

Syv innspill til økt inkludering og integrering i kunst- og kulturlivet

—

Notat

November 2016

Integrering og inkludering i kunst- og kulturlivet

Bakgrunn	3
Innspill 1 # Kulturell inkludering	3
<i>Publikumsutviklings-triangelet</i>	3
Innspill 2 # Målgruppeforståelse	5
<i>Norskfødte og innvandrere med kort botid</i>	5
Innspill 3 # Norsk publikumsutvikling	6
<i>Ressurssenter for publikumsutvikling i institusjonsfeltet</i>	6
Innspill 4 # Kunnskapsbank	6
<i>Undersøkelser som gir operasjonell kunnskap</i>	6
Innspill 5 # Kunnskapsdeling	8
<i>NPU-konferansen</i>	8
<i>Arts & Audiences-konferansen</i>	8
Innspill 6 # Beste praksis	9
<i>Inkluderingsprisen</i>	9
Innspill 7 # OPS-finansiert formidlingsaktør	10
<i>Bro mellom ulike felt</i>	10
<i>Fakta om Apropa Cultura</i>	10
Oppsummering og konklusjon	11

Notat: Syv innspill til økt integrering og inkludering i kunst- og kulturlivet

Bakgrunn

21. november inviterte Kulturdepartementet til innspillsmøte. Tema var hvordan regjeringen kan legge til rette for at kulturinstitusjoner og kulturaktiviteter kan bidra til økt inkludering og integrering i kunst- og kulturlivet.

KUD hadde på forhånd mottatt 60 innspill som viser stor innsatsvilje og aktivitet på området. Disse innspillene er gjort tilgjengelig for Norsk publikumsutvikling med tanke på evaluering og synliggjøring av best praksis i feltet i forbindelse med NPU-prisen.

Kulturministeren gjorde rede for at det i regi av det norske formannskapet i Nordisk ministerråd blir satt i gang et 3-årig prosjekt, 2017-2019, for å styrke kunnskapsdelingen på feltet i Norden. Prosjektet er lagt til Kulturrådet.

En av de viktigste tilbakemeldingene fra møtet 21. november slik NPU erfarer det, er at institusjonene etterlyser kunnskapsdeling og stimuleringstiltak på tvers, både når det gjelder formidling og kommunikasjon, samt registrering og evaluering av best praksis. NPU er en aktør som arbeider med nettopp å møte disse behovene. Vi mener det er naturlig å bruke NPU til å løse flere av oppgavene som etterlyses.

I dette notatet benytter vi anledningen til å komme med innspill til både begrepsbruk og distinksjoner mellom målgrupper, samt forslag til organisasjonsbygging og utvikling. Vi foreslår blant annet å opprette en ny inkluderingspris, en kunnskapsbank for kulturell inkludering og en OPS-finansiert formidlingsaktør etter forbilde av spanske Apropa Cultura.

Innspill 1 # Kulturell inkludering

Publikumsutviklings-triangelet

Publikumsutvikling i institusjonene er viktig av flere hensyn. Det handler om den enkelte institusjonens bærekraft og handlingsrom, men også om institusjonenes og feltets legitimitet. Uten økt oppslutning blant et bredt publikum vil legitimiteten til institusjonene forminskes, noe som vil forvitte det norske kulturlivet.

Publikumsutvikling er et forholdsvis nytt og umodent begrep og praksisfelt i Norge. NPU erfarer at ulike premissleverandører og kunnskapsmiljøer opererer med ulik forståelse av begrepet, og herav ulike forventninger til hva et senter for publikumsutvikling skal levere av kunnskap og tjenester. I et notat utarbeidet i desember 2015, gjengitt i Performa-rapporten til KUD mars 2016, foreslår vi etablering av distinksjonen mellom tre ulike typer publikumsutvikling, basert på de tre mest vanlige måtene å beskrive målsettingene: Økte inntekter, større kunstnerisk gjennomslagskraft eller økt sosiodemografisk mangfold. Det siste omtales ofte som *samfunnsansvaret*.

