

28. august 2014

## Til Kultur og fritidsudvalget i Københavns kommune

### **Emne: Ansøgning om medfinansiering til Øresundsregionalt projekt - KULTURPAS ØRESUND - om publikumsudvikling under EU støtteprogrammet Creative Europe.**

Projektet skal fremme, at turister og borgere bruger og deltager i kulturlivet mere i København og den øvrige Øresundsregion. Projektet forudsætter lokal medfinansiering for at få støtte fra EU programmet Creative Europe.

**Ansøgt beløb:** 100.000 dkk, som skal anvendes i perioden 1. januar 2015 – 31. juli 2016.

Samlet budget for projektet er 3.191.000 dkk, hvoraf vi har mulighed for at få dækket 60 procent fra EU programmet, hvis der også er lokal medfinansiering.

## PROJEKTBEKRIVELSE

**Målet med projektet** er at undersøge, hvordan der kan skabes større synlighed, bedre markedsføring og koordination over Sundet af kulturtilbuddene i Øresundsregionen og derigennem større deltagelse for borgere og turister i regionens kultur- og fritidsliv. Et mål med projektet er også at samle en større viden om publikumsadfærd i en grænseregion og endelig er målet at skabe en innovationsproces, som munder ud i et katalog med konkrete initiativer, der skal sættes i søen efter projektets afslutning – eksempelvis et kulturpas Øresund.

En bred vifte af andre aktører end kulturinstitutionerne, blandt andet transportsektoren, vil blive inddraget i en dialog om, hvordan de kan medvirke til at styrke oplevelsen af tilgængelighed til kulturlivet grænseoverskridende.

Arbejdstitlen er Kulturpas Øresund, fordi intentionen med projektet i Øresundsregionen er at udvikle et produkt, som kan generere flere besøg på kulturinstitutionerne/deltagelse i oplevelsestilbud på tværs af Øresund. Det kunne eksempelvis være et moderne digitalt, interaktivt kulturpas, som dækker hele grænseregionen Øresund. Vi ved, at udfordringen er at skabe et produkt, som er tilstrækkeligt attraktivt, skaber synlighed for institutioner bredt og som har en

fornuftig forretningsmodel. Vi ved også, at der er stor forskel på turist- og borgeradfærd og at der sandsynligvis skal arbejdes med forskellige løsninger/modeller.

Vi forventer, at København som besøgsdestination og Københavns kulturinstitutioner kan få stor gavn af at deltage i et udviklingsarbejde, der belyser muligheder og barrierer for et Øresunds-kulturpas. Nogle kulturinstitutioner angiver, at de alene har 2 procents besøg fra Sverige. Det er vanskeligt for institutioner og aktører selv at løfte opgaven med at nå et publikum i den større øresundsregionale geografi. Projektet vil endvidere kunne facilitere adgang til kompetence og højne viden om publikumsudvikling hos kulturaktører i regionen gennem innovationsforløb, hvor eksperter fra kultursektoren, erhvervssektoren, den digitale oplevelsessektor, borgere/brugere med flere bliver inviteret til at deltage.

Projektet forventes at indeholde følgende elementer:

### **Fase 1:**

Samle og analysere eksisterende information og erfaringer omkring audience- og non-audience adfærd (altså eksisterende brugeres adfærd og potentielle nye brugeres adfærd) i forhold til kultur- og oplevelsestilbud i en grænseregion.

Som et element vil vi se på, hvordan man har inddraget forskellige befolkningsgrupper og hvilke kulturformer, der er inddraget i kulturpasordninger i forskellige regioner i Europa. Endvidere vil vi se på, hvordan incitaments- eller rabatordninger andre steder er udformet, herunder også samle information om forretningsmodeller.

Øresundsregionen og Baselregionen/Oberrhein er primære studieobjekter. Det gælder både borgere og turister. Baselregionen inddrages som erfaringsregion, fordi de allerede gennem flere år har haft et grænseoverskridende museumskort, hvor over 300 museer fra 3 lande deltager og genererer over 400.000 besøg årligt. Antallet af brugere er stadigt voksende.

Vi vil have særligt fokus på befolkningsgrupper, som ikke er typiske kulturbrugere. I den sammenhæng vil vi inddrage erfaringer fra Marseille/Frankrig. Demografien i Marseille er sammenlignelig med demografien i Malmö og til dels København og har nogle af de samme sociale udfordringer. De har haft en stor indsats for at skabe en kulturel infrastruktur. Vi vil inddrage Marseille dels ved at studere deres erfaringer og dels ved at inddrage dem sammen med øvrige parter i et innovationsforløb i fase 2.

Endelig vil vi inddrage erfaringer fra Amsterdam, Holland, som er særligt gode til at arbejde med målgruppen internationale turister på en innovativ måde.

Den teknologiske udvikling over de seneste år har ændret borgernes kulturvaner gennemgribende. Den overordnede tendens er, at de traditionelle kulturområder og medier holder niveau, mens nye medier og apparater skaber yderligere forbrug. Derfor vil vi særligt inddrage viden om adfærd på digitale platforme og omkring nye medier og se på hvordan digital adfærd kan tænkes ind i nye

innovative produkter, der kobler og motiverer publikum til at ville deltage i oplevelser IRL på kulturinstitutioner.

