



Opinion:

npu

Norsk
Publikumsutvikling

KJENNSKAP OG HOLDNINGER TIL

KUNST I BYENS OFFENTLIGE ROM

BEFOLKNINGSUNDERSØKELSE GJENNOMFØRT FOR OSLO KOMMUNE V/ OSLOBIENNALEN 2019

INNHOOLD

OM UNDERSØKELSEN

1. KJENNSKAP, INTERESSE OG HOLDNINGER TIL
KUNST I DET OFFENTLIGE ROM **14**
2. KJENNSKAP OG HOLDNINGER TIL
OSLO KOMMUNES KUNSTSAMLING **21**
3. FORVENTNINGER OG INTERESSE KNYTTET TIL
OSLOBIENNALEN 2019 **25**
4. KJENNSKAP, INTERESSE OG HOLDNINGER I
ÅTTE KULTURSEGMENTER **29**



Bakgrunn og formål

OSLOBIENNALEN FØRSTE UTGAVE åpner i mai 2019. I den forbindelse ønsket Oslo kommune og teamet bak biennalen bedre innsikt i Oslobefolkningens kjennskap og holdninger til kunst i byens offentlige rom, og potensialet for deltakelse i Oslobiennalen.

Oslobiennalen er byens første biennale av internasjonalt format for kunst i det offentlige rom. Biennalen har som mål å engasjere bredt og synliggjøre og formidle Oslos lange tradisjon for å samle kunst og integrere kunstnere i byutvikling og nybygg. Ønsket er å gjøre dette fra et utgangspunkt som inkluderer kunstnerne som arbeider i Oslo.

Oslobiennalen er eid av Oslo kommune ved Kulturetaten, avdeling for kunst, som også tok initiativet til biennalen. Første utgave er kuratert av Eva González-Sancho og Per Gunnar Eeg-Tverbakk.

Målene for biennalen er flere. Det handler både om å tilby Oslos kunstnere en ny plattform for å utvikle og vise kunst, å skape økt interesse for kunst i det offentlige rom og et større «marked» for formidling av Oslos kunstsamling.

Kjennskapsmåling og verktøy til publikumsutvikling

Undersøkelsen leverer et oppdatert kunnskapsgrunnlag for arbeidet med å utvikle biennalen. Den kartlegger befolkningens holdninger og interesse knyttet til kunst i det offentlige rom, og er designet for tjene som et verktøy for publikumsutvikling. Den inkluderer derfor en segmenteringsmodell kalt «Culture Segments», utviklet av Morris Hargreaves McIntyre i England, som er skreddersydd for publikumsutvikling i kunst- og kulturinstitusjoner, og som brukes av fremtredende aktører i Skandinavia, Europa og USA. Segmentene er lett gjenkjennelige, og godt egnet i utviklingen av programinnhold, formater og kommunikasjon.



Gjennomføring og metode

Undersøkelsen er gjennomført i perioden 7.- 26. november 2018 blant et representativt utvalg på 1000 innbyggere i Oslo kommune fra 15 år.

Selve datainnsamlingen er gjennomført elektronisk (webundersøkelse), i Norstats befolkningspanel (panel.no).

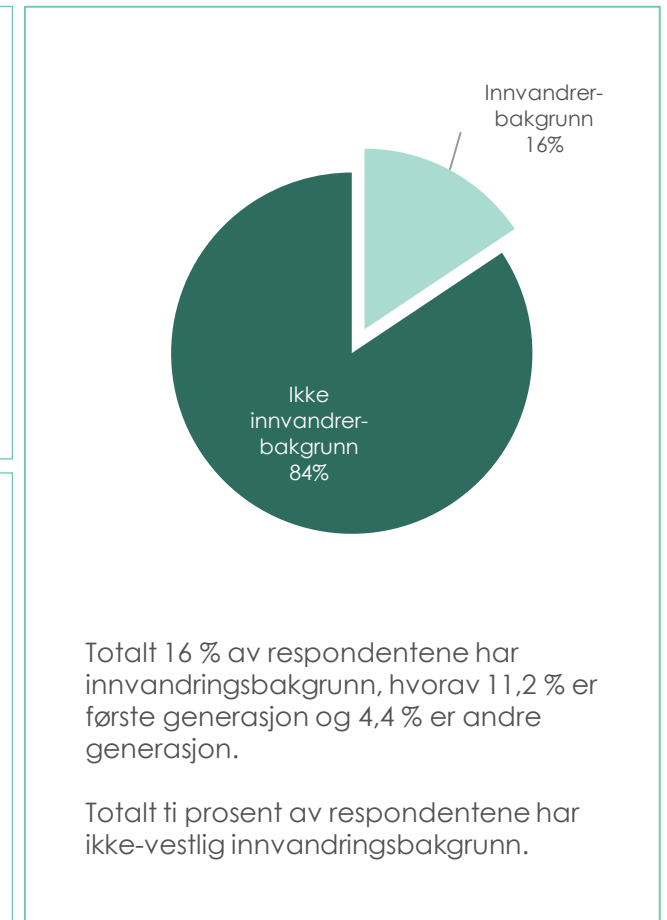
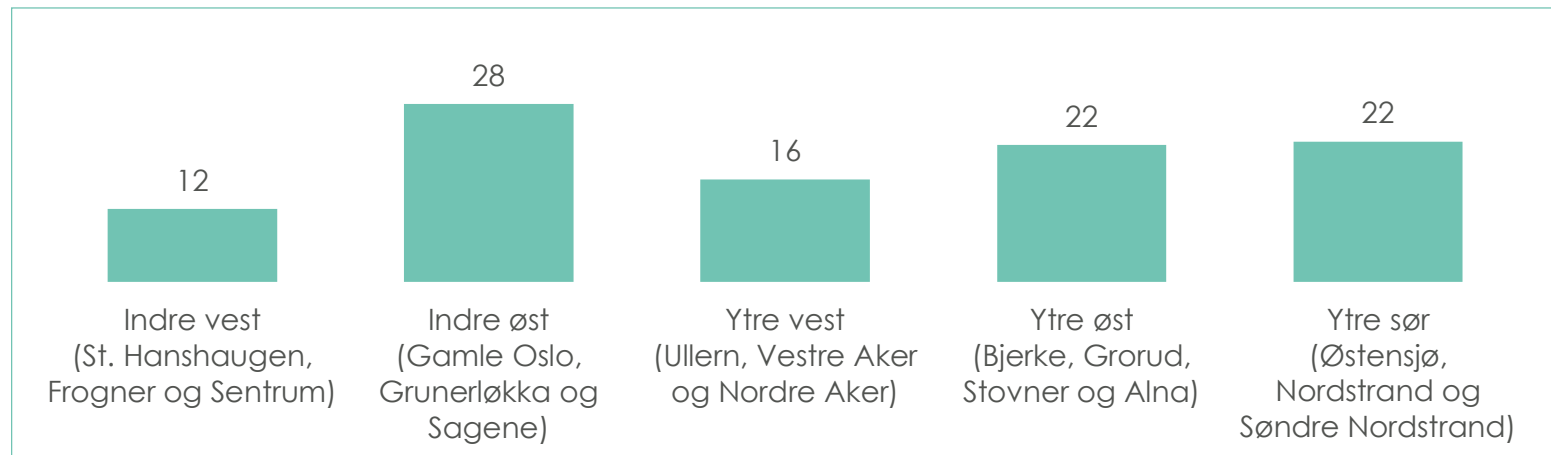
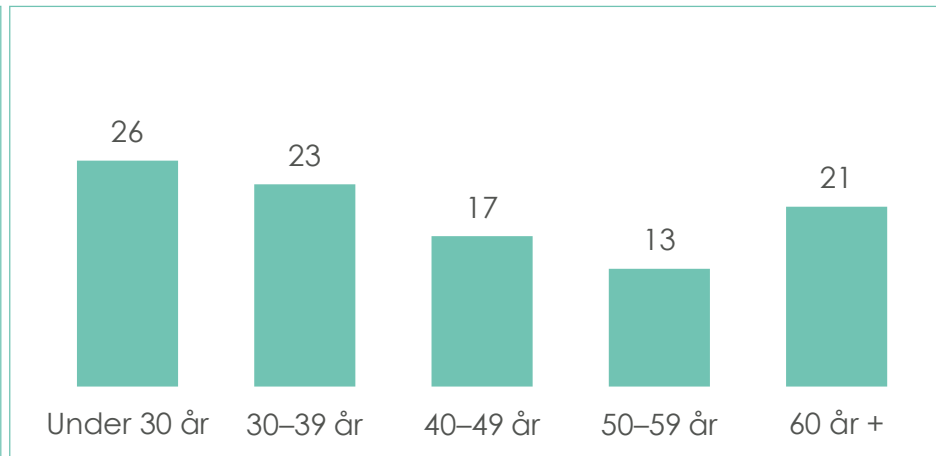
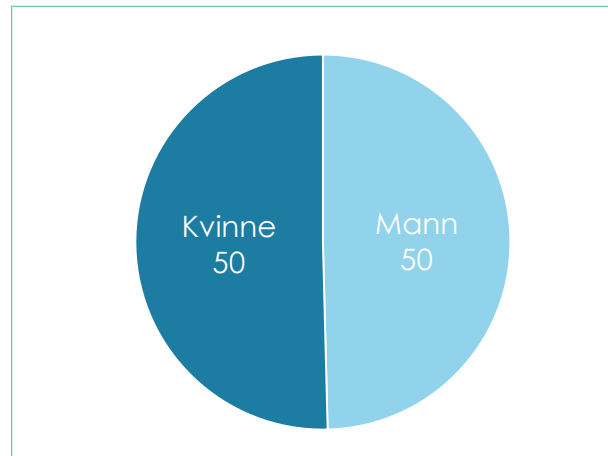
Dataene er vektet på kjønn, alder og utdanning i tråd med den faktiske befolknings sammensetningen i Oslo.

Feilmarginene ved 1000 respondenter (n=1000) ligger innenfor $\pm 1,4$ og $\pm 3,1$ prosentpoeng.

Ansvarlige for undersøkelsen er direktør **Ingrid E. Handeland** i NPU og seniorrådgiver/partner **Nora Clausen** i Opinion AS.



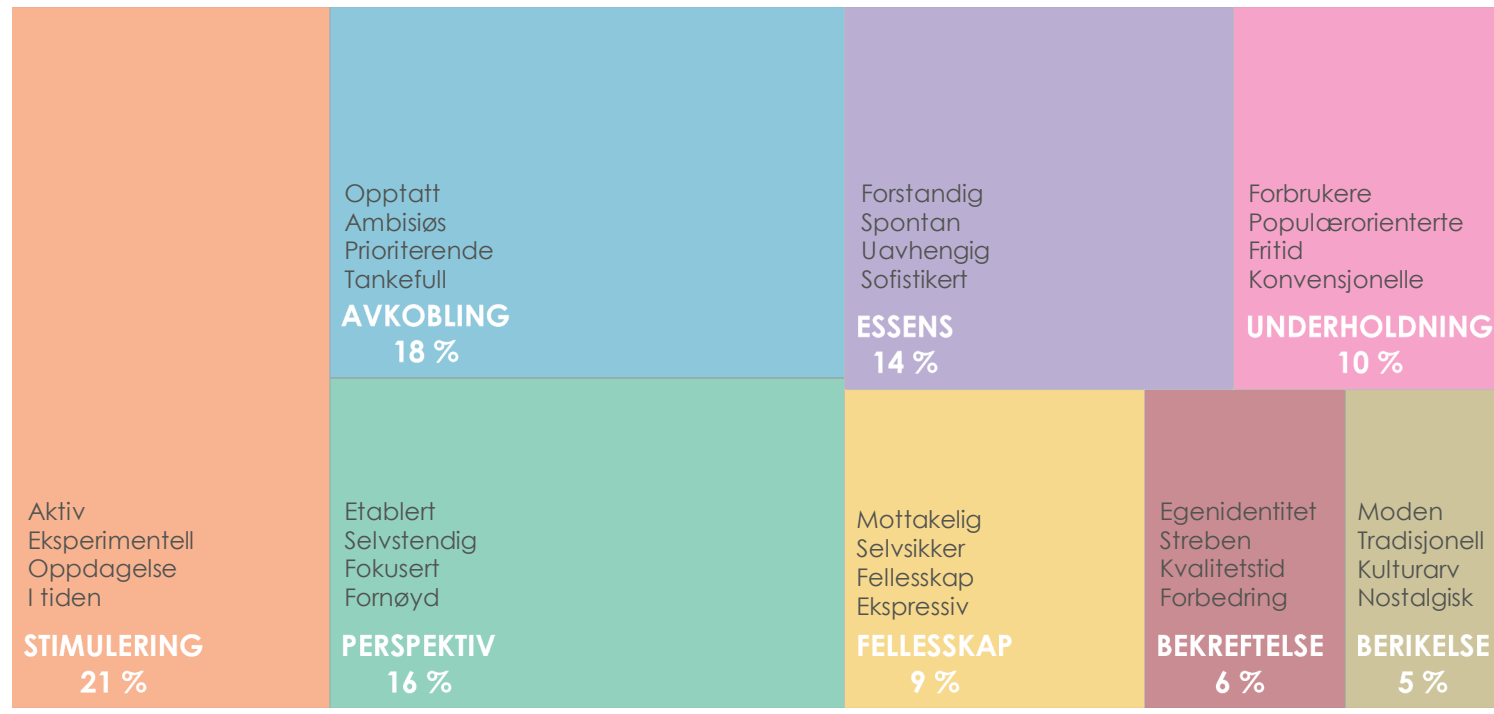
Om utvalget (n=1000)



* Alle tall er i prosent

Om segmentene

- I undersøkelsen segmenteres befolkningen basert på den britiske modellen «Culture Segments», utviklet av Morris Hargreaves McIntyre.
- Dette er en verdibasert segmenteringsmodell som deler befolkningen inn i følgende åtte gjensidig utelukkende segmenter, avhengig av forventninger og behov knyttet til kunst og kulturbruk.



