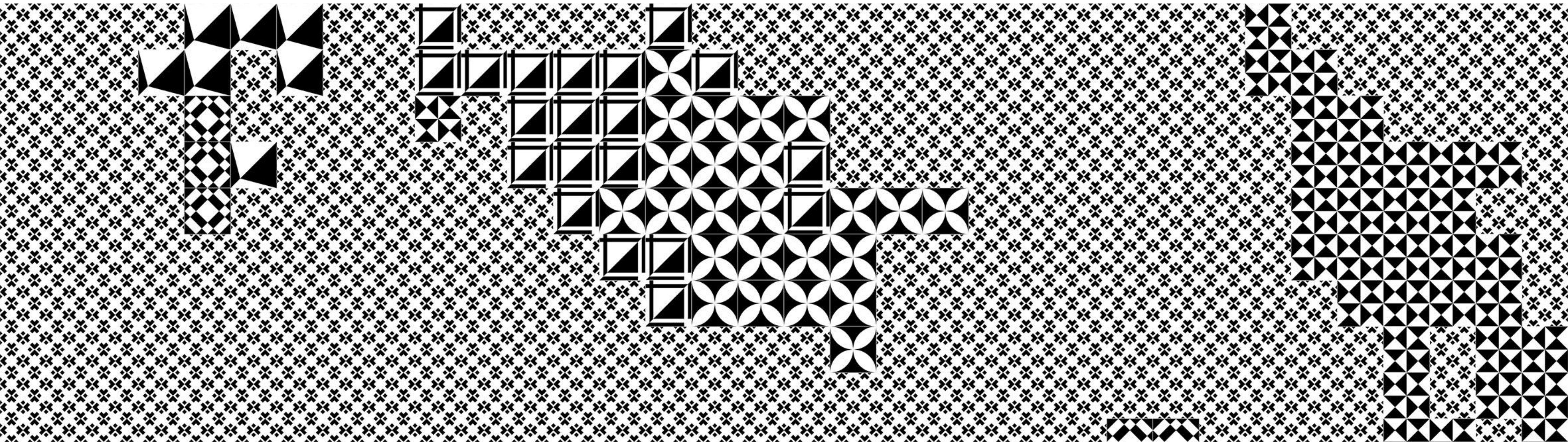


# Styreleder og direktør orienterer årsmøtet om strategi og handlingsplan 2026-2028



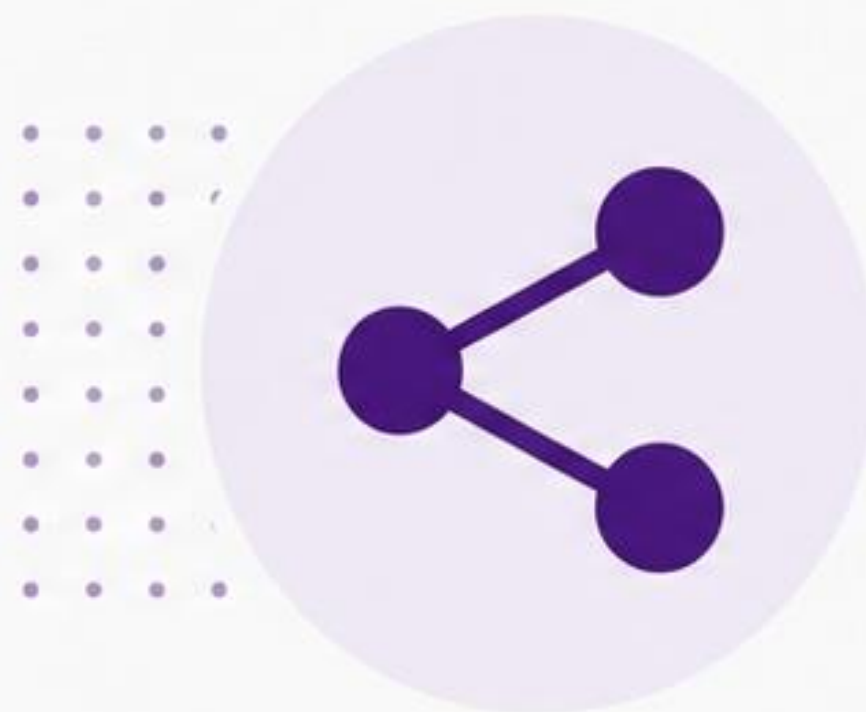
# Samler – Deler – Styrker

NPU er kultursektorens kunnskapsnettverk



## SAMPLER

Vi samler mennesker, data og erfaringer på tvers av kultursektoren.



## DELER

Vi deler innsikt, kunnskap og verktøy som skaper læring og utvikling.



## STYRKER

Vi styrker kulturens posisjon og gjennomslag i samfunnet – med innsikt som grunnlag.

# npu

Norsk  
Publikumsutvikling  
Audiences  
Norway



## DATA

Vi samler inn og kvalitetssikrer data om kulturpublikum



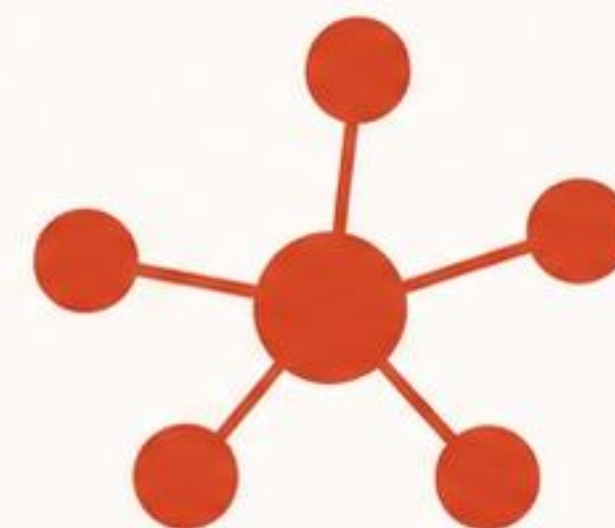
## INNSIKT

Vi omsetter data til kunnskap som skaper forståelse og utvikling



## LÆRING

Vi deler kunnskap, kompetanse og erfaringer som styrker sektoren



## FELLESKAP

Vi bygger nettverk og samarbeid på tvers av aktører, kunstformer og regioner – for et sterkere kulturliv

