

16. november 2018

Ansøgning til Kultur- og Fritidsudvalget – Københavns Kommune

Fysisk udviklingsmiljø og festivalservice for københavnske festivalaktører og iværksættere med festivalrelaterede produkter

Baggrund og formål

Københavns Kommune støtter årligt en række festivaler, kulturbegivenheder og -arrangører i København. Fælles for disse aktører gælder, at de ofte har et større fokus på indholds- og programdelen, og færre dedikerede kompetencer inden for drift, administration og forretningsudvikling. Dette kan medføre en mindre effektiv forvaltning af projektmidler og i sidste ende betyde et mindre rigt festival- og kulturudbud til kulturbrugerne i København.

Foruden en rig festivaltradition har vi i Danmark en førerposition, når det gælder lydteknologi og lydvirksomheder. Særligt i København er der et spirende vækstlag af kreative og innovative iværksættere på event- og lydområdet, der beskæftiger sig med festivalrelaterede produkter og services (fx Soundboks, Volt og Peefence, der alle har tilknytning til Lydens Hus, og hvis produkter er udviklet med Roskilde Festival som test- og udviklingsplatform).

Ved at samle disse to grupper – festivaler og iværksættere, der arbejder med festivalrelaterede produkter – under samme tag og tilbyde specialiseret sparring, forretningsrådgivning og festivalservices, vil vi (1) kunne styrke aktørrammen og bidrage til en kommercialisering og professionalisering af festivalerne, så de bliver økonomisk selv bærende kulturvirksomheder. (2) Bidrage til flere erhvervs- og kulturpartnerskaber mellem kreative iværksættere og festival- og kulturorganisationer. (3) Bidrage til kreativ vækst og udvikling af nye innovative og bæredygtige festivalprodukter.

Derfor ansøger Vækstfabrikken Lydens Hus (ved Væksthus Sjælland) og Roskilde Festival-gruppen Kultur- og Fritidsudvalget om økonomisk støtte til igangsættelse og udvikling af en festivaletage og festivalservice på 5. sal i Lydens Hus. Ansøgt beløb 1,5 mio. kr. fordelt på en 3-årig periode.

Partnere bag ansøgningen

Vækstfabrikken Lydens Hus er et fysisk udviklingsmiljø på Gl. Kongevej i København for iværksættere og mindre vækstvirksomheder, der arbejder med musik og lyd. Lydens Hus blev etableret i 2014 og er én af i alt 14 inkubatormiljøer, såkaldte Vækstfabrikker, der er etableret af Væksthus Sjælland i Region Sjælland og Hovedstaden.

Lydens Hus har i dag en belægning på 130 procent og huser over 25 virksomheder, der spænder fra lyd-, musik-, tech- og eventiværksættere til relevante kulturorganisationer og festivaler. Lydens Hus tilbyder kontorpladser og mødefaciliteter kombineret med konsulentsparring, videnmoduler, mentoring og netværk. Bag Vækstfabrikken Lydens Hus er et konsortium bestående af Gramex, Væksthus Hovedstaden, Danish Sound Network og Væksthus Sjælland. Lydens Hus vil bidrage med den daglige ledelse, rekruttering og drift af festivaletagen, samt facilitere konsulent- og workshopforløb i samarbejde med konsulenter fra Væksthus Hovedstadsregionen (VHHR).

Roskilde Festival-gruppen er en almennyttig virksomhed, der står bag Roskilde Festival, der er Nordens største musikfestival og en række andre aktiviteter, som er baseret på den viden og de kompetencer, virksomheden har erhvervet gennem arbejdet med festivalen. Roskilde Festival-

gruppen leverer i dag konsulenttydelser og services inden for bl.a. sikkerhed, fællesskabende ledelse, bæredygtighed, produktion, logistik etc. Eksempler på opgaveløsning og konsulenttydelser er planlægningen, udviklingen og afviklingen af større events i København bl.a. 1. maj, Kim Larsen Mindekoncert, Ungdommens Folkemøde, Pride etc. Roskilde Festival-gruppen er i dag en del af fællesskabet i Lydens Hus og vil bidrage til projektet med etablering og udvikling af festivalservices, konsulenttydelser, samt videns- og kompetenceudviklingsforløb.

