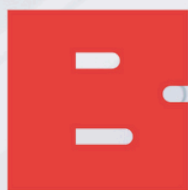


3



BODØ2024
EUROPEAN CAPITAL
OF CULTURE



FOTO: DAN MARINER / BODØ



Kulturhovedstadens betydning for internasjonal profilering og reiselivsutvikling

En analyse av internasjonal synlighet, medieomtale og reiselivseffekter knyttet til Bodø og Nordland som europeisk kulturhovedstad 2024.

INNHOLDSFORTEGNELSE

01

INTRODUKSJON

02

NØKKELFUNN

03

PRESSERESULTAT - KVANTITATIV ANALYSE

04

PRESSERESULTAT - KVALITATIV ANALYSE

05

EFFEKTER

06

OPPSUMMERING

07

BIDRAGSYTERE OG KONTAKTINFORMASJON



01 INTRODUKSJON

FOTO: DAN MARINER / TRÆNA, HELGELANDSKYSTEN

AVSENDERE

Denne rapporten er utarbeidet på oppdrag fra NordNorsk Reiseliv, i samarbeid med Bodø2024 IKS. Datagrunnlaget er levert av Cision, og analyse og design er utført av kommunikasjonsbyrået meraki studio.

**Helge Grønmo**

Kommunikasjons- og
markedssjef
Bodø2024 IKS

Telefonnummer:

+47 913 07 953

E-post:

helge.gronmo@bodo2024.no

**Siw Sandvik**

Leder PR og
kommunikasjon
NordNorsk Reiseliv

Telefonnummer:

+47 947 93 075

E-post:

siw@nordnorge.com

**Henriette Danielsen**

PR Manager
meraki studio

E-post:

henriette@merakistudiosthlm.com

BAKGRUNN

Denne rapporten har som formål å analysere og synliggjøre hvilke konkrete og målbare resultater Bodø2024 har ført til. Spesielt vektlegges internasjonal medieoppmerksomhet, presseomtale og økt interesse for Bodø, Nordland og Nord-Norge som reisemål. Rapporten inngår som en del av dokumentasjonen til EU og skal bidra til å evaluere effekten av europeiske kulturhovedsteder i et bredere europeisk perspektiv. Parallelt gjennomfører forskergruppen MONITOR 2024 ved Handelshøgskolen på Nord Universitet en egen analyse med fokus på omtale i norske medier.

MÅLSETTING

Rapportens mål er å:

Gi en kvantitativ og kvalitativ analyse av den internasjonale mediedekningen av Bodø2024.

Presisere hvordan presseomtalen har bidratt til økt synlighet og posisjonering av Bodø, Nordland og Nord-Norge som reisemål.

Dokumentere positive effekter for det lokale næringslivet og reiselivet.

Presentere et kunnskapsgrunnlag som kan benyttes av offentlige aktører, EU, forskere og andre byer som planlegger kulturhovedstadsprosjekter.

EUROPEISK KULTURHOVEDSTAD NORD FOR POLARSIRKELEN

I 2024 var Nordlands hovedstad valgt ut til å være europeisk kulturhovedstad. Bodø og Nordland fikk statusen allerede i 2019, og søknadsprosessen begynte så tidlig som i 2017. I tillegg var det Tartu i Estland og Bad Ischl i Østerrike som var kulturhovedstad i '24, noe som synliggjør hvilken sentral rolle byen og regionen oppnådde i denne viktige tradisjonen. Formålet med europeisk kulturhovedstad skal være å bringe Europas befolkning sammen. EU utpeker kulturhovedstad på bakgrunn av en anbefaling fra Europakommisjonen og synspunkter fra Europaparlamentet.

Det var første gang en by nord for polarsirkelen ble valgt og tidligere har kun Bergen (i år 2000) og Stavanger (i år 2008) blant norske byer oppnådd denne ærefulle tildelingen. Gjennom mange samarbeid, internasjonale og lokale produksjoner og mer enn tusen tilstelninger og arrangementer etterlot Bodø2024 et tydelig kulturelt fotavtrykk både i fylket og regionen, i hele Norge og på tvers av Europa.

Gjennomføringen av dette store prosjektet ble mulig basert på et solid lokalt engasjement og betydelige økonomiske investeringer. Erfaringene og ringvirkningene fra Bodø2024 forventes å prege byens og regionens kulturliv i lang tid fremover, og har samtidig satt en ny standard for hva mindre byer kan oppnå på den europeiske kulturarenaen.



FOTO: DAN MARINER / BODØ

ÅPNINGSSERMONI

I løpet av Bodø2024 ble det avholdt over 1000 arrangementer som hyllet kulturen i Bodø og Nordland. Kulturåret startet offisielt lørdag 3. februar 2024 med en åpningsseremoni ved Bodø havn. Omlag 20.000 besøkende deltok på seremonien, som bød på en flytende scene med dans, musikk og fyrverkeri. Blant deltakerne var dronning Sonja, som også holdt en åpningstale for å markere starten på kulturåret.