Triangelets utkanter preges av følgende hovedmotivasjoner med dertil hørende mål og midler:

- 1) Økonomisk motivert – fokus på økt billettsalg, høyere inntekter og gjenkjøp. Mål: Økonomisk forutsigbarhet og handlefrihet.
- 2) Kunstnerisk motivert – fokus på formidling og smakskultivering. Mål: Økt interesse for, og mottakelighet for, kunstformen i det generelle kulturmarkedet, noe som igjen gir økt kunstnerisk handlingsrom/gjennomslagskraft.
- 3) Sosialt/politisk motivert – fokus på kulturell inkludering, samfunnsansvar. Mål: Ønske om å glede, men også å tilby en arena for sosial mobilitet, til grupper som står i fare for å falle utenfor samfunnet.

I praksis handler publikumsutvikling om å arbeide langsiktig med relasjonsbygging til nye publikumsgrupper, som man ut fra en miks av kunstnerisk visjon, samfunnsansvar og økonomiske realiteter, finner formålstjenlig. En institusjon som ser muligheter på alle tre områder vil operere i midten av trekanten – og ha en god balanse mellom de tre formålene.

I foreliggende forslag til statsbudsjett 2017 foreslås NPU strøket fra Kap. 320 Post 78 Ymse faste tilskudd. I forslaget benytter KUD begrepsbruken vi lanserer i vårt notat. Sitat:

Formålet med tilskuddet til Norsk publikumsutvikling har vært å styrke medlemmenes arbeid med publikumsutvikling, både økonomisk, inkluderende og kunstnerisk. Arbeidet med økonomisk og kunstnerisk publikumsutvikling forutsettes videreført av institusjonene selv, som en naturlig del av deres ordinære drift. Videre drift av Norsk publikumsutvikling bør fullt ut dekkes av medlemmene.

Arbeidet med kunstnerisk og økonomisk motivert publikumsutvikling forutsettes å inngå som en naturlig del av institusjonenes drift. Det sies ikke noe om hvordan det sosiale inkluderings-utfordringen skal håndteres av institusjonene i det videre arbeidet. I møtet 21. november understreker kulturministeren at dette arbeidet ikke skal styres fra toppen gjennom direktiver, og at institusjonene må eie dette selv. På møtet etterlyser likevel flere av institusjonene en støttefunksjon. Det er vårt inntrykk at hele inkluderingsfeltet - både institusjonene og det frivillige feltet - hovedsakelig etterspør to ting: Økt flerkulturell kompetanse og en koordinerende enhet.

Innspill: *Vi anbefaler at det skilles mellom økonomisk, kunstnerisk og sosialt motivert publikumsutvikling og at KUD legger til rette for et koordinerende ressurs- og kompetansesenter for publikumsutvikling, med et tydelig oppdrag når det gjelder kulturell inkludering i institusjonene.*

Innspill 2 # Målgruppeforståelse

Norskfødte og innvandrere med kort botid

Satsing på mangfold og inkludering kan ha både økonomiske, kunstneriske og sosiale mål. Norskfødte med innvandringsbakgrunn skiller seg i følge våre undersøkelser ikke stort fra den etniske norske befolkningen når det gjelder deltakelse og bør ikke omfattes av *integreringstiltak*.

Tvert imot er det svært viktig å ikke møte dem med denne typen tiltak. For å gjøre seg relevant for denne gruppen av nordmenn handler det like mye om å oppdatere og utvikle eget innhold til vår samtid, slik at disse gruppene opplever at institusjonen gir et relevant bilde av den virkeligheten de er en del av, med et mangfold av etniske, religiøse og seksuelle identiteter. Det handler om gjenkjennelse og identifikasjon med utøvere og historier, og det vil som regel innebære en endring i institusjonens innhold og merkevare. Å komme fra noe annet enn en hvit, etnisk norsk og heteronormativ bakgrunn er i urbane miljøer normalisert. Institusjonene må løfte dette mangfoldet fram, for å bli relevant for urbane yngre generasjoner av publikummere.

