

Kunstundersøkelsen 2025

Fagråd for kreative og kulturbaserte næringer

Oppdatert: 13. april 2026



Foto: Arne Marius Kirknes / Unsplash

Danske Bank



simonsen
vogtwillig



saga KL
KL Økonomi og HR



ATERA

SpareBank
SMN 1



Om Kunstundersøkelsen 2025

Kunstundersøkelsen 2025 viser at **kunstgalleri og -museer 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 og 2024**, som tok for seg ringvirkningene fra helårsscenene og festivalene.



Gjennomført:
Apr.-sep. 2025



Antall svar:
337



Institusjoner i undersøkelsen:

Galleri Dropsfabrikken, Galleri Lilje, Galleri SG
K.U.K, Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum, PoMo, TKM Gråmølna, Trondheim kunstmuseum, Trondheims kunstforening, Trøndelag senter for samtidskunst og Kunsthall Trondheim

Initiert av fagråd for kreative og kulturbaserte næringer i NiT



Ann Elisabeth Wedø
(leder)
Olavshallen



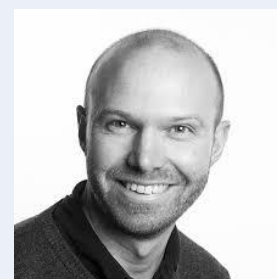
Eirik Søreide
Polar Artist



Mari Nilsen Neira
Herstory



Hege Strand
Musikalfabrikken



Martin Smidt
Rotvoll Kunstnerkollektiv



Jens Storli
Råd for kunst og kultur i Trondheim



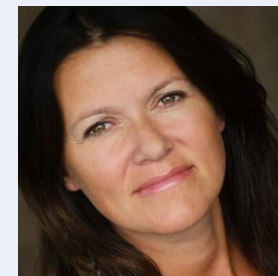
Stian Lundberg
Scenesnakk



Solveig S. Ræstad
Midgard Film Commission



Lars Fuglevaag
Kommunikasjonsforeningen



Elisabeth H. Klæbo
Kjøpmannsgata Ung Kunst



Marius Thorvaldsen
Breach VR



Karen Espelund
MIST

Koordinator fra Næringsforeningen i Trondheimsregionen: Torstein Langeland



Hovedfunn

- Besøkende på kunstmuseer og –galleri i Trondheim legger årlig igjen **270 millioner** kroner i merforbruk på shopping, mat, drikke og overnatting.
- **69% gikk på restaurant/bar, 22% shoppet og 49% overnattet** på hotell eller AirBnB.
- Hver besøkende brukte i snitt **1.480 kroner** i tillegg til å besøke kunstgalleriet eller -museet, mens tilreisende brukte mer enn **3.100 kroner hver**.
- Nesten **én av fire tilreisende kom til byen på grunn av kunsten**, mens for de lokale så var kunsten **reason to come for 3/4 av de besøkende**.
- Tilreisende som kom på grunn av kunsten, **var i Trondheim i snitt i 2,5 dager**, og heler **28% var her 4 dager eller mer**.

