

Oslo kulturnatt 2023

Norges største endagsfestival – den 18ende i rekken!



Nytt for i år:

Ny profil: Ugla, som skal symbolisere livet om natten og også visdom og kunnskap, har blitt Oslo kulturnatts kjennemerke. I år ble det et nytt design på ugla - rent og tydelig, fler funksjonell for mange flater og et godt kommunikasjons ikon, designet av Marte Veldre Koslung. Og opprettet GIF for SoMe bruk

Katalogen: I år var det ingen fysisk katalog, så programmet var kun tilgjengelig digitalt på oslokulturnatt.no. Vi lagde infobrosjyre om kulturnatten og med et innstikk på engelsk. Denne ble distribuert til alle aktører, alle Deichman bibliotekene, via Natt&Dag, hos besøkssenteret VisitOslo og sendt ut til Oslo kommune (bydelene etater, Rådhuset mm) inkl. fysisk og digitale (animasjon) profil plakater.

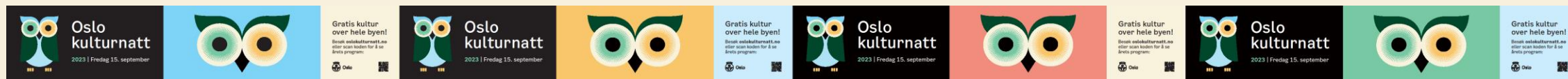
Ny kampanje ide, gjennomført: 17 siders kampanjeavis (om OKN, program, tips og mye redaksjonelt. Meget bra) med regi av og i Natt&Dag.

Kommunikasjon info for alle: Plakater sendt ut til Bydelene med Oslo kulturnatt informasjon på **12 ulike språk**: De språkene som er mest utbredt i byen, nest etter norsk og engelsk.

Merch: I år ble det små og store tote-bags, t-skjorter, 3000 hjerte kjærligheter med klistremerke logo og QR kode (vi klistret på alle kjærlighetene selv..puh) til nettsiden. Vi hadde en konkurranse i SoMe om å vinne merch.

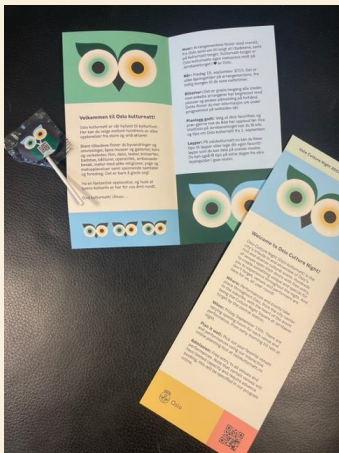
Tilgjengelig materiell for aktører: Egen fane på nettsiden med materiell som alle aktører kunne laste ned og bruke slik de selv ønsket, i tillegg til at de kunne komme å hente merch og plakater på Popsenteret. Under selve kulturnatten så vi **verdien** av at aktørene synliggjorde logoen i form av plakater og liknende som gjorde at publikum lett så at «her der det Oslo kulturnatt». Dette skaper også en helhet rundt arrangementet også i sosiale medier/digitalt.

Utstilling: Kunstpassasjen på Jernbanetorget fikk i år helt ny utstilling med 18 meter lang profil og informasjons plakat. Monterne på perrongen ble pyntet med profilplakater, ballonger og annet. **85.000 passasjerer på Jernbanetorget i døgnet**