Det ble registrert en tydelig økning i mediedekningen dagen etter åpningsseremonien, som ble startskuddet for de mange arrangementene som skulle finne sted i kulturhovedstaden.



– Bodø2024 satte tonen allerede fra åpningsseremonien, en spektakulær feiring som samlet tusenvis og viste hvilken kraft nordnorsk kultur har. Det ble starten på et år vi sent vil glemme.

*Helge Grønmo, Kommunikasjons- og
markedssjef Bodø2024 IKS*



FOTO: DAVID ENGMO, FREDRIK STENBRO OG EIRILL DELONGE / BODØ

02 NØKKELFUNN

Oppsummering av sentrale nøkkelfunn



FOTO: DAN MARINER / TREVAREFABRIKKEN I HENNINGSVÆR, LOFOTEN



4506

internasjonale medieomtaler
totalt

**2023 og 2024*



599

millioner NOK i annonseverdi

*for 2023 og 2024 *Cision*



TYSKLAND

med høyest internasjonal dekning



34%

økt hotellbelegg i Bodø i 2024



89,3%

positiv sentiment i
internasjonale medier

**2023 og 2024*



71%

økning av ankomne
internasjonale
gjester til Bodø i 2024



15,9

milliarder i potensiell rekkevidde

*for 2023 og 2024 *Cision*

*(*Selv om det er vanskelig å isolere én enkelt årsak til denne veksten, er det sannsynlig at Bodø2024 har hatt en positiv innvirkning.)*

HENVISNING

Cision er et internasjonalt anerkjent analyseverktøy for medieovervåkning og -måling, som kombinerer trafikkdata, opplagstall og annonsepriser for å gi en helhetlig vurdering av medieeksponering.

Beregningene av synlighet og medieverdi i denne analysen er basert på metodikken til Cision, som samler data fra flere kilder for ulike medieplattformer.

Rekkevidde

Rekkevidden som vises, er potensiell. For nettartikler hentes tall for unike besøkende per måned fra Similarweb. En unik besøkende telles kun én gang per 30 dager, uavhengig av hvor mange ganger vedkommende besøker nettsiden. Det betyr at dette ikke er hvor mange som faktisk har sett den enkelte artikkelen, men hvor stort publikum nettstedet har.

For trykte medier brukes opplagstall fra mediehusene og Cisions egne databaser. For TV, radio og podkast hentes data fra TVEye, som estimerer hvor mange som har vært eksponert for omtalen lokalt og nasjonalt. For mer informasjon, [klikk her](#).

Annonseverdi (AVE):

AVE er en metode for å beregne verdien av redaksjonell omtale, basert på hva tilsvarende annonseplass ville kostet.

- Nettartikler: Verdien estimeres ved hjelp av annonsepris per tusen visninger (CPM), kombinert med nettsidens trafikk og artikkelens anslåtte plassandel på siden.
- Trykte medier: Beregningen baseres på annonsepris per cm² og artikkelens størrelse.
- TV/radio/podkast: Her brukes enten ferdig beregnede AVE-tall fra TVEye, eller man beregner verdien ut fra publikumstall og annonsekostnad per tusen visninger (CPT). Dersom både lokale og nasjonale annonseverdier er tilgjengelige, benyttes det høyeste.

For mer informasjon, [klikk her](#).

For ytterligere detaljer om metodikken og datakildene som benyttes i denne analysen, anbefales det å besøke Cisions offisielle nettside på [Cision.com](https://www.cision.com).



