer aktuelt før film.			x	Nye produkter er på vei inn; etterspurt brus som Pepsi Max etc, ny popcorn kommer og nye kombinasjonspakker er under utvikling. Vi har i dag ikke anledning til å servere alkohol i lokalene der ordinær kinovisning foregår, men det er mulig å selge i forkant: Kinobar er et konsept vi skal utrede nærmere, men det er noe umusikalsk over at KF skal oppfordre til den type sjenking, all den tid huset benyttes av barn av unge	Umiddelbart	Økt omsetning, anslag på 15%	På årsbasis 90.000.- brutto eller ca 40.000 netto
Mersalg: suppeonsdag, spikersuppe før lønnsquiz, tema på quizen, utekafeen et potensiale ved fint vær (vindskjermen),bygge inn mot vær og vind. Cruiseturisme			x	Pizza, taco o.l har vært gjort på quiz. Nå har vi en ny high-speed ovn på kafékjøkkenet som er under testing, og flere produkter vil komme. Se ellers pkt 13.	Fortløpende	Økt omsetning må forventes, det innebærer også økte kostnader. Anslag på 15% netto økning	Beror på kraften av markedsføring. Vi har veldig begrensede midler til dette, og må se salg i sammenheng med dette.
Forhåndsbestilling av alkohol til konserter, kino			x	Pakker for bedrifter tilbys i dag f.eks i forkant av julebords-show, der de får eget rom for "voerspiel" med servering. Tilsvarende er under utarbeidelse for konserter. Ellers, se pkt 15			
«Harer» som kan lede an og sitte i kaféen etter arrangement			x	"Harer" koster penger, men kan ha en effekt. Fokus bør være konseptualisering av spesifikke "after-show" der forhåndsbestilling av mat er en del av dette			
Gjøre noe med kaféen for å gjøre den mer attraktiv å sette seg ned i			x	Seksjonering av møbler, nye duker, puter og belysning er ting som har fått og får fokus.	Fortløpende		
Kveldsarrangement for voksne annet enn Lønningsquiz			x	Lite rom for ekstra aktiviteter innenfor gjeldende lønnsbudsjett, men vi drøfter fortløpende nye konsepter som voksenfabrikken, bingo etc	Fortløpende		
Arrangere konferanser			X	Egne konferanser eller få andre til å leie seg inn for å arangere. Egenproduksjon: Krever mye planlegging; lage innhold, skaffe foredragsholdere, overnatting, mat, parallellseksjoner, markedsføring, m.m. Koster store personellressurser for å planlegge. Foredragsholdere vil ha honorarer fra 60 000,- og oppover til flere hundre tusen. Markedsføring av denne typen arrangementer er kostbart. Ikke personnellmessig gjennomførbart i 2024 pga jubileum.	Ikke gjennomførbart før tidligst 2026		Kan ha inntjeningspotensial, men er ingen garantier - krever mye planlegging og at man treffer med tema.

Studiesenter			X	Flere ønsker desentralisert studier/Vil kreve ressurser fra Biblioteket for å være kontaktpunkt for studenter. Dersom biblioteket skal være universitetenes "filial" så krever det kompetanseheving/Kursing av bibliotekarer vil koste sikkert 50-100000,-. Lisenser for faglitteratur er veldig dyrt.	Umiddelbart	Koster sannsynligvis 100000,- for å gi god kvalitet. Ingen inntekt - men Næringslivet bør egentlig betale dette?	Ingen kroneinntekt, men Næringslivet vil nyte kjempegodt av dette - så det bør inngåes en rammeavtale med de hvor de betaler for alle utgifter og evt gir oss påskjønnelse for bidraget
Inngangsdør i Teket			X	Forutsetningen for dette må være at teket skal brukes som kafe eller restaurant/Vil kreve store investeringer/tipper 3-400000,- for å lage dør og det må da også lages en ny yttergang på utsiden av nåværende dør. De kan ikke vasse rett inn der for da blir Teket yttergang.			Nyttig for Ungdomsfabrikken og Biblioteket, men ser ingen inntjeningsptensial med tiltaket - før evt ombygging av Teket til noe helt annet.
