

INDLEDNING

En ny bølge af digitale teknologier er skyllet ind over landet de seneste år. Både i form af "dimser" - fx smart phones og tablets - og i form af *indhold* til dimserne og til internettet generelt. Danskerne forbruger mere kultur – samlet set – og en større og større del af kulturforbruget er digital kultur. Det betyder dog ikke, at digital kultur erstatter den traditionelle kultur – tværtimod er digital kultur med til at skabe yderligere kulturforbrug. Det har betydning for den måde, Københavns Kommunes Kultur og Fritidsforvaltning (KFF) skal tænke, formidle og producere kultur- og fritidstilbud på.

FORMÅL

Handleplanen Byen og Teknologien tager udgangspunkt i Kultur- og Fritidspolitikken, først og fremmest i formuleringen om at KFF skal:

"... øge tilstedeværelsen [af kultur] udenfor bygningerne – i byens rum og via teknologiske platforme."

PRINCIPPER FOR HANDLEPLANEN

Asynkron kultur- og fritidsoplevelser: Borgerne vil have mere kultur og tilgang til den uafhængigt af tid og rum. Eksempelvis er netjenester som Netflix og Spotify - og også bibliotekernes netlydbog.dk, eReolen.dk og filmstriben.dk - stærkt voksende, idet de gør indholdet tilgængeligt 24/7/365 via alle dimser alle steder. Digitale kultur- og fritidstilbud skal tænkes asynkront; oplevelsen skal være til stede hos brugerne, når *brugerne* har brug for den, uanset tid og rum.

Co-creation, samskabelse og crowdsurfing: KFFs vil understøtte samskabende og co-creative elementer - også digitalt - både ifht til selve udviklingen af digitalt indhold, men også når fysisk indhold skal digitaliseres. Den nyeste tendens er at sætte sine brugere sammen alene for skabelsens skyld; i denne konstellation, som er fri for organisationens (til tider ufleksible) dagsordener, opstår der produkter, som muligvis ellers ikke ville opstå og dermed udviklingsmuligheder, som ikke ellers ville være blevet opdaget.

Tilgængelige data: Brugere ønsker løsninger, som gør dem i stand til at få oplysninger om kultur- og fritidstilbud (også det, de ikke vidste, de gerne ville vide) på en overskuelig og individuelt tilpasset måde. Tendensen er, at både de københavnske kulturformidlingsplatforme, som fx iByen og AOK og de internationale, som fx Tripadvisor, FourSquare og Yelp i højere grad bliver stærke spillere på kulturformidlingsmarkedet. KFFs data skal i højere grad gøres tilgængelige, så de kan anvendes af både interne og eksterne aktører og samtidig på en måde, der gør det muligt at personificere formidlingen for tredjepartsformidlere.

Sociale medier og teknologier: Brugervurderinger og brugerkommentarer er retningsanvisende i fht. brugernes præferencer og ses integreret flere og flere steder. Brugervurderinger, brugerkommentarer og forskellige grader af at "like" / "dislike" bliver integreret flere og flere steder. Formålet er dels at give andre brugere en pejling, dels at organisationen bag bliver klogere på sine produkter og egne blinde vinkler. Derfor skal KFF i højere grad tænke sociale teknologier ind i formidlingen af tilbud og sociale teknologier ind i KFFs digitale løsninger.

Digitale lag og oplevelser: KFF skal understøtte udviklingen af digitale kulturlag i byens indre og ydre rum. Augmented Reality, podwalks, brugergenerede, digitale kulisser til teaterforestillinger, GPS-koordinerede

film etc. Digitale lag i byens rum - både de indendørs og de udendørs - har udviklet sig til en megatrend, som giver ekstra dimensioner til oplevelser byens rum i form af viden, nysgerrighed og noget så gammeldags som dannelse (som ikke længere er et fy-ord). Derudover er digitale lag let tilgængelige for brugerne 24/7.

Viden og læring i nye digitale formater: Podcasts med radiomontagens elementer og apps, som visuelt fører én gennem universets skabelse er eksempler på, at viden og læring i større grad bliver tilgængelig i andre formater og rum end tidligere. Viden og læring bliver mere sanselig og rørbar; mere eksperimenterende og mindre dikterende. Den tendens skal KFF udvikle og understøtte i vores tilbud.

Intuitive løsninger: Apps, hjemmesider, portaler etc. skal bare virke; man skal kunne finde rundt i dem, og de skal nærmest selv kunne finde ud af, hvad man leder efter, før man selv ved det. Tendensen er, at webdesigneren og data-arkitekten sættes i front og teknikkerne retter ind. Derfor bliver usabilitytests også en del af driften – uanset form og platform. Alt er i beta-version og tilrettes løbende og hastigt brugernes præferencer. Derfor skal det intuitive i højere grad løbende tænkes ind i KFFs digitale løsninger.

