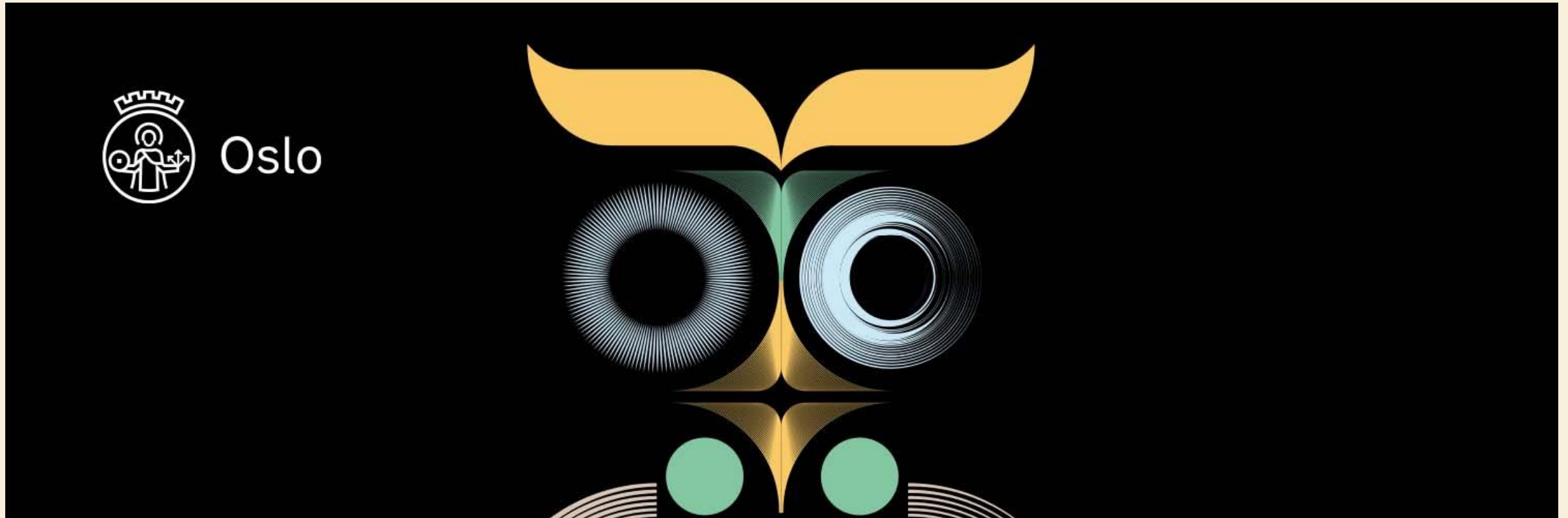


Oslo kulturnatt

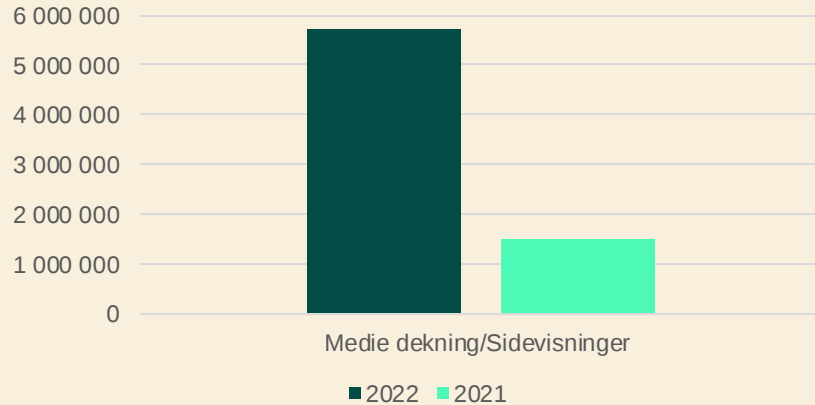
Rapport 2022

Norges største endagsfestival – den 17ende i rekken!



Suksess!