Vi oppfatter at KUDs satsing på *hverdagsintegrering* retter seg mot personer med kort botid i Norge, og har som mål å bidra til sosial, kulturell og økonomisk integrering av disse. Det er en gruppe som skiller seg kraftig fra norskfødte med innvandringsbakgrunn, uavhengig av om de har lav eller høy kulturell kapital i utgangspunktet. Vi mener at det er viktig for utforming av politikk og virkemidler at man holder disse gruppene fra hverandre når man drøfter tiltak.

For dem med kort botid, handler kunst og kulturutfoldelse om å bekrefte egen kultur og identitet, samtidig som man gradvis beveger seg innover i det norske *majoritets*-samfunnet. Etablerte kulturinstitusjoner kan ved å åpne opp for disse gruppene tilby en sosialiserings- og læringsarena for *det norske* – samt fungere som dialogarena for forskjellige kulturer.

Med integreringstiltak i institusjonene forstår vi tiltak hvor institusjonene uten tanke på kortsiktig avkastning i form av økt billettsalg åpner sine institusjoner og legger til rette for gode møter mellom personer med kort botid i Norge og øvrig befolkning. Disse tiltakene vil ofte plassere seg i den sosialt motiverte kategorien publikumsutvikling, ofte med en flytende overgang mot kunstnerisk motivasjon. Stadig flere kunstprodusenter i feltet forstår folk med innvandringsbakgrunn, både de med kort tid i Norge og norskfødte, som *ressurser* i det kunstneriske utviklingsarbeidet. Noen eksempler på dette er Fargespill, Kilden Dialog, Det Norske Teatret og Den Mangfaldige Scenen.

Innspill: *Inkludering av nyankomne og nedbryting av kulturelle barrierer for norskfødte med minoritetsbakgrunn har ulike målsetninger og verktøy. Vi anbefaler at det skilles mellom norskfødte med innvandringsbakgrunn og grupper med kort botid når man utvikler politikk og virkemidler for integrering og inkludering i kulturlivet.*

Innspill 3 # Norsk publikumsutvikling

Ressursenter for publikumsutvikling i institusjonsfeltet

NPU kan hjelpe institusjonene og premissleverandørene i stat, fylke og kommune med å sortere i målsettinger, virkemidler og strategier for inkluderings- og integreringsarbeidet.

Gjennom undersøkelser og bransje-research bygger NPU opp en kunnskap om ulike publikumsgruppers holdninger til, og bruk av, kunst- og kulturtilbudet i feltet, herunder grupper med innvandringsbakgrunn.

Gjennom arbeidet med NPU-prisen opparbeider vi en unik kunnskap om hva som fungerer i praksis i arbeidet med publikumsutvikling, herunder kulturell inkludering og integrering. Prisen deles ut under NPU-konferansen.

Medlems-nettverket er et interesse-fellesskap som møtes for å dele kunnskap under den årlige NPU-konferansen. NPU samarbeider tett med de viktigste aktørene i våre naboland og Europa, og er vertskap for den nordiske konferanse-serien Arts & Audiences, som etter planen skal besøke Norge i 2017.

Innspill: *Vi anbefaler at KUD gir NPU i oppdrag å være et koordinerende senter for publikumsutvikling i institusjonsfeltet med et tydelig oppdrag når det gjelder kulturell inkludering i institusjonene.*

Innspill 4 # Kunnskapsbank

Undersøkelser som gir operasjonell kunnskap

I statstilskuddet for 2015 innførte KUD et krav om at institusjonene skal bedrive publikumsundersøkelser og publikumsutvikling. Sitat:

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. Fra 2015 skal det i årsrapporten gis en redegjørelse for hvordan institusjonen følger opp arbeidet med publikumsutvikling.