**SAMMEN BYGGER VI FREMTIDENS KUNNSKAPS- OG LÆRINGSPLATTFORM FOR KULTURSEKTOREN.**

# Strategi og handlingsplan 2026–2027

Fire kjerneoppgaver for å styrke kultursektorens innsikt, kompetanse og gjennomslag



## A. MEDLEMSUTVIKLING OG FORRETNINGSUTVIKLING



### HOVEDMÅL

Styrke og utvide kunnskapsnettverket

### TILTAK OG SATSINGER



#### Flere medlemmer

Beholde, rekruttere og få tilbake tidligere.



#### Sterkere medlemsfordeler

Relevante fordeler og tydelig verdi.



#### Samarbeid med bransjen

Tett dialog med organisasjoner og arenaer i sektoren.



#### Tydelig kommunikasjon

Klart budskap til riktige målgrupper.



#### Lav terskel for deltakelse

Delta på utvalgte aktiviteter uten medlemskap.



## B. KUNNSKAPSPRODUKSJON



### HOVEDMÅL

Produsere relevant kunnskap om publikum

### TILTAK OG SATSINGER



#### Befolkningsundersøkelsen

Årlig undersøkelse av kulturbruk, holdninger og relevante tema.



#### NPU Monitor Publikum

Helhetlig oversikt over besøk, bruk og egeninntjening i feltet.



#### NPU CID / transaksjonsdata

Kjøpsdata som gir innsikt og grunnlag for utvikling og sammenligning.



#### Benchmarking

Sammenligning på tvers av aktører, bransjer og regioner.



#### Rådgiving og analyse

Bistand til undersøkelser, analyse og bruk av innsikt.



## C. KUNNSKAPSDELING



### HOVEDMÅL

Være sektorens møteplass for kompetanseutvikling

### TILTAK OG SATSINGER



#### Nettverksmøter

Lavterskel digitale møter og erfaringsdeling.



#### Kurs og kompetanse

Praktiske kurs som bygger kompetanse og kapasitet.



#### Konferansen (biennale)

Nasjonal arena for innsikt, inspirasjon og debatt.



#### Erfaringsdeling

Suksesshistorier, verktøy og beste praksis.



#### Digitale møteplasser

Plattform for innsikt, innsikt, kurs, ressurser og dialog.



## D. INTERNASJONAL VIRKSOMHET



### HOVEDMÅL

Styrke NPUs nordiske og internasjonale rolle

### TILTAK OG SATSINGER



#### Arts & Audiences

Revitalisere og videreutvikle den nordiske møteplassen.



#### Nordisk benchmark

Utvikle felles datagrunnlag (CID) på tvers av Norden.



#### Nordiske nettverk

Kurs, kompetanseheving og erfaringsutveksling på tvers.



#### Internasjonale partnerskap

Samarbeid med ledende miljøer i Europa og globalt.



#### Utviklingsprosjekter

Delta i prosjekter og søke midler, bl.a. fra EU.



### VERDIER

SAMLER – DELER – STYRKER



### SAMLER

NPU samler aktørene i kulturlivet rundt et felles faktagrunnlag som viser utviklingen av publikumsgrunnlaget i norsk kultursektor.



### DELER

NPU er et nasjonalt nettverk som deler publikumskunnskap og publikumsutviklingskompetanse.



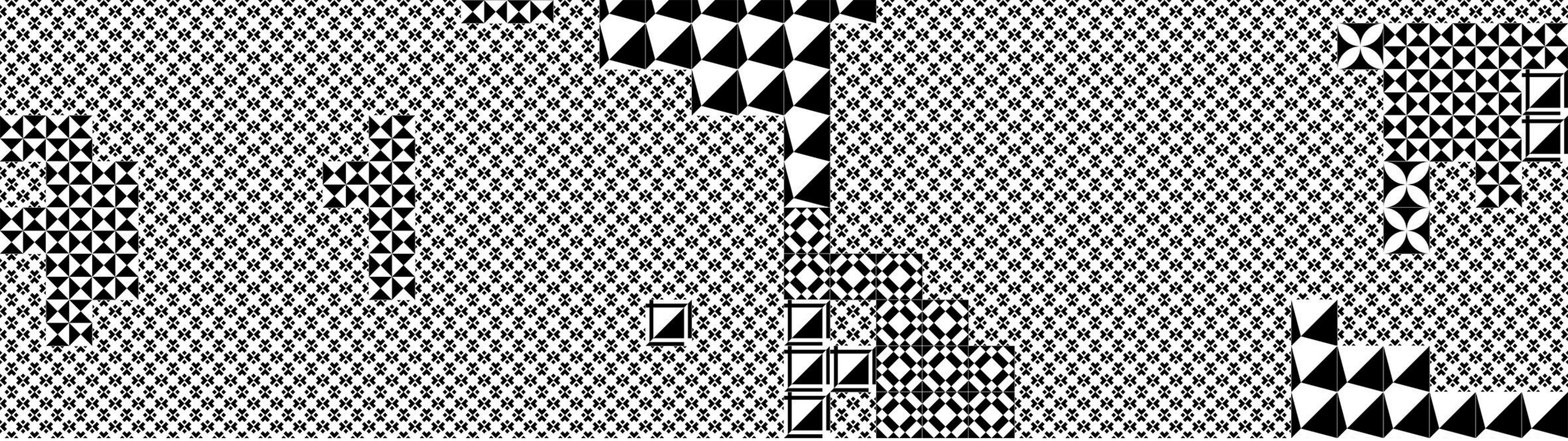
### STYRKER

NPU styrker kunsten og kulturens rolle i samfunnet gjennom å gi kulturledere relevant kunnskap og kompetanse i arbeidet med å utvikle sitt publikumsgrunnlag.