Oslo

Branding



BRANDED GIFS OSLO KULTURNATT 2023

Uglen blinker



Spinne

#holdavdatoen
#holdavdatoen
#holdavdatoen

Alternativt
design:
Blinkende
stjernehimmel

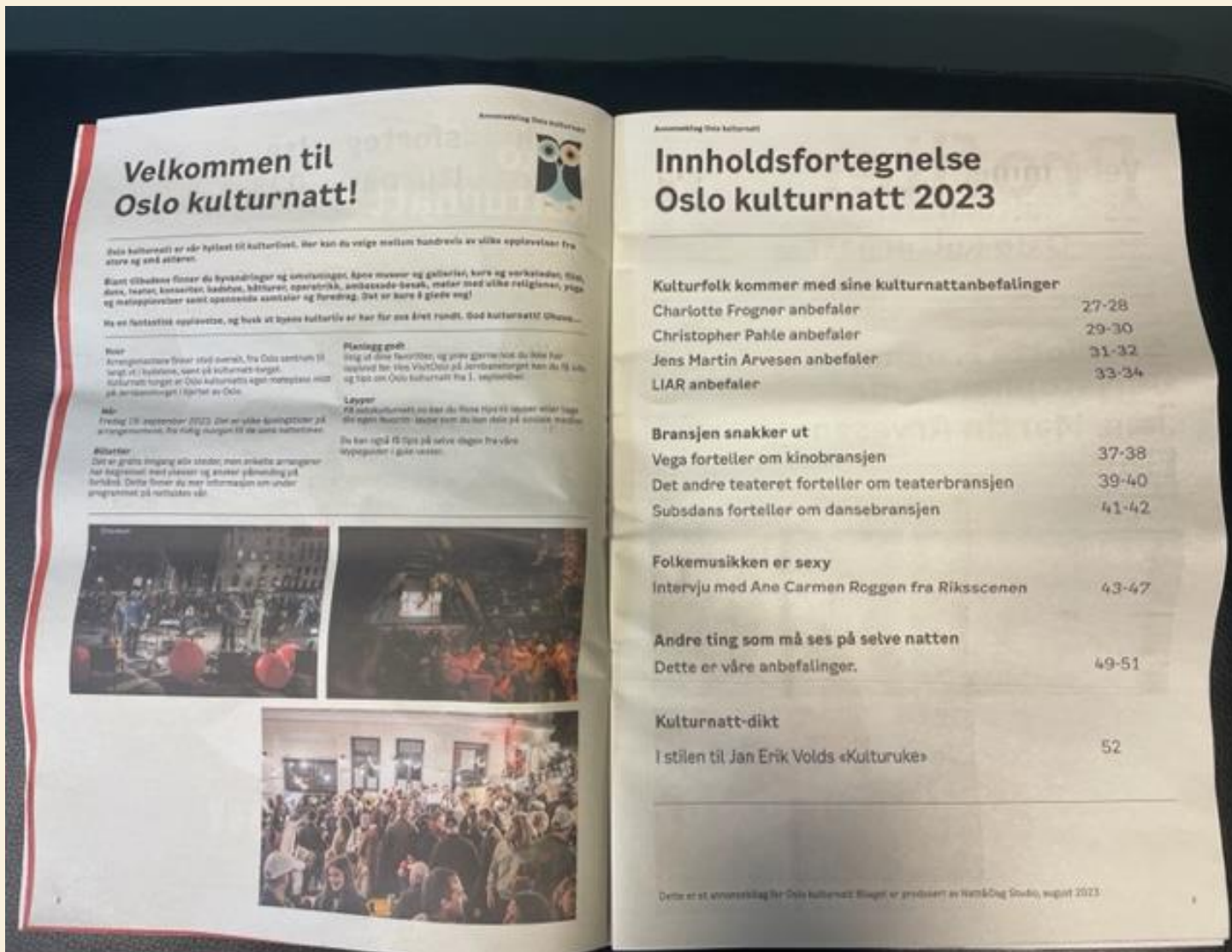


Uglen
'popper opp'



Animere vingene /
Løftes og teksten
'Oslo kulturnatt'
kommer frem

Natt & Dag kampanje



Oslo

PM og oppslag Oslo S:



— Christin er Oslo kulturnatts dronning! Hun gjør en fantastisk innsats sammen med alle de flinke kulturaktørene, og har utviklet arrangementet til å bli en kjempesuksess, sier Stein Slyngstad, direktør i Kulturetaten. Foto: Nikolai Kobets Freund

PRESSEMELDING - 7. SEPTEMBER 2023 14:28

Oslo kulturnatt: Gratis kultur over hele byen



Fredag 15. september er det Oslo kulturnatt med langt over 200 gratis kulturarrangementer over hele byen. Her får du en kulturell smakebit på alt det spennende Oslo kan by på enten du er barn, ungdom eller voksen.

