

# VerdensKulturCentret

Kulturel mangfoldighed som værdiskaber gennem kulturmøder, nye fællesskaber og interkulturel praksis 2018-2022



# Udkast



KØBENHAVNS KOMMUNE  
Kultur- og Fritidsforvaltningen



VERDENS  
KULTUR  
CENTRET



## VerdensKulturCentret

- et kulturelt samlingspunkt for københavnere fra hele verden

VerdensKulturCentret (VKC) er Københavns interkulturelle kulturhus. Det ligger på Nørre Allé 7, og med sit særlige bydækkende fokus på mangfoldighed og interkultur, er Nørrebro den ideelle placering. VKC har eksisteret som kulturhus i forskellige afskygninger siden 1993. I dag sorterer det under Kultur- og Fritidsforvaltningen i Københavns Kommune. Huset er en del af kulturenheden DIT:KBH, som udover VKC tæller kulturinstitutionerne Huset Kbh, Kraftværket, Onkel Dannys Plads, Villa Kultur, Kulturhuset Indre By samt frivilligkorpset Copenhagen Volunteers.

### Interkulturelt samlingspunkt

Over 20 forskellige foreninger og organisationer har til huse i VerdensKulturCentret, og mange flere har regelmæssige aktiviteter i huset. VKC rummer en koncertsal, det socioøkonomiske spiseri Send Flere Krydderier og kontorfællesskabet HUBben. I foråret 2018 udvides huset med et helt nyt danserum og et multivenue med plads til 150 mennesker.

Det regionale spillested ALICE (en ny fusion af Jazzhouse og Global) har til huse i VKC's koncertsal, og de kunstnere som ALICE sætter

på scenen i VKC og på gæstevenues rundt om i byen er toneangivende kunstnere indenfor jazz, elektronisk og global roots. VKC er også vækstlagets kulturrum. Langt størstedelen af kulturindholdet i VKC består af borgerinitierede samskabelsesprojekter med et minoritets- eller interkulturelt fokus, såsom teater, spoken word, filmvisninger, udstillinger og koncerter.

VKC afholder årligt mere end 400 arrangementer og flere end 22.000 mennesker går gennem døren til VKC hver måned.



# Indhold

<b>Projektets formål</b> .....	<b>4</b>
Fremtidens VerdensKulturCenter .....	4
Målsætninger .....	5
Mål- og rammestyring .....	6
Målgrupper .....	6
Samarbejdspartnere .....	6
Politisk og strategisk kontekst .....	6
 <b>Indhold - 7 delprojekter</b> .....	<b>7</b>
1. Community Scenen .....	8
2. Samfundsdebat Scenen .....	8
3. Det interkulturelle Reading Room .....	9
4. Cinema Verdenskultur – filmværksted og bio .....	9
5. Camp for børn og unge .....	9
6. World Culture Gallery .....	10
7. UNESCO Verdenskulturfestival .....	10
 <b>Kommunikation og markedsføring</b> .....	<b>11</b>
<b>Projektets organisering</b> .....	<b>12</b>
<b>Økonomi</b> .....	<b>13</b>
Finansieringsplan .....	13
<b>Budgetramme</b> .....	<b>14</b>
 <b>Bilag</b> .....	<b>14</b>
Bilag 1. Budget .....	15
Bilag 2. Om VerdensKulturCenteret .....	17
Bilag 3. Skitsetegning af Fremtidens VerdensKulturCenter .....	19
Bilag 4. DIT:KBH – strategiske målsætninger .....	21
Bilag 5. Københavns Kommunes Kultur- og Fritidspolitik .....	31
Bilag 6. Kommunikation og formidling .....	51







# Projektets formål

VerdensKulturCenteret vil med et nyt programudbud af kunst- og kulturaktiviteter, nytænkende deltagelsesformater og entreprenørskab skabe flere konstruktive kulturmøder med afsæt i kulturel dialog og mangfoldighed.

**Fremtidens VerdensKulturCenter (VKC)** skal være Københavns og Danmarks førende kulturarena og projekthus for kulturmøder, interkulturelle møder, socialkulturelt entreprenørskab og nye deltagelsesformater. Ved at facilitere, kuratere og kommunikere en stærk formidlingsplatform for unikke møder mellem alle verdens kulturer i København og Danmark, skal VKC medvirke til at understøtte styrken ved interkulturel praksis og mangfoldighed inden for kunst og kultur.

VKC skal være et hus, hvor sproglyde, smagsområder og kulturelle aktiviteter orienterer sig ud mod verden, og hvor arabisk, spansk, urdu, græsk, farsi, nepalesisk mv. brydes og mødes med bl.a. engelsk, svensk og dansk. Sprogområder, vi ofte forbindes med flygtninge, asylsituationer, diasporaer og ikke mindst sociale problemer og fattigdom, skal tillægges andre kvaliteter og få en værdi koblet til det potentiale og de oplevelser, som udspringer af huset.