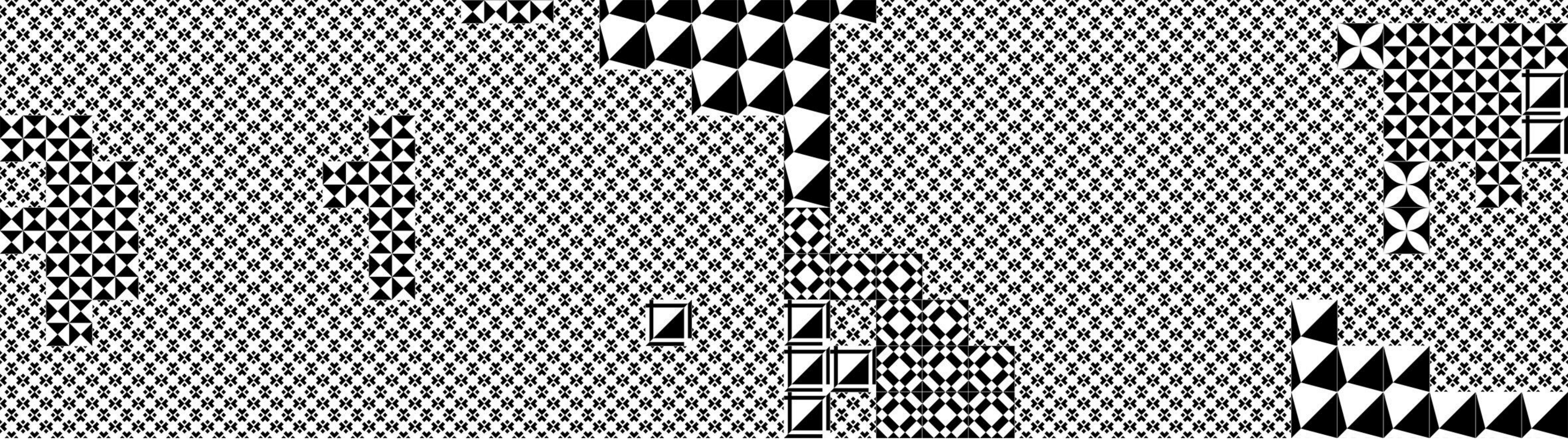


Utvikling skal ikke bare måles. Innsikt skal brukes til læring, utvikling og offentlig påvirkning.





# Q&A



# Kunnskapsproduskjonen

## NPU

En møteplass for kunnskap, læring og utvikling i kultursektoren



Nettverk



Kompetanse



Læring



Møteplasser



Ressurser



## SURVEYBASERT INNSIKT

Opinion / Monitor

NPU Monitor  
Befolkning

Befolkningsundersøkelser  
2. hvert år (biennalen)  
i samarbeid med Opinion  
og Norstat.

- Kulturdeltakelse og kulturvaner
- Sjangerbruk, kjennskap, holdninger og barrierer
- Nedbrytbart på kjønn, alder, geografi, identitet, utdanning og inntekt

NPU Monitor  
Publikum

Exitundersøkelser via QR,  
SMS eller e-post.

- Opplevelse, motivasjon og tilfredshet
- Publikumsprofiler og kulturpreferanser
- Samme bakgrunnsvariabler som i befolkningsundersøkelsen

Dashboard utviklet  
av Opinion / Crunch

- Benchmarking mot andre aktører
- Tidsserier og utvikling over tid
- AI-analyser og innsiktsrapportering
- Egne uttrekk og dypere analyser



Forklarer hvem publikum er – og hvorfor de kommer



## INNSIKT BASERT PÅ TRANSAKSJONSDATA

MarketHype / NPU CID

MarketHype  
Freemium

Beriker transaksjonsdata  
med kjønn, alder og geografi.

- Basert på kundedata og faktisk kjøpsadferd
- Krever at du samler inn kontaktinfo ved salg

MarketHype  
Kampanjeverktøy

- Mulighet for å automatisere segmentert kommunikasjon basert på kjøpsmønstre
- Rabatt for NPU-medlemmer

NPU CID –  
bransjedashboard

- Frekvens, kryssbruk og overlapp mellom aktører
- Geografiske bevegelser og publikumsflyt
- Snittkjøper: alder, geografi, inntekt m.m.
- Data anonymiseres før analyse på tvers av aktører