Mediedekning

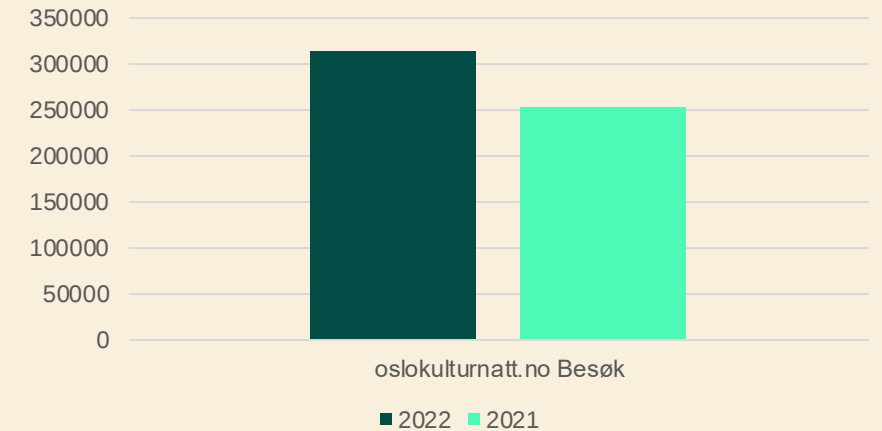


Mediedekningen hadde en rekkevidde på hele **5.71 millioner** (1,5 millioner 2021) Det tilsvarer en stigning på over **300%**.

52.895
nye brukere

Vi fikk **52.895** nye brukere på hjemmesiden vår i perioden før og under avvikling.

Besøkere



Totalt 317.980 sidevisninger fra 1.september - 17.september. Økning på **66.209** besøkende på vår nettside fra i fjor.

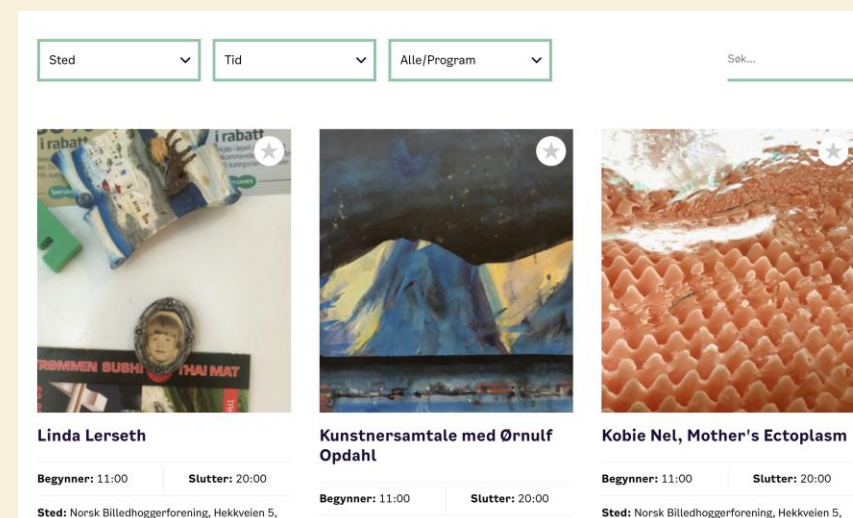
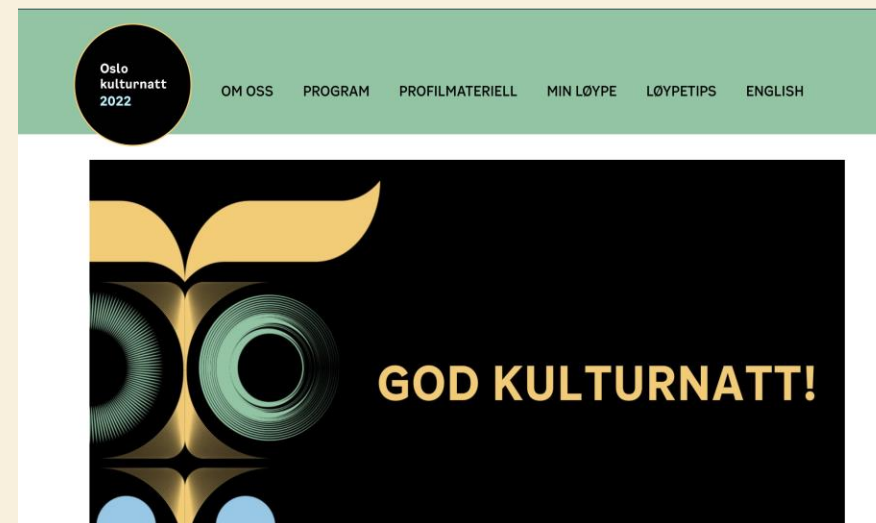


Oslo

Hjemmesiden vår / oslokulturnatt.no

Vår nettside oppdateres jevnlig. Mer brukervennlig for publikum. Enklere å søke arrangement, god oversikt over arrangementene man velger, løypetips og god informasjon generelt til bruker. Nedlastbart profilmateriale for arrangørene og god rask hjelp til korrektur og endringer underveis.