Gennem menneskemøder, professionelt kuraterede oplevelser og nytænkende deltagelsesformater skal VKC styrke den kulturelle inklusion. Resultaterne af denne indsats vil være forebyggelse mod parallelsamfund, opbygning af tillidsbaserede fællesskaber, styrkelse af borgerne og forankret viden om, hvordan kultur skaber forandring.

## Nørrebro – kulturmødernes epicenter

UNESCO har dokumenteret, at trefjerdedele af verdens konflikter har tydelige aftryk af kulturel og ontologisk forskellighed. For et samfunds sociale sammenhængskraft og bæredygtige udvikling er det derfor essentielt at styrke broer mellem forskelligheder.

I de senere år har VKC påtaget sig en stadig større social og samfundsmæssig rolle. Mængden af initiativer taget af husets brugere og organisationer til at skabe dialog, tryghed og sammenhængskraft på Nørrebro er betydelig. Forskellige formater og initiativer har således bragt husets aktører tættere på, hvordan samskabelse og brugerdrevne initiativer kan medvirke til at skabe positive sociale forandringer.

VerdensKulturCenteret, byens interkulturelle hus, ligger midt på Nørrebro. Med sine flere end 100 nationaliteter er Nørrebro, uden sammenligning, Danmarks mest sammensatte og kulturelt mangfoldige bydel. Det er en bydel, som ofte er præget af spændinger – senest bandekonflikten i efteråret 2017. Nørrebro rummer desuden markante parallelle universer fra hipster-miljøer på den anden side til miljøer, der rekrutterer til Isis, radikal aktivisme osv.

Med dette projekt er det ambitionen at give kulturel mangfoldighed og kulturmøder en central plads i den danske samfundsudvikling ved at styrke VKC som ramme for kulturmøder, interkulturel praksis, socialkulturelt entreprenørskab og samskabelsesformater. Ligesom at VKC fremover vil styrke Greater Copenhagens igangværende internationaliseringsdagsorden.







## Målsætninger

Siden efteråret 2016 har VKC i samarbejde med husets medarbejdere og brugere formuleret en strategi for udviklingen af fremtidens VerdensKulturCenter, og med afsæt i en delvis planlagt ombygning af huset (se vedhæftede skitseplan i bilag 2).

### Fremtidens VKC skal være:

- En lokal – og landskendt – åben scene, som tilbyder et bredt og nyt publikum (børn, unge, voksne og ældre) et varieret programudbud med lokale, nationale og internationale kunstnere. Spændvidden i programudbuddet skal omfatte alt fra det veletablerede til det nyskabende og grænsebrydende.
- En national platform for aktuel samfundsdebat, analyse og idégenerering med særligt fokus på mangfoldighed, kulturmøder og medborgerskab.
- En arena for udvikling af socialkulturel innovation, der udforsker nye veje til at styrke medborgerskab og interkulturel praksis.
- Et nationalt referencepunkt, en kundskabs- og erfaringsbank med afsæt i interkulturel praksis, kulturmødeaktiviteter og mangfoldighedsstrategier.

### De fremtidige kunst- og kulturaktiviteter i VKC skal:

- Styrke aktiv samfundsdeltagelse og medborgerskab ved at bidrage til storbykulturen og til Københavns bydels- og bylivsudvikling.
- Styrke kulturelle minoriteters tilstedeværelse og deltagelse i kulturlivet i København som i Danmark – både som brugere, skabere og publikummer.
- Skabe flere konstruktive kulturmøder med afsæt i kulturel dialog og mangfoldighed.
- Styrke respekten for forskellige kulturer og kunstneriske udtryk gennem udstillinger, events og workshops.
- Styrke relationer mellem mennesker fra forskellige kulturer og ideverdener gennem kvalitetsprogrammer, festivaler og dannelsesforløb. Det sker dels gennem et aktivt lokalt engagement, dels gennem formidling i hele landet gennem netværk, nationale møder, fx Folkemødet, medierne mm.

### Forventede resultater om 5 år:

- At VKC er blevet et genkendeligt brand som Danmarks epicenter inden for kulturmøder og interkulturel praksis.
- At VKC har øget sit årlige publikumsniveau med 60 pct., ikke mindst blandt børn og unge mellem 8-25 år, der vil have deres daglige gang på VKC gennem forskellige aktiviteter og programtilbud.
- At VKC's projekter, kreative miljøer og udbud af kunst- og kulturaktiviteter er velforankrede og økonomisk bæredygtige.
- At VKC er en uundgåelig strategisk samarbejdspartner, både kultur- og samfundspolitisk, når det gælder interkulturelle metoder, strategier og socialkulturelle projekter.
- At VKC er metodebank og et referencepunkt for kulturstrategiske indsatser om interkulturel praksis, dannelse og læring.