Viser hva aktive kunder faktisk gjør og hvem de er



TO METODER – TO TYPER INNSIKT – STØRRE VERDI FOR MEDLEMMENE

Jo flere som deltar – jo større verdi for hele sektoren

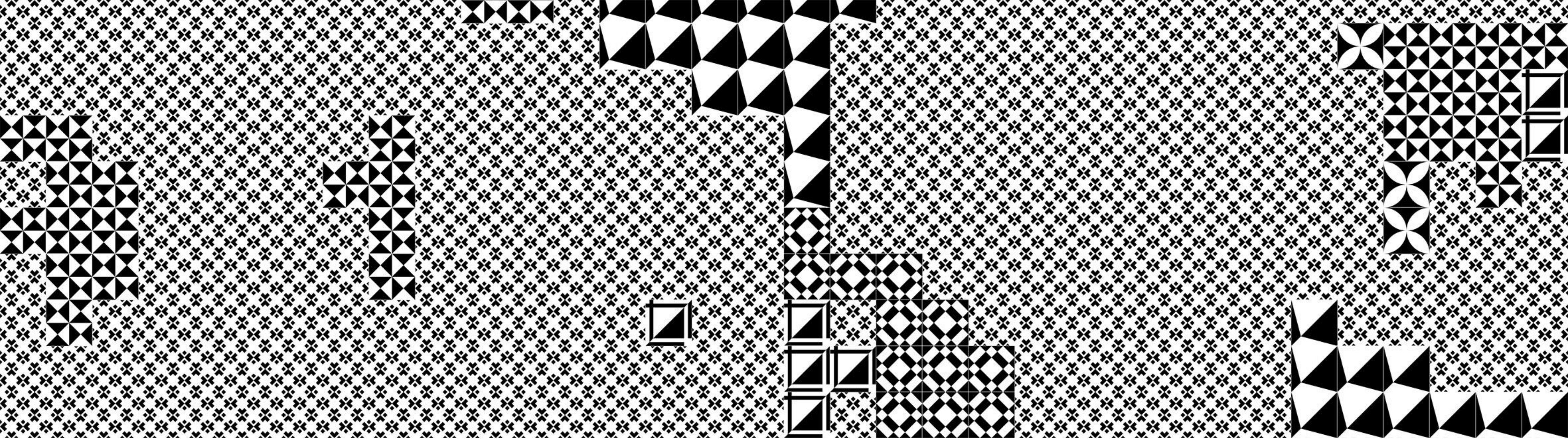
# Hvem får vi innsikt om?

Tre nivåer – tre ulike metoder

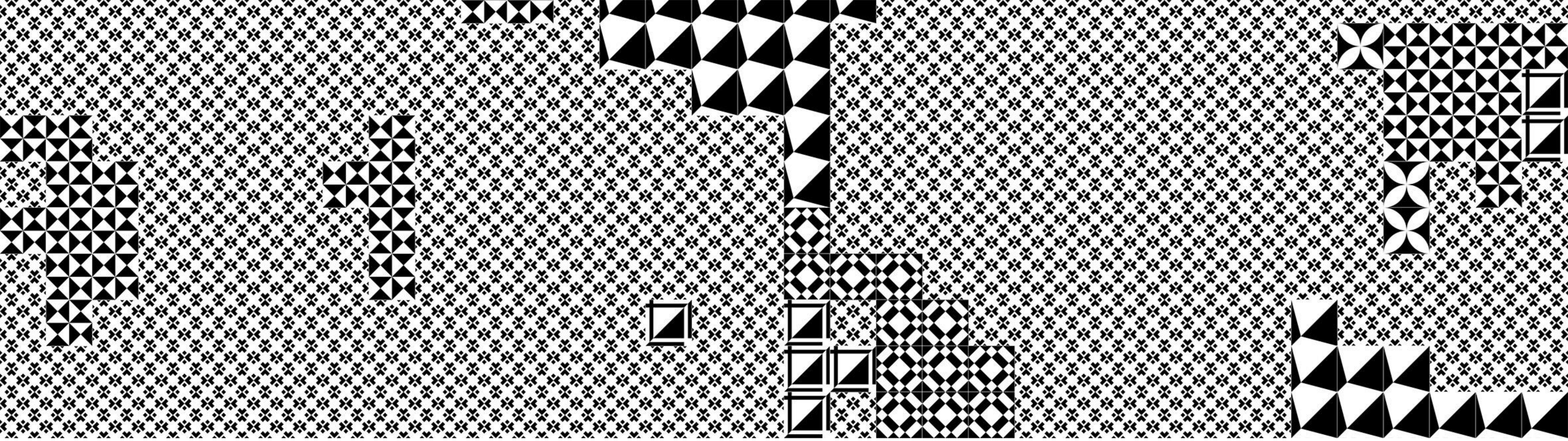


TRE NIVÅER AV INNSIKT – TRE ULIKE METODER

Hver metode gir unik innsikt. Sammen gir de et helhetlig bilde av kulturpublikum.



# Q&A



# To års syklus – konferanse og pris-biennale



## ÅR 1 – KUNNSKAPS- OG LÆRINGSÅR

### VÅR (Q1–Q2)



#### KURS & NETTVERKSMØTER

- ✓ 1 møte med Opinion
- ✓ 1 møte med MarketHype
- ✓ 1 møte med MHM



**ÅRSMØTE**  
Mai/juni

### HØST (Q3–Q4)



#### KURS & NETTVERKSMØTER

- ✓ 1 møte med Opinion
- ✓ 1 møte med MarketHype
- ✓ 1 møte med MHM



**ÅRSMØTE**  
Mai/juni

Norsk publikumsutvikling



**6 LAVTERSKELE DIGITALE MØTER I LØPET AV ÅR 1**  
Teamsmøter à 1–2 timer

## ÅR 2 – LANSERINGS- OG PÅVIRKNINGSÅR (VALGÅR)

### Q1



#### BEFOLKNINGS-UNDERSØKELSEN I FELT

Dyp innsikt i publikum og kulturbruk

### Q2 (TIDLIG MAI)



#### BEFOLKNINGS-UNDERSØKELSEN FERDIGSTILLES

**NPU KONFERANSEN (BIENNALE)**  
**+ UTDELING AV (BPU-PRISEN)**  
Stort fysisk nettverksmøte og faglig påfyll



**ÅRSMØTE**  
Mai/juni

### SLUTT JUNI



#### KULTURYTRING DRAMMEN

Bidrar med innsikt og setter kultur på den politiske dagsorden

### Q3 – AUGUST



#### ARENDALSUKEN

Setter kultur på agendaen og påvirker beslutningstakere

### Q4



#### NY SYKLUS STARTER

Kurs og nettverksmøter tar opp igjen fra vår.



