



NPU-KONFERANSEN 13.11.2018npu

Akershus fylkeskommune v/ Hannah Wozene Kvam
Opinion v/ Vikki N. Walle-Hansen og Marianne Wille Syvertsen





Publikumsutvikling

Satsing i Akershus



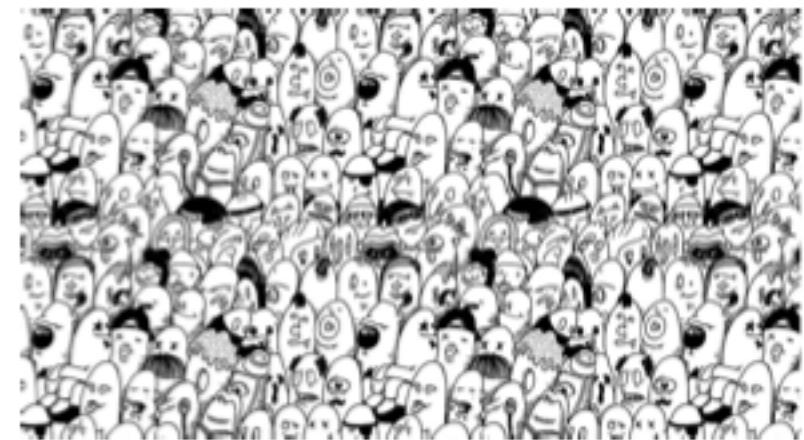
Kulturplan

Akershus fylkeskommune skal,
i henhold til Kulturplan 2016-2023, jobbe
målrettet med inkluderende kulturliv
gjennom publikumsutvikling.



Undersøkelse

- Høsten 2016 gjennomførte Norsk publikumsutvikling en undersøkelse av publikummet i Akershus.
- Denne inneholdt:
 - en studie av den generelle befolkningens forhold til kultur og kulturtildelene i Akershus
 - en studie av unge med innvandrerbakgrunn mellom 15 og 36 år



Oppsummering kulturbruk i Akershus (Kvantitativ)

- Homogen befolkningsgruppe preget av en kombinasjon av storby og landlig mentalitet
- De spissede, store opplevelsene fås i Oslo
- Individualitetskulturen er lav, segmentene spisses ikke
- En viss treghet i publikum, lite lojalitet
- Innvandrerbefolkningen i Akershus er lik den øvrige befolkningen (kvantitativt)
- Større interesse enn besøk

Akershus fylkeskommunes rolle

- Tilrettelegger
- Innhenter kunnskap – deler kunnskap
- Driver nettverk
- Lager incentiver: tilskuddsordning
- Strategisk støttespiller
- Kobler