Segmentene identifiseres gjennom en algoritme, basert på svarene på følgende spørsmål:



1. I hvilken grad er du enig eller uenig i disse påstandene?

- Jeg betrakter meg selv som en åndelig person
- Jeg er som regel den første blant vennene mine som vet hva som skjer
- Jeg liker best å oppleve ting som er veletablert og populært
- Kunst og kultur er en vesentlig del av mitt liv
- Jeg foretrekker å gjøre det jeg selv vil, uansett hva andre måtte mene om det
- Jeg vil nyte livet og ikke bekymre meg for fremtiden
- Jeg liker å komme meg ut i naturen så ofte som jeg kan

2. Har du noen gang besøkt noen av følgende type steder/arrangement?

- Festival for populærmusikk, f.eks. Øyafestivalen
- Moderne dans
- Et kunstgalleri

Om Oslo kommunes kunstsamling

Oslo kommune forvalter ny og historisk kunst plassert på tusen steder. Samlingen befinner seg både inne og utendørs i byen. Kommunen konserverer, produserer, kjøper inn, kuraterer og reaktiverer kunst. Kunstsamlingen består av 19 000 tusen verk. Hvert år avsettes 0,5 % av kommunens årlige investeringsbudsjett til kunst.

Samlingen er ervervet over lang tid - gjennom innkjøp, gaver, utlyste konkurranser og gjennom direkte oppdrag til kunstnere. Samlingen strekker seg fra 1700-tallet og frem til i dag, med en klar hovedvekt på norsk modernistisk kunst fra 1900-tallet.

Det er ikke tidligere gjennomført en representativ spørreundersøkelse som avdekker Oslo-befolkningens syn på og bevissthet om Oslo kommunes kunstsamling. Undersøkelsen representerer derfor et nullpunkt for målinger av kjennskap, holdninger og interesse. For Oslo kommune gir den grunnlag for å måle effekt av Oslobiennalen når det bl.a. gjelder kunstsamlingens omdømme i befolkningen.



NOEN HOVEDFUNN

1. Innbyggerne i Oslo er svært positive til kunst i det offentlige rom.

- Totalt oppgir 84 prosent at de er positive til dette.
- Den positive holdningen gjelder i alle grupper, uansett kjønn, alder, utdanning og bosted.
- Det gjelder også blant de som er uinteresserte i kunst. Hele 7 av 10 som ikke er interessert i kunst er likevel positive til kunst i det offentlige rom.
- Det er heller ingen tendens til at personer med innvandringsbakgrunn er mindre interessert i eller positive til kunst i det offentlige rom enn de som ikke har innvandringsbakgrunn. Snarere tvert i mot.

2. Oslos innbyggere er også positive til kunstsamlingens virksomhet

- Kun 6 prosent er negative til at Oslo kommune eier, investerer i og forvalter en kunstsamling. Over 7 av 10 er positive.

3. Det er et stort potensielt publikum for Oslobiennalen 2019 slik den beskrives i undersøkelsen som «en stor visning av kunst i det offentlige rom som settes opp annethvert år».

- Hver tredje innbygger ser det som sannsynlig at de vil delta på Oslobiennalen 2019. Men få har hørt om den før.



NOEN HOVEDFUNN

4. Folk flest får med seg kunsten i det offentlige rom

- Flertallet er oppmerksomme på kunst i nærmiljøet sitt. Seks av ti oppgir at det er kunst/skulpturer utendørs i området der de bor. Flest sier dette i indre by sammenlignet med de som bor lengre unna sentrum. Det er også flere som opplever dette i Oslo øst enn i Oslo vest.
- Over seks av ti legger også ofte merke til kunst i det offentlige rom.
- Det er også god kjennskap til en del konkrete kunstverk. «Alle» kjenner Vigelandsanlegget i Frognerparken (99%). Omtrent halvparten husker å ha sett Marianne Heskens installasjon «House of Commons» foran Stortinget fra 2013. Færrest kjenner igjen Henry Moore-skulpturen på Huk (23%).

5. Også de unge er positive til kunst i byrommet og Oslobiennalen.

- De yngre (under 30 år) er noe mindre kunstinteresserte og har dårligere kjennskap til enkeltverk i byrommet og Oslos kunstsamling generelt. Likevel er de like positive til kunst i det offentlige rom og til kunstsamlingens virke som gjennomsnittet – samt er nesten like interessert i å delta på kunstbiennalen.

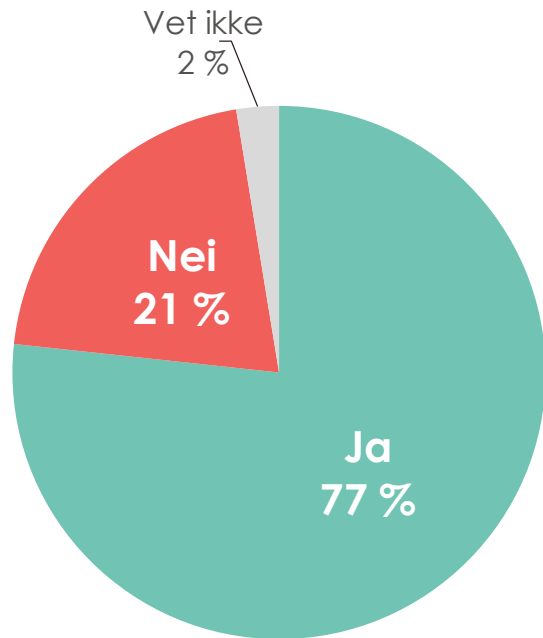


The background image shows a brick building with several windows, partially obscured by large, leafy green trees. In the foreground, there are some people sitting on benches, though they are out of focus. A semi-transparent teal rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the title text.