Kaffe – too go			x	Vi har i dag T-A kopper i kaféen			
POP UP: bibliotek på storsenteret/konsert-teaser på storsenteret			X	Biblioteket på Storsenteret vil ikke gi inntekt, men med konsert og musikk kan vi få folk til KUFA/1 gang iuken vil fort kreve 2 musikere og 1 bibliotekar la oss si 2 timer. Forberedelse 1 time. Totalt blir det en 20% stilling./150.000,- i lønnskostnad pluss noe utstyr. Anslagsvis 200000,-	2 halvår 2024	Være med på å bidra til det kommer flere folk til KUFA - en del av markedsføringplan. 200000,- må først inndekkes	
Kvalitetsheving: kursing							
Burger-torsdag (kulturburger)			x	"Alt er mulig", men å gå i lokal konkurranse om salg av burger, pizza eller sushi vurderes ikke som et stort inntjeningspotensiale. Krever eksepsjonelt god og tidkrevende markedsføring, samt gjennomføringsevne i form av tilgjengelig arbeidskraft			
Arrangere konferanser			x	Dette jobbes det med. Reiselivskonferanse under utvikling, andre vurderes			
Reklameplakat, skilting (ved teket) utvendig							
Kafé-vogn i teket/studirom	x			Vurderes som ikke hensiktsmessig tiltak			
Drop-in (*har lagt dette under Beliggenhet)*							
Generisk kafé/ Hjemmebakt – markedsundersøkelse: papir på bordene i kafeen			x	Markedsundersøkelse skal utarbeides. Hjemmebakt gjøres jevnlig.			
Voksen-teket			x	Krever initiativ fra lokale lag og foreninger, eller andre som ønsker å bidra med konseptet. Har vært i kontakt med noen som ønsker spillkveld og kan være villig til å være vertskap. Dette vil også være et tiltak som ikke generer billettinntekter, men kun bidrar økonomisk med salg i kafeen. KAn gjenoppta arrangement som var i samarbeid med ungdomsfabrikken om digital spillkveld.			
Samarbeid/synergiarrangement (interne samarbeid)			x	Samarbeid mellom kulturskolen, biblioteket, kino, scenekunst og kulturkafeen. Krever økt budsjett eller prosjektmidler som krever en ekstern søknadsprosess. En søknad krever ressurser som må prioriteres over ordinære arbeidsoppgaver for driften av Kulturfabrikken.			
Onsdagsverset (oppgradert)			x	Krever en egen økonomi som Biblioteket eller Scenekunst har. Mulig slå sammen onsdagsverset med lillelørdag og lage et nytt konsept sammen med KF, LINK og Egga. Vil ikke generere billettinntekter, men økt aktivitet, besøk og salg i kafeen. Er ønskelig å skape nye møteplasser for besøkende og bidra til tilhørighet samtidlig som det kan bidra til nye prosjekter og aktiviteter.		Økt salg i kafeen, på sikt øke besøket og tilhørigheten til KF for flere.	
Lillelørdag – eller annet arrangement				LINK Vesterålen er videreført til LINK vesterålen. Vi har allerede hatt noen arrangemneter i samarbeid med LINK og ønsker å videreføre dette. Som konsept er lillelørdag noe som kan gjenninføres, men da som et samarbeid mellom KF, LINK og Egga på initiativ fra produsent. Det vil komme ekstra behov for ressurser, men med samarbeid kan det gjennomføres uten eksterne kostnader. Initiativ tas fra KF. Kostnader vanskelig å si da vi ikke kan gjennomføre dette alene.		Økt salg i kafeen, på sikt øke besøket og tilhørigheten til KF for flere.	