## Mål- og rammestyring

**Der udarbejdes en årlig aktivitetsrapport** for hvert af de 7 delprojekter (se Indholdsafsnittet nedenfor) og projektet som helhed. Til opgaven kobles der en evaluator, som skal sikre, at projektet lever op til sine målsætninger og delmål (se afsnit side 5).

For at sikre projektets varige værdiskabelse og forankring vil evaluator ved projektets afslutning samle de årlige aktivitetsrapporter og i tæt samarbejde med projekt- og programledelsen udarbejde en grundig evaluerings- og performance rapporten, herunder effektivitet. Evaluerings- og performance rapport vil også komme med konkrete anbefalinger til, hvordan de forskellige kunst- og kulturaktiviteter samt nye initiativer og kreative miljøer, som er opstået undervejs i projektperioden, videreføres og gøres økonomisk bæredygtige.

## Målgrupper

**Fremtidens VerdensKulturCenter skal være for hele Danmark** – uanset social, kulturel og national baggrund. Foruden de mere end 100 foreninger med rødder i hele verden, de små virksomheder og iværksættere, unge udvekslingsstuderende og engagerede lokale borgere, som alle jævnligt bruger huset, er det ambitionen fremover at kunne nå et bredere og mere mangfoldigt publikum – gennem et styrket program for kulturelle aktiviteter samt nye fællesskaber og deltagelsesformater. Et bredere og mere mangfoldigt publikumsfokus vil omfatte:

- 8- 25 årige fra alle dele af byen
- Byens expats og turister
- Alle sproglige, kulturelle og religiøse minoritetsgrupper (bl.a. også europæiske expats og studerende)

Et særligt målgruffokus vil være at skabe et attraktivt, involverende, legende og kulturelt slaraffenland og mødested for børn og unge – både i fritidslivet og i ferieperioder.

## Samarbejdspartnere

**VerdensKulturCenterets tilknyttede mangfoldighed af NGO'er**, mindre virksomheder og vidensinstitutioner skal sammen med husets medarbejdere organisere et nuanceret, aktuelt og engagerende aktivitetsprogram, som kan tænke nyt, udvikle nye formater, og orientere sig mod nye brugere og publikummer.

I tæt samspil med aktører i hele landet, herunder stat og kommune, skal VKC i højere grad profileres som samlingssted for innovative ideer og projekter vedr. kulturel mangfoldighed, social og kulturel bæredygtighed, identitet, medborgerskab, samskabelse og nye kulturelle fællesskaber. De vigtigste partnere vil være:

- Husets brugere og foreninger
- Kunst- og kulturinstitutioner
- Producerende kulturaktører
- Internationale kollegaer og netværk

## Politisk og strategisk kontekst

**Udviklingen af fremtidens VerdensKulturCenter** indgår som del af en større strategi- og udviklingsproces for DIT:KBH, som er en enhed under Københavns Kultur- og Fritidsforvaltning. Med udgangspunkt i kulturel sammenskabelse, frivillighed og bæredygtighed arbejder DIT:KBH proaktivt for skabe en mangfoldig og attraktiv storbykultur ved at øge kulturudbuddet i København gennem udvikling af kulturhusenes forskellige profiler og bruger- og publikumsdiversitet (se bilag 4).

### Udover VerdensKulturCenteret omfatter DIT:KBH kulturhusene:

- Huset-KBH
- Kraftverket
- Onkel Dannys Plads
- Kulturhuset Indre By
- Villa Kultur
- samt frivilligorganisationen CPH Volunteers.

I DIT:KBH's kulturhusstrategi er der en klar målsætning om at fastholde og videreudvikle VerdensKulturCenteret som et omdrejningspunkt for det interkulturelle København. Udover en planlagt opkvalificering af VKC's fysiske rammer, vil husets aktiviteter kunne agere i flere rammer – fra faciliteter til kompetencer og brugerprofiler – inden for DIT:KBH's forskellige lokationer.

Ambitionerne for fremtidens VerdensKulturCenter er desuden i tråd med Københavns Kommunes Kultur og Fritidspolitik, hvor værdier som Storbykultur med kant, Demokrati, Rummelighed og lige adgang, Samarbejde om byen samt Den internationale by står centralt (se bilag 5).