I 2015 handlet årskonferansen om publikumsundersøkelser. Samme år utviklet NPU i samarbeid med Norsk teater- og orkesterforening et prosjekt som resulterte i etableringen av et nytt virksomhetsområde; NPU undersøkelser. Målet er å gi feltet vital markedsinnsikt og etablere en kunnskapsbank som hele feltet kan ha glede av. I 2016 har vi gjort

undersøkelser for seks teatre og Akershus fylkeskommune. En segmenteringsanalyse av kulturmarkedet i Bergen/Hordaland er på trappene. Her spleiser 17 institusjoner på en undersøkelse støttet av Bergen kommune, Hordaland fylkeskommune og KUD, gjennom driftstilskuddet til NPU.

NPU har i høst samarbeidet med Akershus fylkeskommune om publikums- og befolkningsundersøkelser i forbindelse med ny kulturplan. Vi har blant annet gjennomført en kartlegging av kulturbruk blant unge med innvandringsbakgrunn, primært utenfor EØS-området (fokus på alder 15-35 år, spredning på type/grupper innvandrere og geografiske steder). Overordnet mål med studien var at den skulle berike fylkeskommunens tilskuddsmottakere i arbeidet med økt inkludering og integrering av målgruppen.

Undersøkelsen viser at unge med innvandringsbakgrunn er en svært heterogen gruppe, og at den viktigste distinksjonen, som er avgjørende for veivalg i kulturlivet, er om de har lang eller kort botid i Norge. Drivere for sosialisering og nettverksbygging i forbindelse med kultur deltakelse er stor, særlig overfor de med kort botid. Institusjonene bør derfor ha økt fokus på aktiviteter som legger til rette for sosialt samspill, interaksjon og medskapning. Målgruppene ønsker å føle seg invitert, men ikke å bli spesielt hensyntatt. De vil heller bli involvert på en naturlig måte, og få anledning til å være delaktig. Det vil være viktig å invitere hele miljøer/grupper – ikke satse på at en eller to skal komme alene i møte med det etablerte publikummet. Kvinnene er i større grad initiativtakere til kulturelle arrangementer, og det kan derfor være en god handlemåte å legge til rette for arrangementer for barn/mødre/familier, hvor de kan bidra med mat og være mer deltagende i både, kultur, sport og aktiviteter.

Gjennomgående synes flere ulike innvandrere at det er vanskelig å komme i kontakt med nordmenn, og at det er få arenaer hvor de får praktisert norsk så mye som de selv vil. For å dekke dette behovet må man arbeide for å få til kulturelle møter. De etablerte kulturinstitusjonene, som f.eks. museum, kunstutstillinger og teater, oppleves som anonyme og usynlige og er ikke tilstede i bevisstheten deres i dag. Bruk av etablerte kunst- og kulturinstitusjoner assosieres med *plikt* fordi man har deltatt i forbindelse med skolen. Det er med andre ord helt avgjørende å legge til rette for det gode sosiale møtet mellom grupper av personer med innvandringsbakgrunn og kort botid og det etablerte publikummet. Gode kulturopplevelser forbindes med kulturmix, mat og artister fra hele verden. Melafestivalen trekkes fram som et viktig og svært populært arrangement i disse gruppene.

Lenke til undersøkelsen på våre nettsider: http://norskpublikumsutvikling.no/assets/insights/20161030_NPU_Akershus_rapport_befolkningsunders%C3%B8kelse.pdf

Innspill: Vi anbefaler at KUD bidrar til opprettelsen av en nasjonal database for kunnskapsdeling i feltet. Ved at KUD investerer i dette sikres det at innsikten i de ulike undersøkelsene blir tilgjengelig for hele feltet i alle regioner og at det kan etableres nasjonale standarder for best praksis som alle kan strekke seg mot.