03 PRESSERESULTAT

KVANTITATIV ANALYSE

TOTALT ANTALL MEDIEOMTALER

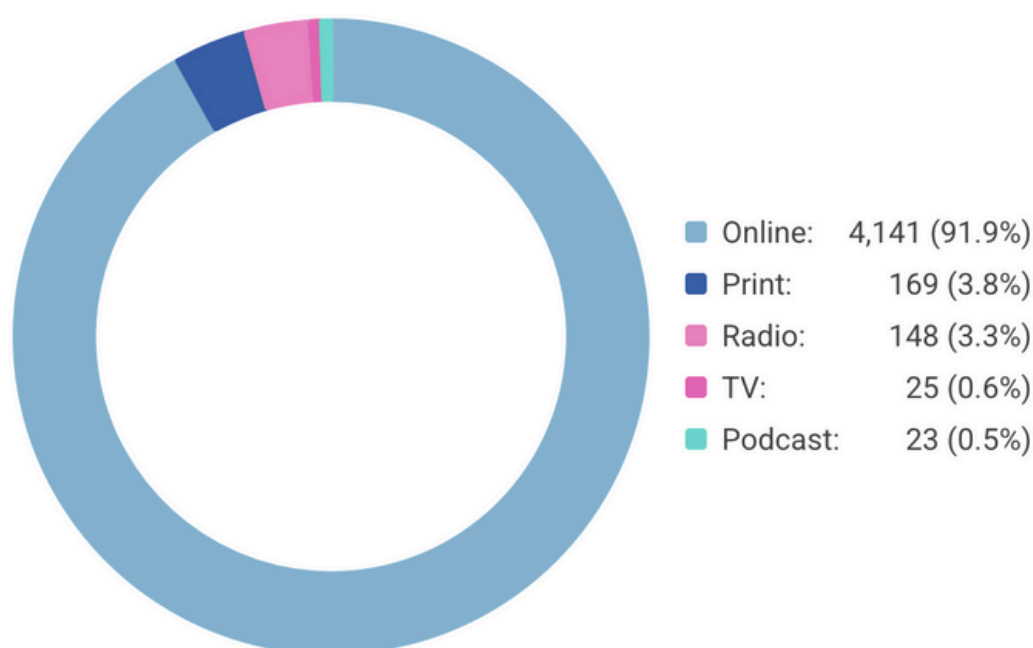


4506

På internasjonalt nivå har Bodø2024 blitt omtalt i media 4506 ganger i perioden januar 2023 til desember 2024. Dette gir en tydelig indikasjon på den brede internasjonale interessen og oppmerksomheten kulturhovedstadsåret har skapt. Antall medieomtaler i analysen inkluderer både artikler som har Bodø2024 som hovedfokus og artikler der kulturhovedstadsstatusen nevnes mer perifert, for eksempel i reiseomtaler. Felles for alle er at både Bodø2024 og kulturhovedstad inngår i søkekriteriene.