# Indhold - 7 delprojekter

Fremtidens VerdensKulturCenter består af syv forandringsskabende projekter, der tilsammen skal profilere VKC som et nationalt fyrtårn for, hvordan kulturel mangfoldighed og interkulturel praksis kan skabe social sammenhængskraft og værdi for København og resten af Danmark.

Projekterne har ideologisk afsæt i UNESCOs kulturarvsstrategi og kulturelle mangfoldighedsdagsorden, hvor især den immaterielle kulturarv er central (sprog, værdier, praksis, ritualer, sociale kontekster mv.).

## De syv delprojekter er:

1. Community Scenen
2. Samfundsdebat Scenen
3. Det interkulturelle Reading Room
4. Cinema Verdenskultur – Filmværksted og Bio
5. Camp for børn og unge
6. World Culture Gallery
7. UNESCO Verdenskulturfestival (årlig)



*Det skal nævnes, at tilstødende og væsentlige felter som musik, mad og dans ikke indgår direkte i dette projekt, men at VKC i sine nuværende aktiviteter prioriterer disse. Det drejer sig bl.a. om, at VKC er regionalt spillested, hvor verdensmusik indgår overvejende i programmet, og at VKC huser cafeen Send flere Krydderier (under Indvandrercentret på Nørrebro).*







## 1. Community Scenen

**Community Scenen** bringer VKC's brugere og publikummers virkeligheder og fortællinger til live og gør dem tilgængelige, hvormed den sociale sammenhængskraft i samfundet styrkes. Scenen skal fungere som en åben og mangfoldig, undersøgende og eksperimenterende platform, hvor aktuelle emner og fortællinger iscenesættes, diskuteres, forankres og tillæres.

Temaerne er oplagte: Kulturmøder, sprog, identitet, flugt, diaspora, familierelationer, brud, dilemmaer, værdier og kriser, forandring, kærlighed, (bande)krig, intolerance, traditioner, religion, køn mv.

Community Scenen skal være en lokal scene – et aktualitetens råderum, der hurtigt kan aktiveres i tilfælde af fx sociale konflikter i bydelen, aktuelle emner, der berører borgerne – samt et kunstnerisk og kulturelt trækplaster for hele Danmark.

Community Scenen bliver udviklet i en 5-årig periode – i tæt samarbejde med husets brugere, foreninger og publikummer samt professionelle scenekunststudøvere og kunstnere. Med afsæt i metoder og erfaringer fra kultursociale projekter som The Grassmarket Project (Skotland), Södra Community Teater (Malmø) og Paradox Teater (Danmark) sættes der fokus på sproglig mangfoldighed, flerstemmighed og tværæstetiske genrer.

Med en levende og dynamisk scene bliver der mulighed for at fortælle og opleve historier, som brugere og publikummer oplever som aktuelle, informative og berettigede – måske endda problem-løsende for samfundsdebatten.

Community Scenen skal være en multiscene. Den isoleres ikke til teater eller performance, men skal opleves som en mulighed for flere og nye – måske oversete – stemmer.

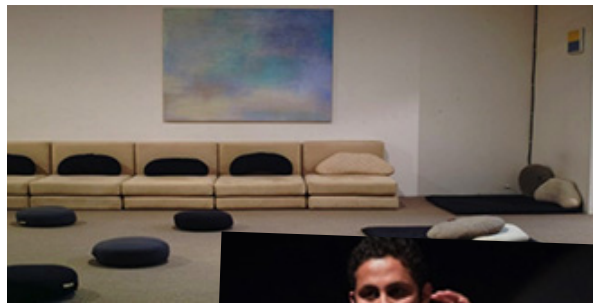
## 2. Samfundsdebat Scenen

**Samfundsdebat Scenen** skal skabe et faciliteret og respektfuldt rum for den uformelle samtale på baggrund af kulturmøder og med plads til flerstemmighed. Dialog og debat er forudsættende for et bæredygtigt samfund og en sammenhængende storby. Samfundsdebat Scenen skal derfor fungere som et inkluderende samtale- og erkendelsesrum for uenigheder, forskelligheder, multiverser, diversitet og identiteter.

Hvad der skal gøre denne debatscene unik er modet og evnen til at række ud efter nye stemmer. Således nedsættes et debatteam, der kuraterer på baggrund af forskellighed.

Flere storbyer i verden har allerede skabt inspirerende og engagerende debatfora, hvor bl.a. Moriskan i Malmø har satset direkte på et ungdomsfilosofisk forum. Det fungerer med stor succes. På VKC er der foruden Moriskan også skelet til erfaringer fra The Mott i NYC og Watershed i Bristol. Med afsæt i VKC's omfattende netværk af foreninger, kulturinstitutioner og aktivistiske platforme vil Samfundsdebat Scenen styrke samtaler på tværs af sprog, kultur, religion og ontologier, og herigennem tilbyde et åbent og tolerant debatforum, der især tiltrækker unge og deres debat- og samtalebehov.