Informationer/viden hentes fra

- større nationale og internationale undersøgelser
- faktiske initiativer som findes i Øresundsregionen, Baselregionen, i Holland og i Marseille området.
- Informationer fra europæiske netværk som til eksempel NEMO - Network of European Museum Organisations.

## Fase 2:

Innovationsforløb

Vi ønsker at skabe en række innovationsforløb, hvor primært nøgleaktører fra forskellige sektorer fra Øresundsregionen, Baselregionen, Holland og Marseille deltager.

Formålet med forløbene er at skabe en liste over innovative, gennemanalyserede initiativer/koncepter, der kan fremme publikums motivation for at deltage i kulturlivet/besøge kulturinstitutioner/museer mv. Vi forestiller os, at et grænseoverskridende kulturpas vil være ét af koncepterne. De bedste koncepter vil derefter blive afprøvet overfor forskellige publikumsgrupper.

Succeskriteriet for projektet er, at der efter projektets afslutning har tegnet sig et billede af et produkt eller flere produkter, som hænger sammen økonomisk og kan generere flere kulturbesøg på en bred vifte af kulturinstitutioner, også for ikke traditionelle kulturbrugere på tværs af Øresund og som der er aktører, der vil tage ejerskab til og drive fremadrettet.

## Produkter/leverancer:

- **Analyser af kulturadfærd** indenfor forskellige befolkningsgrupper. Særligt fokus på adfærd grænseoverregionalt. Analyse af betydningen af at koble nye medier til kulturinstitutionerne.
- **Innovationsproces/workshops** med eksperter og aktører fra kultursektoren og andre sektorer som erhverv, turisme og transportsektoren og forskellige befolkningsgrupper.
- **Katalog over forskellige initiativer/produkter** der kan motivere borgere og turisters grænseoverskridende kulturforbrug. Heri indgår beskrivelse af nye forretningsmodeller.
- **Teste initiativer** på udvalgte brugergrupper
- **Spredning af information om projektet – videndeling med ikke deltagende EU lande.**

Vi vil løbende igennem hele projektperioden tilbyde at dele informationer til andre grænseregioner i Europa

Det vil vi gøre gennem grænsenetværket AEBR - Association of European Borderregions, som Öresundskomiteen er medlem af.

Endvidere vil vi tilbyde dialog med blandt andet museumsnetværk i Europa, eksempelvis gennem NEMO - Network of European Museum Organisations <http://www.ne-mo.org/>

Endelig vil vi publicere vores resultater på alle partneres hjemmeside og hjemmesider hos samarbejdspartnere samt sprede information gennem partneres netværk.

## Tidsperspektiv:

**Start:** Januar/februar 2015

**Slut:** Juli 2016.

## Budget

Budget er vedlagt.

## BESKRIVELSE AF HVAD HVER PARTNER FORVENTES AT LEVERE

Der redegøres kun for den andel, som udgør timer. Nogle af parterne leverer samtidigt cash – **se budget**. Det gælder Öresundskomiteen, Region Hovedstaden Region Skåne samt Helsingør og Helsingborg.

### **Oberrhein – Baselregionen, timer svarende til 100.000**

Være vært for et studiebesøg med tilhørende innovationsforløb/seminar/workshop.

Stille evalueringer og andre informationer om deres Museumskort til rådighed

Deltage i workshops, stille eksperter til rådighed for workshop i anden region.

.

### **Marseille, timer svarende til dkk 100.000**

Stille evalueringer og andre informationer om deres arbejde med non users til rådighed

Være vært for et studiebesøg med tilhørende innovationsforløb/ seminar/workshop.

Stille eksperter til rådighed for workshop i anden region.

### **Öresundskomiteen i samarbejde med Region Skåne, Helsingør og Helsingborg, tilsammen timer svarende til dkk 75.000**

Alle parterne er tilsammen vært for et studiebesøg og innovationsforløb/workshop.

HH stiller informationer til rådighed om deres arbejde med at engagere publikum herunder inddrage erfaringer fra Helsingborg kortet.

**Visit Copenhagen, timer svarende til dkk 75.000**

Stille informationer til rådighed om deres publikumsudvikling og kort samt deltage i 1-2 workshops

**Malmöcity kort, timer svarende til dkk 50.000**

Stille informationer til rådighed om deres publikumsudvikling og kort samt deltage i 1-2 workshops

**Holland Card, timer svarende til dkk 75.000**

Stille informationer til rådighed om deres publikumsudvikling og kort samt deltage i 1-2 workshops

**Parkmuseerne (seks museer indgår: Davids Samling, Filmhuset, Den Hirschsprungske Samling, Rosenborg Slot, SMK og Statens Naturhistoriske Museum.), Malmö Museer, Kulturen i Lund, skal alle levere timer svarende til minimum 125.000 dkk, se nærmere fordeling i budget.**

Deltager i workshops og erfaringsudveksling.

Et meget stort antal kulturinstitutioner, ud over de som er direkte partnere, vil blive inddraget i workshops og innovationsforløb.

**Helsingborg Campus, timer svarende til 100.000**

Leverer analyse, deltage i workshops.

Det bemærkes, at en lang række institutioner, udover de som deltager som direkte partnere, vil blive inviteret til at deltage i udvalgte dele af projektet. Det gælder til eksempel Københavns Bymuseum, Glyptoteket, Museet for Søfart i Helsingør med mange flere.

Med venlig hilsen

Finn Lauritzen,  
Direktør, Öresundskomiteen