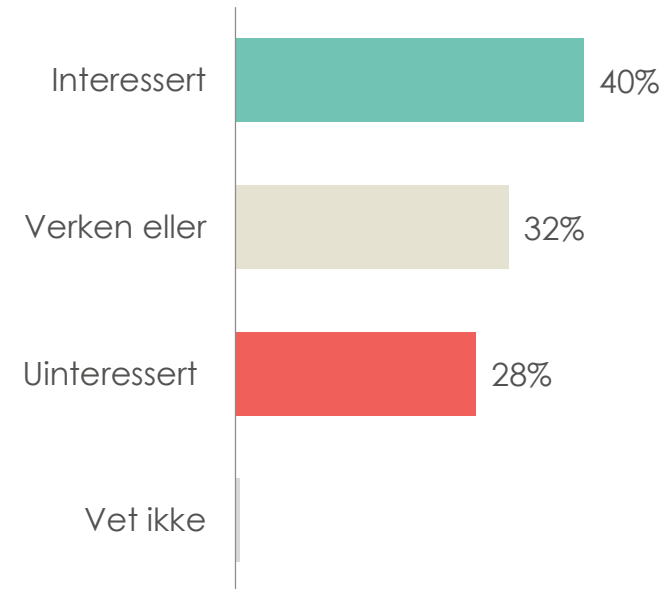
BAKGRUNN KUNSTINTERESSE I OSLOBEFOLKNINGEN

Kunstinteresse i Oslobefolkningen

3 av 4 har kunst hjemme

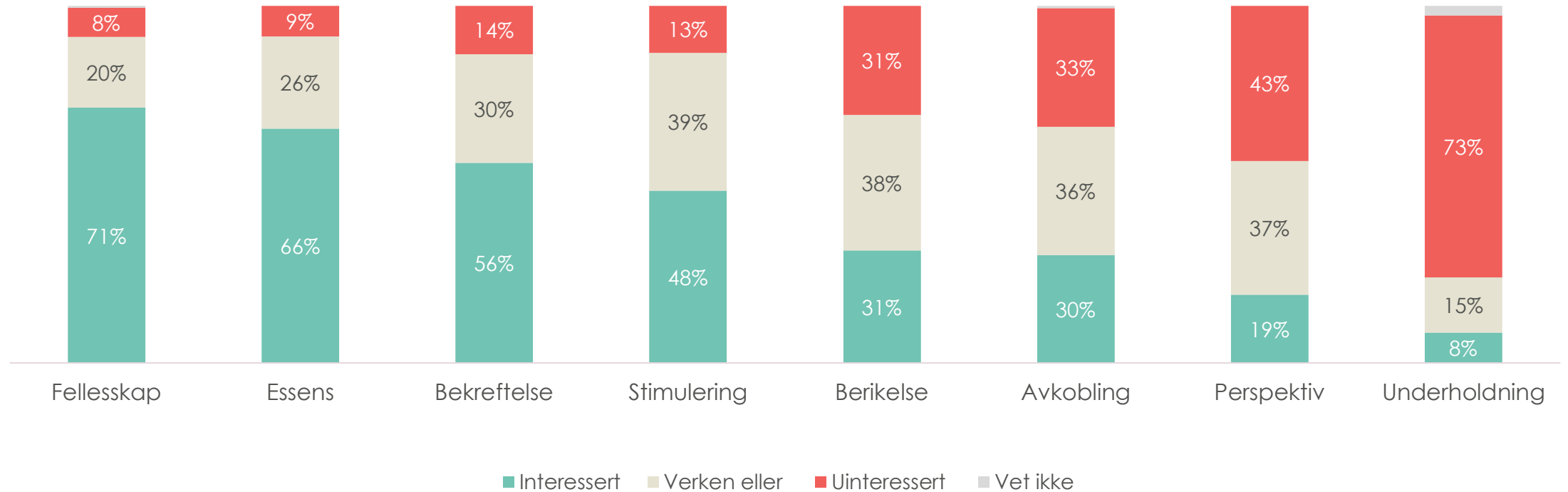


4 av 10 er interessert i kunst



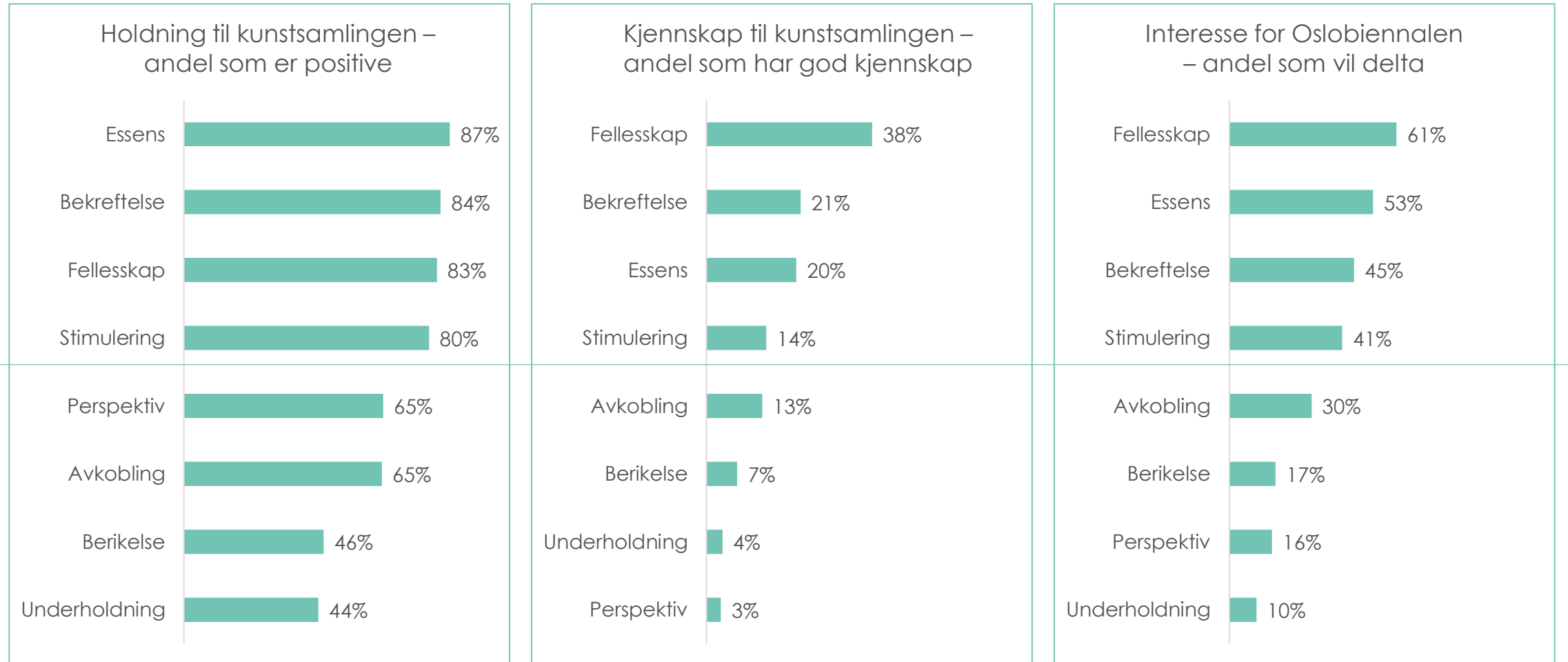
Kultursegmentene og kunstinteresse

Hvor interessert eller uinteressert er du generelt sett i kunst?



n=1000

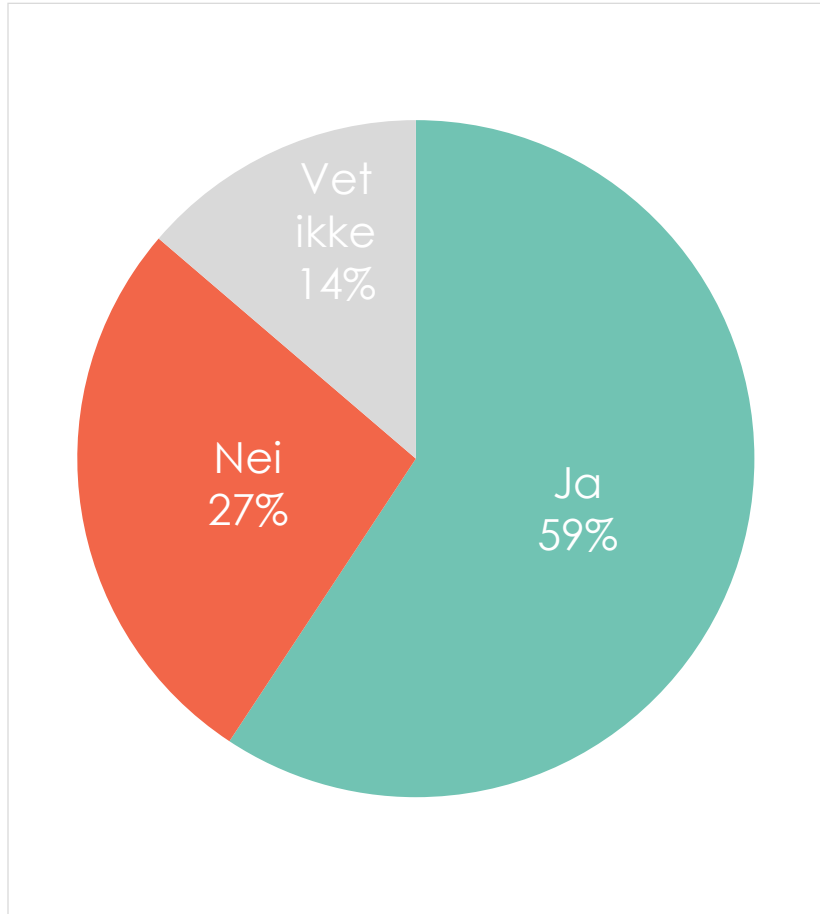
Kultursegmentene og holdninger til kunst og biennalen



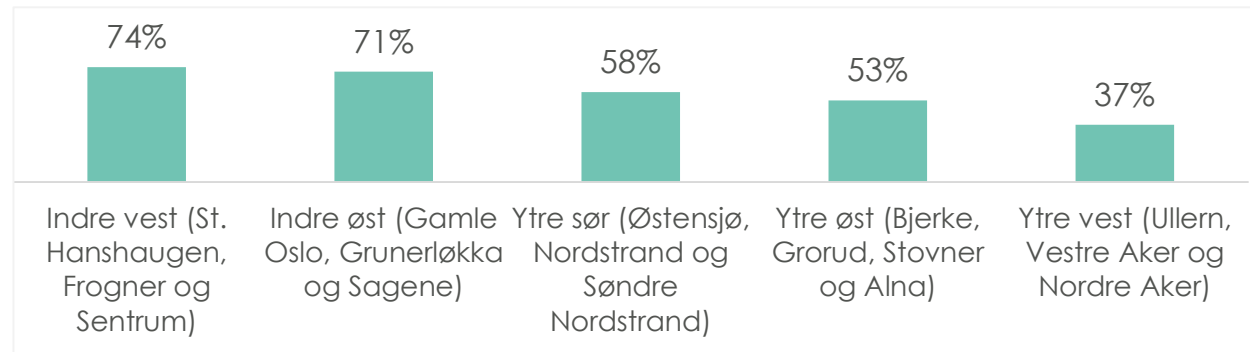


1 KJENNSKAP OG HOLDNINGER TIL
KUNST I DET OFFENTLIGE ROM

(Bevissthet om) kunst og skulpturer i nærmiljøet



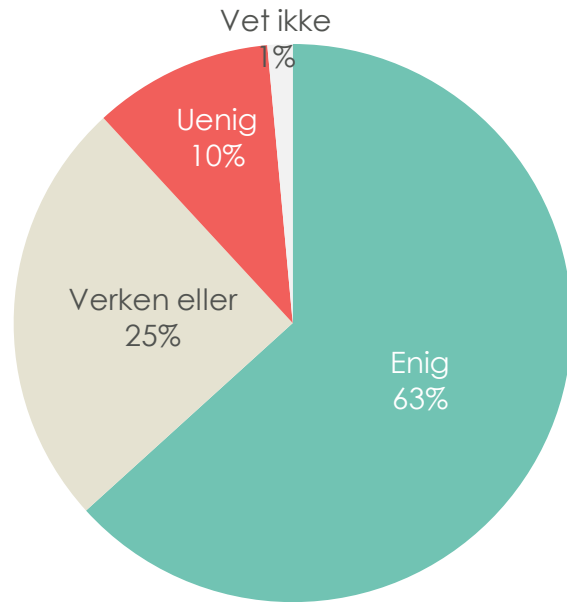
- Flertallet er oppmerksomme på kunst i nærmiljøet sitt.
- **6 av 10 oppgir at det er kunst/skulpturer utendørs i området der de bor.**
- De kunstinteresserte oppgir dette i noe større grad enn de som ikke er kunstinteresserte (64% versus 47%).
- Flest sier dette i indre by (72%) sammenlignet med ytre by og sør. Det er også flere som opplever dette i øst enn i vest (63% vs. 52%).



- Det er ingen store forskjeller knyttet til kjønn, alder, utdanning eller innvandringsbakgrunn på dette området.

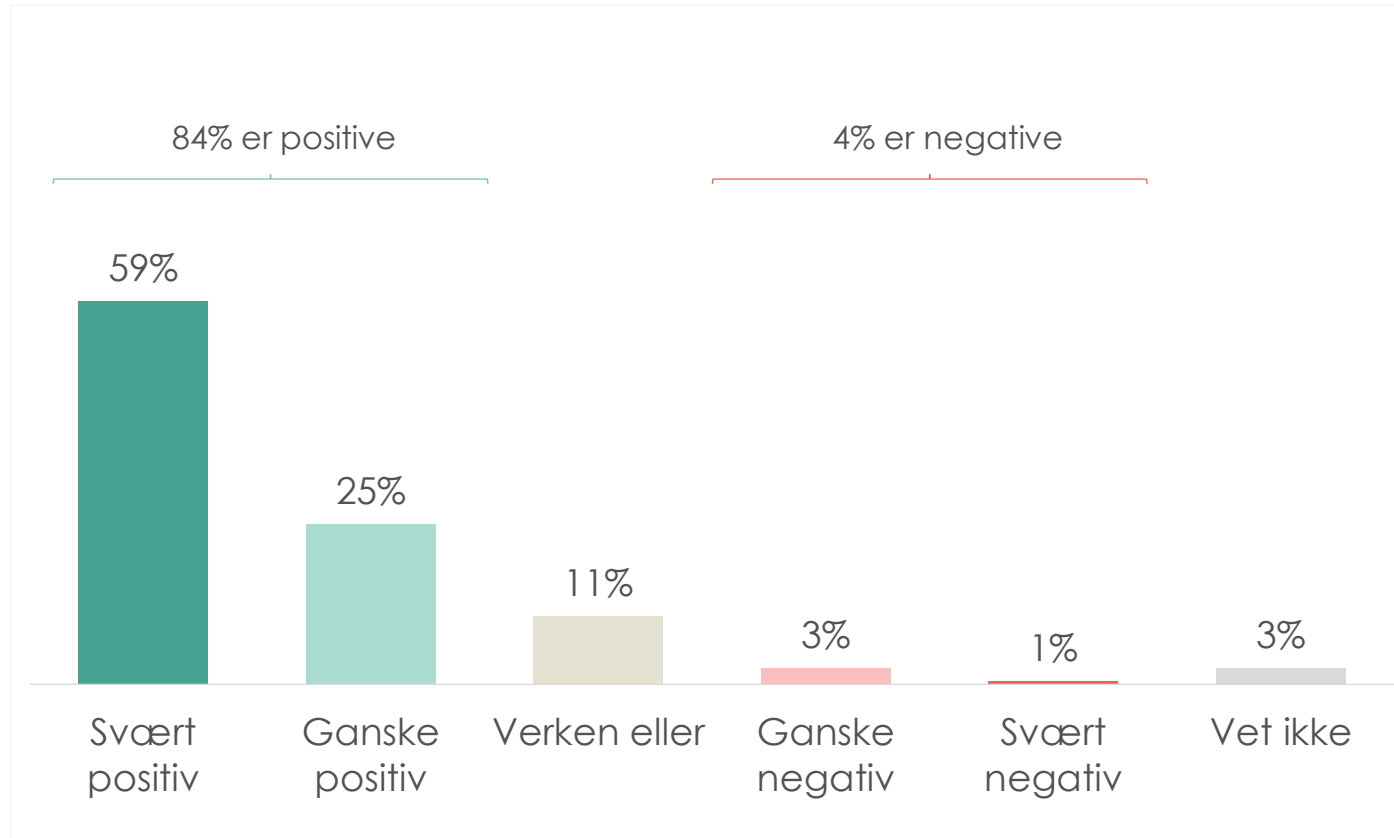
Bevissthet om kunst og skulpturer i det offentlige rom

«Jeg legger ofte merke til kunst i det offentlige rom»