Samfundsdebat Scenens formater vil sikre scenens deltagesniveau og en bred publikumsrækkevidde af aktiviteterne. Formaterne vil spænde fra foredrag, samtalsalon, debat, talks mv. Hertil knyttes et ungeforum, hvor børn og unge fordyber sig i en guidet dialog om større spørgsmål om verden (fx de 17 Verdensmål, Børnekonventionen, UNESCO's strategier for verdenskultur mv.), og de udfordringer de oplever. Temaerne vil bl.a. udspringe fra aktuelle problemstillinger og udfordringer i samfundet.



### 3. Det interkulturelle Reading Room

**Det interkulturelle Reading Room** skal være et verdenskulturelt specialbibliotek og læringsrum, der tilbyder en blanding af skøn- og faglitteratur. Ambitionen er at skabe en tidssvarende, nuanceret og anvendelig samling om interkultur, mangfoldighed, migration, integration, diskrimination, racisme mv.

Det interkulturelle Reading Room vil blive udviklet på baggrund af en mindre bog- og rapportsamling, som VKC har overtaget fra det nedlagte Center for Kultur og Udvikling. Det er hensigten, at VKC's Reading Room skal udvide samlingen til mere end 20.000 offentligt tilgængelige bøger, rapporter, forskningsartikler og film.

Det har længe været en ambition at samle den rigdom, der ligger i de mange internationale kilder, som kan nuancere vores verdenssyn og bidrage til den bæredygtige multikulturelle sameksistens. Det interkulturelle Reading Room skal være et rum for refleksion og kulturel berigelse, og der skal være plads til fordybelse med eget sprog, genkendelighed i titler og nye læseoplevelser.

Litteraturen udvælges i tæt samarbejde med VKC's brugere og vil også blive søgt formidlet gennem readings, forfatter- og digterbesøg, Artist in Residence-programmer mv. Herudover vil det blive bestræbt at skabe naturlige koblinger mellem readings, filmvisninger og husets workshops, talks og debatter.



### 5. Camp for børn og unge

**Nørrebro er den børne- og familierigeste bydel** i hovedstadsregionen, og særligt børn og unge med flerkulturel baggrund har brug for steder som VKC til i fritiden og ferieperioder at kunne opsøge fællesskaber, kreativitet, ro og sjælelig fordybelse. VKC skal derfor i højere grad være et sted som er for børn og unge – ikke mindst i de perioder, hvor forældre, venner og institutioner ikke tilbyder nærvær og aktiviteter.

Camp for børn og unge skal tilbyde et unikt film-, værksteds-, performance- og samtaleprogram, hvor dans, musik og husets øvrige aktiviteter indgår som tilbud, og hvor verdens sprog, kulturer, smage, sanser, lyde, rytmer og fortællinger bringes i spil.



### 4. Cinema Verdenskultur – Filmværksted og Bio

**Med Cinema Verdenskultur** ønsker VKC at udvide adgangen til film fra hele verden, på alle verdens sprog. Film er en magisk nøgle til forståelse af andre kulturer og livssituationer – og så er det også den billigste og mest Co2-venlige måde at rejse ud i verden på.

I samarbejde med bl.a. Cinemateket og en række talentudviklingsnetværk, filmværksteder og animationskoler vil VKC sikre, at film i VKC bliver et levende refleksionsrum for udveksling af historier med et særligt blik for kulturmøder – lokalt og globalt.

Det er hensigten at skabe en pop-up Cinema Verdenskultur med et unikt og varieret filmudbud, der tiltrækker publikummer fra hele landet, og som ikke er tilgængelige i kommercielle biografers filmudbud. Som supplement til pop-up biografen etablerer VKC et interkulturelt filmværksted, der kan medvirke til produktion af animationer, kortfilm og dokumentarer om brugerne egen hverdag og livshistorier samt refleksioner over hverdagens kulturmøder og globale sammenhænge.

VKC og dets brugere rummer tilsammen de centrale sproglige og kulturelle kompetencer ift. at møde de unge fra urolige bydele og belastede boligområder. Gennem sine børne- og ungeaktiviteter tilbyder VKC allerede en blanding af kvalificeret coaching, lektiehjælp og kreative aktiviteter. Med Campen vil de unge i den lange ferieperiode blive tilbudt et frirum med intellektuelt og sanseligt nærvær gennem kreativitet, leg og dannelse.

Børne- og ungdomssatsningen tager særlig udgangspunkt i børn og unge på Nørrebro, men retter sig mod alle i København.





