

REISELIVSMELDING

HØRINGSUTTALELSE

Til: Stortingets næringskomité
Kopi: Stortingets familie- og kulturkomité
Kulturdepartementet

Vår ref.: 17/65/ST

Dato: 06.04.2017

Vedlagt følger høringsuttalelse fra Norsk teater- og orkesterforening (NTO) til Meld. St. 19 (2016-2017)
Opplev Norge – unikt og eventyrlig.

Norsk teater- og orkesterforening er arbeidsgiver og interesseforening for profesjonelle, offentlig støttede virksomheter innenfor musikk og scenekunst. Foreningen representerer en omfattende infrastruktur av forskjelligartede virksomheter. Våre 46 medlemmer består av nasjonale og regionale institusjoner, samt offentlig støttede produserende og programmerende teatre, scener, orkestre, musikkensembler og kor.

I 2015 sto disse for nærmere 12 000 forestillinger/konsserter, et totalt publikumstall på nærmere 2,5 millioner, og et samlet bruttobudsjett på over 3 milliarder kroner.

Vennlig hilsen

Norsk teater- og orkesterforening

Åse Ryvarden
styreleder

Morten Gjeltén
direktør

MELD. ST. 19 (2016-2017) OPPLEV NORGE – UNIKT OG EVENTYRLIG

HØRINGSUTTALELSE FRA NORSK TEATER- OG ORKESTERFORENING

AMBISJONER

Norsk teater- og orkesterforening (NTO) er glad for at kultur inkluderes i reiselivspolitikken og fremheves som en ressurs for norsk reiseliv.

Vi er positive til forslagene i meldingen om å utarbeide en strategi for kultur og reiseliv, opprette et samarbeidsråd for kultur og reiseliv og utrede muligheten for å etablere en nettbasert landsdekkende kulturkalender. Ettersom dette må defineres som næringspolitiske tiltak, forutsetter vi at økonomiske konsekvenser av tiltakene primært dekkes over Næringsdepartementets budsjett – mens Kulturdepartementet har ansvaret for grunninvesteringene i kulturen.

Imidlertid merker vi oss formuleringer i reiselivsmeldingen som at «kunstnere kan *supplere* [vår uthevelse] reiselivsnæringens tilbud av naturopplevelser med kulturelle opplevelser». Og videre at «den norske reiselivsmerkevaren «Norway. Powered by nature» vil kunne få *drahjelp* [vår uthevelse] i markedene ved at den totale kommunikasjonen fra og om Norge får en tydeligere retning og trekker frem flere sider ved Norge.»

For at Norge skal ta del i den positive utviklingen innenfor kulturturisme globalt, må ambisjonsnivået løftes høyere enn som så. Kultur må anerkjennes som en sentral del av reiselivspolitikken og gjøres til en integrert del av et profileringsarbeid som skal gi et mer mangfoldig bilde av Norge i verden.

Vi viser til at Innovasjon Norge i 2016 pekte ut samarbeidet mellom «kreativ næring» og reiseliv som en av seks mulighetsområder for norsk næringsliv i omstilling (*Drømmeløftet*, 2016), og at Næringspolitisk råd for kulturell og kreativ næring har foreslått at det opprettes en pilot for kreativ næring i Innovasjon Norges arbeid med Merkevaren Norge, med den begrunnelsen at mange av de kreative bransjene er spesielt profileringssterke og at dette bør reflekteres i et norsk *nation brand*.

GRUNNFINANSIERING

I rapporten *Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen i Norge – utvikling og fremtidspotensial* (2014) fremheves en nasjonal satsing på kultur som en av årsakene til den raske veksten innenfor opplevelsesbransjen.

En hovedsatsing i inneværende års kulturbudsjett er «kulturell og kreativ næring», mens vi erfarer at kunstpolitikken nedprioriteres. De tre siste årene har det vært en realnedgang i bevilgningene til musikk- og scenekunstinstitusjonene, og rammene for selve innholdsproduksjonen og den langsiktige, grunnleggende kunstneriske utviklingen og nyskapingen svekkes.

På sikt vil en slik nedprioritering av kunstpolitikken gå utover det mangfoldet og den kvaliteten i innholdsproduksjonen som er forutsetning for at kulturen skal være en verdifull ressurs også for reiselivet og i profileringen av Norge som et attraktivt reisemål. Det er fornuftig å ha en næringspolitikk for kulturnæringene, men vi etterlyser en satsing over næringsbudsjettet fremfor en omprioritering innenfor kulturbudsjettet.