- **Mer enn 6 av 10 legger ofte merke til kunst i det offentlige rom.** Kun 1 av 10 er uenig i at de gjør det.
- Dette gjelder i særlig grad for de som tilhører segmentene Fellesskap (88%), Essens (81%), Stimulering (80%) og Bekreftelse (76%).
- **Kvinner er klart mer oppmerksomme på kunsten i det offentlige rom enn menn (70% versus 56%).**

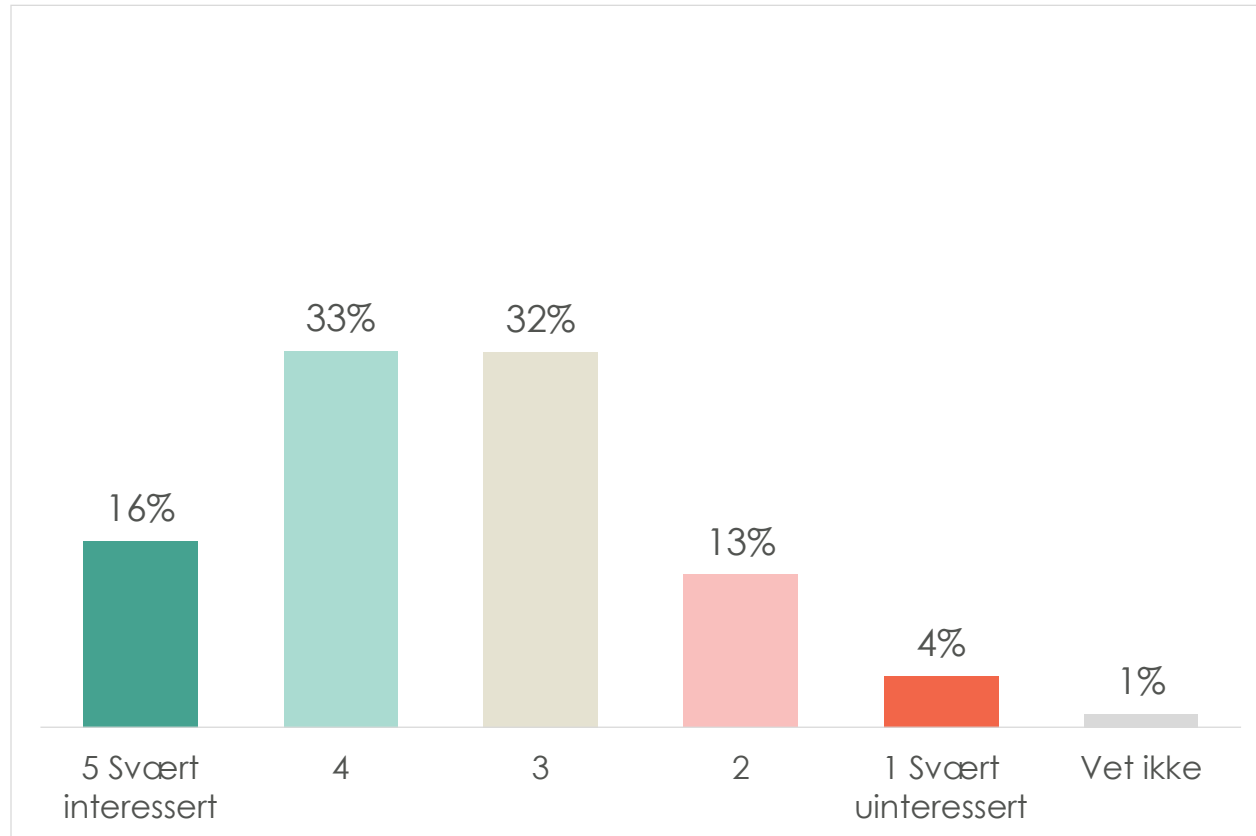
Holdning til kunst i det offentlige rom



Oslos innbyggere har en svært positiv holdning til kunst i det offentlige rom.

- De aller fleste (84%) oppgir at de er positive til kunst i det offentlige rom – det gjelder uansett kjønn, alder, utdanning, bosted eller innvandrerbakgrunn.
- Det gjelder også blant de som ikke er interessert i kunst: **Nesten 7 av 10 som er uinteresserte i kunst, sier likevel at de positive til kunst i det offentlige rom.**

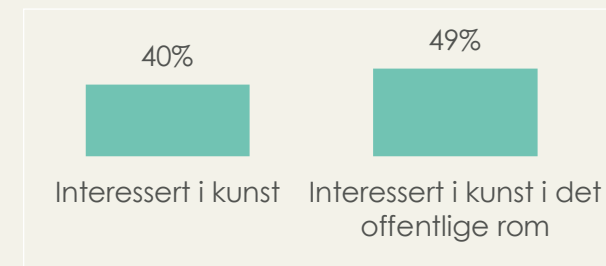
Annenhver er interessert i kunst i det offentlige rom



Halvparten av innbyggerne i Oslo oppgir at de er **interessert i kunst i det offentlige rom** (49%). Kun 18% oppgir at de er uinteresserte, mens resten er nøytrale eller vet ikke (32%).

Interessen øker med alderen - fra 43% blant de under 30 år til 61% blant de over 60 år.

Litt flere er interessert i kunst i det offentlige rom - enn i kunst generelt sett.

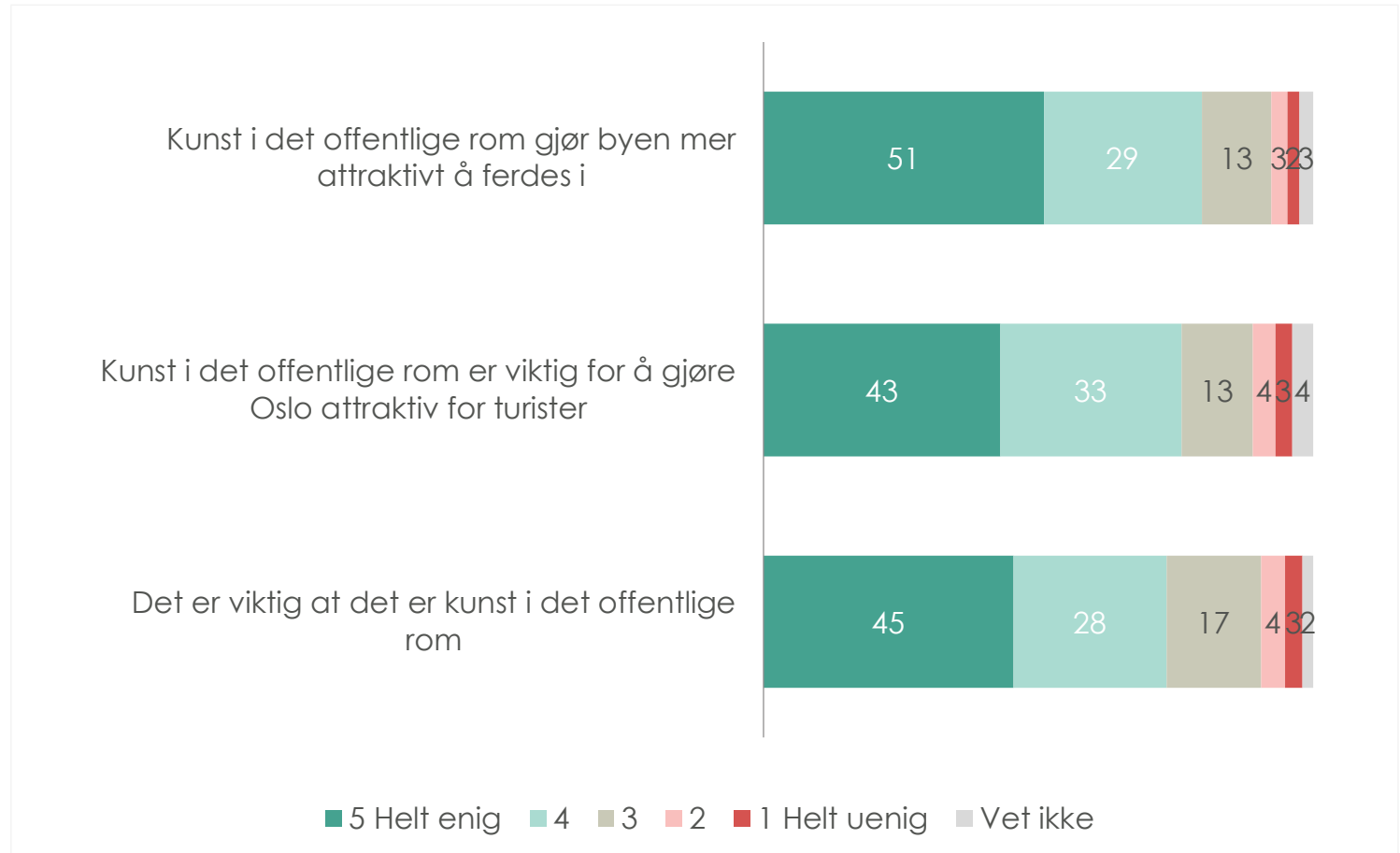


Kunsten gjør byen mer attraktiv

De aller fleste innbyggerne er enige i at kunst i det offentlige rom gjør Oslo mer attraktiv å ferdes i (80%).

Neste like mange mener det er viktig for å gjøre byen attraktiv for turister.

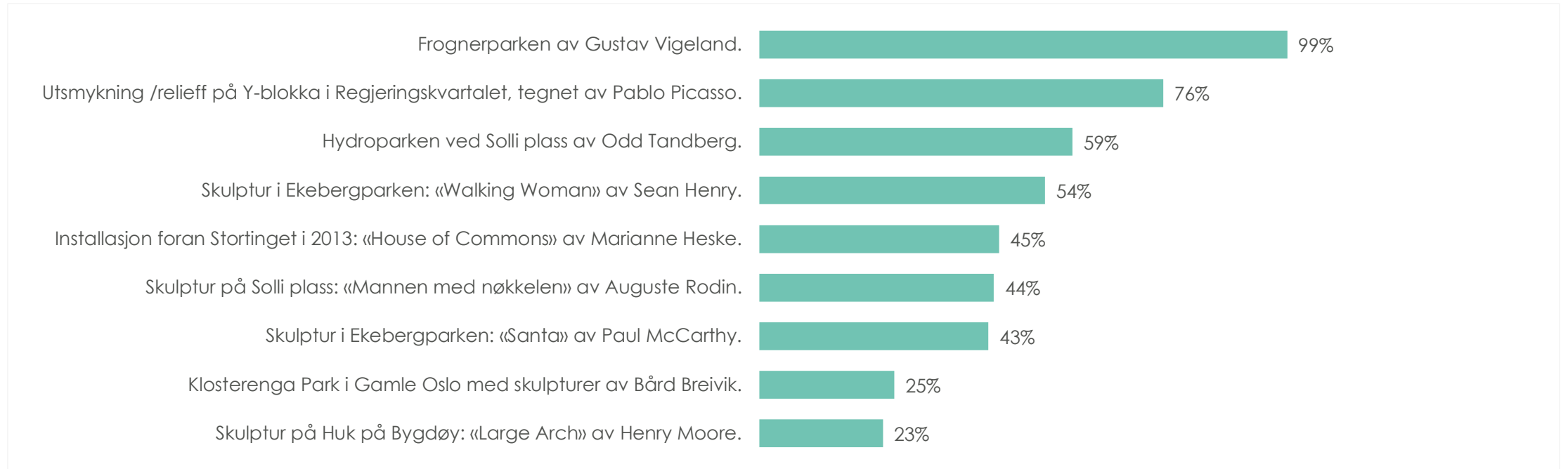
Totalt mener tre av fire det er viktig at det er kunst i det offentlige rom. Dette gjelder nesten i like stor grad blant de yngste under 30 år som de eldste over 60 år (74% vs. 78%). Det er heller ingen større forskjeller knyttet til utdanning i synet på dette.