voice

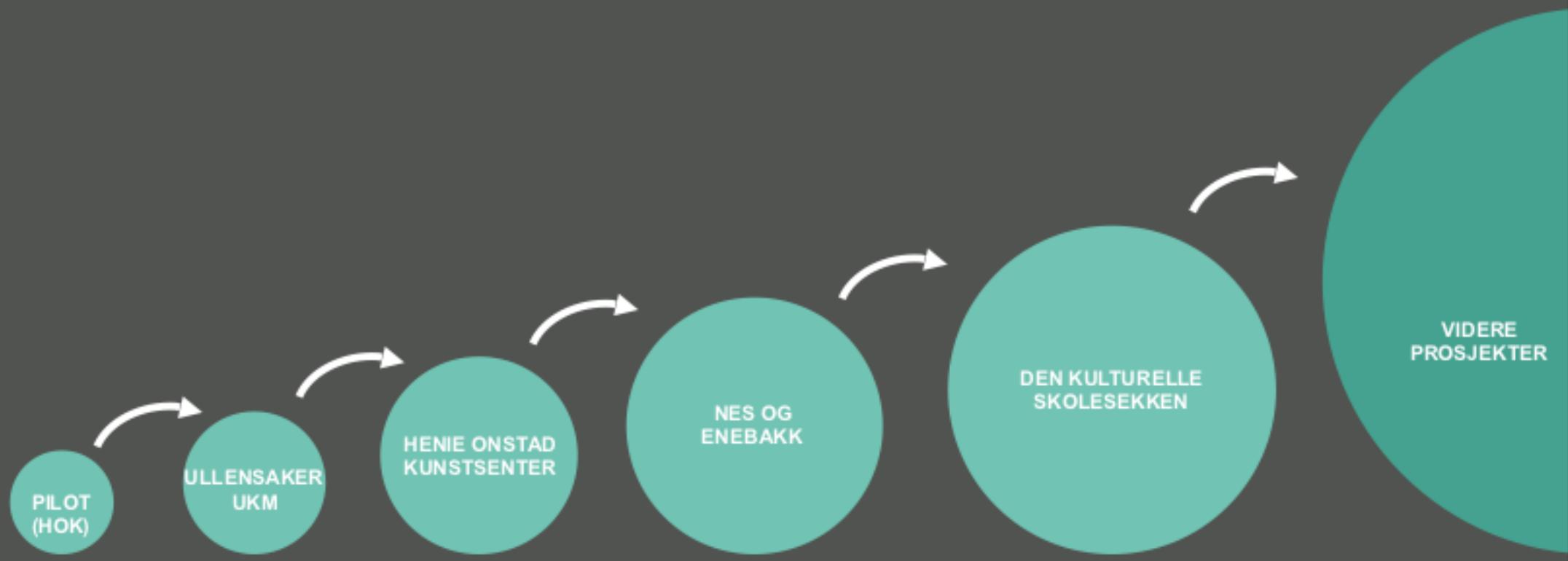


AKERSHUS
fylkeskommune

npu



VOICE ER AKKUMULERT INNSIKT



voice

INNSIKT VI VIL DELE MED

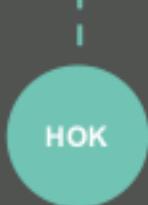
INNSIKT VI VIL DELE MED DERE I DAG

Hvordan opplever de unge
fotografi i en utstilling?

Hvem aspirerer de unge mot?
Hvilke Influencere kan HOK samarbeide
med for å nå ut til de unge?

Hvordan kommuniserer
vi med unge om
kulturarrangement?

Hva hva forventer
de av
arrangementene?



voice



MÅLGRUPPEINNSIKT

voice

HENIE ONSTAD KUNSTSENTER

1

Få innsikt i de unges
forhold til fotografiet som
objekt, og deres forhold til
fotografiet i en utstilling

2

Få innsikt i måten de unge
bruker bildedelings-tjenester
på fotoutstilling – og til daglig

voice

HVILKE METODER BRUKTE VI?

1



«Agent-oppdrag»