ARKITEKTUR OG KULTURBYGGENES INNHOLD

I reiselivsmeldingen trekkes Den Norske Opera & Ballett (DNO&B) i Oslo frem som et eksempel på en bygning det knyttes stor interesse til både nasjonalt og internasjonalt. Operahuset besøkes av et stort

antall kulturtureturister som arkitektonisk attraksjon, og det fremheves som spesielt at publikum kan gå inn i bygningen uavhengig av om de løser billett til noen av operaens arrangementer.

Det er helt riktig at operahuset er et spektakulært og vellykket bygg som har skapt internasjonal oppmerksomhet. Slik det fremkommer i etterevalueringen av nytt operahus, har bygningen i løpet av kort tid blitt etablert som et landemerke og symbol på byen Oslo og Norge som land (*Nytt operahus. Etterevaluering*, 2016)

Evalueringen viser imidlertid at det ikke bare er det arkitektoniske bygget, men også den kunstneriske virksomheten som har bidratt til å sette Norge på verdens kulturkart. Det nye operahuset har ført til økt kvalitet og mer enn en dobling av publikumsoppslutningen siden 2006. I evalueringen vises det ikke bare til prisene bygget har fått, men også til DNO&Bs utmerkelse for kunstneriske virksomhet, tiltrekningen av internasjonale solister, regissører og dirigenter, samt oppmerksomheten rundt DNO&Bs gjestespill i utlandet og økt antall utenlandsk publikum på forestillingene.

Den Norske Opera & Ballett i Bjørvika i Oslo er et unikt prosjekt, men illustrerer likevel hvilken betydning kulturbygg kan ha for steders attraktivitet og internasjonale oppmerksomhet, ikke bare som arkitektoniske bygg men like mye i kraft av innholdet.

I løpet av de siste par tiårene er det innenfor musikken og scenekunsten reist flere viktige bygg, slik som for eksempel Kilden Teater- og Konserthus i Kristiansand, Stavanger konserthus og Stormen i Bodø. Norge er imidlertid en ung kultur nasjon som stadig er preget av et etterslep i den kulturelle infrastrukturen. Flere av Norges mest betydningsfulle kunstinstitusjoner står fortsatt overfor akutte behov for nye lokaler eller rehabilitering og oppgradering av eksisterende bygg.

I denne sammenhengen vil vi særlig peke på Nationaltheatret i Oslo som står overfor et kritisk vedlikeholdsetterslep. Det haster med å få satt i gang et rehabiliteringsprosjekt som handler om å bevare en fredet ikonisk bygning mellom Stortinget og slottet, men også om å videreutvikle Nationaltheatret som et ledende moderne teater og en undervurdert bidragsyter til Norges omdømme.

Også det samiske nasjonalteatret Beaivvás i Kautokeino står overfor akutte behov for nye produksjons- og formidlingslokaler. Argumentene for nye lokaler er primært kunstneriske også i dette tilfellet, men et nytt bygg for det samiske nasjonalteatret vil i tillegg ha både en symbolsk verdi og et potensial for å understøtte reiselivet og kulturturen i nord.

I reiselivsmeldingen fremholdes det at «kultur- og reiselivsprodukter med basis i samisk kultur, historie og natur har en særegenhet som bidrar til å gjøre Norge til en attraktiv reiselivsdestinasjon», og at samiske kunstinstitusjoner har «potensial til å utgjøre viktige fyrtårn for reiseliv i samiske områder som igjen kan skape helhetlige reisemål.» Et nytt teaterbygg er en forutsetning for å utløse det samiske nasjonalteatrets potensiale for å utgjøre et slikt fyrtårn.

PROFILERING

I reiselivsmeldingen legges det vekt på synergiene i profileringen av Norge som reisemål, med henvisning til Merkevarer Norge som en av Innovasjon Norges store satsinger frem til 2020 og norske myndigheters øvrige arbeid med å fremme eksport og internasjonalisering.

Vi vil i denne sammenhengen understreke betydningen av en sterkere profilering av norsk kunst og kultur i utlandet. Flere av musikk- og scenekunstinstitusjonen er internasjonalt orienterte og satser bevisst mot internasjonale markeder. De har gode kontaktnett og profilerer allerede norsk musikk og scenekunst på fremstående internasjonale arenaer, og høster betydelig oppmerksomhet og anerkjennelse gjennom stor publikumsinteresse, internasjonale priser og rosende anmeldelser. Institusjonenes økonomiske og administrative ressurser er imidlertid for små til å imøtekomme den internasjonale etterspørselen, uten at det går utover tilbudet i hjemmemarkedet, og attraktive forespørsler må ofte avvises.