2 KJENNSKAP OG HOLDNINGER TIL **OSLO KOMMUNES KUNSTSAMLING**

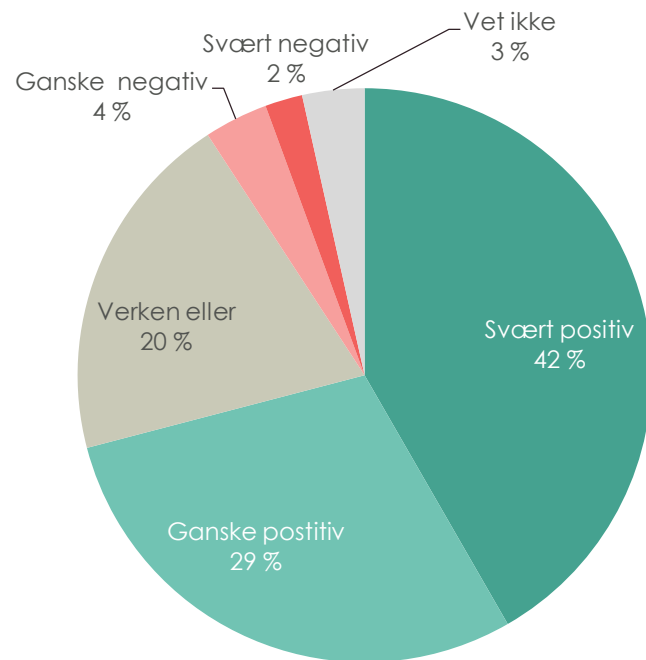
Kjennskap til kunst i det offentlige rom / kunstsamlingen



7 av 10 er positive til kunstsamlingens virke

?

Oslo kommune forvalter ny og historisk kunst plassert på tusen steder. Samlingen befinner seg både inne og utendørs i byen. Oslo kommunes kunstsamling består av 19 000 verk. Hvert år avsettes 0,5 % av kommunens årlige investeringsbudsjett til kunst. Generelt sett, er du positiv eller negativ til at Oslo kommune eier, investerer i og forvalter en kunstsamling?



Oslos innbyggere er positive.

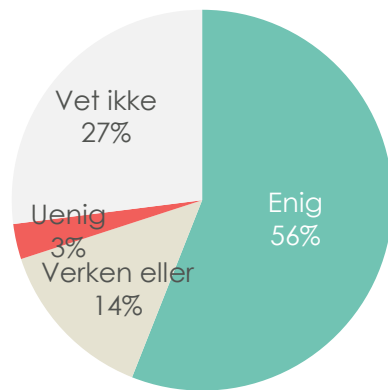
Kun 6% er negative til at Oslo kommune eier, investerer i og forvalter en kunstsamling.

- Kvinner er noe mer positive enn menn, men det er ingen store forskjeller knyttet til f.eks. alder og utdanning.
- De mest kunstinteresserte segmentene (essens, bekreftelse, fellesskap og stimulering) er også de mest positive.
- Det er igjen en tendens til at de som bor i indre by (øst og vest) er mer positive enn de som bor lengre ut.
- Det er ingen forskjell knyttet til innvandringsbakgrunn.

Kjennskap til Oslo kommunes kunstsamling

- Det er forholdsvis god bevissthet om at Oslo eier og forvalter en betydelig kunstsamling.
- **Over halvparten av innbyggerne vet i noen grad at Oslo kommune eier en stor kunstsamling.**

«Oslo kommune eier en omfattende kunstsamling»

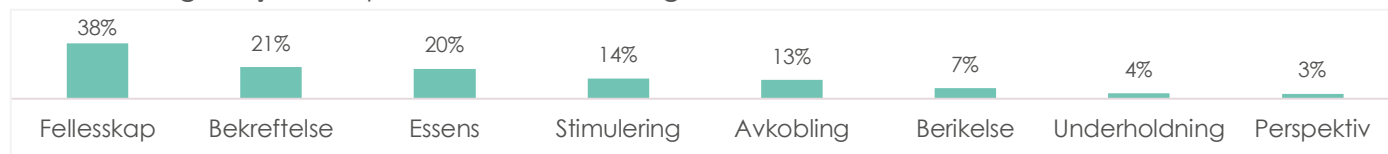


- **Omtrent hver syvende oppgir å ha god kjennskap til kunstsamlingen.**

Hvor godt eller dårlig kjenner du til Oslo kommunes kunstsamling?



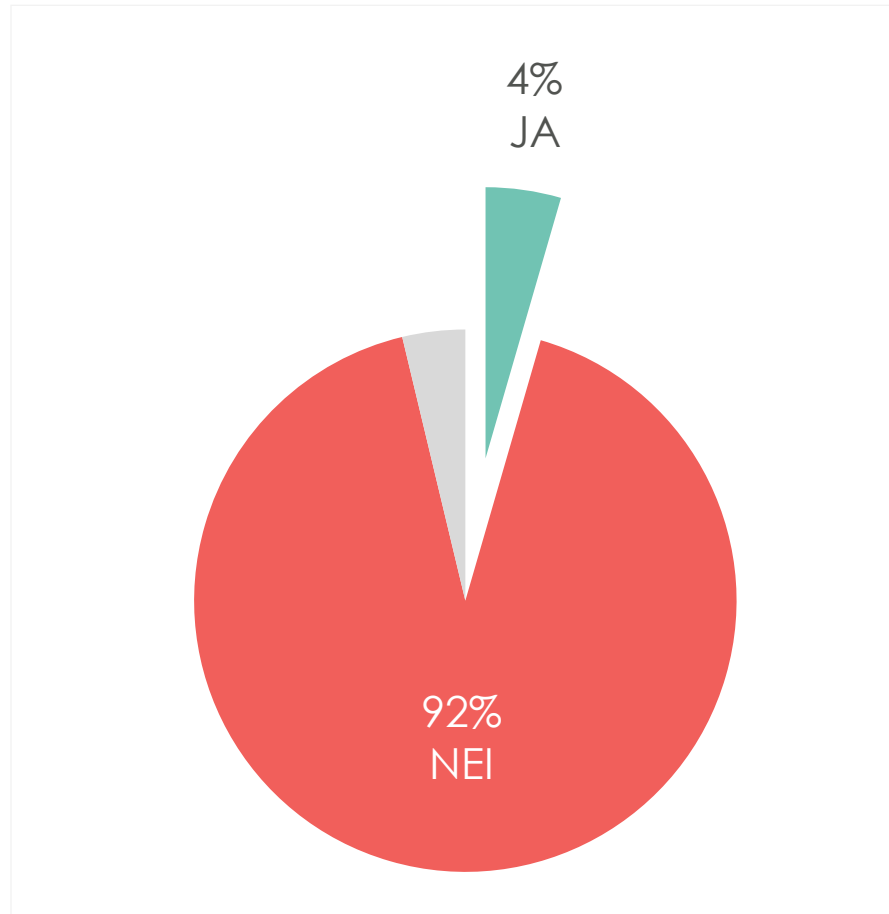
- De som har innvandringsbakgrunn har bedre kjennskap til samlingen sammenlignet med de som ikke har innvandringsbakgrunn (det gjelder både for 1. og 2. generasjon (begge 21%), samt de med ikke-vestlig bakgrunn (23%).
- Kjennskapen øker med alderen, fra ca. 1 av 10 under 30 år til ca. 2 av 10 over 60 år som har «god kjennskap».
- Segmentet Fellesskap har klart mest kjennskap av alle segmentene (38%), fulgt av Bekreftelse (21%), Essens (20%) og Stimulering (14%). Mens da resten av segmentene har mindre god kjennskap enn Oslo-befolkningen i snitt.





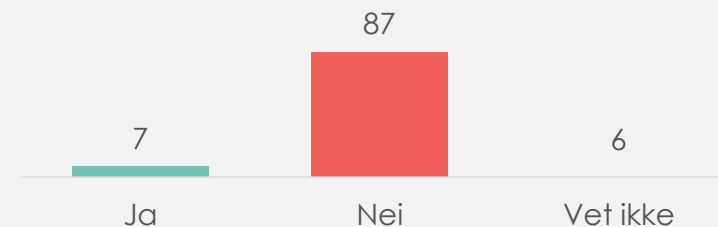
3 FORVENTNINGER OG INTERESSE KNYTTET TIL
OSLOBIENNALEN 2019

Kjennskap til Oslobiennalen



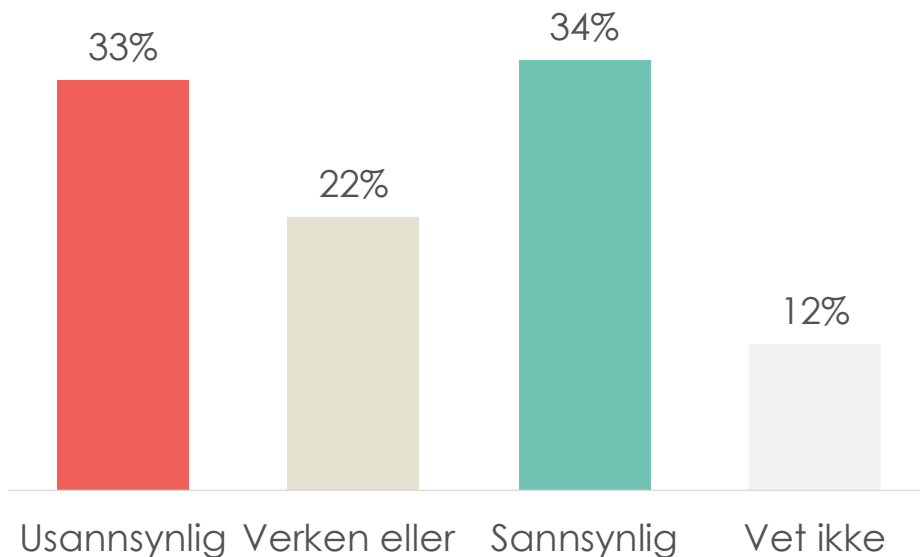
- **4 % har hørt om Oslobiennalen**
 - Segmentene Bekreftelse og Fellesskap har størst kjennskap til Oslobiennalen (begge 12%).
- **7 % har hørt om Oslo pilot**
- **27 % har hørt om Venezia biennalen**
(Hjulpet kjennskap: «En kunstbiennale er en stor visning av kunst i det offentlige rom som settes opp annethvert år. Venezia biennalen er kjent og viktig for den Italienske byen Venezia. Har du hørt om Venezia biennalen tidligere?»)