## 6. World Culture Gallery

**World Culture Gallery (WCG)** skal udvide forståelsen for og kendskabet til kunst med interkulturelle referencer og globale aftryk. Det skal være et bruger- og publikumsstyret udstillings- og formidlingssted, der udfordrer og skaber dialog gennem kunsten.

WCG skal være ramme for fotografiske, skulpturelle og designede udtryk sat i kontekst af en fortælling eller et aktuelt tema. Det kan være fra rejsedagbøger, vævede værker fra et socialkulturelt entreprenørskabsprojekt, samtidskunst mv.

WCG etableres som en klassisk 'white cube' i forbindelse med den forestående renovering og modernisering af VKC. Samtidigt skal det være en udstillingsplatform, der kredser om bæredygtighed, genbrug og cirkularitet. Her vil yngre kunstnere, der skaber i krydsfeltet mellem en og flere kulturer blive prioriteret. Det vil være et vigtigt kuratorisk repræsentationskriterium at tænke i mangfoldighedsperspektiver som kulturel identitet, køn, seksualitet, handicap mm.



## 7. UNESCO Verdenskulturfestival

**Hvert år den 21. maj fejrer UNESCO kulturel mangfoldighed** i alle mulige formater og udtryk. Det er samtidig en begivenhed, der endnu ikke har fået opmærksomhed i Danmark. Som centrum for kulturel mangfoldighed i Danmark vil VKC danne ramme om en dansk markering af kulturel mangfoldighed. VKC's UNESCO Verdenskulturfestival skal årligt hylde UNESCO's resolution 57/249 Declaration on Cultural Diversity og belyse, hvordan kulturel mangfoldighed kan medvirke til større forståelse, accept og respekt mellem verdens kulturer.

Med denne festival vil fokus være på, hvordan kunst og kultur – på tværs af kulturer, sprog og værdier – kan understøtte fred, social sammenhængskraft og bæredygtig samfundsudvikling.

Festivalens konkrete indhold og udtryk bliver udviklet og skabt i tæt dialog med VKC's aktører og foreningsnetværk. Endvidere baseres festivalen på et antal partnerskaber; nationale, nordiske, europæiske og meget gerne globale. Festivalen vil blive bygget op i projektperioden 2018-2022 og forskellige metoder og formater vil blive afprøvet med henblik på en fast forankret og tilbagevendende årlig kulmination på VKC's aktiviteter og arbejde med nye publikumsgrupper.





# Kommunikation og markedsføring

VerdensKulturCentret er gået Co-Creative! Det skal gennemsyre kommunikationen om husets forskellige programdele og aktiviteter på alle niveauer med et mix af platforme, skæve udtryk og forunderlige fortællinger.

I forbindelse med projektets realisering udarbejdes en tværmedial kommunikationsplan og strategi for VKC og de enkelte aktiviteter i programudbuddet for 2018 - 2022. I tråd med VKC's mission om at nå ud til nye og yngre brugere, vil kommunikationen være baseret på samskabelse og outreach i forhold til nye publikumsgrupper.

## Kommunikationsplanen indeholder:

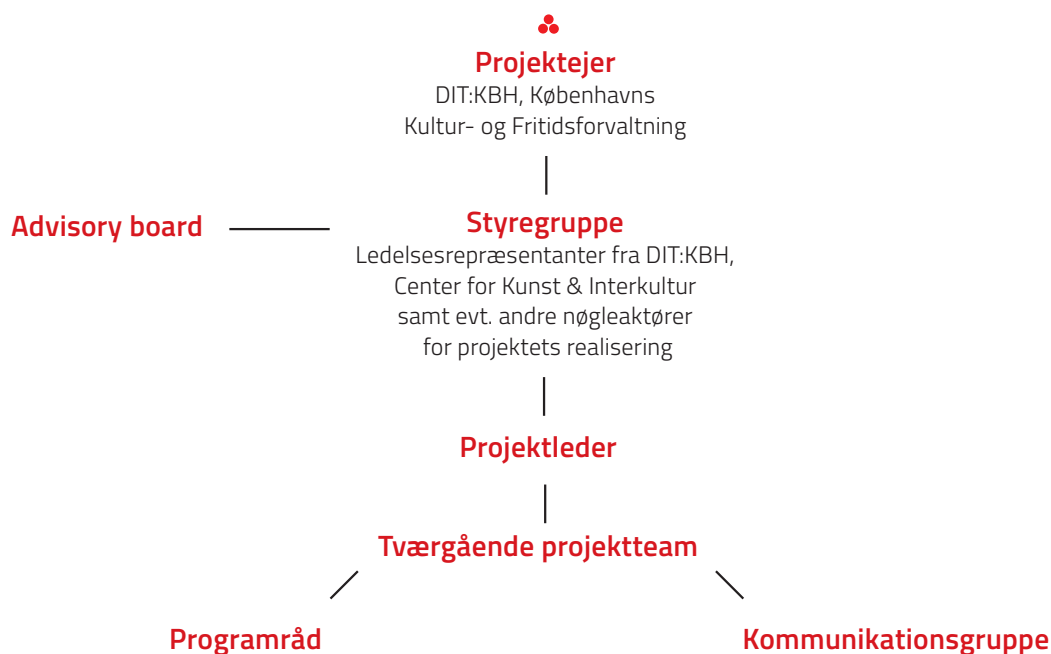
- En web plan
- En SoMe plan
- En publikumsplan for de enkelte projektdele
- En dokumentations- og vidensdelingsplan
- En plan for intern kommunikation partnerne imellem
- En oversigt over distributions- og formidlingskanaler
- En tidslinje over de forskellige indsætter, som løbende revideres / opdateres.