Idégrundlag: Tre spor – én etage

Festivaletagen og festivalservicen vil blive en overetage på Vækstfabrikken Lydens Hus. På samme måde som Lydens Hus i dag tilbyder kontor- og mødefaciliteter samt skræddersyede vækstforløb med konsulenter fra Væksthus Hovedstadsregionen (VHHR), vil den nye festivaletage på 5. sal tilbyde kontorfællesskab kombineret med skræddersyet sparring, netværk og festivalservice.

Den nye festivaletage rummer tre spor, som beskrives herunder:

Spor 1: Forretningsudvikling

Spor 2: Festivalservice

Spor 3: Netværk

Spor 1: Forretningsudvikling

Forretningsudviklingsbistand er et tilbud til både festivalerne og iværksætterne på 5. sal, og er et værdifuldt bidrag til professionaliseringen og kommerialiseringen af disse. Erfarne vækstkonsulenter fra VHHR med kendskab til festivalbranchen og den kreative industri varetager denne opgave sammen med daglig ledelse.

Sporet består af skræddersyede rådgivningsforløb baseret på en-til-en samtaler (1) og workshops (2).

(1) En-til-en rådgivning: Rådgivningsforløbet er inspireret af den såkaldte Lean Startup filosofi, hvor virksomheder bliver kastet ud på markedet og får kunde- og samarbejdsfeedback tidligt i processen. Det konkrete rådgivningsforløb indeholder en startsamtale, hvor vækstkonsulenten i fællesskab med den pågældende aktør indkredser en række fokusområder og delmål, samt skræddersyer en plan for forløbet. Efterfølgende mødes de kontinuerligt. Daglig ledelse sørger for løbende opfølgningssamtaler.

En-til-en rådgivning med vækstkonsulenten er en gennemtestet metode, der foregår efter samme princip som den nuværende forretningsudviklingsbistand i Lydens Hus. Undersøgelser viser, at sparring i det daglige samt kontinuerlig opfølgning bidrager til både vækst og kundetilfredshed. Lean Startup har desuden vist sig at være et værdifuldt værktøj til kreative iværksættere, der har en tendens til at lukke sig om sig selv; vi har således flere succeser bag os, hvor vi har benyttet denne metode (fx projekterne 'Lean Landing' og 'Lean Startup Masterclass'). Vi ved ydermere fra vores rådgivningsforløb i Lydens Hus, at festivaler og kulturorganisationer har det med at takke nej til forretningsudviklingsbistand, da de har svært ved at se sig selv i det kommercielle. Ved at samle aktørerne, så de kan inspirere og udfordre hinanden, vil vi nemmere kunne bearbejde denne modstand og bidrage til en kultur, hvor kommerialisering ikke er et 'fy-ord'.

(2) Workshops: Der tilbydes en række workshops årligt inden for generel forretningsudvikling og strategi. Disse workshops foregår på 4. sal, hvor festivalorganisationer og iværksættere fra

5. sal får lejlighed til at mødes og netværke med de øvrige lyd- og musikstartups i huset. Workshopsene varetages af vækstkonsulenterne i forlængelse af den øvrige rådgivning. Her vil konsulenterne samle op på generelle problematikker og udfordringer, der går igen i deres samtaler med bl.a. festivalerne – fx forretningsplaner, ledelse, salg, internationalisering, partnerskaber etc. – og deltagerne får mulighed for at drøfte specifikke problemstillinger med hinanden. Af erfaring ved vi, at det er mange af de samme problematikker festivaler, kulturorganisationer og startups står overfor – til trods for at de ikke umiddelbart "ligner" hinanden. Det er ofte en værdifuld erfaring for festivalerne, der kan hente stor inspiration i hele iværksætter-tankegangen og tilgangen til at drive virksomhed. Foruden disse workshops i generel forretningsudvikling tilbydes festivalerne og iværksætterne også skræddersyede workshops i festivaldrift og -udvikling. Dette foregår som led i festivalservicen (beskrevet nedenfor).