- **7 % har noen gang vært på en kunstbiennale**

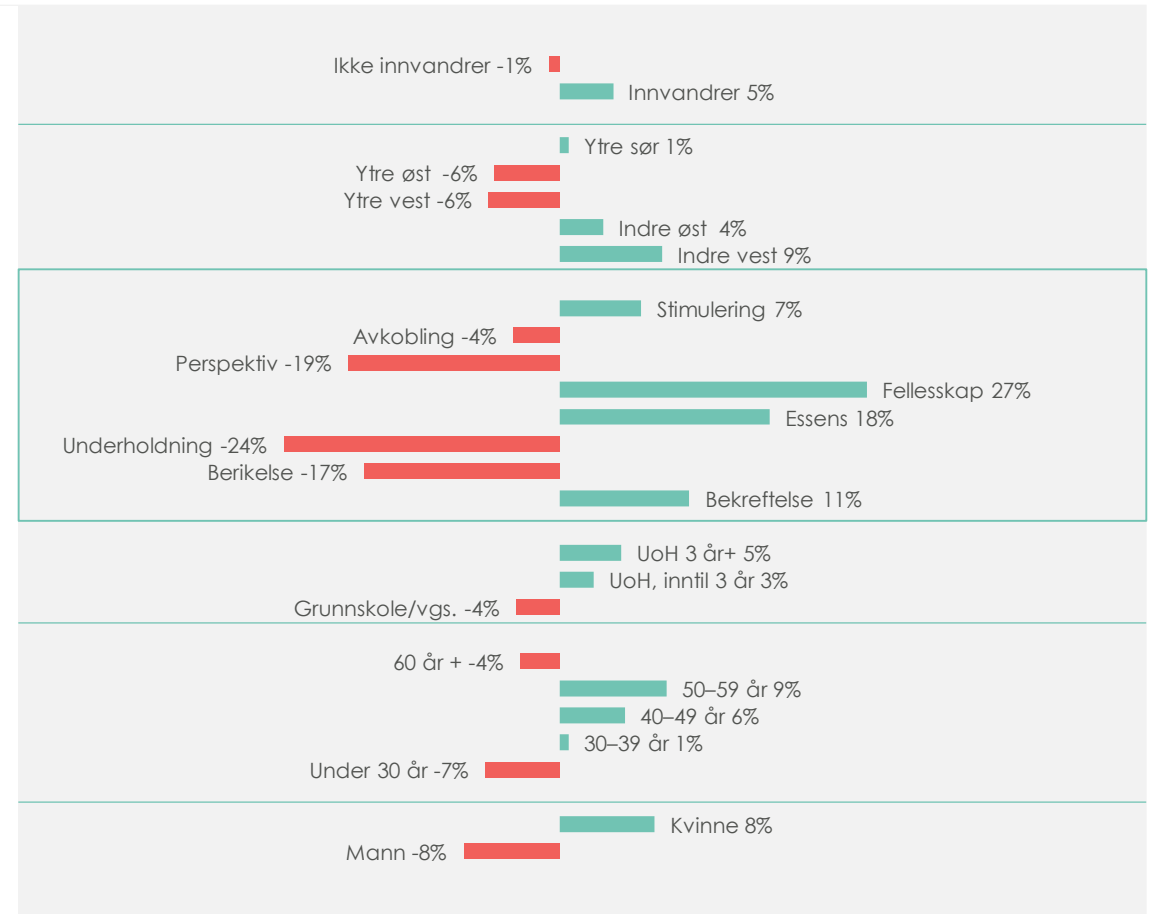


Sannsynlighet/interesse for å delta på Oslobiennalen

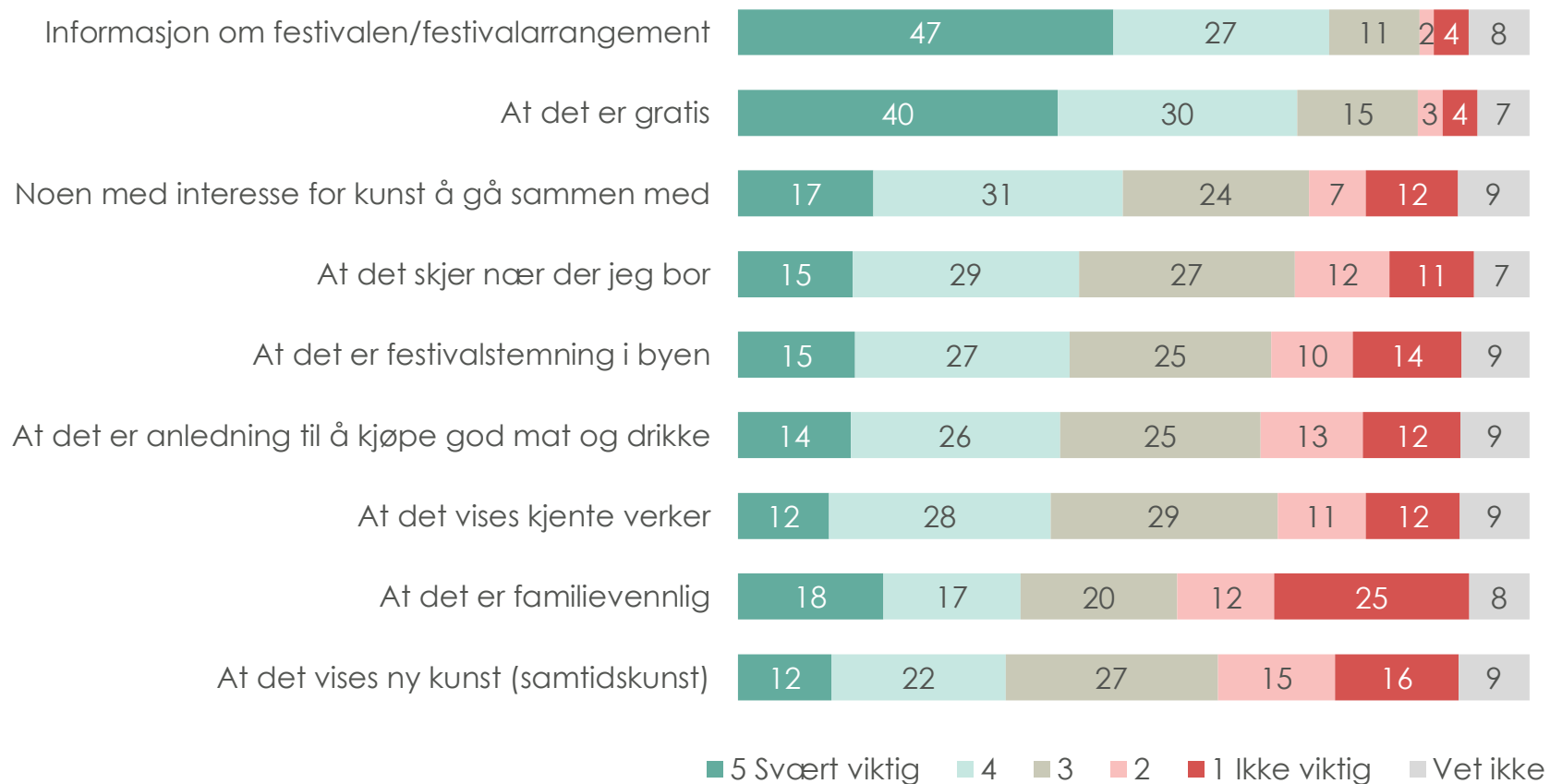
Hver tredje innbygger mener det er sannsynlig at de vil delta på Oslobiennalen. Like mange mener det er usannsynlig. Mens resterende tredel er usikre eller lunkne.



Andel som vil delta – antall prosentpoeng over/under snittet på 34 %



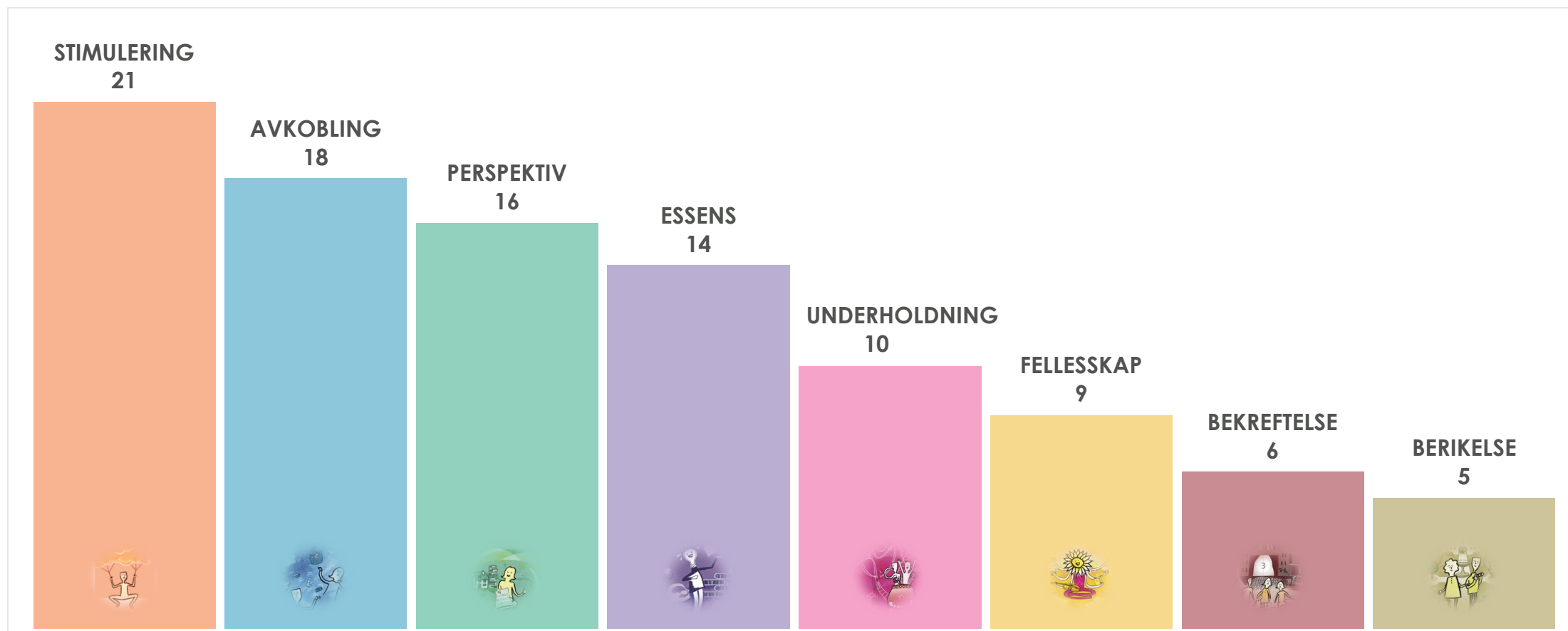
Hva er viktig for å delta på biennalen?





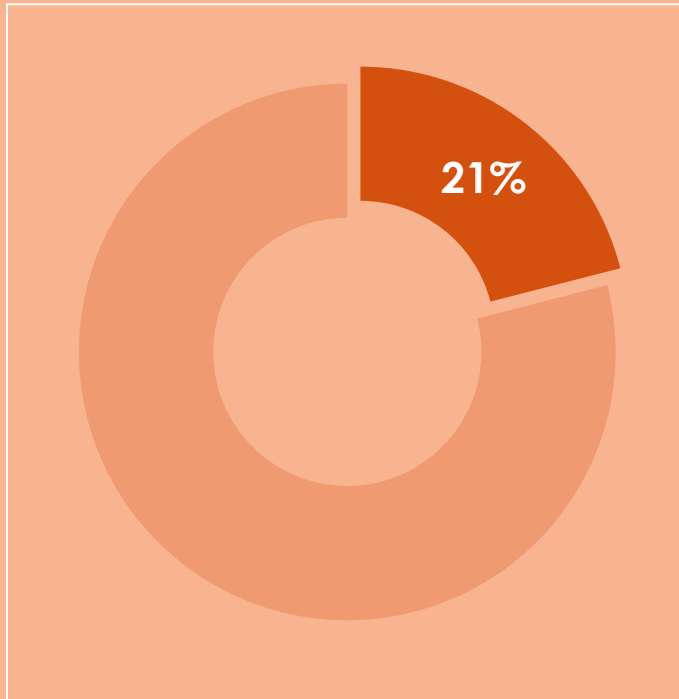
4 KJENNSKAP, INTERESSE OG HOLDNINGER I
ÅTTE KULTURSEGMENTER

Kultursegmentene («Culture Segments») i Oslo



* Alle tall er i prosent

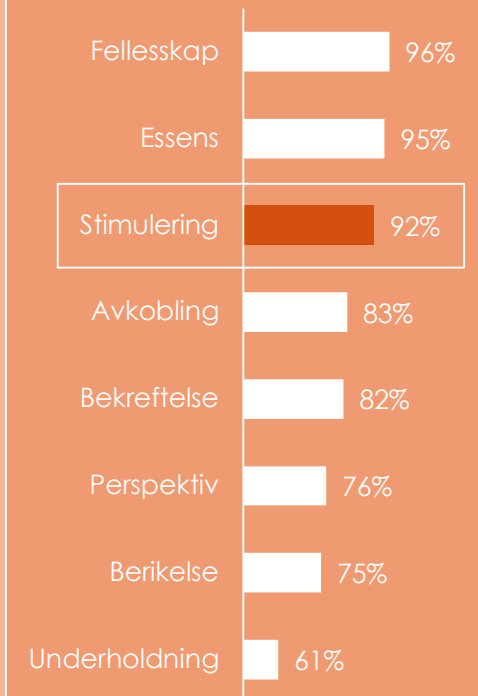
STIMULERING



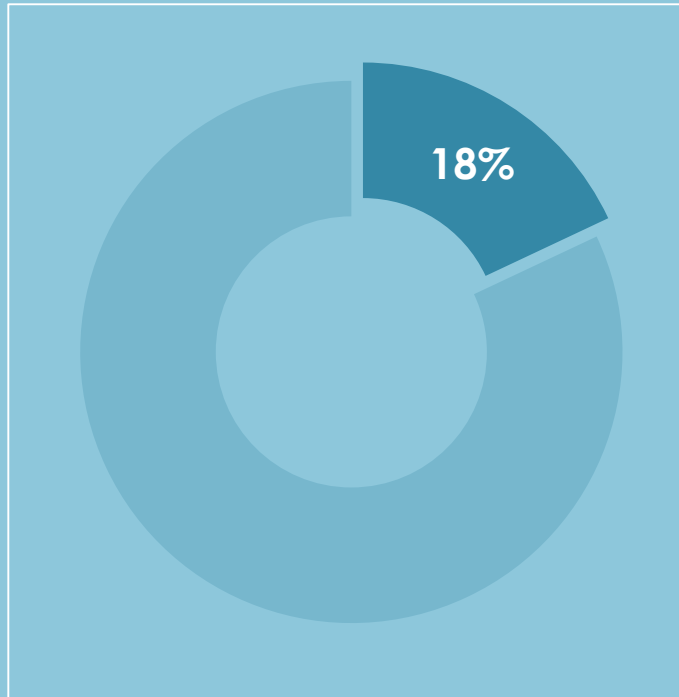
- Aktiv
- Eksperimentell
- Oppdagelse
- I tiden

- Stimulering er et ungt segment. Det er like mange kvinner som menn i dette segmentet. De bor i stor grad i indre by.
- Over 9 av 10 er positive til kunst i det offentlige rom (nest mest av alle segmentene). Like mange mener at kunst i det offentlige rom gjør byen mer attraktiv å ferdes i.
- Stimuleringssegmentet har høyere kjennskap til de konkrete kunstverkene som vises frem i undersøkelsen enn snittet i Oslo. Kjennskapen til Oslo kommunes kunstsamling er som snittet.
- 41 % av stimuleringssegmentet mener det er sannsynlig at de vil delta på Oslobiennalen – som er litt høyere enn snittet og fjerde mest av alle segmentene. Den viktigste faktoren for å delta er informasjon (86 %).
- Dette er i stor grad festivalmennesker. 2 av 3 har vært på Øyafestivalen, som er nest mest blant alle segmentene.