Digitale kreative: København har en boblende undergrund af gamere, spiludviklere, app-udviklere etc. Deres virke skal understøttes og gives mulighedsrum for at kunne udfolde sig og dermed sikre Københavns fortsatte kreative udvikling og industri - også på den digitale side. Tendensen er, at jo bedre en by er til at nurse denne gruppe - fra de starter deres kreative løbebane til de springer ud som virksomhedsejere - jo bedre afkast får man. Det vil KFF understøtte.

INITIATIVER

Byen & Teknologien indeholder følgende ti forslag til konkrete initiativer og bygger på:

- *Digital FORMIDLING af eksisterende fysiske kultur- og fritidstilbud.*
- *Digitale KULTUROLEVELSER, hvor oplevelsen kan foregå både hjemme, i byen og på farten.*
- *Digital INDDRAGELSE, hvor københavnere får INDFLYDELSE på indhold og mulighed for at SAMSKABE kultur, løsninger og projekter.*

GOOGLE TRANSLATE PÅ UDVALGTE KFF-PLATFORME

Formål

At gøre udvalgte dele af KFFs webplatforme tilgængelige for ikke-dansk-talende/-læsende københavnere.

Baggrund

Størstedelen af KFFs webplatforme er ikke tilgængelige på andre sprog end dansk – hvilket gør, at KFFs kultur- og fritidstilbud ikke er lige tilgængelige for alle københavnere. KFFs institutioner får jævnligt henvendelser fra ikke-dansk-talende brugere ifht. bl.a. åbningstider og andre generelle informationer. Det indikerer, at der er stor interesse for at deltage i og gøre brug af KFFs tilbud, men at man som ikke-dansktalende møder en sproglig barriere, som afskærer én fra deltagelse i kultur- og fritidslivet.

Google Translate er et værktøj, mange bruger til at danne sig et overblik over indhold på et givent site – noget at navigere ud fra. Man forventer altså ikke en korrekt eller præcis oversættelse, men at oversættelsen er *forståelig*. Samtidig er det et værktøj, der giver brugerne mulighed for at berige oversættelsen, så den over tid bliver mere præcis – også kaldet crowdsourcing.

Ved at arbejde mod en integration af Google Translate på (udvalgte) KFF webplatforme vil ikke-dansktalende borgere kunne præsenteres for en oversat udgave af websitet og derved få lettere adgang til KFFs kultur- og fritidstilbud. Dette skal ses som et supplement til den manuelle - og langt dyrere - oversættelse, der allerede foregår i mindre skala på fx bibliotek.kk.dk. På sigt – i takt med at, Google Translate beriges med brugernes egne oversættelser - vil disse ressourcer med fordel kunne bruges mere redaktionelt og indholdsberigende.

Erfaringer fra andre kommunale sites (Vordingborg Kommune fx) viser, at brugere tager positivt imod denne mulighed, og at de er bevidste om de forbehold, de nødvendigvis må tage i anvendelse af sådan en maskinoversættelse. Via Google Analytics er der mulighed for løbende at overvåge, hvor mange brugere, der anvender Google Translate-funktionen og til hvad, og dermed også rette ind efter fremtidige behov.

Indhold

Det anbefales, at arbejde hen mod en integration af Google Translate; at fokusere på engelsk som sprog og på at fokusere på retvisende oversættelser af forsideindhold, vigtige informationer og indhold generelt, som er relevant for ikke-dansktalende borgere.

- KFF arbejder hen mod en meningsfuld integration af Google Translate: Google Translate fungerer som en knap, brugeren trykker på på et givent website, hvorefter man vælger det sprog, man gerne vil oversætte til; forinden er man blevet gjort opmærksom på, at man derved præsenteres for en maskinoversat udgave af websitet.

- Etablering af et midlertidigt taskforce med kompetencer indenfor It/KFFs webplatforme, crowdsourcing og engelsk oversættelse. Dette taskforce vil have til opgave dels at afklare hvilke udvalgte dele af KFFs platforme, der skal kunne læses af ikke-dansktalende københavnere; dels afgøre tempi i en interaktionsproces og dels kunne agere teknisk support i fht. selve integrationen og etablering af et crowd (enten internt eller eksternt eller i en blanding), så oversættelsen kickstartes.

kulturogfridid.kk.dk/sundby-bad

Lørdag 08:00 - 14:00
Søndag 09:00 - 15:00

De angivne åbningstider er billetsalgets åbningstider. Bassin og sauna skal være forladt senest 1/2 time efter billetsalgets ophør, og svømmehallen skal være forladt 1 time efter billetsalgets ophør.