- **317.980** (251.771 -2021) sidevisninger fra 1.september - 17.september. Økning på **66.209** besøkende fra i fjor
- **10.000** har brukt "min løype" til å lage egen løype for kulturnatten.
- **74.6%** av alle som har besøkt nettsiden vår er nye besøkende.
- **Gjennom** vår kanaler og i markedsføringen har vi fokusert på "Call to action" direkte til nettsiden. Positivt resultat!



Oslo

Kort oppsummert!

Fun fact: «For første gang: Stortingspresidenten promoterer og ønsker velkommen til Oslo kulturnatt/Stortinget med egen film på sosiale medier"!

- **Rekordmange** påmeldte over 230 arrangement. Vi kommuniserte ikke antall i år, selv med rekorden. Kan fort bli uoverkommelig for publikum å velge. Rekorden viser at det er viktig for arrangører å delta. Mange og nye arrangører meldte seg også på siste uken.
 - **Nye arrangører:** Militær tattoo i samarbeid med frivilligheten, Oslo maraton, Kongehuset/De kongelige samlinger, nytt byutviklingskonsept Dyrk Bryn, Ungdommen tok over Deichman Bjørvika (over 4.500 besøkene og er fredags rekord), By-kunstvandring med Christopher Nielsen, stor filmfestival, kunstprosjekt Skeiv kopp og mange nye unge kunstnere og mye mye mer.
 - **Arrangørene:** Stor fornøyd for å være med, takket for god service, info-flyt og markedsføringen.
 - **Publikum:** stor begeistring fra publikum på innhold, gjennomføringen og informasjonen. Flere arrangører hadde rekordmange besøkende.
 - **Besøkende** og generell publikumsrekord for bl.a. Sporveismuseet med 610 besøkende.
- Pga manglende ressurser kunne vi dessverre ikke gjennomføre publikumsundersøkelse i år.



Fortsettelse kort oppsummering:

- **Profildesign og katalogen:** Ny utviklet ugle-merkevaren med nye farger fra Oslo kommune profilen, mindre katalog opplag pga økt papirpris. Oppdatert alle kanalene med eget profilmateriale og nye farger. Laget i år klistremerke refleks!
- **Nettsiden vår** ble mye besøkt og i år igjen mer brukervennlig, egne profilerte løypetips og profilmateriale for nedlastning mm
- **SoMe/Kommunikasjonsstrategi:** #holdavdatoen #fokuserpådetduikkehargjortfør #løypetips #lettåvelge #kulturOsloheleåret
- **Kulturnatt-torget:** Ugleprofilen belyste hele Østbanehallen, arrangement, løypeguider og samarbeid VisitOslo
- **Nytt for i år:** Kulturnatt info, profileringsfilm og plakat "ombord" på Ruter sine busser og holdeplasser, på storskjermer t-baner med budskap: Få med deg Kulturnatt og med link til programmet. Og Kulturnatt tipset om valg av billett og hvordan komme seg til arrangementer via kollektivtransporten
- **Kulturambassadør:** Nytt for i år, vi løfter frem og profilerer ung kunstner som kulturambassadører



NYTT for i år: profilering av ung kunstner!

- Ambassadør **Linn Gabrielsen**/skuespiller og formidler hos Popsenteret var vårt ansikt utad i år.
- Hun medvirket i en 60 sekunders profilfilm for sosiale medier som ble lansert i alle våre kanaler og ble delt av arrangører, Oslo kommune, bydeler/etater, Ruter, VisitOslo mm
- Markedsføring: Digital 10 sekunders annonse i vår digitale/programmatisk og betalte mediekampanje
- Filmen ble vist på Ruter sine digitale storskjermer på t-banene: Tøyen, Nationaltheatret og Løren stasjon.



