

Etterbørs

Opera- pris til Gillebo

Operasanger Ingeborg Gillebo har allerede sagt nei til et rolletilbud etter at hun fikk vite at hun får en halv million fra Wilhelmsen-stiftelsen.

KULTUR

Håkon Frede Foss
Oslo

- Hun har vært på blokken vår en stund, men det har hun selvsagt ikke visst, sier Wilhelm Wilhelmsen, styreleder i Skipsreder Tom Wilhelmsens Stiftelse.

Tirsdag mottar operasanger Ingeborg Gillebo (32) stiftelsens Opera og Ballettpris, som beløper seg til 500.000 kroner.

Gillebo, en gårdsjente fra Øyer, har tidligere vært blant Nasjonaloperaens faste solister og har sunget roller som «Nicklausse i Hoffmanns eventyr» og Zerlina i «Don Giovanni». Hun debuterte ved Operaen i 2010, som Cherubino i «Figaros bryllup 2. Nå jobber hun frilans, med hyppige oppdrag omkring på Europas kontinent. I oktober fikk hun også opptre på Metropolitan Opera i New York.

- Prispengene gir meg mulighet til å reise og ta timer med verdens aller fremste lærere, sier Gillebo.



Operasanger **Ingeborg Gillebo** er tildelt en halv million kroner av Wilhelmsen-stiftelsen.

Med en halv million kroner ekstra blir det også enklere for mezzosopranen å takke nei til roller som ikke frister.

- Nå får jeg muligheten til å si nei til jobber som ikke er midt i blinken for meg, og jeg får tid til å utvikle meg istedenfor å jage etter å tjene penger for å få det til å gå rundt.

Gillebo forteller at hun allerede har avvist et konkret rolletilbud.

Skipsreder Tom Wilhelmsens Stiftelse har en bokført egenkapital på om lag 160 millioner kroner og er hovedsakelig investert i ulike fond. Årlig deler stiftelsen ut cirka syv millioner kroner til stipend og priser innen forskning og kultur.

Stiftelsens styreleder Wilhelmsen forteller at han nå vil inngå samarbeid med Talent Norge for å støtte ballett. Stiftelsen vil bidra med halvannen millioner kroner over tre år.

- Vi kan heve kvaliteten på våre tildelinger ved å sluse pengene igjennom Talent Norge, sier Wilhelmsen.

etterbors@dn.no



Demokratiserer

Eiendomsutviklere og leietagere i Oslo nye bydel Bjørvika går inn i en allianse med arkitektenes organisasjoner for å trekke publikum med i utviklingen av bydelen.

ARKITEKTUR

Knut Selsjord
Oslo

Oslo arkitekturtriennale (OAT) går inn i en samarbeidsavtale med de fire største eierne og brukerne av de nye byggene i den såkalte Barcode-utbyggingen med sikte på å gjøre bydelen attraktiv og populær.

OAT er en ideell forening med blant annet Norske arkitekters landsforbund, Arkitekthøyskolen i Oslo og Nasjonalmuseet for arkitektur som medlemmer. På den andre siden av bordet sitter utbyggereselskapet Oslo S Utvikling (OSU) og Barcode-leietagere som DNB Næringseiendom, KLP Eiendom og Braathen Eiendom.

- Dette er en unik avtale som vil bidra til å engasjere alle som er med på å forme byen, næringslivet inkludert, sier OAT-leder Hege Maria Eriksson, som også representerer Norsk design- og

arkitektursenter (Doga).

Siden 2000 har OATs formål vært å organisere store internasjonale fagtreff med utstillinger, konferanser og debatter over en tiukersperiode hvert tredje år, en såkalt triennale. Budsjettet for arrangementet som er planlagt for 2016, der migrasjon og innvandringsproblematikk er temaet, er 16-17 millioner kroner inkludert egeninnsats fra en lang rekke av partene. Avtalen med Barcode-aktørene gir et betydelig millionbeløp i arrangørkassen, selv om partene ikke vil oppgi

beløpets størrelse. Eriksson understreker at et grunnleggende premiss i avtalen er at OAT skal ha full faglig og kunstnerisk frihet.