Lukkede dage | Priser | [Baneoversigt](#)

Sundby Bad
Sundbyvestervej 50
2300 København S
Telefon: 3258 5568
Mail: Sundby_Bad@kff.kk.dk
[rejseplanen.dk](#)
Kort fra [findvej.dk](#)

AKTIVITETER

Nyhed: 4. oktober 2012

kulturogfridid.kk.dk/sundby-bad

Google translate Translated to: English Show original

tennawp@gmail.com Sign out Options

Friday 07:00 - 16:00
Saturday 08:00 - 14:00
Sunday 09:00 - 15:00

The stated hours are billetsalgets hours. Pool and sauna must be vacated no later than 1/2 hour after billetsalgets end and the swimming pool must be vacated 1 hour after billetsalgets end.

Closing | Prices | [Course Overview](#)

Sundby Bad
Sundbyvestervej 50
2300 Copenhagen S
Phone: 3258 5568
Mail: Sundby_Bad@kff.kk.dk
[rejseplanen.dk](#)
Map from [findvej.dk](#)

ACTIVITIES

News: 4th October 2012

Økonomi: Indenfor KFFs eksisterende ramme.

Ansvar: Sekretariat & Kommunikation

Denne handling falder i tråd med handleplanen CPH International, behandlet på KFU 22. november 2012.

"SUGBARE" DATAFEEDS

Formål

At øge muligheden for, at eksterne aktører kan synliggøre og udbrede information om kulturarrangementer, foreningsaktiviteter og basisinformationer om KFFs institutioner for byens borgere og gæster.

Baggrund

46,9 procent af kulturbrugerne benytter sig af AOK.dk, 40,8 procent af IByen.dk og 38,6 procent af søgemaskiner som fx Google, når de skal finde informationer om arrangementer i KFF. Der ligger altså et stort potentiale i at finde nye måder at pushe KFFs arrangementer og basisoplysninger på. Især når man tager i betragtning, at der ikke er skelnet mellem om man som bruger ved, hvad man søger eller om man har snublet over et tilbud. Derudover viser erfaringerne med kulturog fritids-app'en, at der ikke fra et brugersynspunkt er incitament til at bruge en app udelukkende med kommunalt indhold.

Desuden findes der i dag ikke et overblik over alle de foreningsaktiviteter – især på idrætsområdet – vi huser i KFF-regi.

Indhold

Initiativet indebærer, at KFF arbejder hen mod at datafeeds – fx på kulturog fritid.kk.dk eller fremtidige platforme - gøres tilgængelige for eksterne formidlingsplatforme – evt. i form af en databrønd. Altså at stille data til rådighed for hvem-der-måtte-være-interesseret. Det vil betyde, at eksterne formidlingsaktører som fx AOK, Ibyen, Yelp, FourSquare, Tripadvisor etc. vil kunne "suge" arrangementer og basisinformationer om åbningstider og beliggenheder for KFFs institutioner og dermed give arrangementerne og institutionerne bedre og bredere formidlingsplatforme.

Samtidig skal kulturaktører og foreninger, der afholder arrangementer i KFF-regi, have mulighed for selv at lægge arrangementer og løbende tilbud på kulturog fritid.kk.dk – eller en fremtidig platform (eventuelt med en redaktionel mellemmand), og dermed på tilsvarende vis få adgang til bedre og bredere formidlingsplatforme.

Økonomi

Det indstilles, at der afsættes 600.000 kr. til udvikling af løsning og serverplads og derefter kan driften foregå indenfor KFFs ramme.

Tema:	2014	2015	2016	2017
"SUGBARE" DATAFEEDS	450.000	50.000	50.000	50.000

Ansvar: Sekretariat & Kommunikation

DIGITALE BEGRAVELSESPROTOKOLLER

Formål

At gøre Københavns Stadsarkivs Begravelsesprotokoller tilgængelige digitalt

Baggrund

Begravelsesprotokollerne er en kilde til oplysninger og viden om befolkningen i København i perioden 1805 til i dag.

Materialet omfatter en tredjedel af den danske befolkning i perioden, og er et af Københavns Stadsarkivs mest anvendte arkivalier på læsesalen, i dag mest for slægtsforskere, men da protokollerne også indeholder oplysninger om dødsårsag m.m. vil en digitalisering give den fordel, at forskerne får helt nye muligheder for at anvende materialet – ligesom vi har set det på forskningsprojekter med udgangspunkt i www.politietsregisterblade.dk.

Projektet udbygger den digitale samling af historiske personregistreringer på nettet, som er startet med Politiets Registerblade hvor 1,4 mio. personregistreringer fra 1890-1923 dækkende hele Københavns befolkning i perioden nu er digitaliseret ved hjælp af frivillig arbejdskraft og har 400.000 brugere årligt.