Foto: Malin Westermann

Markedsføring/PR:

- **Katalogen, refleksklistremer og plakaten** var synlig i bybilde QR kode til oslokulturnatt.no
- **Lehus/Clear Channel plakat med QR kode** - Over 30 steder i byen
- **Digital og programmatisk kampanje** i Oslo, Viken og omegn
- **Annonsering og nyhetsbrev** i Dagsavisen, Natt & Dag, Subjekt content, Oslo operafestival (gratis), Deichman, VisitOslo
- **Ruter digital skjermer** - Profilplakat og profileringsfilm med vår ambassadør
- **Ruter sine skjermer ombord på buss og holdeplasser fra 11.9 - 17.9.** Ruter laget egen kampanje på dette.
- **Skjermer i BYM, VisitOslo, Storgata mfl.**
- **Broadcast app** Lanserte musikk/dans kategorien gjennom ny arrangements app. så det var mulig for musikk/dans interesserte å finne oss der.
- **Utstilling med profildekor** på Jernbanetorget/kunstpassasjen/perrongene og på Tøyen t-bane via naturhistorisk museum sine monterer.
- **Lys i trær i PBE i Kvadraturen**
- **Opplyste hele Østbanehallen med ugleprofilen fra 18.30 – 23.00**
- **Hva skjer kalendere og Facebook grupper event**
- **Verktøykasse med nedlastbart profilmateriell for arrangører på vår nettside**
- **Løypeguider**
- **Bidrag med synlighet fra arrangørene, samarbeidspartnere, artistene og kunstnerne i nyhetsbrev, nettsider, annonser mm**



Katalogen vår:

- Mindre opplag i år pga papirpris økning. Opplag 7.700 i antall
- Distribusjon via Deichman bibliotekene, VisitOslo, Natt & Dag, Popsenteret/Riksscenen, kafeer/barer/hoteller og hos arrangører.
- Digital programkatalog på ISSUU link delt på nettsider og i våre kanaler
- Programmet er ikke alltid oppdatert med detaljer i katalogen, men vi kommuniserer med QR kode for det fullstendige programmet på oslokulturnatt.no



Foto: Malin Westermann

Sosiale medier/SoMe

Det har vært stor aktivitet i kanalene våre, noe som har bidratt til å styrke kulturopplevelsen til og for publikum. For første 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. Uglen 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: **22.721** følgere (2021: 21.003)

Nøkkeltall:

- **43.9k** reach (2021: 14.3k) under samme periode
- Promoteringsvideoen ble best resultat: 10.852k & 3.123k organisk
- Den ble delt 43 ganger
- Flere aktører ønsket å få videoen tilsendt for å dele i sine kanaler

Oslo kulturnatt – Instagram **3.862** følgere (2021: 2.605)

Nøkkeltall:

- 7.036 reach økning 368% sammenlignet med 2021
- 4.892 reach promoterings videoen som historie
- Over **600** klikket i "link i bio" direkte til oslokulturnatt.no
- Aktørene publiserte eget innhold for kulturnatt. Stort engasjement!

Nøkkel-tall, Kulturetaten – SoMe

Til sammen 6 poster (2 på IG og 4 på FB)

- Hold av datoen-post med ugla illustrasjon (FB og IG)
- Årets kulturnatt-program er klart (FB)
- I morgen skjer det video med Kulturbyråden Omar Samy Gamal/Kulturetaten og byrådets egen profil.
- Bildekarusell fra selve kulturnatten (IG og FB).

Facebook:

Total organisk rekkevidde: 14.089

Total organisk engasjement: 1.070

Instagram:

Total organisk rekkevidde: 1.955

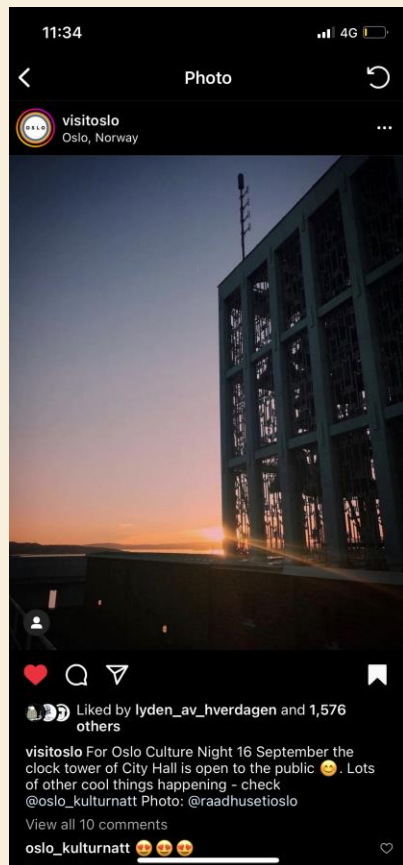
Total organisk engasjement: 128

1.257 nye
følgere på
Instagram



Oslo

Sosiale medier



Samarbeid med Ruter, VisitOslo og Oslo maraton.
Som utgjør **316.853** følgere tilsammen.

Flere og de fleste **aktører** laget eget innhold for kulturnatten.
Her fra Stortinget og Kloden teater.

Tall fra MediaPlus programmatisk og digital markedsføring

I år er det ikke tatt hensyn til aldersgruppe som målgruppe, men vi ser likevel et stort arrangement og gode resultater i en aldersgruppe mellom 20 – 55 år hvor ca. 60% er kvinner. Publikum som klikket seg videre er en god økning i år.

Programmatisk mediekampanje:

Visninger: 436.560 (2021: 535.120). Lenkeklikk: 1722 (2021: 971)

Facebook og Instagram:

Visninger: 502.172 (2021: 314.705). Lenkeklikk: 1202 (2021: 841)

Snapchat:

Visninger: 218.517 (2021: 298.698). Lenkeklikk: 1116 (2021: 832)

Totalt:

1.157.249 visninger/annonser i år!

1.157.249
visninger i
år!



Media/PR

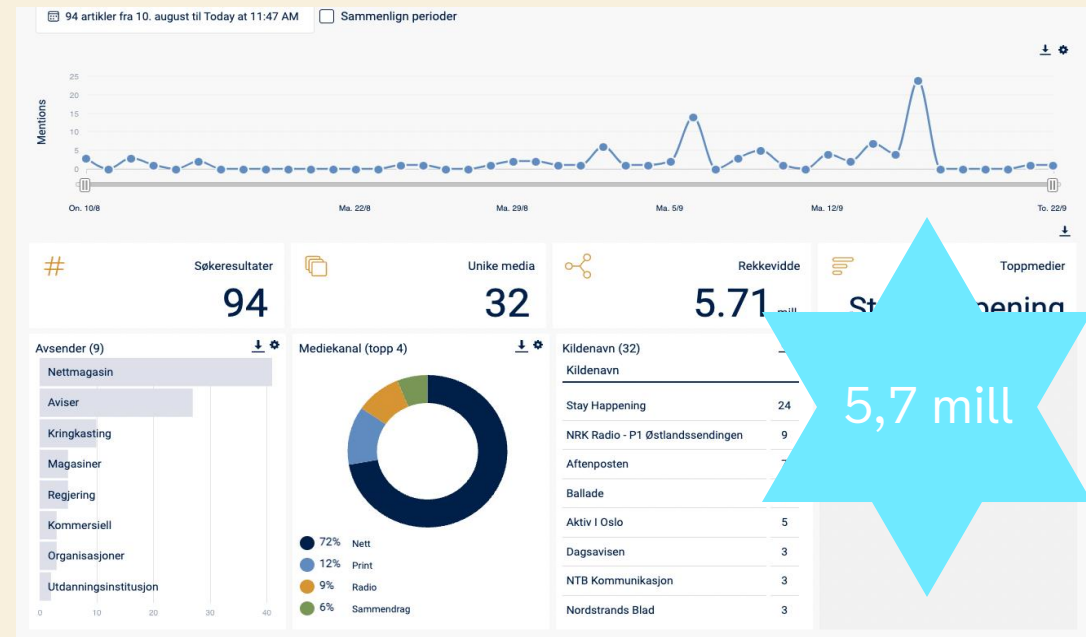
Vi fikk mye bra presseomtale i år og god eksponering!