— Oslo har et fantastisk kulturliv, og vi må gjøre alt vi kan for at alle skal få mulighet til å oppleve det. Med de store forskjellene i byen vår er det viktig å satse på kulturtilbud som er tilgjengelig for alle. Oslo kulturnatt er en hel dag og natt med gratis kultur. Jeg gleder meg, sier byråd for kultur, idrett og frivillighet, Omar Samy Gamal.

Noe for enhver smak



Oslo

Katalogen uteble i år!

Katalogen var savnet av flere, mange eldre sendte meldinger og ringte oss for hjelp, de som ikke er digitalt «gode» eller ikke har smarttelefon tok også kontakt. Vi bistod med god service, - og en ide er å kunne laste ned en pdf i fremtiden.

Det å ikke ha en katalog sparte oss for mye arbeid med korrektur (i sommerferien) og endringer, åpnet opp for at aktører kunne melde seg på helt opp til selve avvikling og også endre viktig informasjon og ha korrektur direkte. Vi hadde egen person på korrektur og for endringer på nettsiden.

Det å ikke ha katalog har også vært positivt da flere aktører som ikke har vært med før fikk med seg at de kunne melde seg på kulturnatt da det begynte å koke i sosiale medier. Flere nye ble med!

***Vi sparer miljø, tid og penger** på å ikke trykke opp katalog-program, budsjettposten i år ble brukt til å hyre inn ressurser: filmskaper, SoMe-ansvarlig, korrektur og innhold nettside bistand for arrangørene og grafisk designer. En viktig avgjørelse for å kunne bruke budsjettet på en fruktbar måte, i og med at det ikke har økt på mange år.*

Nettsiden: Til neste år blir det en ny nettsideleverandør da rammeavtalen går ut i år. Vi må finne en enklere løsning for kart, lister, fullstendig oversikt, hva som er i nærheten, og ikke minst en eller annen form for nedlastning av program.



Suksessfaktorer:

På tross av regn ble kulturnatten også i år en suksess!!

Flere aktører melder om fulle hus, lange køer og et ivrig publikum. 15 meter kø utenfor MUNCH, stortinget var stappfullt, flere andre rapporterer om rekordbesøk og også aktører utenfor bykjernen melder om godt besøk.

Mange av arrangementene var også fullbooket før selve kulturnatten, som for eksempel omvisning på Nasjonalteateret og forestilling på det Andre teateret.

På Deichman Bjørvika tok ungdommen over «huset», og det ble meldt om ca. 11 000 besøkende, hvilket er besøksrekord for biblioteket, uavhengig av kulturnatt!

Samarbeid med to av de store aktørene, Deichman og Naturhistorisk museum på forhånd via sosiale medier skapte engasjement. Heiaklubben var også en mindre aktør som bidro her.

To seniorsentre bisto med deling av løype og program og tok vare på seniorer på Frogner og Majorstua.

Arrangementer

Det var over **250 arrangementer fordelt på 187 arrangører** på årets kulturnatt, og dette er **ny rekord**. Det skjedde ting i byen fra kl. 12 på formiddagen til kl. 03 på natten. Flere av de påmeldte har vært med før, men det var også mye nytt og spennende i år!

NRK Nyheter/nasjonalt kom å dekket Oslo kulturnatt, - direkte og i år fra Deichman!

Oslo kulturnatt var på Østlandssendingen/NRK Stor Oslo direkte 0700 på morgenen!

Samarbeidspartnere som VisitOslo, Ruter, Sporveien, Oslo Bysykkel var med igjen i år.