Den elektroniske "læsesal" på nettet har åbent 24/7, hvilket ses af brugernes anvendelsesgrad på www.politietsregisterblade.dk, som både i 2011 og 2012 havde over 100.000 unikke brugere om året. Til sammenligning holder Stadsarkivets fysiske læsesal åbent 1.800 timer om året og har besøg af ca. 4.000 brugere. Med en digitalisering af protokollerne vil vi ligeledes sikre de originale håndskrevne protokoller, som udsættes for slitage af brugerne.

Indhold

Stadsarkivets erfaringer med crowdsourcing gør os i stand til at samle et stort antal frivillige deltagere i projektet og lade dem transskribere oplysningerne i begravelsesprotokollerne og gemme dem i en database, som både rummer den berigende del, men også den forskningsmæssige del.

Dette sker ved, at Stadsarkivet udvikler en web-applikation med tilhørende funktionalitet:

- Brugerdriven innovation i udviklingen af projektet gennem anvendelse af referencegrupper og superbrugere til design, prototyping og test.
- Integration af brugere i projektledelse med aftalte roller og ansvar.
- Web-understøttet interaktiv kommunikation mellem brugerne alene og mellem Stadsarkivet og brugerne gennem chat og forums.
- Udvikling af events og aktiviteter med og af samarbejdspartnere (fra www.politietsregisterblade.dk se fx "Prostitutionsturen" hos www.nerdtours.dk baseret på registerbladene).
- Gennem inddragelse af nye teknologier (f.eks. geo-tagging) er det hensigten at skabe nye visuelle søge- og visningsmuligheder.



Økonomi

Projektets samlede omkostninger er på ca. 490.000 kr. eks. udgifter til faste medarbejdere, som afholdes indenfor egen ramme. Københavns Stadsarkiv forventes at anvende et årsværk i 2 år og forventes at modtage 20 årsværk årligt fra frivillige brugere – jf. erfaringerne fra www.politietsregisterblade.dk.

Tema:	2014	2015	2016	2017
DIGITALE BEGRAVELSESPROTOKOLLER	295.000	95.000	0	0

Ansvar: Københavns Stadsarkiv, Kristian Bak

DIGITALE KORT

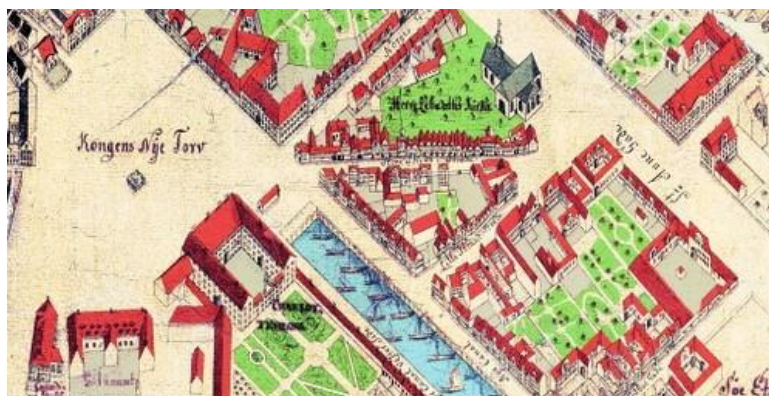


Formål

At gøre de 732 ældste kort i Stadsarkivets Kortsamling tilgængelige i digitaliserede kopier.

Baggrund

Der er stor interesse for gamle kort – og Københavns Stadsarkiv har en enestående samling. I forlængelse af Geddes Eleverede Kort i 2011 og udviklingen af det oplevelsesunivers om 1700 tallets København – se på www.kbh1761.dk. De mest relevante dele er gjort tilgængelige på engelsk – såvel på skrift som i lyd – og det seneste tiltag er, at forlaget Systime udvikler en e-bog med digitalt uddannelsesmateriale til brug for



Geddes eleverede kort fra 1761

historieundervisning og Københavner-ekskursioner til København.

Indhold

Stadsarkivet digitaliserer ca. 700 af de ældste kort i sine samlinger og en formidling på nettet med anvendelse af den viden, man har oparbejdet gennem arbejdet med Geddes kort, så det bl.a. bliver muligt at sammenligne datidens og nutidens topografi. Formidlingen vil også omfatte muligheden for at inddrage brugere med særlig interesse og viden til at indgå i beskrivelserne af de digitaliserede kort, og de københavnerfortællinger vi kan knytte til dem gennem crowdsourcing. Her anvender vi Stadsarkivets erfaringer fra www.politietsregisterblade.dk.

Økonomi

Projektets samlede omkostninger er på ca. 165.000 kr. eks. medarbejderløn til scanning af protokollerne (ca. 80.000 kr.), udarbejdelse af web-design og brugeranvendelighed (ca. 85.000 kr).