Kommunikationsplanen skal bidrage til at fastholde partnernes engagement, synliggøre de enkelte aktiviteter resultater samt sikre en flydende (sam)arbejdsproces. Som en fast del af samarbejdet omkring aktiviteter og program på VKC forpligter partnerne sig til at følge kommunikationsplanens retningslinjer og struktur (se bilag 6 – kommunikation og formidling).



# Projektets organisering

Projektets forankres inden for rammerne af VKC, som er en organisatorisk enhed under fagcenteret DIT:KBH, Københavns Kultur- og Fritidsforvaltning. Projektet organiseres med styregrupper, projektteam, advisory board samt to arbejdsgrupper:



Jakob Kwederis, centerchef for DIT:KBH, vil være projektejer og dermed have den endelige beslutningskompetence ift. projektets overordnede aktiviteter og økonomi. Det samlede projekt drives af en projektleder, som har til opgave at sikre projektet fremdrift (jf. de beskrevne målsætninger) og skabe koordinering på tværs af de forskellige projektfora.

Ansvaret for projektets udvikling og den daglige kontakt til interne og eksterne samarbejdspartnere, interessentmiljøer mv. varetages af det tværgående projektteam. Projektteamet sammensættes med henblik på at sikre projektets tværfaglighed i udviklingsarbejdet.

Der nedsættes desuden to arbejdsgrupper omkring henholdsvis den overordnede koordinerende programlægning af husets kunst- og kulturaktiviteter (programrådet) og den overordnede kommunikation og markedsføring (kommunikationsgruppen).

Ved projektstart udarbejdes kommissorier for de forskellige projektorganer.



# Økonomi

Det samlede budget for projektet er på 23.757.500 kr., hvoraf de 8.275.000 kr. er egenfinansierede. Hovedparten af det ansøgte beløb tænkes anvendt til:

- ♣ Sceneaktiviteter inden for readings, community og samfundsdebat.
- ♣ Dannelsesaktiviteter med afsæt i kunst, kultur og design.
- ♣ En socialkulturel HUB med afsæt i entreprenørskab og projektstyringsværktøjer samt etablering af en mindre projektfond.
- ♣ Udvikling af nye samskabelses- og deltagelsesformater.
- ♣ Kommunikation og formidling af fremtidens VerdensKulturCenter.

Se bilag 1. for detaljeret projektbudget.

Ud over den nævnte egenfinansiering i projektbudgettet har Københavns Kommune finansieret den foreløbige ombygning af VerdensKulturCenteret med 3,4 mio. kr. (i perioden 2013-2018) til udbygning af husets lokaliteter til koncert, debat, kunst og kulturaktiviteter samt etablering af et kreativt HUB og kon-torfællesskab. Hertil kommer planerne om en større ombygning af hele huset ift. at åbne publikumsindgangen ud mod Nørre Allé og styrke VKC's inkubatormiljø og profil som professionelt projekthus (se bilag 2).

Af egenfinansierede omkostninger bør også nævnes de faste ejendoms- og forbrugsudgifter for hele huset på omkring 1,2 mio. kr. årligt, som Københavns Kommune ligeledes afholder.

I løbet af projektperioden vil der blive arbejdet proaktivt på at få udviklet bæredygtige modeller for de enkelte delprojekter.