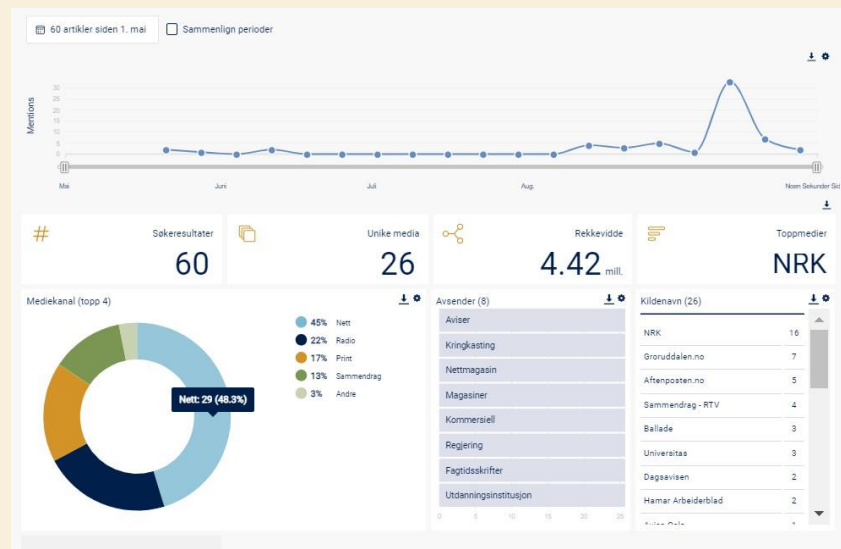
Oslo

Media/PR 2023 (1.05-27.09.23 Oslo kulturnatt, statistikk fra Infomedia)

Vi fikk mye bra presseomtale i år og god eksponering. I perioden før, under og etter festivalen ble Oslo kulturnatt omtalt i 60 artikler og 26 forskjellige medier med en rekkevidde på hele **4,42 millioner (2022: 5,7 mill 2021: 1,5 mill)**. Mye på valget i media gjorde også at vi ikke fikk større saker i forkant også.

Vi så også i år, et enormt engasjement i pressen, med NRK på topp. NRK Østlandssendingen intervjuet ledelsen på radio på forhånd, og vi fikk innslag i forbindelse med selveste Dagsrevyen fra Deichman under Oslo kulturnatt. Vi fikk omtale gjennom lokal, nasjonal og fagrettet samt noe presse utenfor Oslo. Aftenposten.no hadde hele 5 artikler.

Ellers på medielisten er Groruddalen.no, Sammendrag RTV, Ballade, Universitas, Dagsavisen, Hamar Arbeiderblad, Avisa Oslo, Samtiden, Utrop, Sunnfjord kommune, Sagene Avis, Stay happening, Nordre Aker Budstikke, Vårt Land, S, Stortinget, Dagbladet, Universitetet i Oslo, Kunstavisen.no, Sandnesposten, Bo 365, Aktiv i Oslo, Sivilisasjonen, Norske arkitekters landsforbund, Oslo S magasinet og Periskop.



Vi er enda større i den digitale verden og «størst» er vi i sosiale medier da vi og alle arrangører lager mye innhold!

Sosiale medier/SoMe:

Det har vært stor aktivitet i kanalene våre, noe som har bidratt til å styrke kulturopplevelsen til og for publikum. For andre gang ser vi en økning i bruken av Instagram som plattform, hvor en stor andel av aktørene lager egne poster om Oslo kulturnatt for å markedsføre seg selv under kulturnattparaplyen. Vår nye ugle har vært svært mye brukt og er en meget god og synlig merkevare for kulturnatten. Strategien gjennom postene våre har vært å dirigere følgerene/nye besøkende til nettsiden vår og det har vi lyktes med!