I perioden før, under og etter festivalen ble Oslo kulturnatt omtalt i **94** artikler, **32** forskjellige medier og hadde en rekkevidde på hele **5.71 millioner** (1,5 millioner 2021)

Det tilsvarer en stigning på over **300%**.

Alle ville med!

Vi så et enormt engasjement i pressen i år. Vi nådde ut til presse utenfor Oslo: Ságat, Telen i Telemark, Bergens Tidene mfl. Og vi hadde dbl side hvor den yngste aktøren ble intervjuet i Aftenposten under artikkelen "Dette skjer i Oslo i helgen"



Radio:

- NRK Radio Oslo/Viken/Intervju
- NRK Østlandsendingen/intervju
- Radio Metro/intervju

Publikasjoner:

- Aftenposten
- Aktiv i Oslo
- Universitas
- Vårt Oslo
- Avisa Oslo
- Bergens Tidene
- Nordstrand Blad
- Akers Avis Groruddalen
- NTB
- Ballade
- KunstNO
- Stay Happening
- Oslo Havn KF
- E24
- Telen
- Statsbygg
- Ságat

Forvirrende mye som skjer på Oslo kulturnatt? Her er 11 anbefalinger

Er det vanskelig å velge mellom de mer enn 200 arrangementene på dagens Oslo kulturnatt? Denne miniguiden til 11 utvalgte tilbud gir deg kjempestart.

Torje Kildt Olsen
JOURNALIST

Publ. 18. september 2022 - 14.48

VIGELANDSPARKEN NATURIST FROGNER OSLO KULTURNATT KULTUR OG UTELIV

Kaster klærne i Vigelandsparken: - Magisk



Oslo

KULTUR

kulturstaden: Sofie Kristine Pjoldal
sofie.kristine@gmail.com 407 83 124

Gæst: Det var solid stemning på Cosmopolite scene tors et litt spredt publikum.

Hva kan Oslos store kulturkveld tilby oss studenter og unge i hovedstaden? Armert med nysgjerrighet og en flaske rødvin i veska, prøvde vi å få med oss mest mulig ung og lovende kultur i byen den årvisse fredagskvelden i september.

Kulturnatt

tekst: Harald Nordhaug
foto: Hanne Jones Solfeld

Det er en typisk grå septembertag, og en stadig strøm av folk stimler inn til Statens bustutstilling på Kunstneres Hus. Her er det gratis inngang i kveld, som omtrent alle andre kulturarenaer over hele byen. I et program som kan by på alt mellom foredrag om pestens historie i Norge, omvisning på Sjøveiermuseet, utekino-visning av filmer

maleriet finner imidlertid vi det første klassisk-figurative maleriet som har vært stilt ut på bustutstillingen på svært mange år (i hvert fall om vi skal tro Odd Nerdrum), William Heimdals David with the Head of Goliath, så kunstboomerne ser ut til å ha fått sin representasjon likevel. Vi turer videre gjennom kulturretermiddagen. I og med at jeg ikke tør å bruke 220 kroner på et glass vin, tar jeg et par darabellige slurker av veske-rødvinen på veien - sånn litt for å føle meg som en del av det kunstneriske fellesskapet. Neste stopp er det nye Nasjonalmuseet, som etter alt å dømme var hele Norges favoritt-Instagram-motiv

til disse gitarerne i lydmiksen? Og er det faktisk Jonas fra Skam som til dels (uhørlig) spiller på kassegitar og til dels holder den bak ryggen mens han klapper og gesser opp publikum? Ja, det kan se slik ut. Han komplementeres av en saksofonist med helt rå stil. Musikken virker overraskende særegen til å være norsk hiphop, med norske synth-pregete rytmer, merkelig synkoperte elektro-beats i bakgrunnen og den ganske malapropos lyden av saksofon. Samla sett er dette mye gøyere enn mine forventninger tila. Det er på tide å bane seg videre vei gjennom kulturjungleen Oslo. Jeg kvitter meg med resten av kultur-rødvinen min på veien til neste og siste stopp: «Simi Club Night» på Riksscenen/Skous kulturbyggeri, med DJ IDA, en samisk produsent og DJ som kombinerer the best of both worlds fra samisk tradisjonsmusikk og elektronisk musikk. Om du lurte på hvor det ble av urfolkakulturen vår på

Byliv | Oslo-guide

Jacob Bødtkers (25) kunstutstilling ble ferdig i bakgården mens han hadde pappaperm. Denne helgen blir verkene stilt ut.