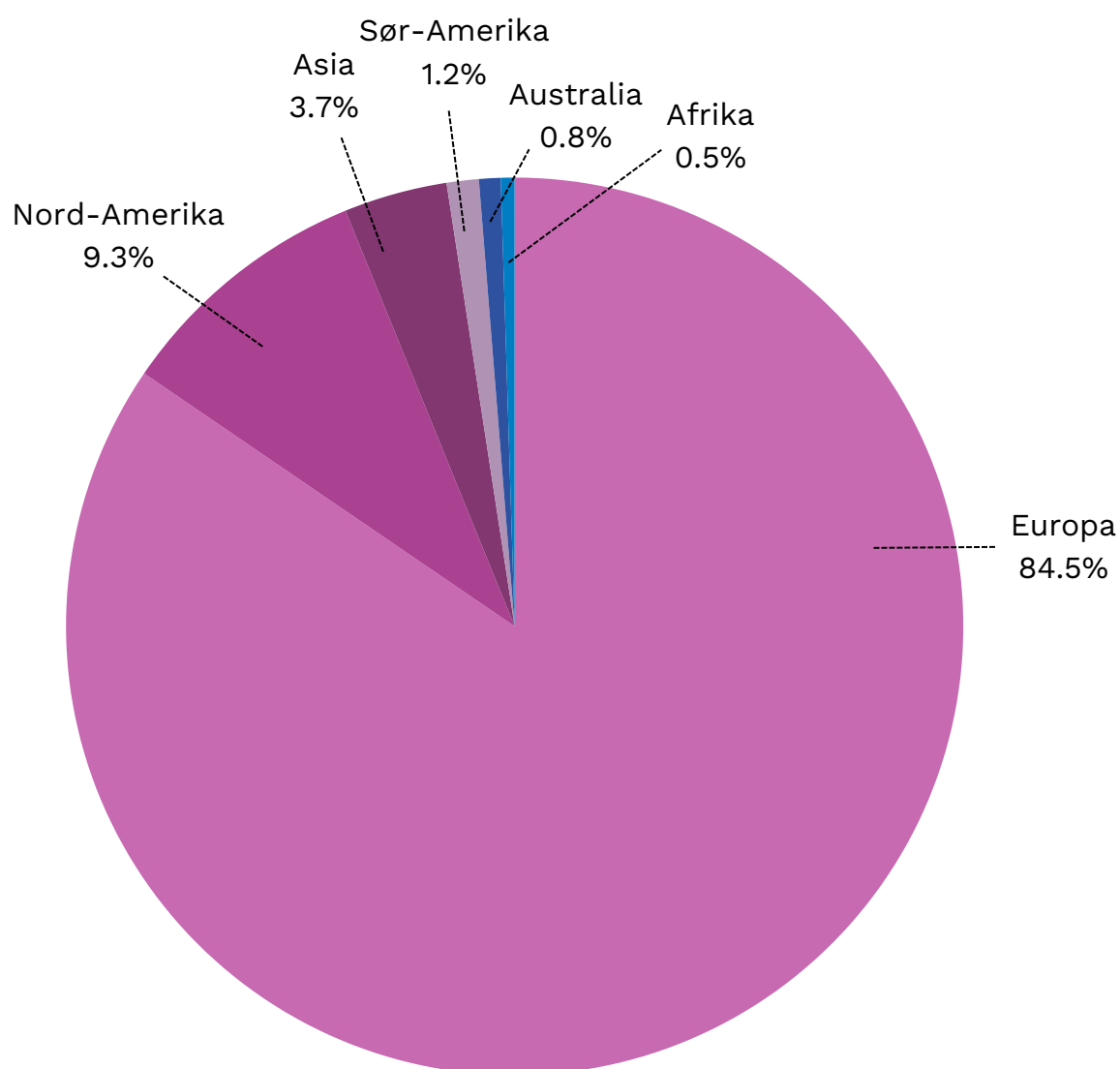


FORDELING AV MEDIEOMTALE ETTER KANAL

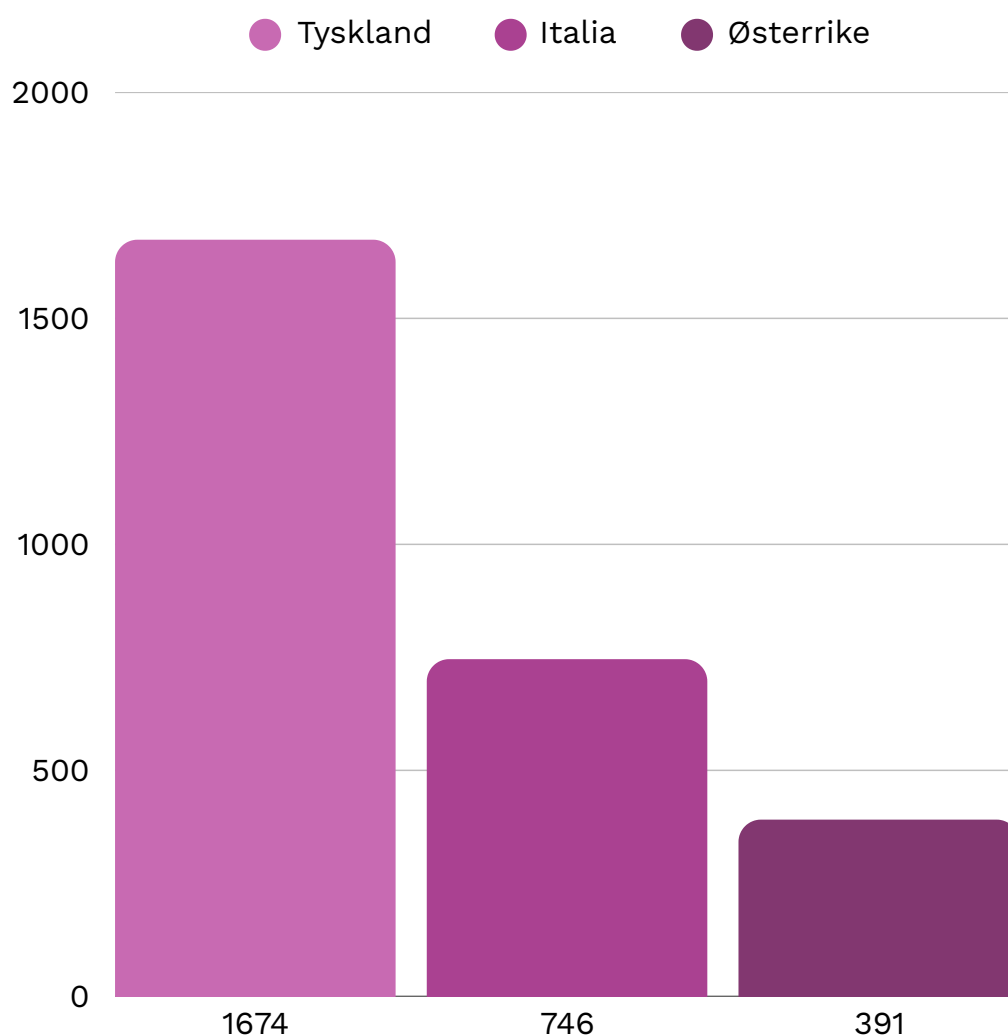


Resultatene viser en tydelig dominans av digitale kanaler i mediedekningen, noe som reflekterer dagens medielandskap hvor online plattformer er hovedarenaen for nyhetsformidling. Tradisjonelle medier som print, radio og TV utgjør fortsatt viktige bidrag, men i langt mindre omfang.

GEOGRAFISK FORDELING AV MEDIEOMTALE GLOBALT



GEOGRAFISK FORDELING AV MEDIEOMTALE I EUROPA



Ledende byer i de mest omtalte europeiske landene

Tyskland: Berlin, München, Köln

Italia: Roma, Milano

Østerrike: Wien

MEDIEEFFEKT OG VERDIOVERSIKT



599

millioner NOK i
annonsverdi

Den estimerte annonseverdien av internasjonal medieomtale knyttet til Bodø2024 er beregnet til 599 millioner norske kroner. Dette beløpet viser hva det ville kostet å kjøpe tilsvarende redaksjonell plass som annonse, en vanlig metode for å måle medieeffekt i kommunikasjonsbransjen. Verdien reflekterer ikke faktiske kostnader, men gir en indikasjon på den kommersielle betydningen av redaksjonell synlighet, som ofte har høyere troverdighet enn betalt annonsering.