I dag legges det til grunn at institusjonene i all hovedsak finner rom for internasjonal virksomhet innenfor rammetilskuddet. Mens det innenfor andre områder og for andre virksomheter finnes særskilte organer og stimuleringsordninger for å fremme internasjonalisering, er dette fraværende for teaterinstitusjonene og symfoniorkestrene.

Vi finner det bemerkelsesverdig at musikk- og scenekunstinstitusjonenes internasjonale potensiale i så liten grad synes å være tenkt inn i satsingen på kultureksport og merkevarebygging. I stedet for å anerkjenne disse institusjonenes rolle, gir regjeringens næringspolitiske prioriteringer over kulturbudsjettet seg utslag i svekkede rammevilkår som vi vet går utover internasjonale turneer og gjestespill.

Utenriksdepartementet (UD) og UDs utenriksstasjoner, Innovasjon Norge m.fl. er i mange tilfeller viktige tilretteleggere. At institusjonene mangler tilgang til søkbare ordninger i virkemiddelapparatet, kan likevel være til hinder for et styrket samarbeid mellom kultur- og næringsliv, herunder reiselivsnæringen.

Dersom det er et politisk ønske om å realisere musikk- og scenekunstinstitusjonenes internasjonale potensiale i en bredere merkevarebygging som gir et mer mangfoldig bilde av Norge, må det gjøres en samlet gjennomgang av politisk og forvaltningsmessig ansvarsdeling, mål og virkemidler som kan munne ut i konkrete tiltak.

SYNLIGHET I OFFENTLIGE BYROM

En nettbasert landsdekkende kulturkalender kan være et godt tiltak for å synliggjøre kulturtilbudet i markedsføringen av Norge som ferieland.

Etter vårt syn er det imidlertid likeså viktig at det lokalt legges bedre til rette for at byrommene åpnes for informasjon om kulturinstitusjonene og kulturtilbudet. I dag har man i de store byene leid ut det meste av tilgjengelige informasjonsflater i offentlige byrom til kommersiell aktører, og i stor grad gjort dem utilgjengelige som kommunikasjonskanaler for kulturinstitusjonene.

Her ligger det store uutnyttede muligheter for å bruke de offentlige rommene til å synliggjøre kulturinstitusjonene som en naturlig del av bybildet, eksponere turistene for kulturtilbudet og sette preg på byene som kulturbyer.

Våre medlemmer

NTO har 46 medlemsorganisasjoner innenfor musikk og scenekunst. Medlemmene består av nasjonale og regionale institusjoner, samt offentlig støttede produserende og programmerende teatre, scener, orkestre, musikkensembler og kor.

Scenekunstinstitusjoner

Akershus Teater
 Bergen Nasjonale Opera
 BIT Teatergarasjen
 Black Box teater
 Brageteatret
 Carte Blanche
 Dansens Hus
 Den Nationale Scene
 Det Norske Teatret
 Det samiske nasjonalteatret Beaivvás
 Dramatikkens hus
 Haugesund Teater
 Hordaland Teater
 Hålogaland Teater
 Nationaltheatret
 Nord-Trøndelag Teater
 Nordland Teater
 Norsk scenekunstbruk
 Oslo Nye Teater
 Riksteatret
 Rogaland Teater
 Scenekunst Østfold
 Sogn og Fjordane Teater
 Teaterhuset Avant Garden
 Teater Ibsen
 Teater Innlandet
 Teater Manu
 Teatret Vårt
 Trøndelag Teater
 Årjelhsaemien Teatere

Musikk institusjoner

Barokkanerne
 BIT20 Ensemble
 Det Norske Blåseensemble
 Det Norske Kammerorkester
 Det Norske Solistkor
 Edvard Grieg Kor
 Norsk Barokkorkester
 Oslo-Filharmonien
 Riksscenen
 Stavanger Symfoniorkester
 Stiftelsen Harmonien

Musikk og scenekunst

Den Norske Opera & Ballett
 Kilden Teater- og Konserthus
 Nordnorsk Opera og Symfoniorkester
 Trondheim Symfoniorkester & Opera

Andre institusjoner

Kulturtanken