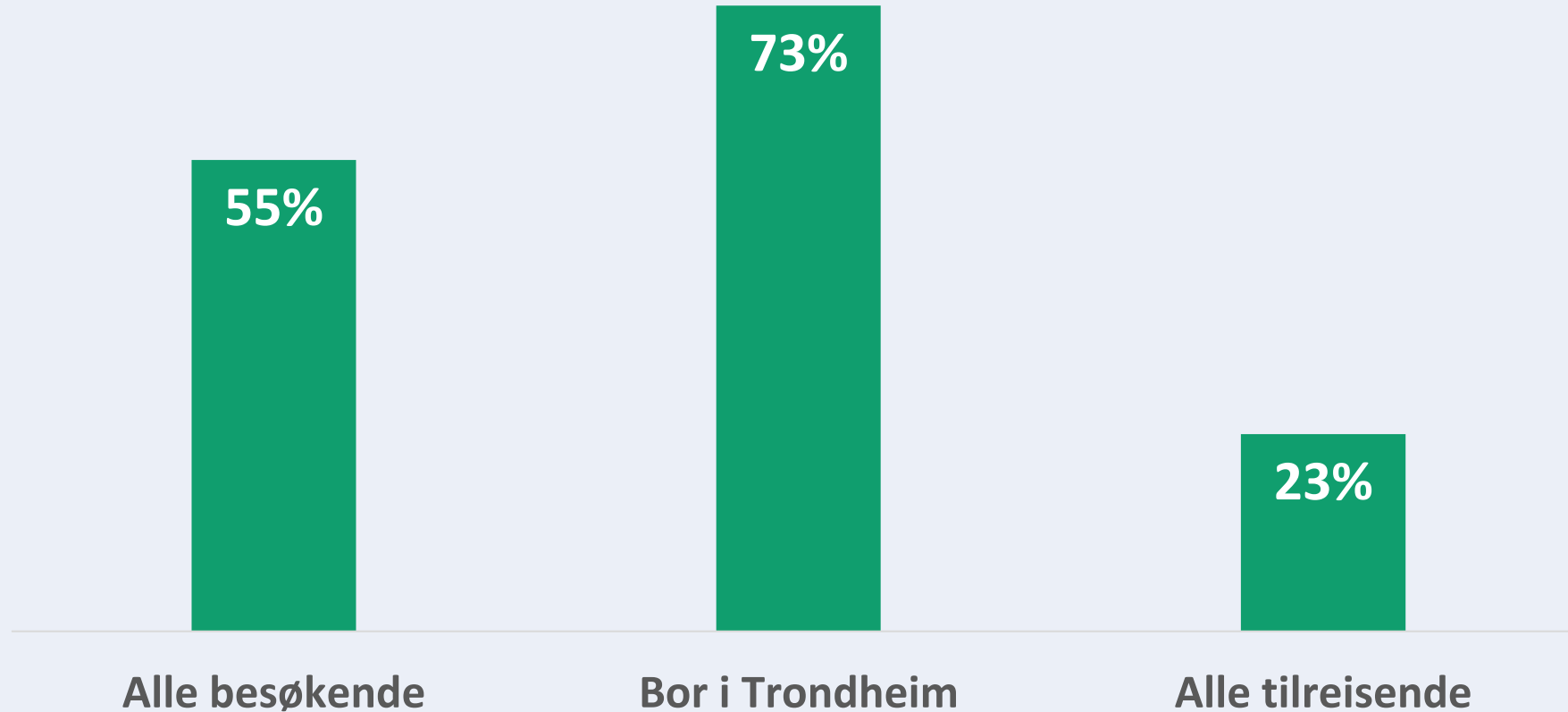
37% av besøkende var tilreisende

31% kom fra utenfor Trøndelag

6% kom fra Trøndelag

63% kom fra
Trondheim

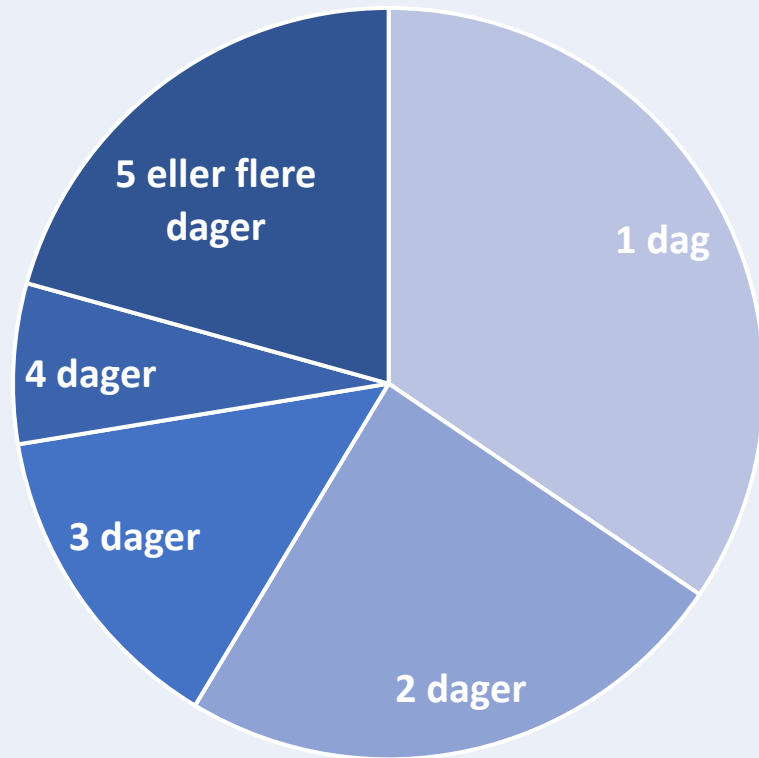
Nesten én av fire tilreisende besøkende kom til byen på grunn av kunsten