15,9

milliarder i potensiell
rekkevidde

Den estimerte potensielle rekkevidden for mediedekningen er beregnet til 15,9 milliarder. Dette tallet, hentet fra måleverktøyet Cision og deres samarbeidspartnere (blant annet Similarweb og TVEyes), viser til potensielt antall eksponeringer, altså hvor mange unike brukere og seere som har kunnet komme i kontakt med innholdet. Tallene gir et klart bilde av prosjektets globale rekkevidde og gjennomslagskraft.

Den høye annonseverdien kombinert med den potensielle rekkevidden understreker den betydelige oppmerksomheten Bodø2024 har fått internasjonalt, og viser den sterke avkastningen kulturhovedstadsstatusen har gitt i form av både synlighet og omdømme.

TOPP 10 ARTIKLER MED STØRST POTENSIELL REKKEVIDDE



You Need To Add These 99 Travel Experiences To Your Wish List

 MSN Russia • Online

99 incredible travel experiences for 2024 and beyond

 MSN Travel Canada • Online

You need to add these 99 travel experiences to your wish list

 MSN Travel Canada • Online

99 experiencias turísticas esenciales que TODO viajero debe tener...

 MSN Spain • Online

99 travel experiences to add to your bucket list

 MSN Travel Canada • Online

99 AMAZING travel experiences to add to your bucket list

 MSN IE • Online

How a 'boring' Arctic town became Europe's Capital of Culture

 BBC News Online • Online

99 AMAZING travel experiences to add to your bucket list

 MSN South Africa • Online

Chemnitz gears up to host 1,000 European Capital of Culture...

 Yahoo Lifestyle • Online

The 20 Best Countries in the World: 2024 Readers' Choice Awards

 MSN Travel • Online

Blant de ti artiklene med størst potensiell rekkevidde dominerer store, internasjonale nyhetsplattformer som MSN, BBC og Yahoo. Dette viser hvordan etablerte globale mediehus fortsatt er nøkkelaktører i å forme den offentlige diskursen og sikre bred spredning av informasjon på tvers av geografiske grenser. At MSN nevnes flere ganger skyldes at plattformen opererer med egne nasjonale utgaver der samme eller lignende innhold publiseres på ulike språk og under lokale domener.



04 PRESSERESULTAT

KVALITATIV ANALYSE

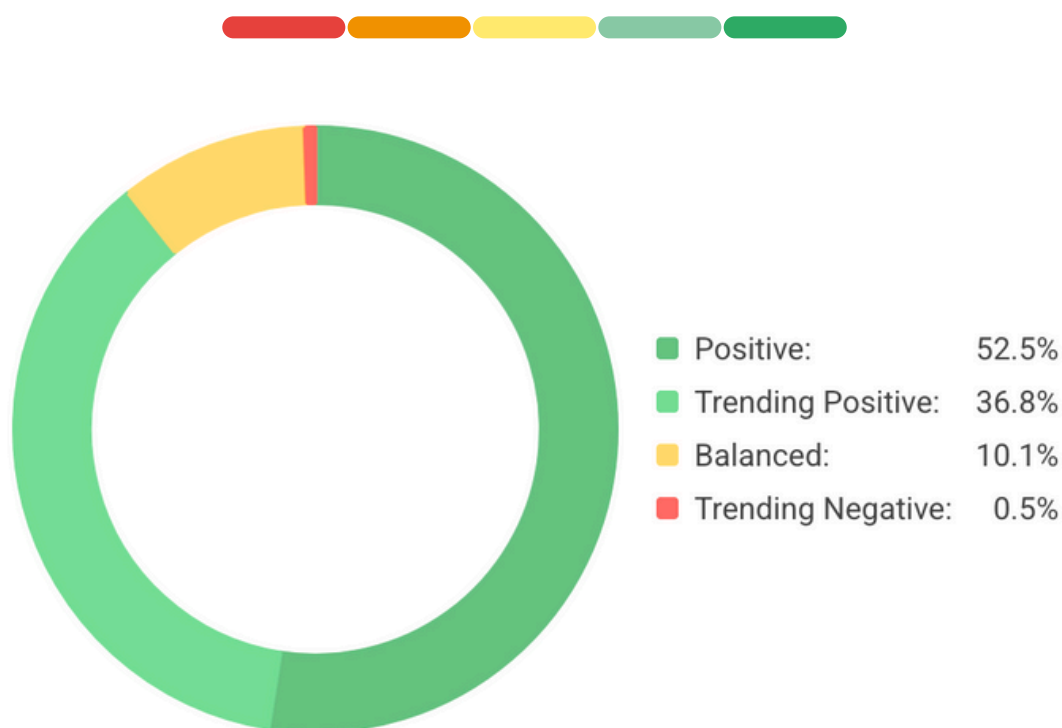
FOTO: DAN MARINER / BODØ

DOMINERENDE NØKKELOORD



Bodø og Nordland fylkes status som europeisk kulturhovedstad 2024 speiles i en tematikk som fremhever både regional identitet og europeisk forankring. Nøkkeltemaene viser en sterk kobling til Arktis og Norge, samtidig som omtalen inkluderer forbindelser til EU, Estland, Berlin og Østerrike, noe som styrker Bodøs internasjonale synlighet. Dette gir økt medieoppmerksomhet og posisjonerer byen som en bro mellom nordisk og europeisk kulturliv. Samlet sett antyder temaene en positiv effekt for reiseliv og merkevarebygging, særlig gjennom en tydelig arktisk og kulturell profil.