Oslo kulturnatt – Facebook:

24.062 følgere (2022: 22.721)

Økning 1.341

Nøkkeltall:

- **70,9k reach** (2022: 43,9k)
- Event OKN reach **18,5k** (2022 1,7k)
- Nytt event **467 nye følgere** på EN dag!
- 294,7 annonsevisninger

Takeover VisitOslo IG - 1 dag med 200k følgere!

Vi hadde over 200 klikk til @oslo_kulturnatt og over 100 klikk til www.oslokulturnatt

Veldig bra for et arrangement på en spesifikk dato, da bare 15 % av VO følgere bor i Oslo. Superbra jobba sier VO ansvarlig Tord

Oslo kulturnatt – Instagram:

5.494 følgere (2022: 3.862)

Økning 1.632

Nøkkeltall:

- **18,3k reach** (2022: 7.0k)
- Promo video ble best resultat: 7.790
- **127,9** annonsevisninger

1.632 nye
følgere på
Instagram

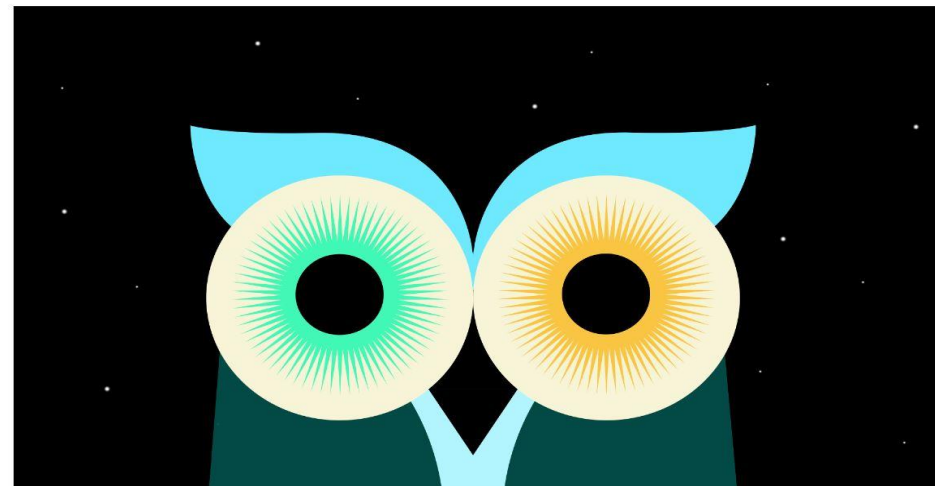


Oslo



Det var **80.940** innom Program og Min Løype **19.343** (2022: 10.000) på hjemmesiden vår i perioden før og under avvikling.

Totalt: 351.926 (2022: 317.980) sidevisninger siste uke før avvikling. Økning på **33.946** besøkende på vår nettside fra i fjor.

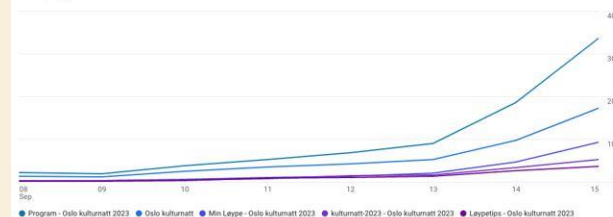


#holdavdatoen allerede NÅ!
neste Oslo kulturnatt er

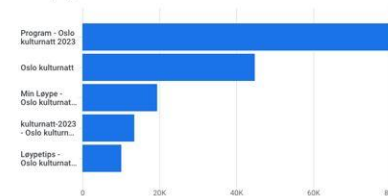
FREDAG 15 SEPTEMBER 2023

Fredag 13.9 2024

Views by Page title and screen class over time



Views by Page title and screen class

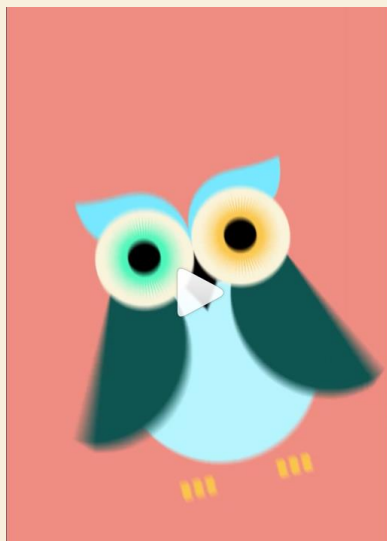


Q Search...