**6 LAVTERSKELE DIGITALE MØTER I LØPET AV ÅR 2**



#### NETTVERKSMØTER (INKLUDERT I MEDLEMSAVGIFTEN)

Lavterskel digitale Teamsmøter (1–2 timer)



1 møte med Opinion



1 møte med MarketHype



1 møte med MHM

Fokus: analyse • benchmarking • publikumsstrategi • erfaringsdeling



#### KURS: «BYGG DIN PUBLIKUMSSTRATEGI PÅ EN DAG»

I samarbeid med Rasmussen Nordic



Aktivere innsikt fra NPU Monitor



Bruke data fra NPU CID/MarketHype



Omsette innsikt til publikumsstrategi



Tilbys fra 2027:

- 1 gang per halvår
- maks 14 organisasjoner per kursrunde



#### RÅDGIVELSE

Tilgang til 2 timers rådgiving per år per medlem

Brukes fleksibelt på tema som analyse, strategi, målgrupper, bruk av data eller tiltak.

**OVER TO ÅR FÅR MEDLEMMENE:**



12 digitale nettverksmøter (6 per år) med ledende miljøer



1 befolkningsundersøkelse med dyp innsikt



1 NPU konferanse (biennale) i valgår stort fysisk møte



NPU-prisen (biennale) Utdeling under konferansen



2 årsmøter (ett hvert år) i mai/juni



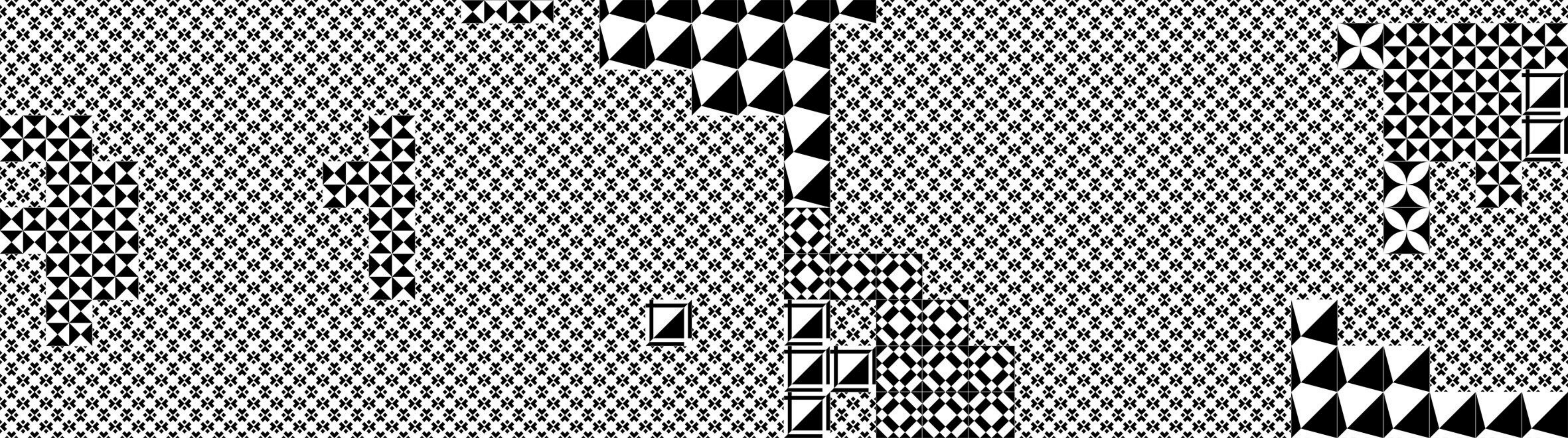
2 timers rådgiving per år per medlem



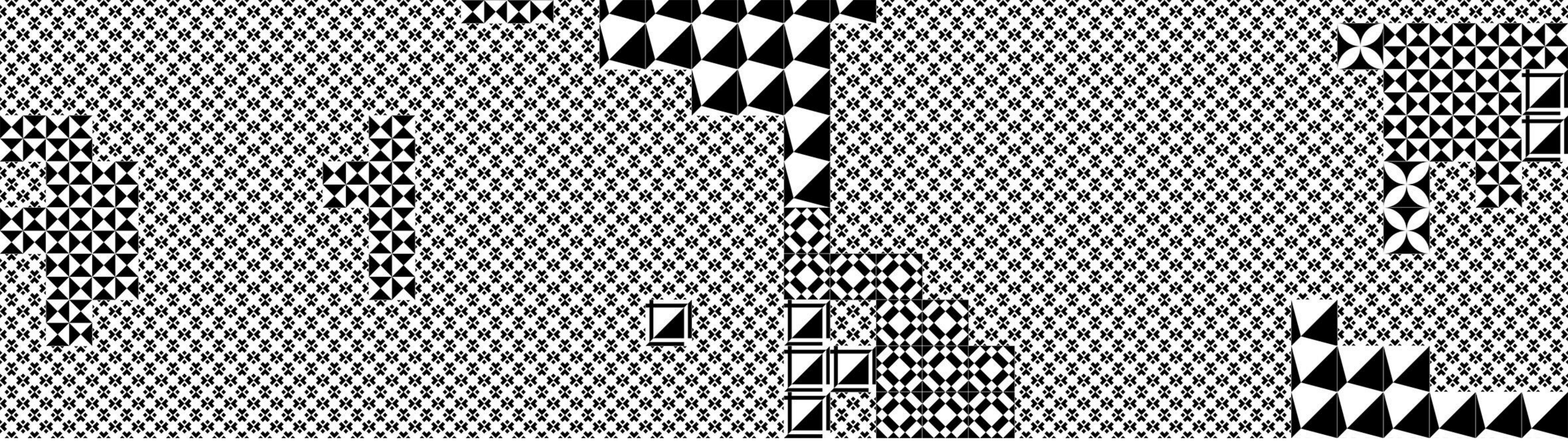
**INNSIKTEN SKAL IKKE BARE MÅLES. DEN SKAL BRUKES TIL LÆRING, UTVIKLING OG OFFENTLIG PÅVIRKNING.**

Ny innsikt i valgår → sterkere kulturdebatt og større gjennomslag for kultursektoren!