SENTIMENTANALYSE



Sentimentanalysen viser at hele 89,3% av den internasjonale omtalen er positiv. Dette er et svært høyt nivå og indikerer at Bodø2024 har lykket i å formidle sitt budskap og sine verdier på en måte som engasjerer og begeistrer internasjonalt.

EKSEMPLER PÅ SENTRALE PRESSEOPPSLAG

Oversikten løfter frem noen utvalgte eksempler på hvordan Bodø og Nordland som europeisk kulturhovedstad er omtalt i internasjonale medier i løpet av 2023 og 2024.

B B C

Home News Sport Business Innovation Culture Arts Travel Earth Audio Video Live

How a 'boring' Arctic town became Europe's Capital of Culture

12 July 2024

Share Save

John Henderson



Omtale i BBC

“I et nesten utenomjordisk landskap omgitt av isbreer, skoger og innsjøer, har denne tidligere rolige byen forvandlet seg til den ultimate porten til naturen.”

ZEITUNG MEHR F.A.Z.

Frankfurter Allgemeine



Ort ohne Wiederkehr

Von ALVA GEHRMANN (Text und Fotos)

Einsam im Schnee: Das Turmhaus des „A“

2. Februar 2024 · Bodø ist die erste arktische Europäische Kulturhauptstadt, die spannendsten Orte der nordnorwegischen Region entdeckt man auf abgelegenen Inseln.

Omtale i Frankfurter Allgemeine Zeitung

“Bodø er den første arktiske europeiske kulturhovedstaden, og i den nordnorske regionen kan man oppdage noen av de mest spennende stedene på avsidesliggende øyer.”



Omtale i Die Welt

“Bodø, Lofoten, Vesterålen: Så langt nord har aldri en europeisk kulturhovedstad vært før.”



Omtale i The Guardian

“Med sitt moderne kulturhus og flotte bibliotek har Bodø gjort en solid innsats for å riste av seg ryktet som en av Norges minst spennende byer.”



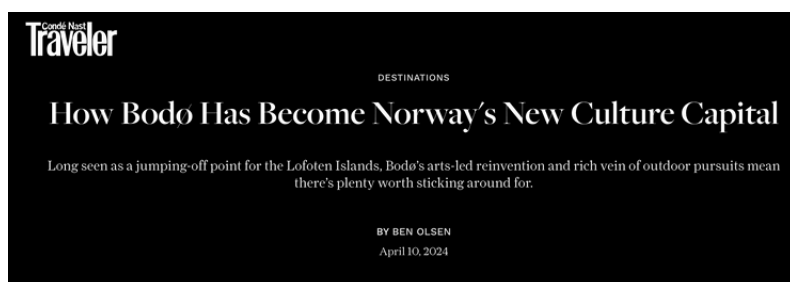
Omtale i Forbes

“Nøyaktig ett år før Bodø åpner sitt år som europeisk kulturhovedstad, har arrangørene presentert et ambisiøst program med kulturelle begivenheter som vil dekke hele Nordland fylke.”



Omtale i Bell'Europa Magazine

“I 2024 er Bodø europeisk kulturhovedstad, sammen med Bad Ischl (Østerrike) og Tartu (Estland). Åpningsseremonien finner sted 2. mars, i nærvær av dronning Sonja.”

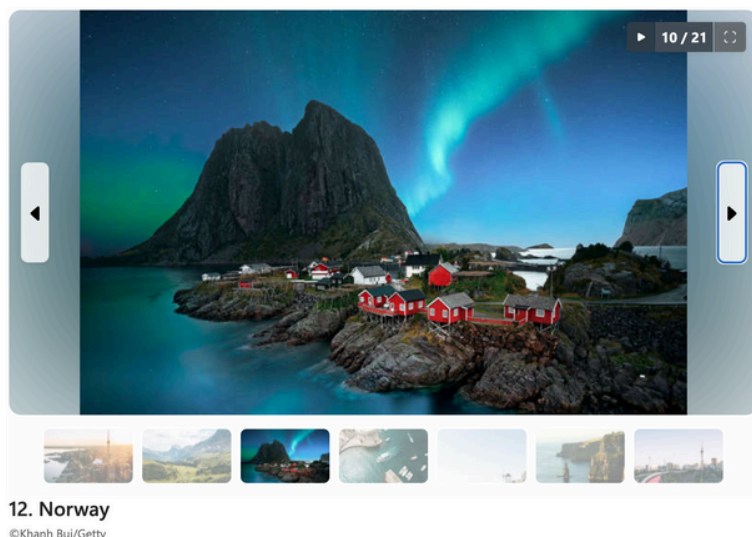


Omtale i Condé Nast Traveler

“Bodø har lenge vært sett på som utgangspunktet for Lofoten, men med sin kunstneriske fornyelse og rike tilbud av friluftaktiviteter er det mye som gjør at man gjerne vil bli værende.”



