

## Motion till riksdagen 2013/14:Kr216

av **Anders Ahlgren (C)**

# Dalhalla—en internationellt unik sommararena för opera

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att utveckla Dalhalla till internationellt dragplåster som arena för sommaropera för att därmed stimulera spridning av operakonsten såväl geografiskt som befolkningsmässigt.

## Dalhalla – en av Europas mest exklusiva utomhusarenor för opera

I Norden finns fyra exceptionella sommararenor för opera: Savonlinna Operafestival (Finland), Hedeland Opera (Danmark), Östfold Opera i Halden (Norge) samt Dalhalla. Dock är Dalhalla den enda som från början är skapad för att framföra musik i, vilket i sig är unikt. Detta gör att Dalhalla räknas som en av Europas mest exklusiva utomhusarenor för opera och det är sensationellt att arenan på ett 10-tal år etablerat sig internationellt i operavärlden som ett ”Nordens Verona”. ”Festspiele Magazin” i Wien värderar regelbundet utomhusarenor i hela världen och Dalhalla har under de senaste åren legat i toppen på rankingen. Det gamla nedlagda kalkbrottet strax utanför Rättvik i Dalarna, 28 mil nordväst om Stockholm, har genom ett starkt stöd förvandlats till en magnifik och storslagen musikarena. Med sin unika akustik och dramatiska, spännande miljö har Dalhalla en stark image som en världens vackraste utomhusarenor.

Med en tydlig nationell ambition att utveckla Dalhalla till ett ”skyltfönster” där vi marknadsför Sverige mot den internationella marknaden kan vi locka med Sveriges välutbildade och duktiga sångare, dansare och musiker. Kultur och idrott är bland de bästa medlen för att marknadsföra ett lands för-

**Fel! Okänt namn på**

delar. Dalhalla skulle kunna vara en än större magnet än vad som är fallet i dag. I siffror ser det ut så här:

## Antal besökare

Evenemang: 50 000–100 000 besökare/år. Dagbesök: 5 000–10 000 besökare på guidningar/visningar.

## Publikundersökningar

Vid publikundersökning där man också mätte Dalhallas betydelse för regionen framkom följande:

- 96 % är mycket nöjda besökare, med både programinnehåll och service/bemötande.
- 87 % uppger att arenan (Dalhalla) – inte programinnehållet – är den främsta anledningen till besöket. ”Arenan är unik och erbjuder evenemang som inte kan upplevas någon annanstans.”
- 81 % uppger att besöket i Dalhalla är primär reseanledning till att besöka Siljansbygden.

## Varifrån kommer publiken?

- 89 % är turistandel,
- 11 % är boende i Siljansbygden:
- 23–35 % övriga Sverige
- 23–30 % Stockholm
- 21–30 % angränsande län
- 18–25 % Dalarna
- 2 % utlandet (7 % av operabesökarna)

## Våra nordiska grannländer satsar på utescen för opera

De fyra nordiska utescenerna för opera är i sina länder utmärkta spridare av operakonsten såväl geografiskt som befolkningsmässigt. Genom att ”tröskel-effekten” för att bevista en operaföreställning på dessa platser ofta upplevs som mycket lägre än på de mer traditionella operainstitutionerna medverkar man till att sprida intresset för operakonsten. Så både Sverige, Dalarna som turistregion och operakonsten tjänar på att Dalhalla Opera ges förutsättningar för att utvecklas vidare till Sveriges internationella sommararena för opera.

**Fel! Okänt namn på**

Operaverksamheten är en omistlig del av Dalhallas varumärke med sina 10–15 000 egna besökare per år och är också det som gör Dalhalla internationellt känt. Det är också operan som motiverar uppmärksamhet nationellt och regionalt.

Skall verksamheten långsiktigt utvecklas för att stimulera spridning av operakonsten, såväl geografiskt som befolkningsmässigt, behövs en tydligare markering att Dalhalla är Sveriges internationella arena för sommaropera.

Stockholm den 26 september 2013

*Anders Ahlgren (C)*