Rows per page: 10 Go to: 1 < 1-10

Page title and screen class	Views	Users	Views per user	Average engagement time	Event count	Conversions	Tot
	351,926	53,663	6.56	2m 47s	2,155,097	0.00	
	100% of total	100% of total	Avg 0%	Avg 0%	100% of total		
1 Program - Oslo kulturnatt 2023	80,940	36,002	2.25	2m 04s	568,295	0.00	
2 Oslo kulturnatt	44,809	29,860	1.50	0m 22s	295,029	0.00	
3 Min Løype - Oslo kulturnatt 2023	19,343	7,535	2.57	0m 56s	115,096	0.00	
4 kulturnatt-2023 - Oslo kulturnatt 2023	13,514	9,374	1.44	0m 19s	100,359	0.00	
5 Løype tips - Oslo kulturnatt 2023	10,151	6,048	1.68	0m 59s	73,045	0.00	
6 English - Oslo kulturnatt 2023	6,773	3,720	1.82	0m 29s	45,439	0.00	

Oslo kulturnatt programmatisk og digital mediekampanje



Kampanjen skal i første rekke nå innbyggere fra 18+ bosatt i Oslo kommune og omegn. Her vil vi nå ut til de som vanlig ikke bruker kulturlivet aktivt og de som er aktive i kulturlivet gjennom festivaler og andre lignende arrangementer. Annonsene gikk direkte til Oslo kulturnatt web.

Programmatisk kjøp: 325 286 visninger & 826 lenkeklikk

Facebook/Instagram: 627 583 visninger & 789 lenkeklikk /animasjon

Snapchat: 304 039 visninger & 499 lenkeklikk/animasjon

XTwitter: 160 790 visninger & 456 lenkeklikk (levert beste resultater medie byrået har sett på tvers av alle kunder)



Oslo

Besøk utenlands og utenbys fra:

Hvert år ringer eller mailer flere kommuner i Norge og også Sverige om å få møte oss, stille oss noen spørsmål om: hvordan vi jobber med Oslo kulturnatt: Metodikk, dynamikk, markedsføring og ikke minst vår service for arrangørene mm

OG i år hadde vi besøk av selveste **Kulturnatt Stockholm**, Kulturnatt Porsgrunn og representant fra Bergen via frivilligheten.

Inspirerende og lærerikt for oss alle!



Bilde: Kulturnatt Stockholm Wilhelmina og Hilda, sammen med Emilie og Christin på Popsenteret



Oslo

Forbedring / tips til neste år:

Bedre synliggjøring av materiell og annet kreativt hos de delaktige aktørene. Mer samarbeid med aktører, som også kan slå seg sammen, – kanskje vurdere en WorkShop, spørreundersøkelse? Hva ønsker de mer av oss og hvordan synliggjøre seg

Gjøre det lettere for publikum med det digitale. Bistå med å formidle hvordan lage løyper og hvordan finne frem blant 250 arrangement. Det må jobbes egen plan for dette til eldre mfl. Katalogen var savnet så en nedlastbar pdf med program bør forberedes.

Intern struktur: Budsjett bør diskuteres mtp index, nettleverandør, ressurser for team og forankringspunkt i KUL. Hva vil vi mer med Oslo kulturnatt!

Kulturnatt-torget: Lage oss en Kulturnatt Hub (telt, plakater, bannere og løypeguider), flere aktører kan også få plass på arenaen/scenen her på Jernbanetorget hvor vi lyser opp UGLE logoen slik at den synes nesten helt opp til slottet.