Tema	2014	2015	2016	2017
DIGITALE KORT	165.000	0	0	0

Ansvar: Københavns Stadsarkiv, Kristian Bak

PULJE TIL DIGITALE KULTURLAG I BYENS RUM

Formål

At skabe digitale lag af kultur i byens ydre og indre rum; på bygninger, monumenter, gade og stræder; på biblioteker, kulturhuse, svømmehaller etc.

Baggrund

Digitale lag i form af fx podwalks, talende statuer, augmented reality og projektioner er en megatrend på kulturområdet, men København er bagud – selvom københavnere og vores gæster er parate. Derudover er der stigende interesse for beriget viden om byen – fx i form af byvandring og i forhold til kulturturisme.

Indhold

Fokus er på samarbejde med eksterne aktører; kunstnere, digitale virksomheder, kreative iværksættere, som i samarbejde med KFFs institutioner kan ansøge om midler til at skabe digitale kulturlag i byen. Eksempler på digitale lag kunne være audio-walks, videoklip, billeder og lydclip knyttet til bestemte områder via GPS-tags eller QR-koder, billede- og projektioner på facader: Digitale lag af kultur, som enten kan oplyse, danne, belyse og/eller invitere til at bidrage eller interagere - som set i "Talende Skulpturer i København" fra True Stories Aps behandlet d. 6. dec. 2012 på KFU eller Inside Out 2400 iscenesat af Cassandra Wellendorf og Hanne Lise Thomsen.



Økonomi

Tema	2014	2015	2016	2017
PULJE TIL DIGITALE KULTURLAG I BYENS RUM	500.000	500.000	0	0

Ansvar: Kultur- og Fritidsforvaltningen

POCKET WALL

Formål

At øge borgernes deltagelse i udforskning og beskrivelse af København som by og demokratisere adgangen til de kulturelle ressourcer.

Baggrund

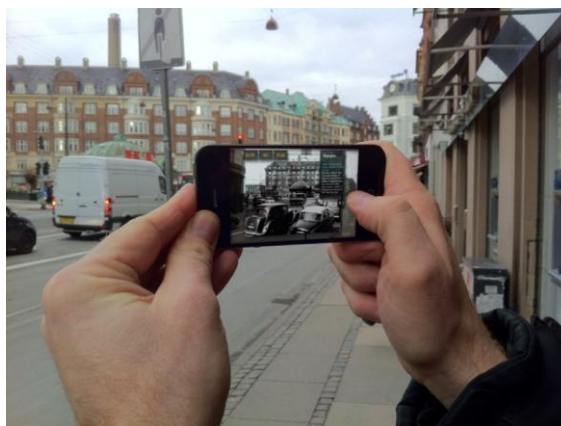
Københavns Museums interaktive digitale formidlingsplatform VÆGGEN har gennem et par år i byrummet i København haft over 1.2 millioner individuelle brugere, som har åbnet og set over 8 millioner billeder fra Københavns historie og kultur, og selv bidraget med over 7000 nye fotos og et tilsvarende antal video- eller tekstkomentarar.

VÆGGEN fungerer som en platform for udveksling mellem museet og borgerne og borgerne indbyrdes. Den skaber dialog og communities om emner fra graffiti, fattiggårde, skoler, fængsler, forelskelser m.v.

Indhold

En *pocket wall* app for smartphones og tablets, som folk selv bærer med sig, vil øge VÆGGENS spændvidde i byrummet. Ligesom VÆGGEN vil en *pocket wall* have en åben og intuitiv brugergrænseflade. Man kan vandre gennem Københavns cityscape i 2D/3D, åbne albums og – ikke mindst vigtigt - bidrage med sine egne billeder. Når man åbner sin *pocket wall* app, lokaliseres cityscapet og anvenderen via gps og kompasfunktioner straks til det bestemte sted, man opholder sig i byen og de nye billeder, man tager glider straks ind på netop dette sted.

Platforme som VÆGGEN og en *pocket wall* får ikke blot en bredere brugerkreds end traditionelle kulturelle tilbud. Det er også bredere, mere sammensatte emner, der tages op – fra nutiden, fra det levede hverdagsliv, sociale og følelsesmæssige forhold, konfliktstof. Idet den er helt integreret med VÆGGEN og dennes billeddatabase, vil en *pocket wall* få langt større dybde og viden og forankring i de nye social networks, end kendte tilsvarende applikationer som London Street Museum.



Økonomi

En fuldt udviklet *pocket wall* anslås til 3.1 mio. kr. i udvikling og produktion, med en årlig drift på omkring 125.000 kr., som afholdes indenfor museets ramme.

Tema	Post	2014	2015	2016	2017
POCKET WALL	Udvikling af teknologi	1.000.000	2.100.000	0	0

Ansvar: Københavns Museum, Jette Sandahl

DET DIGITALE DEMOTEK

Formål

At understøtte det kreative vækstlag digitalt og fysisk og derved styrke den første del af fødekæden "fra kreativ til kreativ iværksætter."