# Q&A



# Ny og mer bærekraftig kontingentmodell fra 2027 (forslag)

# Målsetting

- Øke verdi av basis-medlemskapet (brukere og ikke-brukere + kurs)
- Økt gjennomslagskraft i offentligheten (agendasettende befolkningsundersøkelse hvert valgår – Kulturytring - Arendalsuka)
- Økt fleksibilitet i valg av tillegg (pluss =fordypning i egne besøkende)

# Hva får du tilgang til?

To medlemsnivåer – ulike nivåer av innsikt



## BASIS

Inkludert i medlemskapet

### 1. NPU Monitor Befolkning



Innsikt i hele befolkningen – også de som ikke bruker kulturtilbud.

- ✓ Kulturdeltakelse og kulturvaner
- ✓ Ikke-bruk og barrierer
- ✓ Kjennskap og holdninger
- ✓ Potensielle publikumsgrupper

#### Annethvert år

Gjennomført:

- 2022
- 2025

Neste undersøkelse:

**2027**

(Forutsatt økt brukerfinansiering og flere betalende medlemmer)

### 2. Nettverk og læring



- ✓ Nettverksmøter og samlinger
- ✓ Konferanser og faglig påfyll
- ✓ Erfaringsdeling og beste praksis
- ✓ Benchmarking mot andre aktører



**BASIS GIR DEG ET FELLES KUNNSKAPSGRUNNLAG**  
om befolkningen og markedet dere er en del av.



## PLUSS

Tilleggstilgang for medlemmer

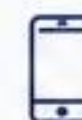
### 1. NPU Monitor Publikum (exit-undersøkelser)



Innsikt i publikum – de som faktisk er på arrangementene.



QR-koder



SMS



E-post



Exit-undersøkelser

Gir innsikt i:

- ✓ Opplevelse og tilfredshet
- ✓ Publikumsprofiler
- ✓ Motivasjon og preferanser
- ✓ Dem kunden har med seg (familie, venner, ledsagere, skoleklasser osv.)

### 2. MarketHype + NPU CID (transaksjonsdata)



Innsikt basert på faktiske kjøp – ikke selvrapportert adferd.



Hva kjøpes



Hvor ofte



Hvor



Hva kjøpes ellers



Flyt mellom aktører

- ✓ 100 % faktiske transaksjoner
- ✓ Ingen over- eller underrapportering
- ✓ Indirekte innsikt i målgrupper og preferanser

Jo bedre vi samler inn e-post og mobilnummer, jo større sannsynlighet for match mot offentlige registre – og jo mer presist bilde av kundene og publikumsflyten i markedet.



**PLUSS GIR DEG DYPERE OG MER DETALJERT INNSIKT**  
om publikum og faktiske kjøpsmønstre.

# Hva skjer med basis-medlemskapet?

Mer verdi – jevnlig innsikt og kompetanse som styrker deg

## TIDLIGERE



### Befolkningsundersøkelsen hvert tredje år

Innsikt med lengre mellomrom



### Ingen kurs inkludert

Kompetanse bygges ved behov  
og kommer i tillegg



## NÅ – MER VERDI FOR DEG



### Befolkningsundersøkelsen annethvert år (biennalen)

Du kan følge din egen utvikling  
i markedet jevnlig

✓ Mer relevant innsikt  
– oftere  
Bedre beslutninger  
over tid



### Kurs inkludert i pakken

Kurs til verdi 6 000,- eks. mva  
inkludert i medlemskapet

✓ Kompetanse som  
styrker teamet og  
gir bedre resultater

**NYTT!**



### Økt verdi – for smartere innsikt og sterkere resultater

Jevnlig innsikt og kompetanse gjør det enklere å forstå publikum,  
utvikle tilbud og måle effekt – hele året.

TIDLIGERE

**12–30 000,-**  
per år



NYTT

**20–40 000,-**  
per år

Mer verdi  
for en  
fornuftig  
økning



Samme mål – mer forutsigbar innsikt og kompetanse som gjør en forskjell

# Hva endres i pluss-medlemskapet fra 2027?

Fra én samlet modell til fleksible tilvalg basert på behov



DAGENS MODELL (2024–2026)

**Pluss-medlemskap: +18–40K**



publikumsundersøkelser



MarketHype analyseportal



CID pilotprosjekt

Alt samlet i én modell mens CID utvikles og piloteres.



Fra 2027 → mer fleksibel modell



**NPU Monitor Publikum**  
**+20–40K**

Surveybasert innsikt

- ✓ exitundersøkelser
- ✓ publikum og ledsagere
- ✓ motivasjon og barrierer
- ✓ anbefalingsvilje

**NYTT!** nytt og forbedret dashboard

**NYTT!** nytt og forbedret skjema

**NYTT!** KI-funksjon som hjelper deg å analysere svarene

**NYTT!** Opinion ivaretar onboarding



Fanger både kunder og de kundene har med seg.



**NPU CID / MarketHype**  
**+20–40K**

Transaksjonsbasert innsikt

- ✓ innsikt om faktiske kunder
- ✓ kjøpsmønstre og frekvens
- ✓ benchmark og kryssbruk
- ✓ ingen surveys
- ✓ krever online booking + kontaktdata



Viser hva aktive kunder faktisk gjør og hvem de er.