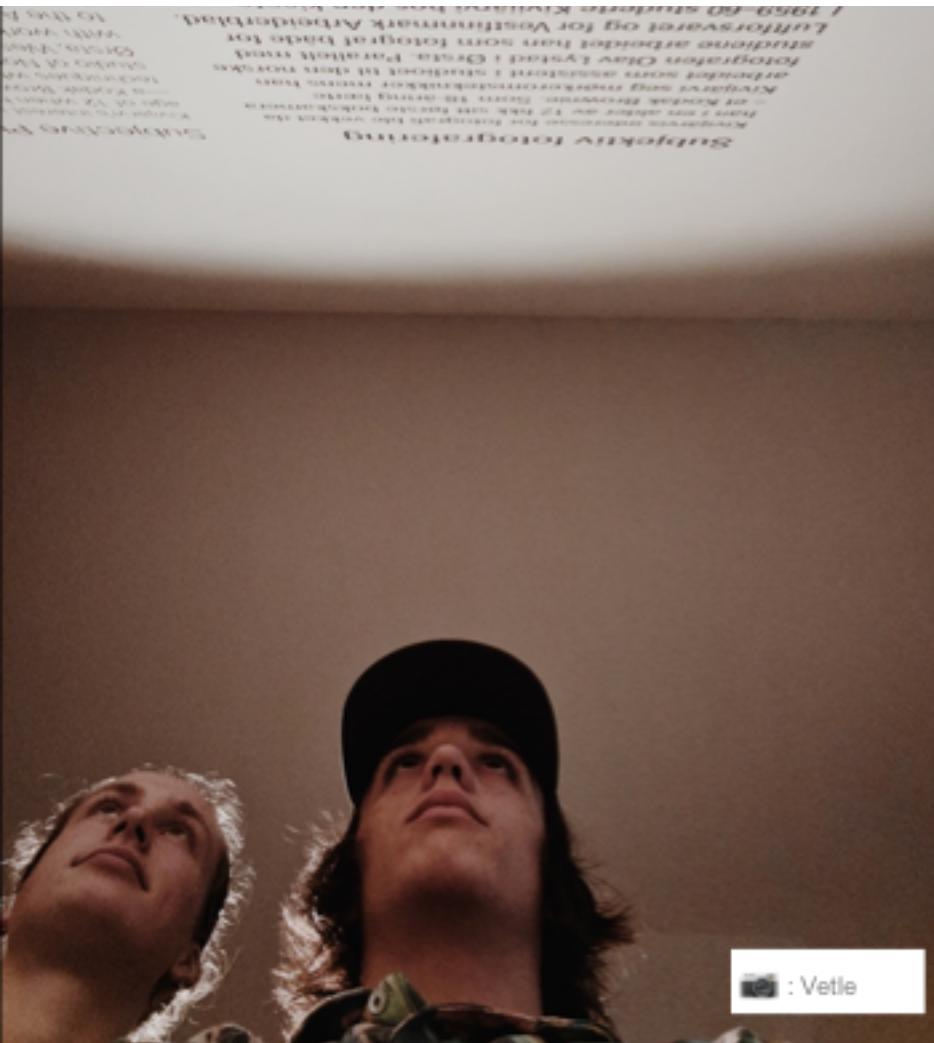
2



«Dagbokføring»

Foto fra en utstilling i Museum Folkwang i Essen. Steinreleie fra Tyskland. Steinene tildeles til et romsvises viktige utstillinger og bygget opp en betydelig samling av fotografer fra det 20. århundre, om i dag er å finne på Museum Folkwang i sen.

voice



VI MÅ GI DEM EN GOD
SOSIAL KONTEKST

ØNSKER
HISTORIEFORTELLING OG
INFO FOR Å TOLKE OG
MESTRE

Å DELE BILDER HANDLER
OM MER ENN SELVE
BILDENE

voice

INSPIRASJON TIL UNGDOMS-
BETTERE AKTIVITETER

RETTEDE AKTIVITETER

Digital
Instagram-
utstilling?

"Reposting"
/Fremsnakk?

Henie Onstad
Ambassadører?

Aktivt bruke
hashtags?

Bruke
influencers til
å inspirere til
besøk?

"Hvordan treffe dem på deres egne arenaer?"

"Hvordan påvirke og bygge preferanse?"

**"Hvordan kommunisere og skape samhørighet
basert på felles verdier og identitet?"**

voice

...MEN HVORDAN SKAL VI FÅ TIL DETTE?

Vi måtte i dialog
med de unge



3

ONLINE CHAT

voice



HVA VIL DE UNGE SE VED ET
SAMARBEID MED EN INFLUENCER?





1

ÆRLIG

Det må være en tydelig link mellom innhold og person. Innholdet må være skapt av personen/influenceren, ikke manipulert og konstruert av institusjonen



2

NÆRT

Influenceren må ha egne meninger og en personlighet som skinner gjennom i innholdet. De ønsker å bli kjent med personen, ikke bare tema.





3

PROFESJONELT

Betyr kvalitet, ikke høytidelig. Det må være en person som gjør seg flid med innholdet og det kreative uttaket, og forstår hvilke kontekst det passer i.

ULLENSAKER KOMMUNE, UKM



VI LAGER MANGE GODE
ARRANGEMENTER FOR DE UNGE, MEN
HVORDAN SKAL VI KOMMUNISERE FOR
Å ØKE DELTAGELSE?

voice



VÆR TYDELIG

Hvor er det? Hvordan kommer man seg dit? Hvor lenge varer det? Må jeg kle meg godt? Hvilke busser? Koster det noe? Blir det servert/kan jeg kjøpe mat, drikke eller snacks?

voice



FREMHEV OPPLEVELSEN OG DET SOSIALE



Hvordan kommer det til å se ut der? Hva slags opplevelse er dette egentlig? Likner det på noe jeg kjenner? Kan jeg få se bilder som inspirerer meg? Hvem er de andre som skal?