«Bingokveld». Vi kan selge mer alkohol			x	Kostnader knyttet til gjennomføring, men verdt å vurdere			
Kinopremierer – vise filmer folk vil se. Kvalitetsfilmer			X	Stort sett alle filmene vi setter opp er premiérefilmer. Det er mange år siden kinoene ble digitalisert, noe som betyr at alle kinoene har mulighet til å vise filmene fra premiéredato. Jeg antar det som etterspørres er premiérearrangementer. Sånne arrangementer er ikke gratis. Kostnader for dette er umulig å si noe om. Det vil avhenge helt av hva som må gjøres. Hvis vi f.eks. får besøk av en filmskaper, vil dette fort komme opp i mange tusen kroner i reise, og oppholdskostnader. Mange ganger foreslår distributørene å dele ut drikke, popcorn og godteri – det må også dekkes inn. Med den lave gjennomsnittlige fortjenesten vi har pr. visning (kr 728) så rekker det ikke langt. I årsrapporten for 2023 står det listet opp de arrangementer vi har hatt i egen regi og som vi har vært medvirkende i. Store plakater utover de vi bruker på skjermene, er veldig kostbare, og vi pleier derfor ikke å bestille sånne utover det som byråene automatisk sender ut. Det kommer ut utrolig mye film, og vi har ikke plass til alt. Vi har heller ikke personellmessige ressurser til å utvide med faste nye visningsdager. Stillingsressursen for kinoen er totalt 100 % stilling. Vi får en sjelden gang klager på at vi ikke viser den og den filmen, og det kan skje at det gjøres feilvurderinger. Men stort sett, etter mange års erfaring, blir det riktig. Og det har vist seg gang på gang at filmer som settes opp etter forespørsel, har fått veldig dårlig besøk.			
Vise VM på storskjerm				Krever engasjement og initativ fra interesserte/lag og forening. Arrangementet som ble gjennomført sist måtte være lukket arrangement for å unngå en linses på over 100 000,- NOK. Den lukkede visningen som ble gjennomført sist hadde billettinntekter som dekket avgiften for å spille av. Det krever en arbeidsgruppe med produsent og lag/forening som kan garantere nok betalende publikumere og drive arrangemntet slik det vil være økonomisk gevinst. Linsens for å vise sendingen er svært dyr. Avgiften på lukket visning er mer rimelig, men fortsatt kostbar. Kvaliteten på visningen er den samme som du har hjemme. Du benytter samme lenke som alle andre som betaler for å strømme sport på internett. Det kan gi utfordringer teknisk som arrangør ikek kan gjøre noe med, men som kunde gir grunnlag for å få refundert betalt beløp. KF har tidligere vist fotball på storskjerm med sammarbeid av lokale foreninger.		Økt salg i kafeen	
At folk vi være igjen hos oss etter arrangementer. Kan venneforeninga få opplæring som gjør at de kan hjelpe til i kafeen etter arrangementer?				Se pkt 11			
Formiddagskino – matiné – minst en gang i måneden. Kvalitetsfilmer			X				
Enkel servering i kafeen			x	Se pkt 13, 16, og 19			

Kurs og konferanser – møtearena			x	Se pkt 5 og 28			
Markedsføring – mer oppmerksomhet på det som skjer (festivaler, kulturuke			x	Krever økning i budsjett!			
Kafeen må være mer på og følge med på det som skjer			x				
Tv på torget – markedsføre det som skjer							
Hvordan få avisene på banen? – her gir vi styreleder en spesiell oppgave for å jobbe mot redaktørene.				Vi er i dialog med de ulike avisene som skriver om det område vi er i. En forutsetning er at vi har ressurser til å følge opp pressen til hvert arrangement eller utvalgte arrangementer. Et tiltak er å informere og legge til rette ved å gi ut pressebilletter, altså noen seter som alltid er tilgjengelig for pressen. Disse setene er innerst på galleriet og er fjernet fra salkartet så de vil i utgangspuntket ikke koste oss penger per arrangement da de ikke er med i beregningen av inntjening for KF eller leietaker.			
Utvidet bruk av venneforeninga				Venneforeninga kan ikke brukes på bekostning av allerede ansatte. Da får vi mer med fagforeniga å gjøre enn venneforeninga			
Flere medlemmer i venneforeninga				Forutsetter et arbeid som organisering og gjennomfører tiltak for å verve flere frivillige. Her også behov for markedsføring. Kan gjøres uten større kostnader ved initiativ og arbeidet utføres av venneforeningen etter møte med administrasjonen i KF.	Fom nå og så lenge det finnes et behov for venneforeningen.	Ingen større økonomisk inntjening, men viktig for KF da venneforeningen er en sentral del av gjennomføring av arrantementer hele året.	Se forrige punkt.
