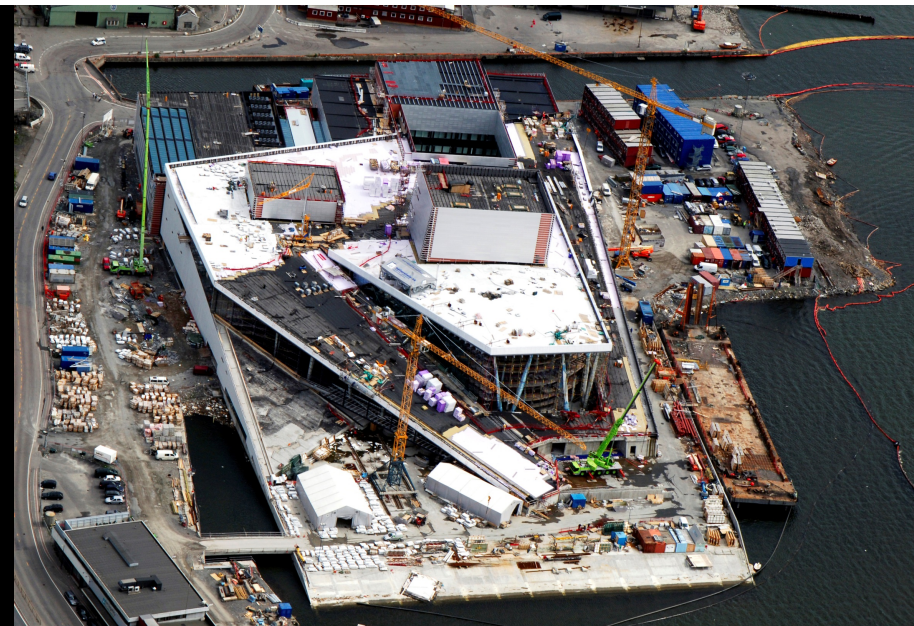


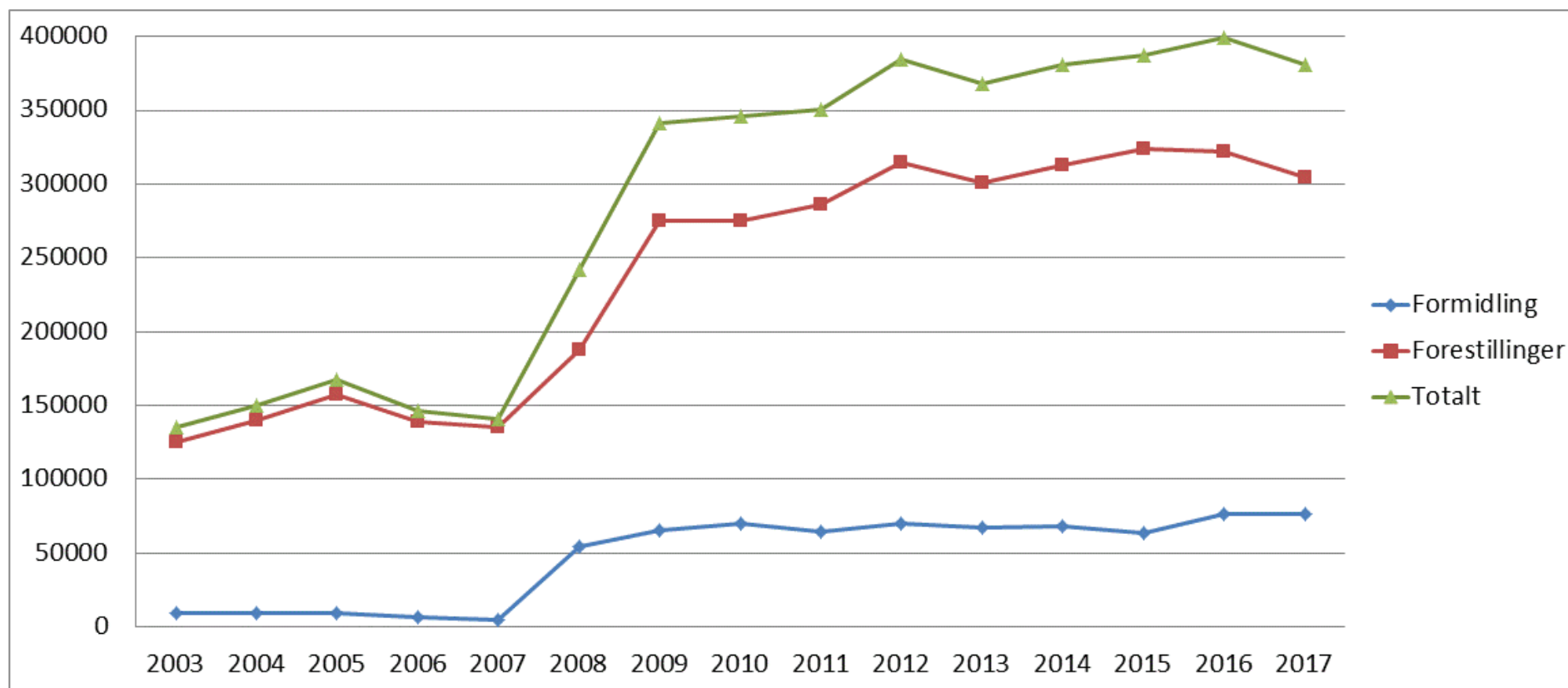
DEN
NORSKE
OPERA
&
BALLETT

NPU-PRISEN 2018

Den Norske Opera & Ballett



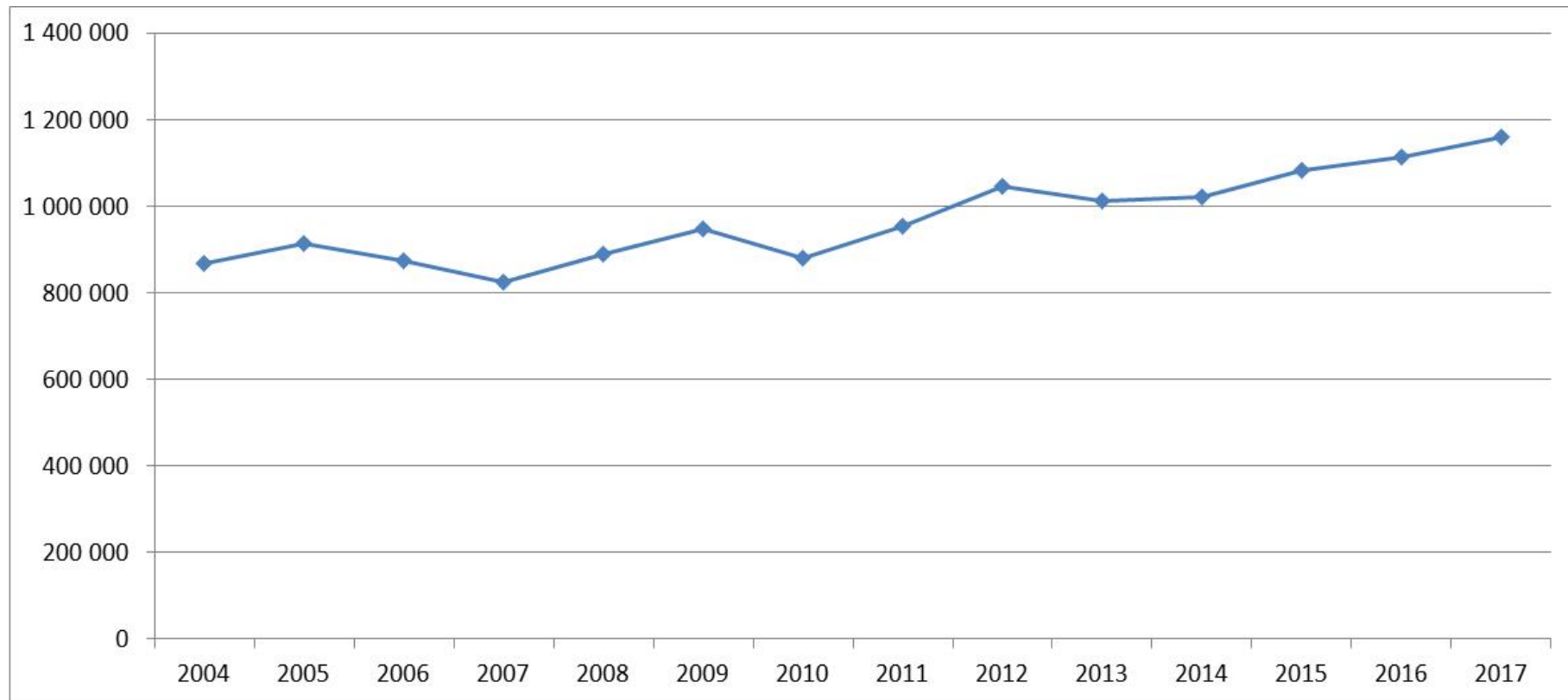
Publikumsvekst



85%+ av publikumsbesøket på DNO&B sine kjernesjangre
Formidling + generalprøver ikke inkludert i forestillingsstall (ulik praksis i feltet)

Publikumsvekst i scenekunstheltet i Oslo også totalt sett (NTO)

(i tillegg kommer de private teaterne, konserter osv.)



Sentrale strategier for DNO&B i perioden

Kunstneriske ambisjoner	Publikumstilbud og formidling	Operaen som lokasjon
Økt aktivitet. Internasjonalt nivå. Klassiske verk i nåtidens lys. Sjangeroverskridelser. Utradisjonelt samarbeid.	Åpent 362 dager i året. Faste konsepter. Ung i Operaen. Skoleverket. Stor katalog av formidlingstilbud.	Snøhetta sin visjon: «Demokratisering av kunsten». Utnytter publikumsområdene og Operaen som arkitektonisk ikon. Stunts (vi har tatt noen sjanser!) Digital satsning.



Resultater

- Doblet aktivitet og besøk på forestillinger.
- Høyere besøk i Operaen pr. innbygger enn Stockholm og København.
- Mangedoblet besøk på formidlingsaktiviteter.
- Tredoblet egeninntekter.
- 2 av 3 generelt sett er positive til Operaen. 93% av de som har sett forestilling er positive.
- Institusjonens kunstneriske utvikling er positivt omtalt i flere eksterne miljøer, f.eks. i KUD sin eksterne evaluering for et par år tilbake.

Fra siste Kulturbarometeret fra SSB:

Andel av innbyggere i Oslo/Akershus som har gått på opera siste 24 mnd: 29 % (økning fra 21%). Andel av innbyggere i Oslo/Akershus som har gått på ballett/dans siste 24 mnd: 31 % (økning fra 29 % i 2012). Ganske bra for kunstformer som i flere sammenhenger omtales som "marginale"?