The 20 Best Countries in the World: 2024 Readers' Choice Awards



Omtale i MSN Travel

“I år er Bodø et obligatorisk stoppested, den første europeiske kulturhovedstaden nord for polarsirkelen, hjemsted for samisk kultur og med et nytt hotell bygget nesten helt i tre.”



05 EFFEKTER

FOTO: DAN MARINER / BODØ

UTVIDET SYNLIGHET OG NY POSISJONERING AV NORD- NORGE

2024 har vært et år preget av markant vekst i reiselivet i Nord-Norge, med Bodø som et tydelig midtpunkt. Statusen som Europeisk kulturhovedstad har bidratt til å løfte regionens profil betydelig, både nasjonalt og internasjonalt. Antall kommersielle gjestedøgn i landsdelen økte med hele 14 prosent fra 2023 til 2024, en vekst som klart overgår den nasjonale økningen på 4 prosent i samme periode.

Samtidig har også annen type turisme, som belegg på Hurtigruten og Kystruten, samt camping- og bobilgjester, vist økning. Dette understreker at flere besøker landsdelen og mange av dem trekkes til Bodø og regionens omfattende kulturprogram, som har tilført både nye opplevelser og økt oppmerksomhet.

Bak veksten ligger flere sammensatte faktorer. Svak kronekurs og økt tilgjengelighet gjennom nye direkte internasjonale flyruter har gjort regionen mer attraktiv. I tillegg har den globale coolcation-trenden, der reisende søker kjøligere reisemål som kombinerer natur, kultur og bærekraft, styrket Nord-Norges posisjon som attraktiv destinasjon. Selv om det er vanskelig å isolere én enkelt årsak til denne veksten, er det sannsynlig at Bodø og Nordlands status som europeisk kulturhovedstad i 2024 har hatt en positiv innvirkning.

Den internasjonale medieomtalen og synligheten knyttet til kulturhovedstadsåret har bidratt til å plassere både byen og regionen tydeligere på det europeiske kultur- og reiselivskartet, med potensial for ringvirkninger over tid.



FORLENGELSE AV TURISTSESONGEN OG ØKT INTERNASJONAL TILSTRØMMING

Et viktig mål for landsdelen og Bodø-regionen har vært å bidra til en mer bærekraftig reiselivsutvikling gjennom å forlenge turistsesongen og tiltrekke seg et bredere publikum, også utenom de tradisjonelle sommermånedene.

Statistikken for 2024 viser en betydelig økning i antall gjestedøgn i Bodø sammenlignet med 2023, både blant norske og internasjonale besøkende. Samlet sett peker utviklingen mot at kulturhovedstadsåret kan ha vært med på å skape jevnere aktivitet gjennom året:

Norske gjester:



28%

økning i
gjestedøgn

Internasjonale gjester:



59%

økning i
gjestedøgn

Dette indikerer ikke bare en generell vekst, men også en klar styrking av Bodøs posisjon som reisemål blant utenlandske turister. Selv om andre faktorer også spiller inn, er det sannsynlig at oppmerksomheten og kulturaktivitetene knyttet til Bodø2024 har gjort byen mer aktuell for reisende også utenfor høysesong. Økt oppmerksomhet i seg selv kan bidra til en mer bærekraftig turisme, ved å fordele besøket jevnere over tid og styrke grunnlaget for helårlige kulturtilbud.

EFFEKTER PÅ LOKALT NÆRINGSLEV



Den økte turistaktiviteten knyttet til Bodø2024 har skapt positive økonomiske ringvirkninger i regionen. Lokale bedrifter innen handel, servering, transport, kultur og opplevelsesnæringer har opplevd økt etterspørsel, noe som har styrket lokaløkonomien og bidratt til høyere sysselsetting.

Denne tilstrømningen av besøkende har stimulert verdiskaping på tvers av flere sektorer, og tyder på at kulturhovedstadsåret har fungert som en katalysator for helhetlig og bærekraftig næringsutvikling i Bodø og omegn.

Selv om det er utfordrende å måle den eksakte effekten, peker erfaringene på at den internasjonale synligheten har hatt en tydelig positiv innvirkning. Økt etterspørsel kan også bidra til høyere prisnivå og bedre lønnsomhet i mange bransjer.

De langsiktige ringvirkningene strekker seg dermed utover de direkte kultur- og reiselivsrelaterte gevinstene, og bidrar til å posisjonere Bodø og Nordland som en attraktiv og vekstkraftig næringsdestinasjon.



ØKNING I EUROPEISK TURISME

Selv om det foreløpig er vanskelig å fastslå endringer i sammensetningen av reisende, har Bodø2024 utvilsomt ført til økt internasjonal oppmerksomhet, særlig fra europeiske markeder som Tyskland og Italia.