Diagrammet viser andelen besøkende som kom på grunn av utstillingen, fordelt på opprinnelsessted



De kom for kunsten, og ble i byen



Tilreisende som kom på grunn av kunsten brukte i snitt **2,5 dager** i Trondheim. **28%** brukte 4 dager eller mer.

Dette gjorde de i tillegg til å se på kunst

Dette brukte de penger på:



69%

Gikk på
Bar/restaurant
80% av tilreisende



22%

Shoppet
32% av alle
tilreisende

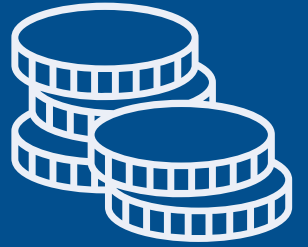


49%

Overnattet på
hotell eller
AirBnB



Det ble brukt mye penger!



1.480 kr

per besøkende



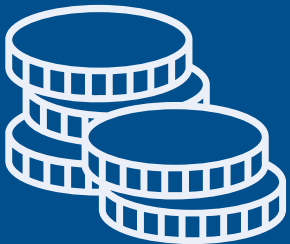
3.100 kr

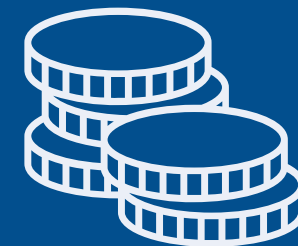
per tilreisende
besøkende



3.460 kr

per tilreisende besøkende
fra utenfor Trøndelag



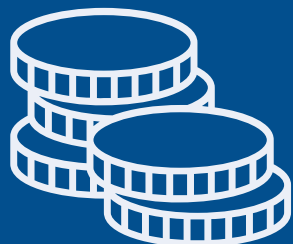


Besøkende på kunstgalleri og –museer
bidrar med mer enn

270 millioner kroner

i forbruk før og etter de har opplevd kunst i
Trondheim.

210 millioner (78%) av disse fra andre kommuner



(270 MNOK er lik 1.480 kr ganger 183.000 unike turer, med gjennomsnittlig 1,67 museumsbesøk per tur (300.000 billetter totalt). 210 MNOK er lik 3.100 kr ganger 68.000 turer fra tilreisende besøkende (37% av totalen). Tall for billetter er aggregert basert på deltakende institusjoners egne estimerte årlige besøkstall.



Litt fakta om undersøkelsen

Kunstundersøkelsen 2025 ble gjennomført som en spørreundersøkelse (Google Forms) som de besøkende på Trondheims kunstgalleri og –museer kunne fylle ut ved å skanne en QR-kode som hang på galleriene og museene i perioden april – september 2025.

Undersøkelsen fikk totalt **337 svar** fra besøkende på følgende institusjoner: Galleri Dropsfabrikken, Galleri Lilje, Galleri SG, K.U.K, Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum, PoMo, TKM Gråmølna, Trondheim kunstmuseum, Trondheims kunstforening, Trøndelag senter for samtidskunst og Kunsthall Trondheim.

Undersøkelsen er initiert av **fagråd for kreative og kulturbaserte næringer** i Næringsforeningen i Trondheimsregionen, og er i sin helhet finansiert av Næringsforeningen i Trondheimsregionen.

[Les mer om fagråd for kreative og kulturbaserte næringer](#)

Kontaktperson om undersøkelsen:

Torstein Langeland - Næringsutvikler

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





NÆRINGSFORENINGEN
I TRONDHEIMSREGIONEN

- Sammen for en sterk region

Foto: Arne Marius Kirknes / Unsplash

Danske Bank



simonsen
vogtWiig



saga KL
KL Økonomi og HR



ATERA

SpareBank
SMN 1