**Full pakke**  
**+30–50K**

Begge innsiktsløp

- ✓ både surveys og transaksjonsdata
- ✓ komplett innsiktsgrunnlag
- ✓ for større analysebehov

20K  
+ 20K → **30K**

40K  
+ 40K → **50K**



Tilvalg nummer to tilbys til halv pris.



**Medlemskap** = befolkningsinnsikt og kompetanse



**Tilvalg** = fordykning i publikum eller kunder

# FORSLAG TIL NYE MEDLEMSKAP OG KONTINGENTER FRA OG MED 2027

Mer forutsigbarhet – bedre planlegging – sterkere verdi over tid

## 1 MEDLEMSKAP (BASIS)



**20–40 K** ny pris fra 2027

avhengig av organisasjonens størrelse/årsverk



20–40 K avhenger av antall årsverk:  
lavest for 0–5 årsverk, størst for 200+ årsverk.

### DETTE FÅR DU SOM MEDLEM:



#### Abonnement på befolkningsundersøkelsen

Ny innsikt om kulturbruk i Norge – hvert annet år, i tråd med NPU's biennale rytme.



#### Gratis aktiveringskurs

«Bygg din publikumsstrategi på en dag»  
– kurs i aktivering av innsikten.



#### Nettverksmøter

Delta på nettverksmøter i årene mellom undersøkelsene – del og lær med andre medlemmer.



#### Rabattert tilgang til konferansen

Rabattert deltakeravgift til NPU-konferansen annethvert år (lanseringsåret).

## 2 PLUSS – TILVALG

Tilpass medlemskapet med ekstra analyser etter behov:



### NPU MONITOR PUBLIKUM

Exitundersøkelse:  
sosiodemografi,  
psykografi,  
motivasjon/barrierer og  
anbefalingsvilje.

**+20–40 K**



### NPU CID / MARKETHYPE

Kundeprofiler, inntjening,  
bruk og kryssbruk,  
benchmark med andre i  
samme bransje/region.

**+20–40 K**



### FULL PAKKE

NPU Monitor publikum  
+  
CID/MarketHype

**+30–50 K**

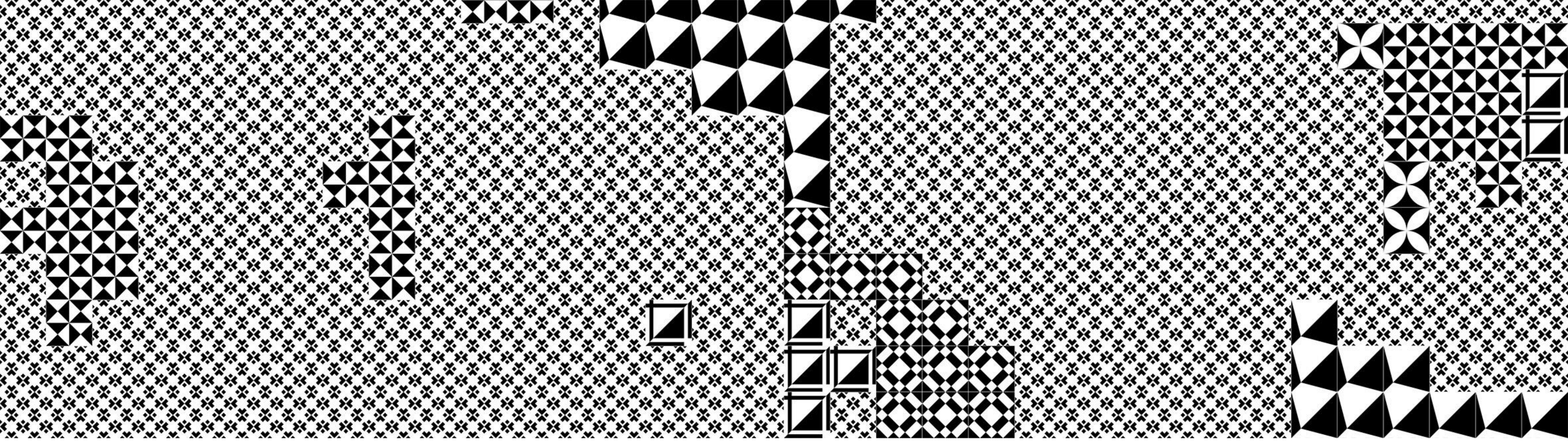


Tilvalgene kan endres fra år til år – du betaler kun for det du trenger.