Innspill 5 # Kunnskapsdeling

NPU-konferansen

NPU-konferansen er den viktigste møteplassen for det etablerte feltet når det gjelder publikumsutvikling, også kulturell inkludering. Den stimulerer til økt kunnskap om publikumsutvikling i alle landets regioner gjennom at den flytter seg fra by til by. Den startet i Bergen i 2013, flyttet til Kristiansand i 2015 og til Stavanger i 2016. I 2017 skal den etter planen holdes i Tromsø 26.-28. oktober. I 2018 og 2019 skal den videre sydover til Midt- og Øst-Norge. Den leverer innhold og faglig inspirasjon på alle tre hovedområder. Best praksis innenfor de ulike områdene representerer en betydelig del av innholdet i konferansen.

Konferansen har etablert seg som et populært årlig kunnskapsevent i bransjen. I år møttes 277 betalende deltakere og medvirkende i Stavanger konserthus i 2 dager. Evalueringen viser at 3 av 4 mener at konferansen er verdt tiden og pengene de har brukt på den (billettpris, reise/opphold og arbeidstid). 45% anser det som svært sannsynlig at de vil anbefale NPU-konferansen til noen i sitt nettverk. Nærmere halvparten har allerede bestemt seg for å delta på neste konferanse. Konferanseavgiften er allerede relativt høy (kr 2900,- for medlemmer/kr 3900,- for ikke medlemmer) og ville måtte dobles dersom den skulle dekke inn faktiske utgifter til programmering, produksjon, markedsføring og administrasjon. Disse kostnadene dekkes i dag av driftstilskuddet fra KUD.

Innspill: Vi anbefaler KUD å investere i driften av NPU slik at denne plattformen kan fortsette å eksistere og stimulere til engasjement for kulturell inkludering og integrering i feltet.

Arts & Audiences-konferansen

Kulturministeren redegjorde i åpningstalen 21. november for at Kulturrådet har fått i oppdrag å lede et 3-årig prosjekt 2017-2019, *Kulturens og frivillighetens rolle i integrering og inkludering*, som et ledd i programmet under det norske formannskapet i Nordisk ministerråd. Målet med prosjektet er å løfte fram og oppfordre til videre handling innenfor de gode prosjektene. NPUs samarbeid med andre nordiske aktører i forbindelse med den årlige Arts & Audiences-konferansen har nedfelt seg i et nordisk nettverk av organisasjoner som arbeider med dette i Norden.

Arts & Audiences-konferansen ble initiert av NPU i 2011 i Bergen og har kunnskapsdeling rundt kulturell inkludering i Norden som hovedformål. NPU var eier og produsent for konferansen de første tre årene (2011-2013) med 3-årig finansiering fra Kulturkontakt Nord. Siden 2014 har vi samarbeidet om produksjon av konferansen med CKI – Center for Kunst & Interkultur i København (2014 og 2015), og vår nyetablerte søster-organisasjon Re:publik i Gøteborg (2016).

Planen for neste år er at konferansen skal vende tilbake til Norge og at vi slår den sammen med NPUs årskonferanse i Tromsø. Vi inviterer alle våre medlemmer i Norge og våre internasjonale samarbeidspartene til tre dager med faglig utveksling og inspirasjon.

Konferansen retter seg mot ledere av kulturinstitusjoner og beslutningstakere i Norden. Publikumsutvikling er i stor grad en lederutfordring, og konferansen søker å belyse dette bredt. Den henvender seg til medarbeidere på strategisk og operativt nivå i institusjonene og i det frie feltet. I tillegg til foredrag og panelsamtaler vil det være mer fagspesifikke parallellsesjoner, kuratert med tanke på ulike fagmiljøer og nivåer; strategisk og operativt. 1500 personer har besøkt konferansen, 300 personer deltok i Gøteborg 7.-9. oktober 2016.

Innspill: Vi anbefaler KUD å investere i driften slik at NPU gjennom opprettholdelsen av et nasjonalt ressurscenter, kan engasjere seg i nordiske utviklingsprosjekter og konferanser som ikke har kommersielt potensiale, men som bidrar til å skape økt engasjement for satsingen på kulturell inkludering og integrering i Norden.