- Hverken Oslo eller andre steder i Norden har hatt en felles arena for fag og politikk, eiendomsnæring og innbyggere. Man skal være både seriøs og modig for å slippe kritiske fagmiljøer innpå seg gjennom en slik avtale, sier Eriksson.

60.000 besøk

- Hvordan kan det bli mindre steinørkenpreg i Bjørvika av at en masse arkitekter og eiendomsfolk holder seminarer med hverandre?

- Alle som er interessert i hvordan byene og byrommene våre skal være er vårt publikum, og vi jobber i mange formater. Vi ser at engasjementet i byutvikling er stort. Hva er en god by? Hva slags tilbud møter en befolkning i end-



Sjefen for Oslo arkitekturtriennale, Hege Maria Eriksson, går i allianse med Oslo S Utvikling og selskapets sjef Rolf Thorsen for å gjøre Barcode-området i Bjørvika til et hyggelig sted å være.
Foto: Thomas Haugersveen

Oslo arkitekturtriennale (OAT)

- OAT ble etablert i 2000.
- Medlemsorganisasjoner er blant annet: Arkitektur- og designhøyskolen i Oslo, Nasjonalmuseet for arkitektur, Oslo Business Region, Norsk design- og arkitektursenter, Norske arkitekters landsforbund og Oslo Arkitektforening.
- OAT står bak Nordens største arkitekturfestival som hvert tredje år i ti uker er møteplass for arkitekter, planleggere, beslutningstagere, næringsliv, innbyggere og internasjonale gjester.
- Kulturdepartementet og Oslo kommune sikrer en grunnfinansiering. OAT får også prosjektmidler fra flere tilskuddsordninger, nordiske og internasjonale fond og Utenriksdepartementet.
- Triennalen har flere sponsorer og får også mindre bidrag fra en rekke arkitektkontorer.

Barcode

- Barcode-gruppen består av eiendomsutviklingselskapet Oslo S Utvikling (OSU og deres leietagere som DNB Nærings-eiendom, KLP Eiendom og Braathen Eiendom.
- Bak OSU står Entra Eiendom, Linstow og Rom Eiendom. Selskapet har ansvar for utvikling av hele Bjørvika-området.

er Barcode



Dette er en unik avtale som vil bidra til å engasjere alle som er med på å forme byen, næringslivet inkludert

Hege Maria Eriksson, leder av Oslo arkitekturtriennale

ring? Hvem skal få lov til å være hvor, og hvordan skal vi komme oss fra sted til sted? sier Eriksson, som opplyser at OATs forrige arrangement i 2013 trakk 60.000 besøkende til mer enn 100 arrangementer.

Utstillinger, omvisninger, konferanser, folkemøter og utflukter samt arrangementer for barn og unge vil stå på programmet under festivalperioden i 2016. Planen er at diskusjonene og innspill fra festivalen skal bidra til å forme Barcodes uteområde. OAT kan ta i bruk ubebygde tomter, byrom og bygninger i området, og har et eget program for å involvere publikum, gripe inn i og utvikle nye strategier for livet i byen.

Alternativ arena.

OSU-sjef Rolf Thorsen er entusiastisk for samarbeidet med sine arkitektfaglige partnere.

- Målet er å skape en alternativ

arena for alle disse diskusjonene. Alle byutviklere strever med å få med et bredt publikum i slike prosesser. Vi husker hvordan diskusjonene om badingen på Tjuvholmen skapte et enormt engasjement. At bare oppdragsgivere og tjenesteytere skal sitte og diskutere i lukkede rom blir for snevert, vi må finne bedre løsninger for å snakke med folket. Byutvikling er for viktig til å overlates til arkitekter og utviklere, sier Rolf Thorsen.

- Det finnes kanskje kommersielle motiver for å alliere seg med ideelle aktører som dette også?