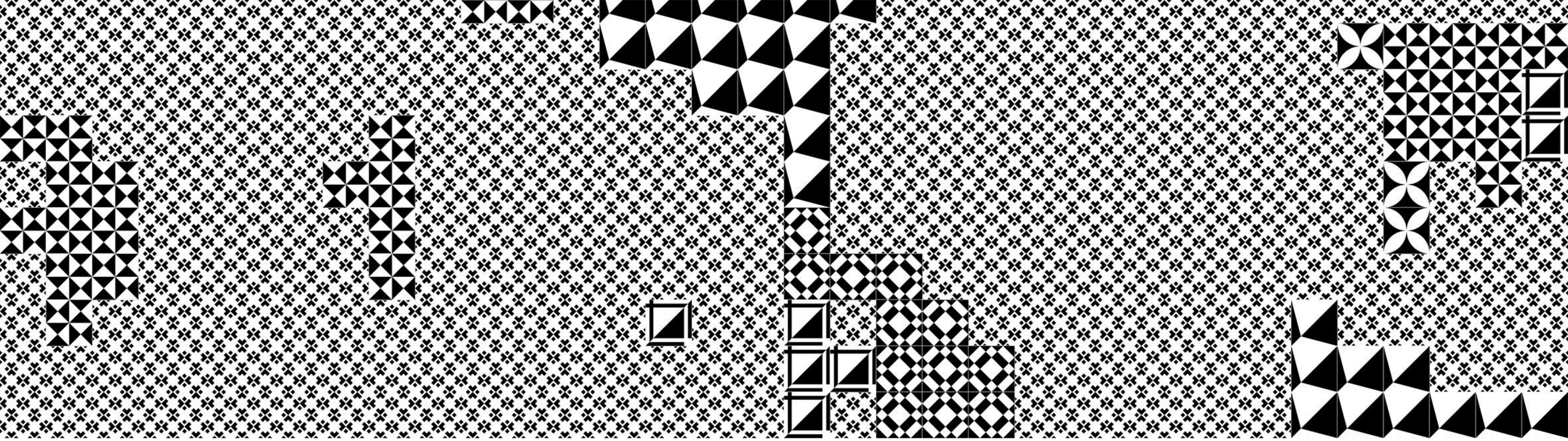


GJELDENE FRA 2027

Prisene justeres for KPI i 2027.



# Q&A



# Styrets forslag til vedtekts-endringer

# Forslag til vedtektsendringer

Tilpasset hvordan NPU faktisk arbeider og utvikler seg i dag

## HVORFOR ENDRE?

Endringene gir bedre forutsigbarhet, fleksibilitet og grunnlag for videre utvikling.



### 1. MER FORUTSIGBAR ØKONOMI

- ✓ Dagens oppsigelsesfrist er for kort
- ✓ Vanskelig å planlegge drift og aktivitet
- ✓ Usikkerhet rundt medlemsgrunnlag



### 2. MER FLEKSIBEL MEDLEMSMODELL

- ✓ Basis/pluss ble utviklet for Monitor
- ✓ Medlemmene har nå ulike behov
- ✓ Nye innsiktsverktøy er kommet til



NPU  
Monitor



NPU  
CID



MarketHype  
(kundedata)



### 3. MER REALISTISK STYRING

- ✓ Årsmøtet avholdes for sent til å vedta inneværende budsjett
- ✓ Og for tidlig til å vedta neste års budsjett
- ✓ Styret trenger å kjenne medlemsgrunnlaget før budsjett vedtas

## HVA ENDRES?

Fire sentrale endringer i vedtektene

§6

### ÅRSAVGIFTER

FRA

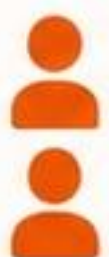
Fast modell:

- basis
- pluss

TIL

Fleksibel modell:

- ulike tjenester
- ulike innsiktsnivåer
- tilvalg etter behov



Mer relevant for medlemmene – større handlingsrom for NPU.

NY

### NY §7 OPPSIGELSE



- ✓ Skriftlig oppsigelse
- ✓ Frist 12 uker før 1. januar
- ✓ Tydeligere ansvar og fornyelsesrutiner

Gir bedre forutsigbarhet før nytt driftsår.

§8

### ÅRSMØTET

FRA

Årsmøtet vedtar blant annet budsjett.



TIL

«Vedta budsjett» tas ut.



Styret vedtar budsjett når medlemsgrunnlaget er kjent.

§18

### IKRAFTTREDELSE

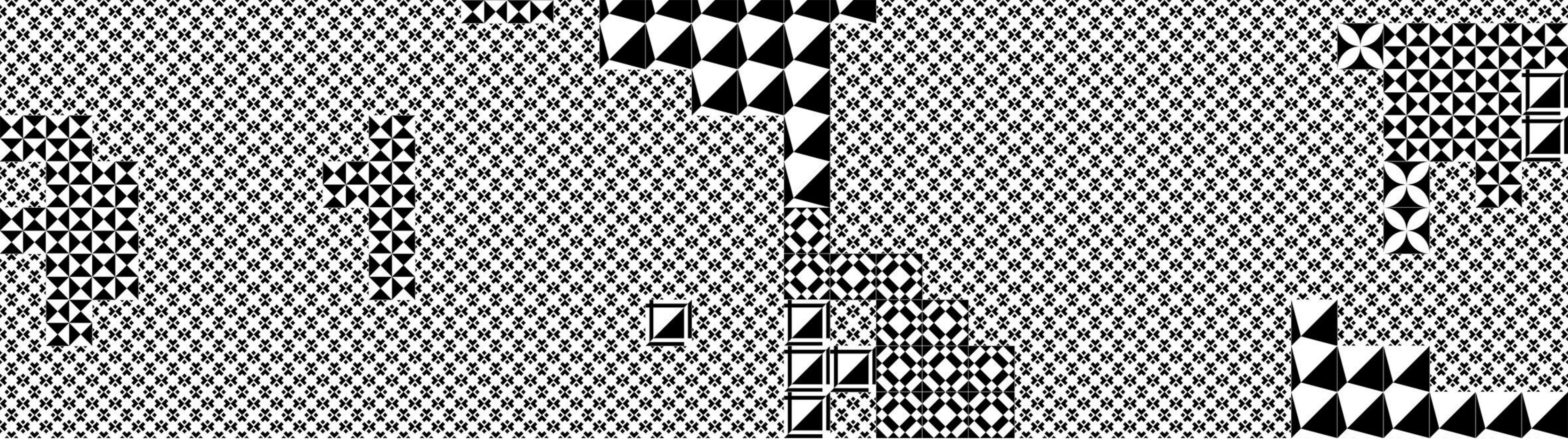


Ny dato:  
**12. mai 2026**

Vedtektsendringene trer i kraft 12. mai 2026.



Endringene styrker NPU som et kunnskapsnettverk – til beste for medlemmene og kultursektoren.



# Q&A