Spor 2: Festivalservice

Festivalservicen er et tilbud til festivalerne i Lydens Hus. Festivalservicen er tænkt som en videnplatform, der skal stimulere udvikling og bakke op om og være driver for udvikling af bæredygtige eventløsninger og kernekompetencer. Festivalservicen udbyder kurser og konsulentbistand inden for bl.a. sikkerhed og beredskab, risikovurdering og myndighedsbehandling, fællesskabende ledelse og frivillig udvikling, bæredygtighed, 'food & beverage', design- og konceptudvikling, produktion og logistik, kommunikation og marketing. Gennem festivalservicen vil festivalerne desuden kunne blive opdateret med de seneste bestemmelser og standarder inden for festivaldrift.

Det skal være muligt at få adgang til festivalservicens tilbud og services uden at have fast tilknytning til festivaletagen.

Festivalservicen udvikles i henhold til aktørernes behov og drives af Roskilde Festival-gruppen.

Spor 3: Netværk

Et værdifuldt element i at samle festivaler og iværksættere under samme tag er den unikke mulighed for netværk. Netværkssporet har som forretningsudviklingssporet et kommercielt sigte; her mødes den kommercielle festival med de mindre commercialiserede. Den store festival møder den lille. Nichefestivalen møder den folkelige osv. I Lydens Hus har vi allerede flere gode eksempler på dette, fx Roskilde Festival, der har hjulpet Carpark Festival i gang under Bispeengbuen, og desuden har indgået sponsoraftale med højttalerfirmaet Soundboks. Den nystartede, københavnske kvindefestival POW Festival, der har fået assistance til musikprogrammet af bookeren fra Spillestedet Stengade. Samarbejder, der er vokset ud af netværket i Lydens Hus.

Foruden netværket imellem festivalerne, vil netværket på tværs af festivaler og iværksættere kunne bidrage til øget samarbejde, nye partnerskaber og forretningsområder. I forlængelse af Lean Startup strategien får iværksætterne direkte adgang til markedet med mulighed for at teste, forfine og udvikle eksisterende og nye produkter og løsninger. Festivalerne derimod får nem og hurtig adgang til de nyeste og mest innovative services og produkter, som de kan teste året rundt – og kan sågar få skræddersyede løsninger til de udfordringer, de står overfor. Det er med andre ord *matchmaking* på daglig basis.



Lejerne på festivaletagen får desuden adgang til et internationalt netværk af festivalaktører bl.a. gennem projektet Lean Landing, hvor vi har et tæt samarbejde med Amsterdam, (der har stor erfaring med gadefester) og derudover gennem EU-lydprojektet, MONICA, hvor vi har kollegaer hos Fête des Lumières i Lyon, Rhine in Flames i Bonn, Kappa FuturFestival (svarende til Distortion), Nuits Sonores og Movida i Torino.

Også på iværksættersiden har vi adgang til et verdensomspændende netværk af iværksættere, der arbejder med festivaler gennem Creative Business, der har hovedkontor i Lydens Hus.

Rekruttering og målgruppe

På grund af Lydens Hus' brand og position som et af de førende udviklingsmiljøer inden for musik og lyd, vil vi naturligt tiltrække musikfestivaler. Men i virkeligheden tænker vi målgruppen endnu bredere. Det gælder også festivaler uden en specifik musikprofil, men hvor musik eller lyd indgår som en mindre bærende del af eventet (fx Copenhagen Games, Copenhagen Pride Week, Ungdommens Folkemøde). Det er vores erfaring fra Lydens Hus, hvor vi også tænker lyd meget bredt (fra lydingeniøren til podcasteren og kulturorganisationen, der beskæftiger sig med iværksætteri inden for den kreative industri), at bredden bidrager positivt til udvikling, inspiration og samarbejde.

Følgende festivaler og iværksættere er klar til at flytte ind på festivaletagen: Roskilde Festival, Distortion, Dansk Live, Spil Dansk, Limelight Music (Streamingtjeneste med særlig service til festivaler og koncertarrangører) og T60 Akustik (sikkerhedsløsninger til festivaler).

Priser på kontorer på festivaletagen i Lydens Hus

På festivaletagen tilbydes kontorer, arbejdsstationer og fælles projektrum (et slags makerspace) til fordelagtige priser. Standardpriserne i Lydens Hus (4. sal) spænder fra 1.560 kr. for en enkelt plads til lukkede kontorer: 4.200 kr. (kontor til 2 personer), 5.000 kr. (3 personer), 6.200 kr. (4 personer). På festivaletagen vil det desuden blive muligt med en endnu løsere tilknytning i form af fx en abonnementsordning, hvor festivalerne får adgang til festivalservicen, forretningsudviklingsdelen og netværket uden at have en kontorplads.