Hva kan vi gjøre der sammen?

voice



KOMMUNISER RIKTIG I DE ULIKE KANALENE



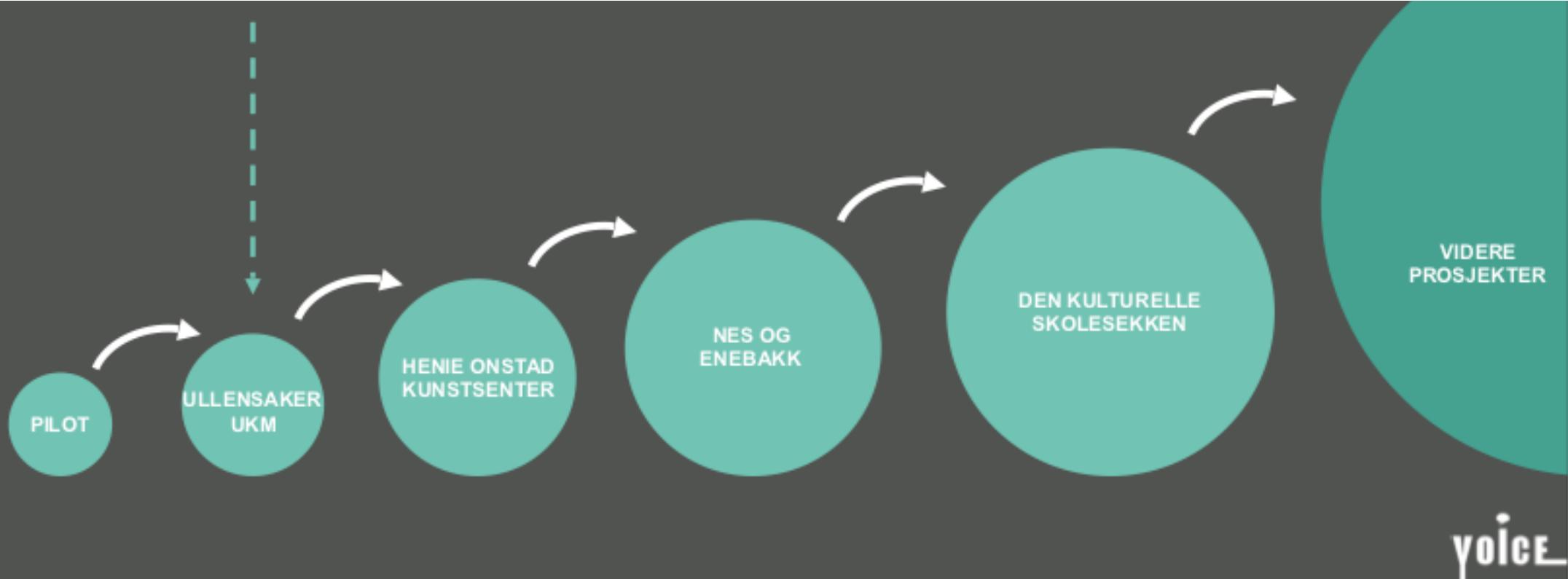
Tilpass bilder, tekst og innhold til hvor informasjonen skal legges ut. Det er ulike forventninger når det kommer til f.eks Facebook og Instagram.

voice

DEN KULTURELLE SKOLESEKKEN AKERSHUS

voice





● UNDERHOLDE INTERESSER

når jeg syns noe er kjedelig så tar det enda lengre tid. må ikke nødvendigvis være lengre enn det pleier, men tiden går trengere
(SWE, 16. Nov)

- INTERESSERE
- TRIGGE FØLELSER
- LÆRE/SETTE I
GANG
REFLEKSJONER

(Sløje, 10, Nes)

og dersom det er noe annet som gjør at man for eksempel ikke skjønner hva som skjer blir det også kjedelig for da er man ikke lenger interessert

(Manoor, 18, Kjeller)



voice





1

HVORFOR SKAL JEG BRUKE TIDEN MIN PÅ DETTE?

!

VÆR TYDELIG I KOMMUNIKASJONEN!





2

NOE SOM ANGÅR
MEG

3

HADDE VÆRT DIGG MED KAFFE



OPPLEVELSEN ER
VIKTIG!