Denne helgen fylles Oslos gater med fest, kunst og musikk, det blir gode muligheter til å gjøre kleskupp og Oslos hiphop-bar gjenåpner.



De unge: Universitas og Aftenposten fokuserte på den yngre målgruppe og hadde helside oppslag om Oslo kulturnatt. Universitas lagde egen løype og utforsket tilbudene som var og Aftenposten fokuserte på å fremheve en av de yngste aktørene i årets program.



Tilbakemeldinger fra publikum:

Gry Lund Andersen
Takk for at kulturnatt blir arrangert 🇳🇴🌟

Like Reply 1w

Gunn K Tjoflot
Veldig bra opplegg, eg prøvde heile 5 spennende ting på programmet.

Like Reply 1w

Oslo kulturnatt
Gunn K Tjoflot Det er jo helt fantastisk å høre Gunn 🌟

Like Reply Commented on by Malin Westermann 1w

Anders Aabel
Veldig bra!!

Like Reply 1w

Oslo kulturnatt
Anders Aabel 🌟

Like Reply Commented on by Malin Westermann 1w

Ranveig Elisabeth Prøven
Så mange fine og interessante tilbud! Kan vi få Oslo kulturhelg neste år? 😊 Så mye vi ikke fikk med oss.

Like Reply 1w

Most Relevant is selected, so some replies may have been filtered out.

Ranveig Elisabeth Prøven
Vi var i aktivitet fra 11:30 til 21:00 ❤️

Love Reply 1w

Anine Kopperud recommends **Oslo kulturnatt**.
September 16 at 8:46 PM · 🌐

Absolutt!! Fantastisk mulighet til å oppleve mye bra kunst & kultur helt gratis! Burde vært 4 ganger i året, minst 🌟

You and 1 other

Love Comment Share

Comment as Oslo kulturnatt

Marit Pritchard
Veldig bra, skulle gjerne ha fått med meg flere arrangement

Like Reply Send Message 5d

Oslo kulturnatt
Marit Pritchard Heldigvis er kulturtilbudet her året rundt 😊

Like Reply Commented on by Malin Westermann 5d

Inger-Torill Bakke
Det eneste gærne med Kulturnatta er at det er alt for mange flotte arrangement å velge mellom! 🌟

Love Reply 1w

Anastasia Isachsen
Tusen takk for i år! Flott tiltak 🌟

Like Reply 1w

Oslo kulturnatt
Anastasia Isachsen 🌟

Heil

Takk for et godt tiltak og fint arrangement over hele byen.

Jeg har noen erfaringer jeg vil dele:

- dere kaller det kulturNATT, men mange av arrangementene har bare åpent noen timer, og slett ikke inn i natten. Lengre åpningstid ønskes.

Med denne epost sender jeg sterk kritikk til deres arrangement i Marienlystparken 16.9.22.

Hva får dere til å tro at ett høylytt arrangement kan finne sted mitt i en park mitt i ett av Oslo's tetttest bebodde område med høy andel barn til kl 23.00.

I tillegg har det kommet null informasjon om at dette skal finne sted.

Lykke til med kultur men her viste dere særdeles dårlig dømmekraft. Kanskje noen med litt sunn fornuft kan ta slike avgjørelser?

Arrangementene:

Over 230 arrangementer. Fra 06.00 til 03.00. Det ble et yrende liv og noe for alle å utforske under årets kulturnatt. Her er bilder fra noen arrangment



Oslo

Takk for **NÅ** og takk til våre **samarbeidspartnere:**



Ruter, BaneNor, VisitOslo, Natt & Dag, Subjekt, Naturhistorisk museum/montere, Sporveien, Oslo Maraton, Oslo kommune, Bydelene, Kulturetaten & BYM etaten, Broadcast (*ny app for musikklivet i Oslo*), Handikapp-forbundet, WispKreativ, Filmmaker Thomas Lahr, Linn Gabrielsen, by-utviklere, Malin Westermann, Popsenteret, Skeivt kulturår, Militær tattoo/frivillighetsåret og - **Oslos kulturliv!**



Oslo