

Årssammanställning av nyckeltal för Scenkonst Öst år 2020.

	Totalt besökande	Varav fribiljetter	Varav Barn/ungd.
SON			
NKP	10 474	4 221	
LKP	3 369	513	
Övrig verksamhet	650	650	
Publika skolkonserter	7 118	7 118	
Summa SON	21 611	12 502	8 621
ÖT			
NKP	5 634	548	
LKP	6 855	681	
X-scenen, Agora	821	501	
Programkvällar	123	78	
Öppna repetitioner och genrep	1 235	1 235	
Övrigt	1 030	969	
Summa ÖT	15 698	4 012	776
USÖ	2 192	1 982	1 954
Summa Scenkonst Öst totalt (utan gästspel och samarbeten)	39 501	18 496	11 351
Gästspel ÖT	75	21	
Samarbeten ÖT	3 721	1500	1 500
Summa ÖT totalt	19 494	5 533	2 276

	2020	2019	2018	2017
Antal besökare egen verksamhet	39 501	138 735	144 343	158 211
varav barn o unga	11 351	39 465	38 686	38 154
Antal besök gästspel, samarb.	3 796	34 740	21 977	30 489
varav barn	1 500	4 960	4 200	3 828
Totalt antal besök	43 297	173 475	166 320	188 700

Digital statistik för år 2020

Östgötateatern har på sin digitala scen publicerat 20 stycken digitala projekt i form av filmade föreställningar och readingar samt radioteater, dikter och noveller.

Utöver det har det gjorts två samarbeten tillsammans med SON och tre olika radiosportsprogram med flera avsnitt. Via Östgötateaterns sociala medier så har det varit en livesändning i form av en uppsittarkväll innan jul samt att det var en adventskalender med ett kort klipp varje dag fram till jul på instagram och facebook.”

För SONs del har det publicerats 47 digitala konserter, varav 4 för barn, och 15 poddavsnitt med ”Musiker i micken”. SON har också producerat en guidad visning i konserthuset för barn samt gjort intervjuer med dirigenter och andra bakom kulisserna-filmer.

Ung scen öst, har genomfört fem egna produktioner och två samproduktioner.

Nytt för 2020 är att Scenkonst öst även har konton på Spotify och SoundCloud, där ljudproduktioner publiceras.

Youtube

	Video	Visningar *	Visningar ej prenumeranter	Visningar Prenumeranter	Visningstid (timmar)**	Prenumeranter***	Exponeringar ****
SON	108	255 341	238 997	16 344	14 136	717	1 010 040
ÖT	101	31 235	30 184	1 051	1 177	123	209 273
usö	6	201	122	79	2	19	922

*Totalt antal visningar för det valda datumintervallet, området och andra filter.

** Uppskattat total antal timmar som målgruppen tittar på innehållet.

***Förändringen av det totala antalet prenumeranter när förlorade prenumeranter dragits från antalet erhållna prenumeranter för de valda områdena.

**** Hur många gånger videominiatyrerna har visats för tittarna. Här ingår endast exponeringar på Youtube, och inte på externa webbplatser eller appar.

Facebook

	Följare	Inlägg	Inläggs räckvidd i snitt*	Interaktioner i snitt
SON	5 596	273	5 600	200
ÖT	8 968	325	5 000	300
usö	3 607	151	1 200	140

* Räckvidd = antal personer som sett något att bolagets inlägg minst en gång.

Instagram

	Följare	Inlägg	Inlägg räckvidd i snitt*	Interaktioner i snitt
SON	2 780	338	1 400	150
ÖT	4 041	249	1 200	160
usö	1 489	140	450	50

* Räckvidd = antal personer som sett något att bolagets inlägg minst en gång.

Spotify och SoundCloud

	Antal spelningar*	Antal ljudproduktioner	Antal lyssnare**
SON		15***	2 052
ÖT	2 252	60	477

* Antal starter på Spotify och antalet spelningar på SoundCloud sammanslaget.

** Endast Spotify, då du inte behöver ha något konto för att lyssna på SoundCloud (dvs statistik för detta saknas).

***Siffran anger SONs egenproducerade podd. Dessutom ligger nästan samtliga SONs skivinspelningar på Spotify. Redovisas inte i denna statistik.

Hemsidor

	Sidvisningar	Sessioner*	Sessioner per användare	Genomsnittlig sessionslängd
SON	332 246	154 779	1,72	00:01:51
ÖT	468 385	192 779	1,65	00:01:58
usö	Saknas	Saknas	Saknas	Saknas

* Totalt antal sessioner under datumintervallet. En session är den tid då användaren aktivt använder bolagets webbplats, app eller annat. All användningsinformation (till exempel skärmvisningar, händelser, e-handel) är kopplad till en session.

Populärt:

SON - Det populäraste inlägget på Facebook under 2020 för SONs del är kontrabasarnas filmade Valborgshälsning, där som har högst räckvidd 37 400 totalt. Inlägget fick också över 3 000 reaktioner.

ÖT - På Facebook toppade inlägget med trailern för *Come From Away* från september med en räckvidd på 21 700 och 553 reaktioner (gilla, kommentarer mm) och med 27 delningar.

USÖ –På Facebook toppade inlägget med nyheten om Paula McManus som ny konstnärlig ledare, från juni, med en räckvidd på 9 415 och 1 659 reaktioner (gilla, kommentarer, klick) och med 16 delningar. Samma inlägg är det mest populära även på Instagram, med 155 inläggsinteraktioner och en räckvidd på 612.

Analys:

Bolagets utveckling i Sociala medier har ökat rejält under 2020. En stor del i denna ökning är våra digitala satsningar i och med pandemin. Även i samhället i stort ökar den digitala närvaron och då främst i åldersgruppen 70+. Det visar Internetstiftelsens undersökning "Svenskarna och internet". Vi har under året fått fler följare i så gott som alla våra digitala kanaler som webb, Facebook, Instagram, Youtube mfl. Nu arbetar vi med att ta fram digitala strategier för bolaget och våra varumärken för att vi ska arbeta effektivt med god planering.