Kulturhovedstadsåret fungerer som en katalysator for å fremme europeisk kunst og kultur. Derfor er det europeiske publikumet en naturlig og mottakelig målgruppe, og det er derfor interessant å observere den tydelige økningen, spesielt blant reisende og mediedekning fra dette området. Den medieeksponeringen regionen har fått gjennom prosjektet, representerer en verdi i seg selv, og kan på sikt bidra til ytterligere vekst i reiselivsnæringen.

Samarbeidet med Visit Norway har vært sentralt i denne satsingen. I 2024 gikk om lag 25 prosent av alle pressebesøk støttet av Visit Norway til Nord-Norge, med særlig vekt på Bodø2024 og temaer som kunst og kultur, byferie, mat, midnattssol, samisk kultur, nordlys og vintersport. Totalt har Visit Norway støttet omlag 85 unike pressesaker som profilerer Bodø2024, med hovedfokus på kunst og kultur.

I tillegg har Visit Bodø og lokale reiselivsaktører spilt en viktig rolle i å ta imot og følge opp disse internasjonale pressebesøkene. Det lokale vertskapet har vært avgjørende for å sikre gode opplevelser og autentisk formidling av regionens kultur- og reiselivsattraksjoner. Denne felles innsatsen og samarbeidet mellom nasjonale aktører som Visit Norway, NordNorsk Reiseliv, Bodø2024 og lokale krefter i Bodø har vært avgjørende for å styrke både Nord-Norges og Norges posisjon som attraktive reisemål med et tydelig kulturpreg.



FOTO: DAVID ENGMO / NORDLANDSRUTA

”

– Kultur har blitt en motor for både stolthet og vekst, vi har ikke bare satt Bodø og Nordland på kartet, vi har styrket selvtilliten i hele Nord-Norge.

Siw Sandvik,
Leder PR og kommunikasjon
NordNorsk Reiseliv





06 OPPSUMMERING

FOTO: DAN MARINER / TRÆNA, HELGELANDSKYSTEN

EN NY FORTELLING OM NORD

Med over tusen arrangementer, sterke samarbeid og dyp lokal forankring har Nordland, med Bodø som vertskap, befestet sin posisjon som en synlig og relevant aktør på den europeiske kulturarenaen. Initiativet viser hvordan kunst og kultur kan fungere som strategiske virkemidler for regional utvikling, internasjonal synlighet og bærekraftig vekst, med ringvirkninger som trolig vil få varig betydning.

Med hele 4506 oppslag har Bodø2024 vist solid mediegjennomslagskraft. Dette handler ikke bare om kvantitet, men om hvordan initiativet har truffet en nerve i samtidens behov for nye perspektiver, stemmer og geografier i europeisk kulturliv. Den overveiende positive omtalen viser at Bodø ikke bare har blitt lagt merke til, men også anerkjent.

Parallelt har reiselivseffektene vært betydelige. Til tross for global usikkerhet og økt konkurranse har Nord-Norge opplevd markant vekst. Kulturen har vist seg å være en kraftfull inngangsport til nye reisemotiver og bredere attraksjon. Økningen i turiststrømmer har stimulert lokaløkonomien, styrket små og mellomstore bedrifter og bidratt til etablering av nye, helårlige tilbud. Selv om flere faktorer spiller inn, tyder mye på at Bodø2024 har vært en viktig bidragsyter til denne utviklingen – et konkret resultat av et målrettet og langsiktig kulturløft.

Bodø2024 viser at kulturhovedstadsstatusen ikke er et endepunkt, men en investering i fremtiden. Regionens styrkede posisjon åpner for nye former for samarbeid, tiltrekker kompetanse og kapital, og gir et grunnlag for videre nærings- og reiselivsvekst. For Nord-Norge gir dette et varig momentum, ikke bare for kulturlivet, men for regionens strategiske plass i Europa.

Slik sett har Bodø2024 blitt mer enn bare en rekke arrangementer. Det har utviklet seg til en plattform for endring som viser hvordan nye stemmer i europeisk kulturliv kan ta eierskap til sin rolle, samtidig som det bidrar til å styrke regionens attraktivitet som reisemål.



07 BIDRAGSYTERE

FOTO: DAN MARINER / BODØ

Bodø2024 IKS

Helge Grønmo
Helge.gronmo@bodo2024.no

NordNorsk Reiseliv

Siw Sandvik
siw@nordnorge.com

Rigmor Myhre
rigmor@nordnorge.com

Design og analyse av meraki studio

Clara Sandberg
clara@merakistudiosthlm.com

Henriette Sophia Danielsen
henriette@merakistudiosthlm.com

**Datagrunnlag og research av Cision
Monitorerings- og research-team:**

Emil Lundell
emil.lundell@cision.com





BODØ2024
EUROPEAN CAPITAL
OF CULTURE

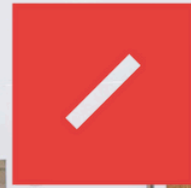


FOTO: DAN MARINER / BODØ