Andel positive til kunst i det offentlige rom



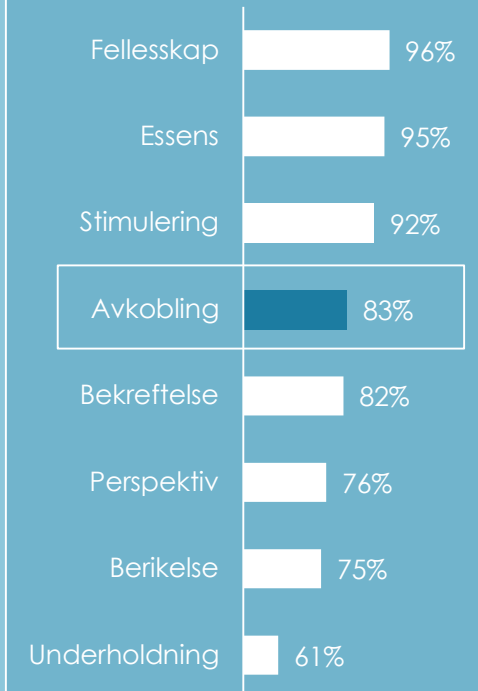
AVKOBLING



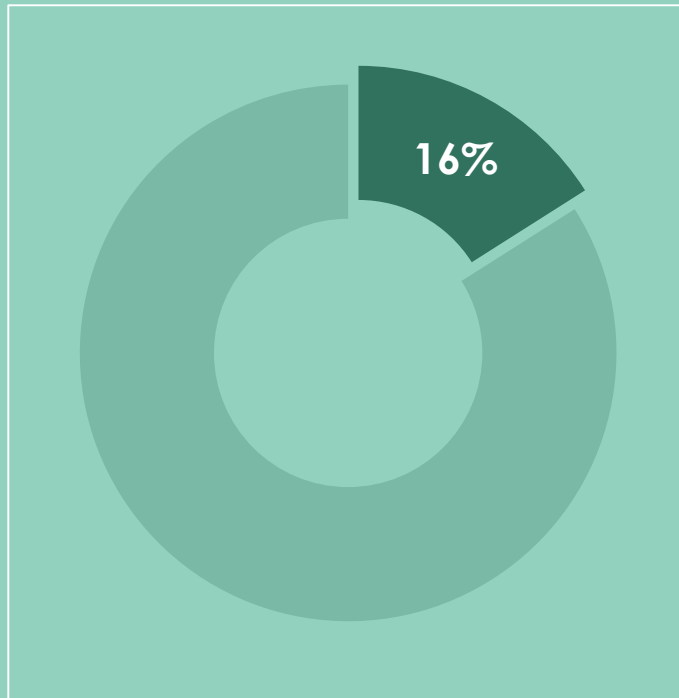
- Opptatt
- Ambisiøs
- Prioriterende
- Tankefull

- Halvparten av de som er i dette segmentet er under 40 år. Det er like mange kvinner som menn.
- De som er i avkoblingssegmentet preges ofte mer av tidsklemma enn andre segmenter.
- De er som snittet for Oslo når det gjelder utdanning og inntekt, samt bosted.
- 83 % av de som er i avkoblingssegmentet er positive til kunst i det offentlige rom (som er omtrent som gjennomsnittet).
- De er gjennomgående noe mer nøytrale til ulike sider ved kunst i det offentlige rom og kunstbiennalen enn de andre segmentene.
- De har litt under gjennomsnittlig kjennskap til de konkrete kunstverkene som listet opp.
- 17 % av de i avkoblingssegmentet mener det er sannsynlig at de vil delta på Oslobiennalen – som er godt under snittet. Den aller viktigste faktoren for å delta er at det er gratis (71 %).

Andel positive til kunst i det offentlige rom



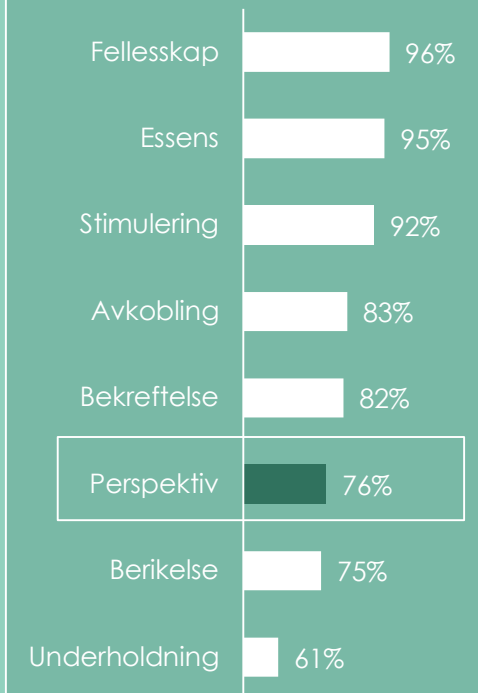
PERSPEKTIV



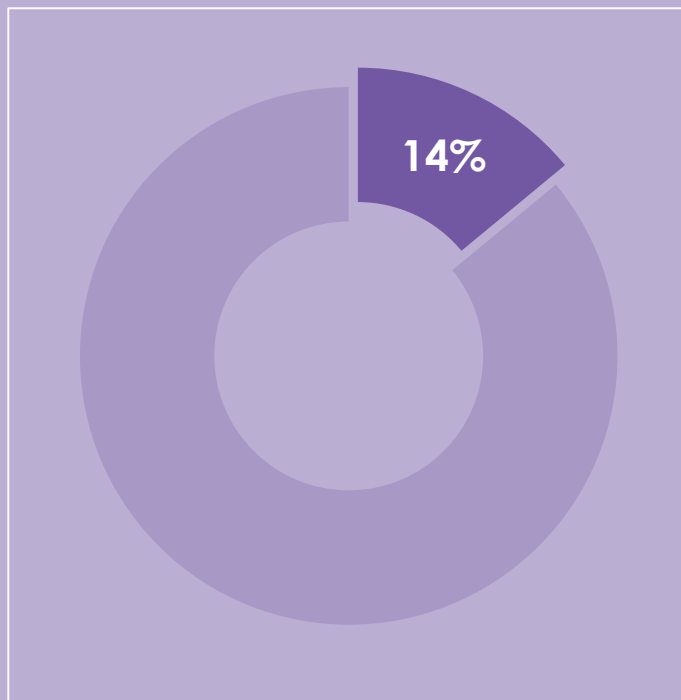
- Etablert
- Selvstendig
- Fokusert
- Fornøyd

- Dette er typisk en godt voksen mann, og med litt lavere utdanning enn snittet i Oslo.
- De bor i klart større grad i bydeler i øst (64%) enn noe annet segment.
- Perspektiv er segmentet som i størst grad har fokus på egne intellektuelle og kulturelle interesser.
- 3 av 4 er positive til kunst i det offentlige rom (som er litt under snittet for Oslo). De er også under snittet interessert i kunst i det offentlige rom.
- Perspektivsegmentet har lavere kjennskap enn snittet til alle de spesifikke kunstverkene som listes opp i undersøkelsen. De har også dårligere kjennskap til kommunens kunstsamling generelt sett.
- Kun 16 % mener det er sannsynlig at de vil delta på Oslobiennalen – som er nest minst av alle segmentene. Den viktigste faktoren for å delta er informasjon (86 %).

Andel positive til kunst i det offentlige rom



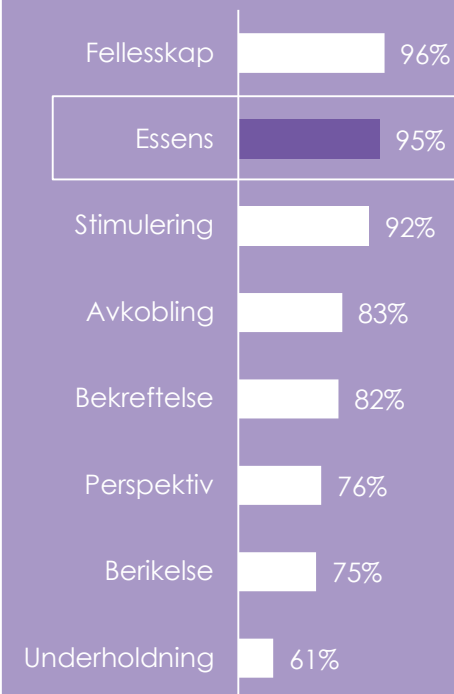
ESSENS



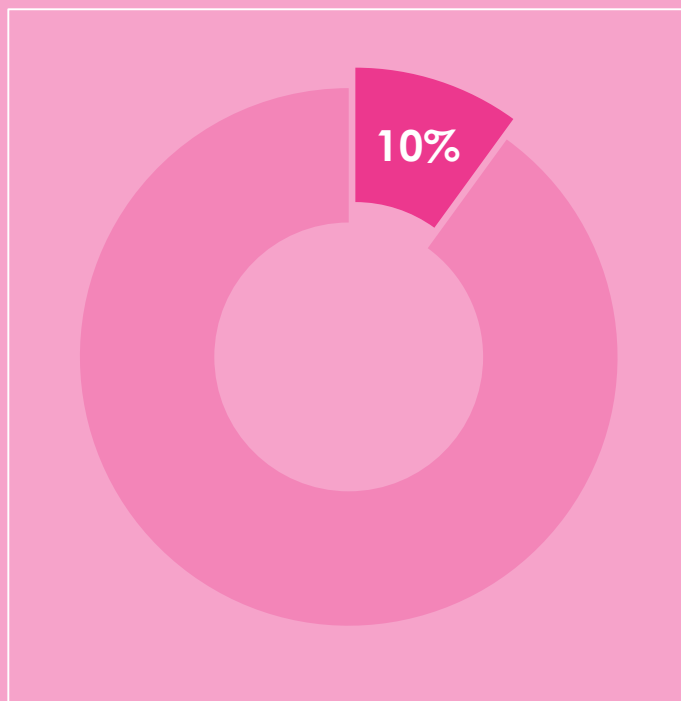
- Forstandig
- Spontan
- Uavhengig
- Sofistikert

- Det er overvekt av kvinner i essenssegmentet (61 %). De befinner seg i alle aldersgrupper, har forholdsvis høy utdanning, men lav inntekt.
- De har generelt sett høy kunstinteresse. To av tre i dette segmentet oppgir at de er interessert i kunst, som er nest mest av alle segmentene.
- Hele 95 % er positive til kunst i det offentlige rom (som også er nest mest av alle segmentene).
- 89 % mener at kunst i det offentlige rom gjør byen mer attraktiv å ferdes i. Like mange mener det er viktig at det er kunst i det offentlige rom.
- De er mer positive til kommunens kunstsamling enn noe annet segment. De har også over gjennomsnittlig kjennskap til samtlige kunstverk som listes opp i undersøkelsen.
- Annenhver mener det sannsynlig at de vil delta på Oslobiennalen. Den viktigste faktoren for å delta er informasjon (86 %).