Operapub – minst en gang i måneden			x	En gang i måneden er optimistisk, men en gang i året eller annet hvert år kan være mulig. Sortland kammermusikkserie har tidligere arrangert operapub. Det er avhengig av at musikerne tilknyttet kammermusikkserine har tid, lyst og kapasitet. Aktivitetens avkastning og inntjening er avhengig av den økonomiske betingelsen i gjennomføringen. Her: utgifter knyttet til øvrig ressursbruk og økonomisk betaling for oppdrag.		Kammermusikkserien står for utgiftene med gjennomføring av aktiviteter de allerede har og mottar derfor alle billettinntekter som skal dekke noen av disse kostnadene. Derav vil det ikke være mulig å tjene på billettsalg, kun salg fra kafeen.	
Kammermusikkserien må bestå			x	Helt klart mulig, men avhenger av finansiering. Viser til styresak i møte 20. februar.			
Dagskift – gjerne i et samarbeid med andre			x	Krever et større behov av ressurser til organisering, riggeteknisk og lydteknisk. Dette vil gå påbekostning av andre gratis arrangementer eller kommersiell virksomhet. Dette er også avhengig av at samarbeidspartnere ikke ønsker et økonomisk bidrag (honorar el.)utover det vi bruker internt for å gjennomføre arrangementet.			
Sommeråpen bar i byen. – Servering på taket. Sortlands beste skybar			x	Krever store investeringer.			
Forhåndsbestilling av alkohol til konserter, kino							
«Harer» som kan lede an og sitte i kaféen etter arrangement				Organisere ambasadører - en annen gruppe enn venneforeningen. Venneforeningen bruker allerede kafeen også den tiden de ikke er frivillig på KF.		Økt salg i kafeen. Vil være et gratis arrangemtent	
Gjøre noe med kaféen for å gjøre den mer attraktiv å sette seg ned i						Økt salg i kafeen. Vil være et gratis arrangemtent	
Kveldsarrangement for voksne annet enn Lønningsquiz				Se punkt 60. Her trenger vi også kulturambasadører og initiativtakere for å gi publikum noe de vil ha.		Økt salg i kafeen. Vil være et gratis arrangemtent	
Tilbud til andre ansatte i kommunen om kinovisning og popcorn for eksempel				Kulturfabrikken har i alle år vært restriktiv med å gi økonomiske fordeler til de ansatte på alle områder på KF, og dette må også gjelde for andre kommunalt ansatte. Markedsføring kan alltid gjøres bedre, men det koster ofte penger som vi ikke har på budsjettet. Det viste seg da vi sluttet med avisannonser, for mange år siden, at det ikke påvirket besøkstallet. Pr. i dag markedsføres kinotilbudet på egen nettside, på Vesterålen online og på facebook. Det ligger link til kinosidene på hjemmesiden til Sortland kommune, og kanskje hadde det vært mulig med en link til kulturfabrikkens nettside på intranett også…?			
Kammermusikkserien invitere til tysk vinkveld til tysk musikk osv							
Kulturbingo? Lage et opplegg som ikke er avhengig av innleie fra Oslo				Krever ressursbruk av lydteknisk og riggetekniske i tillegg til organisering og gjennomføring av produsent. Lydteknisk 5 timer med opp- og nedrigg. Riggeteknisk 5 timer for- og etterarbeid. Produsent anslås til 10 timer forarbeid, gjennnomføring og etterarbeid. Så omtrent 20 timer per arrangement. Det vil forventes større ressursbruk i oppstartsfasen. Markedsføringstiltak må også gjøres. Kan gjennomføres med premier fra utsalget til Kafeen. Denne aktiviteten vil nok være atraktivt for en del av gruppen som vanligvis går på Lønningsquiz.		Tall må sammenlignes med inntjening på salg på lønningsquiz. Kan kun forventes hvis vi oppnår like stor bruk av bingo som quiz som ikke kan forventes før etter en periode med etablering av aktivitet. Kan ikke legge opp til billettinntekter hvis det skal være et arrangement likt lønningsquiz. De 20 timer med arbeid vil da være kun utgifter opp mot inntektene fra salget i kafeen.	