

PUBDATA

Thine Sletbakk Bugge (Det Norske Teatret)

Kenneth Fredstie (Den Norske Opera & Ballett)

**DET
NORSKE
TEATRET**

 NATIONAL
THEATRET

Oslo
Filharmonien
+

**DANSENS
HUS**

DEN
NORSKE
OPERA
&
BALLETT

npu

UTGANGSPUNKT: Vi kan jobbe smartere med innsikt

Tilskuddsbrev fra KUD:

- *«Alle tilskuddsmottakere skal utnytte sitt egeninntekspotensial.»*
- *«Departementet er opptatt av at institusjonene har god kunnskap om sitt publikum og arbeider aktivt for å nå nye publikumsgrupper, bl.a. ved å gjennomføre publikumsundersøkelser.»*

Vårt perspektiv:

- I stedet for at alle skal løse dette selv i eget hus, bør vi heller samarbeide om gode løsninger. PUBDATA skal utvikles til et sektorspesifikt kundedatabasert analyseverktøy.
- SSB undersøkelsen «Norsk kulturbarometer» blir ofte brukt som hovedkilde for å beskrive kulturbruk – men har metodisk og teknologisk begrenset kvalitet.

LØSNING: Pilot i 2020

<p>Analyse av kundedata («big data»): Kundebaser (kjøpere, dialog, sosiale med) Frekvens og lojalitet Demografi (alder, kjønn, inntekt, bosted)</p>	<p>Felles verktøy: Bransjesammenligning Bransjesammenhenger Kryssbruk</p>
<p>Spørreundersøkelser: Omdømme/holdninger Drivere/barrierer vs. brukere/ikke-brukere Konkurransen (direkte/indirekte)</p>	<p>Felles og moderne metodeverk Samarbeid og stordriftsfordeler Kontinuitet Objektivitet (NPU)</p>

Eks.



DET NORSKE
TEATRET



NATIONAL
THEATRET

Oslo
Filharmonien



DANSENS
HUS

DEN NORSKE
OPERA
& BALLETT



npu

FREMTIDIG LØSNING: Fra pilot til årlig undersøkelse

- På tvers av sjangere i kunst- og kulturfeltet.
- Bedre kunstnerisk og forretningsmessig beslutningsgrunnlag.
- Bedre og mer faktabasert innsikt i sektoren.
- Utnytte moderne teknologi for håndtering av «big data».
- Forenklet og forutsigbar gjennomføring og leverandørbilde.
- Tydelig finansieringsmodell (tilsvarende som NPU medlemskap?)