Baggrund

Unge mellem 15 og 34 udgør 39 procent af københavnernes og denne gruppe vil komme til at udgøre en større og større del af Københavns befolkning, viser befolkningsfremskrivningen. Heraf i særlig grad – alt andet lige - det kreative vækstlag, som København, som hovedstad og storby, i særlig grad er beriget af.

Demoteket er et midlertidigt finansieret undergrundsbibliotek, som på fire biblioteker understøtter det kreative københavnske vækstlag ved at udlåne fysiske materialer, skabt af den kreative undergrund, på lige fod med andre biblioteksmaterialer. Samlingen består af zines, demo-plader/bånd/CD'er, tøj, billeder, malerier, digtsamlinger og graphic novels fordelt på fire biblioteker. Vækstlagets interesse for en videreførelse – og udvidelse – af Demoteket udfordres imidlertid af følgende:

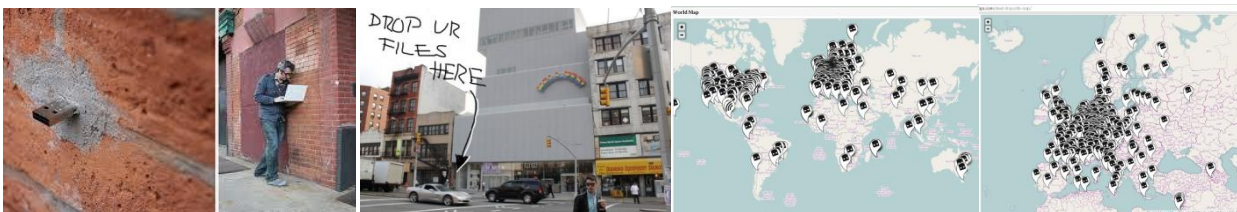
- 1) Demoteket er en fysisk størrelse placeret på fire biblioteker. Det gør Demoteksmaterialerne svært tilgængelige for målgruppen, som er vant med at arbejde asynkront – uafhængigt af tid og sted -, men til gengæld gør materialerne tilgængelige for biblioteksbrugere generelt.
- 2) Der er et kollaborativt potentiale, som Demotekets nuværende form ikke kan rumme, da der ikke er mulighed for frit at samarbejde om værker samt dele og videreudvikle sine idéer og sit håndværk.

Indhold

Det Digitale Demotek er en videreudvikling af Demotekskonceptet, så det i højere grad understøtter det kulturelle vækstlag. Det Digitale Demotek fokuserer på det samskabende/kollaborative potentiale og forbinder den digitale verden med den fysiske produktion og de fysiske såvel som digitale udlån.

Initiativet indebærer:

- Etablering af Dead Drops i København – USB-sticks placeret offentlig tilgængelige steder i byen, som kan tilgås af alle, og hvor kunstnere kan udveksle værker med andre. Dead Drops er et internationalt netværk.



- Udvikling af en Demoteksplatform, hvor kreative aktører kan samskabe kunstværker – fx film, tekster eller grafik - som bliver lagt på Demotekets hjemmeside, Facebooksite og/eller fysisk produceret (fx på Copenhagen FabLab) og indgår i den fysiske Demotekssamling til offentlig udlån. Samtidig virker platformen som et udstillingsvindue for både fysiske og virtuelle Demoteksmaterialer.



- Udbredelse og/eller skalering af Demoteks-konceptet, herunder organisatorisk forankring og permanent finansieringsmodel. Pt. er der kun fire deltagende biblioteker, der bærer udgiften til drift af Demoteket, hvilket gør Demoteket sårbart i forhold til prioriteringer lokalt og dels det u hensigtsmæssige i, at fire kulturenheder bærer udgifterne alene.

Økonomi

Tema	2014	2015	2016	2017
DET DIGITALE DEMOTEK	500.000	200.000	200.000	200.000

Ansvar: Demoteket og Ungekulturkonsulenten

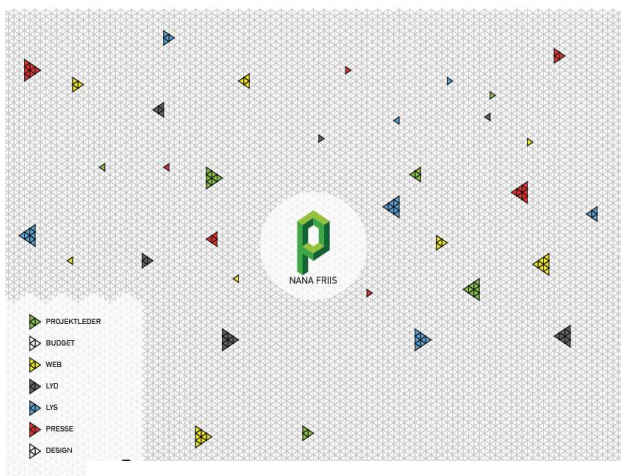
PROJEKTSPEACE

Formål

Bedre projektrådgivning til unge bl.a. ved hjælp af digitale værktøjer.