Andel positive til kunst i det offentlige rom



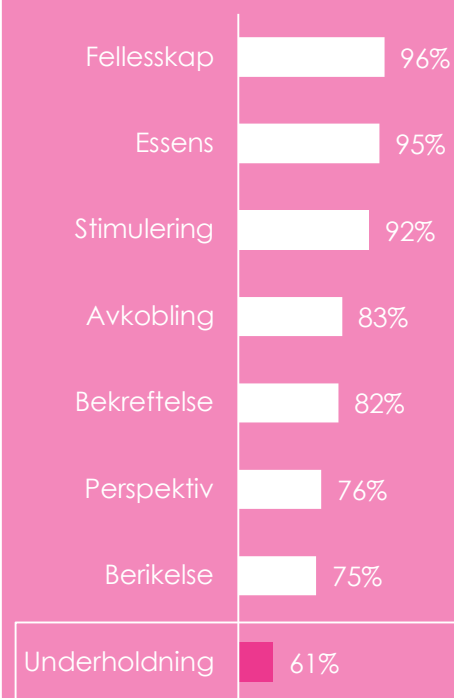
UNDERHOLDNING



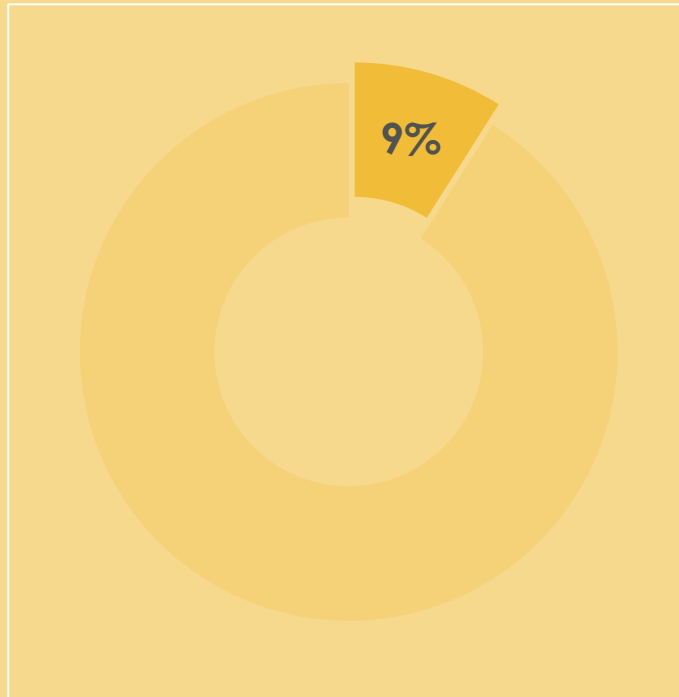
- Forbrukere
- Populærorienterte
- Fritid
- Konvensjonelle

- Underholdning er det mest mannsdominerte av alle segmentene. Hele 64 prosent er menn.
- Det er også overvekt av unge, under 40 år. Mange har lav utdanning, men vanlig inntekt.
- De som er i underholdningssegmentet er i all hovedsak ikke interessert i kunst – kun 8 % sier de er interessert i kunst. De har mindre kjennskap til kunstsamlingen og kunstverkene i byrommet enn alle de andre segmentene.
- Likevel er flertallet i dette segmentet (61%) positive til kunst i det offentlige rom. Og 44 % er positive til kunstsamlingens virke.
- Kun 1 av 10 i underholdningssegmentet anser det sannsynlig at de deltar på Oslobiennalen – som er klart minst av alle segmentene. Gratis inngang og informasjon om biennalen har størst betydning for å delta.
- Generelt tiltrekkes dette segmentet av mer spektakulære arrangementer, helst med kjente navn og merkevarer.

Andel positive til kunst i det offentlige rom



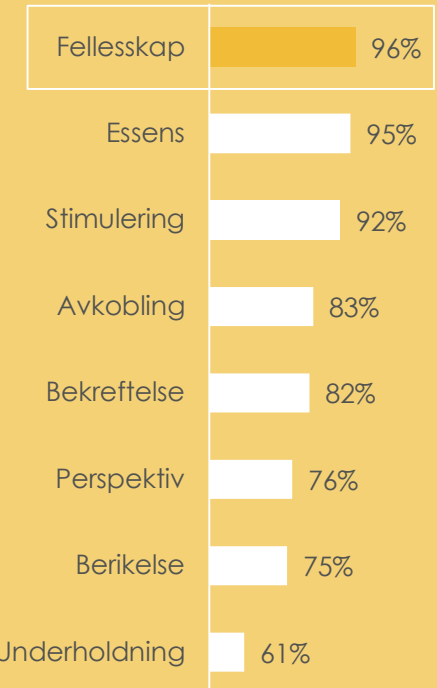
FELLESSKAP



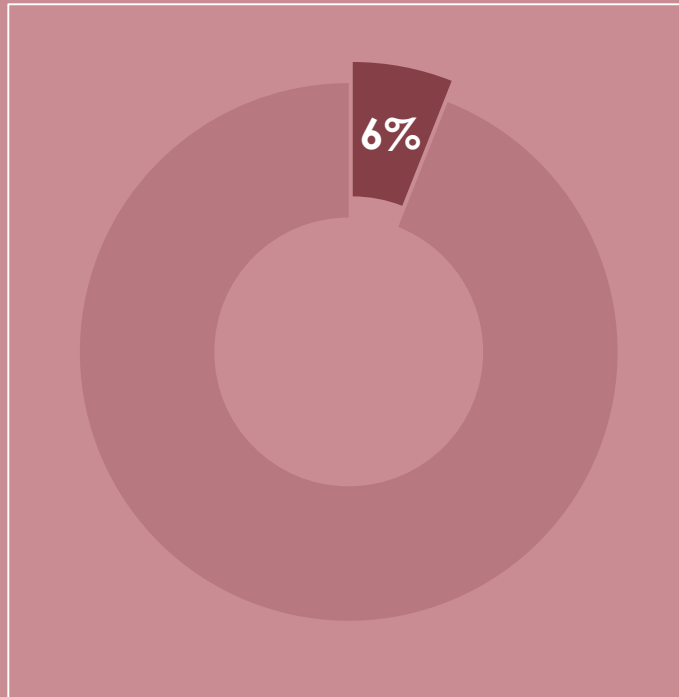
- Mottakelig
- Selvsikker
- Fellesskap
- Ekspressiv

- Fellesskapssegmentet har klar kvinnedominans. Kvinnene befinner seg i alle aldersgrupper og bydeler. Det er også høy andel som har innvandringsbakgrunn – høyere enn noe annet segment.
- Dette er først og fremst et svært kunstinteressert segment: 71 % er interessert i kunst.
- Hele 96 % er positive til kunst i det offentlige rom (som er mest av alle segmentene). 74 % er også interessert i kunst i det offentlige rom.
- De som er i fellesskapssegmentet har god kjennskap til kunstverkene i byen. De har også god kjennskap til kunstsamlingens virke generelt - over dobbelt så mange har god kjennskap til samlingen her, sammenlignet med gjennomsnittet i Oslo.
- 61 % mener det sannsynlig at de vil delta på Oslobiennalen (som er mest av alle segmentene). De er særlig opptatt av at det vises kjente verker.

Andel positive til kunst i det offentlige rom



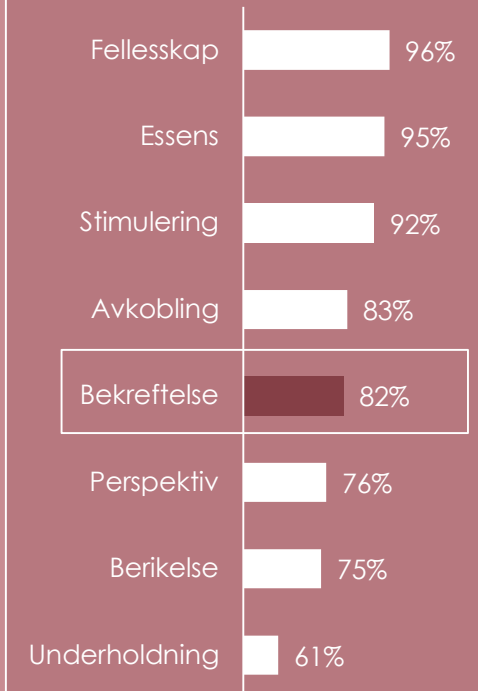
BEKREFTELSE



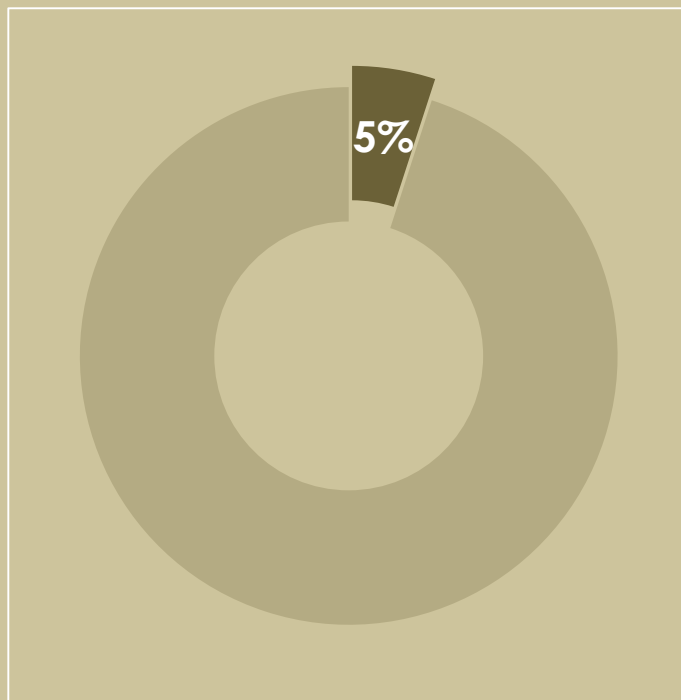
- Egenidentitet
- Streben
- Kvalitetstid
- Forbedring

- Bekreftelse er et segment hvor kvinner dominerer. Vi finner både yngre og eldre kvinner i dette segmentet – og gjerne med høy utdanning. Dette segmentet har også nest høyest andel med innvandringsbakgrunn sammenlignet med de øvrige segmentene.
- 82 % er positive til kunst i det offentlige rom. Hele 93 % mener det gjør byen mer attraktiv å ferdes i (som er mest av alle segmentene). Mange oppgir også at de er interessert i kunst i det offentlige rom (65 %).
- Bekreftelsessegmentet har i stor grad fått med seg de ulike kunstverkene som nevnes i undersøkelsen. De har også bedre kjennskap til Oslo kommunes kunstsamling enn snittet.
- 45 % mener det er sannsynlig at de vil delta på Oslobiennalen – som er over snittet og tredje mest av segmentene. De legger særlig stor vekt på at det er festivalstemning i byen om de skal delta.

Andel positive til kunst i det offentlige rom



BERIKELSE



- Moden
- Tradisjonell
- Kulturarv
- Nostalgisk

- Dette er et godt voksent segment. Halvparten av de som hører hjemme i segmentet Berikelse er over 60 år. De bor i minst grad i indre by.
- De er under snittet interessert i kunst generelt sett, og har i mindre grad sett verkene som nevnes i undersøkelsen enn gjennomsnittet i Oslo.
- De har god kjennskap til at Oslo kommune eier en stor kunstsamling, og er også positive til kunstsamlingens virke (84 %).
- 3 av 4 er positive til kunst i det offentlige rom generelt sett.
- 17 % av bekreftelsessegmentet mener det er sannsynlig at de vil delta på Oslo biennalen – som er nest minst av alle segmentene. Den viktigste faktoren for å delta er informasjon om kunstbiennalen (62 %).

Andel positive til kunst i det offentlige rom





Opinion:

npu

Norsk
Publikumsutvikling