Innspill 6 # Beste praksis

Inkluderingsprisen

Kulturministeren la i sin åpningstale 21. november vekt på viktigheten av å synliggjøre best praksis for å inspirere. Therese Koppang fra KUD la mot slutten av møtet til at ikke bare synliggjøring, men også evaluering av best praksis, er viktig. NPU-prisen som allerede er etablert i feltet bidrar til å oppnå begge overnevnte målsettinger.

NPU-prisen løfter fram aktører som arbeider langsiktig og målrettet med publikumsutvikling. Målet med prisen er å forstå hva som virker i arbeidet med å utvikle nye publikumsgrupper, for så å kunne dele det med resten av feltet. Måten vi gjør det på er at vi, etter kriterier for god publikumsutvikling definert av eksperter, kartlegger kandidater og evaluerer dem. Vi gjennomfører dybdeintervjuer med et antall kandidater hvert år. Tilbakemelding fra årets vinner av prisen – Det Norske Teatret – er at evalueringssamtalen bidro til strategiprosessen som teatret var inne i. Dialogen med NPU har også hatt effekt på definisjonen av dette arbeidet, som *redefineringen av det norske*.

For 2017 ønsker vi å utvikle prisen slik at vi kan honorere og løfte fram institusjoner som vektlegger ulike deler av publikumsutviklings-triangelet. Vi ønsker å opprette en pris for CRM/merkevarebygging/markedsføring/gjenkjøp, en for formidling/opplæring, og en for kulturell inkludering. Vi ønsker også å dele ut en innovasjonspris uavhengig av kategori. En slik pris vil kunne styrke innovasjonen i det etablerte feltet ved at aktører oppfordres til å pitche ideer, og at den beste tilbys gratis rådgiving fram mot neste års prisutdeling. Kriterier for best praksis vil bli utviklet av NPU i samarbeid med juryen og aktører som arbeider spesielt med kulturell inkludering.

Med tanke på inkluderingsprisen 2017 vil vi gå gjennom de 60 innspillene til KUD om kunsten og kulturens kraft i hverdagsintegreringen for å finne verdige kandidater. Et utvalg av disse vil vi dybde-intervjue. Intervjuene vil bli gjort til gjenstand for forskning. Vi vil søke samarbeid med aktuelle forskningsmiljøer og vil søke tilgjengelige forskningsmidler/støtte til dette arbeidet.

Innspill: *Vi anbefaler KUD å investere i driften i NPU-prisen slik at arbeidet med å kartlegge og evaluere best praksis kan styrkes, at vi kan legge til rette for enda mer aktiv kunnskapsdeling, og bidra til å skape økt engasjement for satsingen på kulturell inkludering og integrering i feltet.*

Innspill 7 # OPS-finansiert formidlingsaktør

Bro mellom ulike felt

Norsk publikumsutvikling er medlem i flere internasjonale nettverk, deriblant AEN Audiences Europe Network. AEN er en plattform for erfaringsutveksling mellom institusjoner og organisasjoner som arbeider lokalt med å fremme kunst- og publikumsutvikling i et europeisk perspektiv. I 2013-2014 gjennomføre AEN et prosjekt med støtte fra Grundtvig-programmet for livslang læring. Prosjektet het Open All Areas og var et mobilitetsprogram. Det gikk ut på at deltakerne i prosjektet tok med seg læringspartnere fra sine respektive land, slik at de fikk anledning til å oppleve hvordan andre institusjoner i andre europeiske byer og regioner arbeider med kulturell inkludering. For NPU danner Open All Arenas en viktig del av kunnskapsgrunnet når det gjelder kulturell inkludering og integrering. Ett av de prosjektene som gjorde sterkest inntrykk var Apropa Cultura i Barcelona, drevet med en miks av offentlige midler fra regionen Catalonia og Barcelona by, samt private midler fra La Caixa Foundation.