Baggrund

ProjectSpace er opstået på baggrund af ønsket om flere og bedre muligheder for rådgivning til unge Projektmagere og formålet er at skabe flere og bedre muligheder for unge projektmagere. ProjectSpace er et projekt under KulturMetropolØresund (KMØ) med deltagelse fra 11 kommuner. Københavns Kommune (Nana Friis-Madsen, Kraftverket) har projektledelsen og projektet løber til og med 2015. En del af ProjectSpace er virtuel projektrådgivning i form af en projektmagerplatform knyttet til fysisk projektrådgivning.



Udkast til ProjektSpace's visuelle identitet

ProjektSpace's virtuelle projektmagerplatform vil gøre afstanden mellem unge, spirende projektmagere og relevante ansatte i de 11 respektive kommuner mindre. Samtidig vil platformen rumme projektværktøjer fra A-Z. ProjektSpace er henvendt til projektmagere, fra gymnasiealderen og op til slutningen af tyverne.

Det vil give unge projektmagere en nem måde at komme i kontakt med kommunen, få rådgivning og sparring, men også at udveksle viden med hinanden.

Indhold

Initiativet vil arbejde mod at formidle ProjektSpace-platformen igennem KFFs og KKs øvrige platforme, hvor det kunne have relevans – fx på www.kk.dk og www.kulturogfridid.kk.dk, men også på sigt at kunne integrere ProjektSpace-platformen i nye platforme.

Økonomi

Der er afsat midler indenfor KFFs ramme til ProjektSpace.

Ansvar: Nana Friis-Madsen, KraftWerket

SOCIALE MEDIER OG TEKNOLOGIER

Formål

Afklare, hvordan KFF kan bruge sociale medier i formidlingen af tilbud og arrangementer og sociale teknologier som retningsanvisende i forhold til selve indholdsskabelsen.

Baggrund

52 procent af danskerne bruger sociale medier i deres fritid, viser Danskernes Kulturvaneundersøgelse. Dertil viser KFFs egen Panelundersøgelse om Digitalisering fra 2010, at mange orienterer sig om kultur- og fritidstilbud via word of mouth – altså via venner. Dette indikerer, at der er et stort potentiale for formidling af KFFs aktiviteter på sociale medier. Især i fht. de kultur- og fritidstilbud, man ikke vidste, man ville finde interessant. Sociale medier kan altså gøre det nemt at snuble over nye kultur- og fritidstilbud.

Danskernes Kulturvaneundersøgelse viste også, at indholdsindikation i form af fx brugerratings og anmeldelser er en ny tendens, man skal forholde sig til som indholdsproducent. Dette ville kunne hjælpe KFF med at skabe interessante og vedkommende kultur- og fritidstilbud.

Pt. er langt de fleste af KFFs institutioner aktive på sociale medier i større eller mindre grad, men der efterspørges mere viden udi kunsten sociale medier: Det at bevæge sig fra envejskommunikation til dialog og samtale – hvordan gør man det? Hvordan engagerer man sine fans og følgere? Og hvordan måler man succes på sociale medier?

Indhold

Fokus i dette initiativ er dels på kompetenceudvikling af medarbejdere og dels på afdækning af, hvor KFF kan bruge sociale teknologier som indholdsindikatorer:

- Kompetenceudvikling af kommunikationsmedarbejdere og andre KFF-medarbejdere med fokus på sociale medier; Netværk for sociale medier i KFF – et nyetableret KFF-netværk med repræsentation fra snart sagt alle KFFs enheder - vil de næste to år sætte fokus på sociale medier. Der fokuseres på vidensudveksling medarbejderne imellem, diskussion af og sparring på konkrete KFF-cases og eksterne input.
- Integration af sociale teknologier på KFFs webplatforme; Der nedsættes en arbejdsgruppe, som har til opgave at afdække, hvor det vil give mening at integrere sociale teknologier i fht KFFs webplatforme – kulturogfritid.kk.dk eller bibliotek.kk.dk fx. når KFF skal 1) retningsbestemme kulturindhold og 2) formidle indhold og 3) give brugere mulighed for selv at skabe indhold/ideer til indhold.

Økonomi

Afholdes indenfor egen ramme.

Ansvar: Ungekulturkonsulenten, Servicecentret og Sekretariat & Kommunikation

DIGITAL KULTUR I TABLETFORMAT

Formål

At udvikle digitale tilbud og services til tabletformatet.