- Vi ser at gode byrom i nye bydeler er en forutsetning for godt byliv som igjen gir grunnlag for lønnsom handel og næringsliv. For alle Barcode-eierne er det viktig og inspirerende å få ta del i denne diskusjonen, sier Thorsen.

knut.selsjord@dn.no

NRK presser resten

Markedsandeler i prosent

Aldersgruppe 20-49 (Den viktigste annonsør målgruppen)

	mai 2015	mai 2014	Endring i prosentpoeng
NRK samlet	23,9	21,2	2,7
TV 2 reklame-tv	28,9	27,3	1,6
Discovery reklame-tv	23,6	27,3	-3,7
MTG reklame-tv	11,1	11,6	-0,5

Alle seere (aldersgruppe 12+)

	mai 2015	mai 2014	Endring i prosentpoeng
NRK samlet	35,9	35	0,9
TV 2 reklame-tv	28,2	27,3	0,9
Discovery reklame-tv	19,1	17,9	-1,2
MTG reklame-tv	7,9	7,8	-0,1

2015 DN grafikk

NRK kaprer de mest attraktive

NRK tar ytterligere seerandeler blant dem mellom 20 og 49 år.

MEDIER

Markus Tobiassen Oslo

Etter en vinter hvor over halvparten av all tv-seeing foregikk på NRK, er de kommersielle tv-kanalene tilbake i mai.

Men det er kun TV 2 som klarer å forbedre sine tall fra ifjor. Og NRK presser fortsatt de kommersielle kanalene ved å spise av markedet på seere mellom 20 og 49 år, som er den mest interessante seergruppen for annonsører.

Tv-sjef Marianne Massaiu i mediebyrået Mediacom mener TV 2, TVNorge og TV 3 ikke har klart å snu trenden fra starten på året.

- Den som kommer best ut av startblokken, får som regel mye igjen for det, sier hun.

- NRK har tatt viktige kommersielle seergrupper gjennom hele tv-ukene. De har gjort noe lurt med programmeringen sin. I de kommersielle målgruppene har det kommet som julekvelden på kjerkinga. Dette var ikke mulig å forutse, sier Massaiu.

Konsekvensene har vært at kaken de kommersielle kanalen kjemper om seg imellom, er blitt mindre. Salgs- og markedsdirektør Bjørn Gunnar Rossvoll i TV 2 sa til DN tidligere i mai at kanalen har slitt med å levere nok seere til annonsørene.

Mai er måneden hvor flere store satsinger rundes av for sesongen. For TVNorge har søndagene vært suksessoppskriften i 2015.

Seriene «71° nord - Norges tøfeste kjendis», «Neste sommer» og «Thomas Giertsen: Helt perfekt» trakk alle omkring en halv million seere i snitt i begynnelsen på sesongen.

- Men nå er alle tre programmene tatt av. Da taper det, sier Massaiu i Mediacom.

TV 2 har på sin siden fortsatt flere av sine programmer gjennom mai. I tillegg har sykkelsesongen startet godt for TV 2. Tour des Fjords mer enn doblet sine seertall fra ifjor, med 187.000 seere i snitt. Tour of Norway har også doblet sine seertall fra ifjor.

- Det har vært en utfordrende start på 2015, men våren er lang, og nå ser vi at vi får betalt for å satse på hele tv-sesongen, sier programdirektør Trond Kvernstrøm i TV 2.

markus.tobiassen@dn.no

Store forventninger til Astrup

Kunst Auksjonsobjekter vurdert til 10-12 millioner kroner gikk under hammeren mandag hos Grev Wedels Plass Auksjoner. DN snakket med auksjonarius Hans Richard Elgheim rett før auksjonen åpnet.

- Det knyttes særlig forventninger til de syv Astrup-arbeidene. Jeg vil ikke bli overrasket om vi kommer over en million kroner per trykk, sier Elgheim.

Nikolai Astrups «Juninatt, Prestegårdshagen» er auksjonens mest verdifulle objekt ifølge forhåndsvurderingen, med en anslått pris på 1-1,5

millioner kroner. Hvis prisen bikker millionen, blir dette blant de høyeste prisene oppnådd for Astrup-arbeider gjennom tidene under auksjon. Rekordene er fra 2001, da maleriet «Soleier og regnbue» ble solgt for nær fem millioner kroner på Sotheby's i London.

Det er også knyttet spenning til prisen for Odd Nerdrums «Twin mother by the Sea», prisvurdert til 600.000-800.000 kroner.

Svaret finnes på DN.no, der du kan lese om resultatene fra mandagens auksjonen.