Fakta om Apropa Cultura

Apropa Cultura er en organisasjon som formidler kunst- og kulturtilbud til grupper i befolkningen som står i fare for sosial ekskludering. De knytter sosiale organisasjoner med kulturtilbydere og fasiliterer billett-reservasjoner, formidlingsaktiviteter og besøk. Organisasjonen har sitt utspring i ildsjel (Sonia Gainza) fra konserthuset i Barcelona (Lauditoria). I 2006 startet hun et program med formidlingsaktiviteter rettet mot sosialt ekskluderte. 10 år senere har det utviklet seg til en organisasjon som driver programmet og fungerer som et koordinerende mellomledd mellom et stadig voksende antall institusjoner og sosialkontorene i provinsen Catalonia. Organisasjonen drives med offentlige midler og støtte fra ulike fond. Programaktivitetene drives med input fra institusjonene/tilbydere som er med. Både kulturtilbydere og sosialkontor kan lett registrere seg for programmet på deres nettsider. Programmet inneholder sosiale tiltak, formidlingstiltak og billett-samarbeid.

Noen nøkkeltall:

- Siden oppstarten i 2006 har Apropa Cultura sørget for at 132.500 som lever i randsonen av samfunnet har fått tilgang til opplevelser i teatre, konsertsaler, museer og festivaler.
- Det er p.t. 1.573 sosialsentre med i ordningen og 40 institusjoner/tilbydere. Heriblant de største og mest anerkjente.

- Kulturtilbyderne reserverer 2% av billettene hver sesong til en pris på 3 €. Det er viktig at dette ikke kun er et billett-samarbeid men et omfattende formidlings- og outreach-program. Lav pris er ikke i seg selv et godt nok virkemiddel.

Vi ser for oss at etableringen av et slikt formidlings-kontor i Norge bør finansieres som et offentlig-privat spleiselag og at det bør være koblinger mellom institusjonene og det frivillige feltet. Det bør etableres med utgangspunkt i en gruppe institusjoner som har et sterkt sosialt engasjement, og som har kompetanse og ressurser å bidra med når det gjelder formidlingsopplegg. Deltakerne i Performa-prosjektet i Oslo (Dansens Hus, Den Norske Opera & Ballett, Det Norske Teatret, Oslo Filharmonien og Nationalteatret), samt institusjonene i Akershus vil kunne danne utgangspunkt for en pilot. Vi tror det er gode muligheter for å få til et OPS-samarbeid rundt et slikt tiltak.

Innspill: Vi anbefaler at KUD gir NPU i oppdrag å koordinere opprettelsen av en OPS-finansiert formidlingsaktør etter modell av Apropa Cultura i Barcelona.

Oppsummering og konklusjon

På innspillsmøtet 21. november etterlyste ulike aktører et behov for en koordinering av kunnskap og erfaring. Flere tok til orde for ordninger som hele feltet kan ha glede av, og som kan bidra til å løfte feltets arbeid med inkludering og integrering. Feltet trenger en aktør som kan bidra til kompetanseheving på dette feltet i institusjonene.

Vi mener at en videreføring og opptrapping av støtten til NPU knyttet til et spesifikt oppdrag om å fremme inkluderingsarbeidet i det etablerte feltet, vil sikre god effekt av regjeringens satsing på dette området, både nasjonalt og nordisk.

Vi deler departementets vurdering av at arbeidet med økonomisk motivert publikumsutvikling – det vi kan kalle kunst- og kulturmarkedsføring - bør kunne ha forutsetninger for å drives videre med utgangspunkt i institusjonenes medlemskontingenter.

Vi har i dette notatet forsøkt å vise hvordan NPU allerede bidrar til denne viktige kulturpolitiske satsingen, og hva en forsterket investering i formidlingsaktiviteter vil kunne bety.

Med bakgrunn i dette notatet ber vi om en dialog med KUD om ulike modeller for hvordan NPU med sin kompetanse og sitt nettverk kan bidra i arbeidet med økt inkludering og integrering i kunst- og kulturlivet.