Baggrund

Danskernes Kulturvaneundersøgelse 2012 viser, at 1 ud af 10 danskere ejer en tablet – især ældre borgere og børnefamilier er overraskende højt repræsenteret. 19 % bruger tablets i fritiden til bl.a. surfing og informationssøgning.

Samme undersøgelse viser dog også, at danskerne ikke bruger tablets meget anderledes end en computer – og dermed ikke udnytter tabletformatets potentialer. Fx ved at anvende beriget litteratur som et interaktivt, digitalt læringsrum; fx ved at bruge kreative redskaber som tegneprogrammer og kollaborative spil; og fx ved at gennemføre *Digital København*-aktiviteter som e-boks m.v.

Det indikerer, at der for KFF er et stort potentiale for at udvikle tilbud og services, så de i højere grad imødekommer borgernes brug af tablets og samtidig inspirerer borgerne til en yderligere brug af tabletformatet.

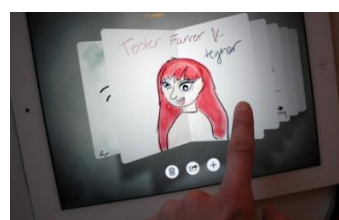
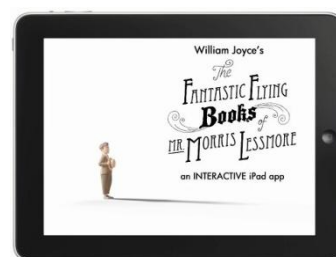
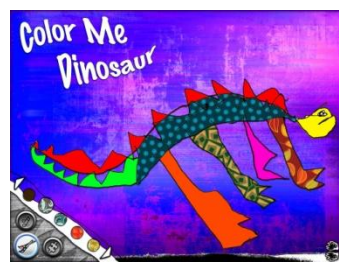
Indhold

Indsatsen handler om at øge KFFs strategiske fokus på og muligheder for at udvikle digital kultur og digital kulturformidling:

- Strategisk fokus på digital kultur; Arbejdsgruppe bestående af institutionsledere og medarbejdere, som identificerer udviklingspotentialer og konkrete handlinger ift. tabletformatets potentialer.

Økonomi: Afholdes indenfor egen ramme.

Ansvar: Børne- og Ungekulturkonsulenterne i samarbejde med Servicecentret



SAMLET BUDGET FOR HANDLEPLANENS INITIATIVER (i 1000 kr)

INITIATIV	2014	2015	2016	2017
GOOGLE TRANSLATE PÅ UDVALGTE KFF-PLATFORME	0	0	0	0
SUGBARE DATAFEEDS	450	50	50	50
DIGITALE BEGRAVELSESPROTOKOLLER	295	95	0	0
DIGITALE KORT	165	0	0	0
PULJE TIL DIGITALE KULTURLAG I BYENS RUM	500	500	0	0
POCKET WALL	2.100	1.000	0	0
DET DIGITALE DEMOTEK	500	200	200	200
PROJEKTSPEACE	0	0	0	0
SOCIALE MEDIER OG TEKNOLOGIER	0	0	0	0
DIGITAL KULTUR I TABLETFORMAT	0	0	0	0
I ALT	4.010	1.845	250	250

PROCES BAG HANDLEPLANEN

Bag handleplanen står en projektgruppe bestående af ServiceCenteret/Support og Analyse (Tovholder Tenna Weng Pedersen), Valby Kultur (Lars Becher) og Stadsarkivet (Mads Neuhardt).

Handleplanen er skabt på baggrund af input fra KFFs institutioner på workshop (deltagere fra Stadsarkivet, Kulturanstalten, Planlægning, Amagerbro Kultur, Biblioteksfaglig Afdeling, Team Bade, Kulturhuset Islands Brygge, VerdensKulturCentret, Sekretariat & Kommunikation, Kultur Nord/Sokkelundlille, Kraftverket, Integration & Fritid, Amager Kulturpunkt, Blågården og Valby Kultur), forskellige digitale kulturaktører og -nøglepersoner med erfaring med digital kulturskabelse, og kvalificeret dels ved hjælp af intern faglig sparring og viden dels fra institutionerne og dels fra forvaltningen og KS.

Data fra Danskernes Kulturvaner 2012, KFFs digitaliseringsundersøgelse fra 2010 og KFFs undersøgelse fra 2012 med fokus på, hvor københavnere finder information om kultur har ydermere hjulpet med at kvalificere handlingerne.

Men også med udgangspunkt i målgruppetænkning, afvejning af smal kultur/breddekultur – dvs. en afvejning af hvor mange, der får gavn af initiativet vs. initiativets potentiale til at udvikle kulturudbuddet på sigt.