Effektmåling

Efter 3 år vil der blive lavet en effektevaluering blandt lejere og brugere af festivaletagen. Effektmålene angiver hvor stor en procentandel af deltagerne, der har oplevet en fremgang på de forskellige adspurgte områder som følge af deres tilknytning til Lydens Hus.

Effektevaluering – Festivaler:

Evaluering Festivaler	Effekt mål (antal medlemmer i %)
Indgået nye alliancer eller partnerskaber på tværs af netværk og/eller med eksterne aktører	80 %
Effektiviseret administration	80 %
Effektiviseret afvikling	80 %
Optimereret økonomi	80 %
Effektiviseret indkøb	80 %

Effektevaluering – Iværksættere:

Evaluering Iværksættere	Effekt mål (antal medlemmer i %)
Indgået nye samarbejder eller partnerskaber på tværs af netværk og/eller med eksterne aktører	80 %
Produktudvikling (forbedring af eksisterende produkt og/eller udvikling af nye)	80 %
Salg	80 %
Markedsføring og øget omtale	80 %

Finansiering

Vi ansøger 1,5 mio. kr. til etablering og udvikling af festivaletage og festivalservice de første 3 år med en fordeling på 750.000 kr. år 1, 550.000 kr. år 2 og 200.000 kr. år 3.

Se bilag 1.

BILAG 1**Festivaletage og festivalservice i Lydens Hus****År 1**

Udgifter	
Projektledelse (1628 timer) - udvikling, planlægning, rekruttering, markedsføring, facilitering	450.000
Potentielle partnertimer/bidrag (Evt. Dansk Live)	50.000
Festivalservice	250.000
I alt	750.000
Markedsføring og events	50.000
I alt	50.000
Indretning	
I alt	0
Samlede støtteberettigede udgifter	800.000
Finansiering	
Tilskud Københavns Kommune	750.000
Egenfinansiering netværksarrangementer partnere/sponsorbidrag	50.000
Finansiering i alt	800.000

BILAG 1**Festivaletage og festivalservice i Lydens Hus****År 2**

Udgifter	
Projektledelse (Deltid 960 timer) - udvikling, planlægning, rekruttering, markedsføring, facilitering	265.000
Potentielle partnertimer/bidrag (Evt. Dansk Live)	50.000
Festivalservice	250.000
I alt	565.000
Markedsføring og events	35.000
I alt	35.000
Indretning	-
I alt	0
Samlede støtteberettigede udgifter	600.000
Finansiering	
Tilskud Københavns Kommune	550.000
Egenfinansiering netværksarrangementer partnere/sponsorbidrag	50.000
Finansiering i alt	600.000

BILAG 1**Festivaletage og festivalservice i Lydens Hus****År 3**

Udgifter	
Projektledelse (Deltid 620 timer) - udvikling, planlægning, rekruttering, markedsføring, facilitering, evaluering	175.000
Potentielle partnertimer/bidrag (Evt. Dansk Live)	50.000
Festivalservice	-
I alt	225.000
Markedsføring og events	25.000
I alt	25.000
Indretning	-
I alt	0
Samlede støtteberettigede udgifter	250.000
Finansiering	
Tilskud Københavns Kommune	200.000
Egenfinansiering netværksarrangementer partnere/sponsorbidrag	50.000
Finansiering i alt	250.000

BILAG 1**Festivaletage og festivalservice i Lydens Hus****Samlet budget**

Udgifter	
Projektledelse - udvikling, planlægning, rekruttering, markedsføring, facilitering, evaluering	890.000
Potentielle partnertimer/bidrag (Evt. Dansk Live)	150.000
	500.000
I alt	1.540.000
Markedsføring og events	110.000
I alt	110.000
Indretning	-
I alt	0
Samlede støtteberettigede udgifter	1.650.000
Finansiering	
Tilskud Københavns Kommune	1.500.000
Egenfinansiering netværksarrangementer partnere/sponsorbidrag	150.000
Finansiering i alt	1.650.000