## Finansieringsplan

I **projektperioden 2018-2022** vil projektejer og styregruppe arbejde proaktivt på udvikling af en bæredygtig finansieringsplan for huset fremtidige kunst- og kulturaktiviteter, kreative miljøer mv. Foruden bruger- og publikumsbetalinger er foreløbige finansieringsområder indtænkt:

- ♣ Partnerskaber og strategisk co-creation, herunder både 3. og 4. sektor, kulturinstitutioner m.fl.
- ♣ Puljer og fonde, herunder offentlige bevillinger
- ♣ International projektfinansiering, EU/Norden, Danida mv.
- ♣ HUB aktiviteter herunder rådgivning, projektledelsesbistand mv. (landsdækkende/kommunalt).





# Bilag

Bilag til Fremtidens VerdensKulturCenter 2018-2022

Bilag 1. Budget .....	15
Bilag 2. Om VerdensKulturCenteret .....	17
Bilag 3. Skitsetegning af Fremtidens VerdensKulturCenter .....	19
Bilag 4. DIT:KBH – strategiske målsætninger.....	21
Bilag 5. Københavns Kommunes Kultur- og Fritidspolitik .....	31
Bilag 6. Kommunikation og formidling.....	51

## Budgetramme

Nedenstående budget omhandler ikke udgifter faciliteter såsom husleje, forbrug samt allerede eksisterende aktiviteter og services. Som angivet i finansieringsplanen vil projektet løbende søge delfinansiering af de forskellige projektelementer via særpuljer og offentlige kulturstøttepuljer under Københavns Kommune og Slots- og Kulturstyrelsen. Dette vil ske efterhånden som de forskellige delprojekter tager form. Evt. andre fonde

vil også kunne komme i spil i forhold til programområder, som ikke er berørte af denne ansøgning (musik eks.vis).

Budgettet er opstillet så det afspejler et forventet omkostningsniveau for den overordnede projektledelse, programkoordinering, kommunikation og de enkelte delprojekter. VerdensKulturCentrets egenfinansiering er angivet i en egen søjle i budgettet.

BUDGET	Pr. år	Budget over 5. år	VKC's egenfinansiering pr. år	Samlet behov for ekstern finansiering over 5 år.	Samlet behov for ekstern finansiering pr. år.
Generelt 2018-2022					
<b>PROJEKTLEDELSE</b>					
Projektledelse	600.000	3.000.000	300.000	300.000	1.500.000
Projektadministration	500.000	2.500.000	400.000	100.000	500.000
Styregruppe + møder	5.000	25.000	5.000	0	0
<b>Sum total</b>	<b>1.205.000</b>	<b>5.525.000</b>	<b>705.000</b>	<b>400.000</b>	<b>2.000.000</b>
<b>EVALUERING</b>					
Evaluering ekstern	50.000	250.000	0	50.000	250.000
<b>Sum total</b>	<b>50.000</b>	<b>250.000</b>	<b>0</b>	<b>50.000</b>	<b>250.000</b>
<b>PROGRAMOMKOSTNINGER OG -KOORDINERING</b>					
Programkoordinering	50.000	250.000	0	50.000	250.000
Programrådsmøder	10.000	50.000	10.000	0	0
Programrejser i DK / EU	50.000	250.000	0	50.000	250.000
Møder Advisory Board	10.000	50.000	10.000	0	0
<b>Sum total</b>	<b>120.000</b>	<b>600.000</b>	<b>20.000</b>	<b>100.000</b>	<b>500.000</b>
<b>KOMMUNIKATION &amp; DOKUMENTATION</b>					
Kommunikationsmedarbejder	600.000	3.000.000	400.000	200.000	1.000.000
Webtilpasning 1.år	50.000	50.000	0	50.000	50.000
Web admin. og vedligeholdelse	20.000	100.000	10.000	10.000	100.000
SoMe - film og lydredigering	20.000	100.000	0	20.000	100.000
Trykt program 3 gg. årligt	45.000	225.000	0	45.000	225.000
Grafisk formgivning	30.000	150.000	0	30.000	150.000
Deltagelse Folkemøde ('19 og '21)	50.000	100.000	0	20.000	100.000
Deltagelse Kulturmøde ('18 og '20)	20.000	40.000	0	10.000	40.000
<b>Sum total</b>	<b>835.000</b>	<b>3.765.000</b>	<b>410.000</b>	<b>385.000</b>	<b>1.925.000</b>
<b>PROJEKTER</b>					
<b>1. Community-Scene</b>					
Projektledelse / producent	75.000	375.000	0	75.000	375.000
Produktionsassistent	100.000	500.000	0	100.000	500.000
Tekniker	75.000	375.000	75.000	0	0
Kunstnerhonorarer	200.000	1.000.000	0	200.000	1.000.000
Materialer / scenografi	150.000	750.000	0	150.000	750.000
Rejser til Kbh.	10.000	50.000	0	10.000	50.000
Logi i Kbh.	10.000	50.000	0	10.000	50.000
Diæter	20.000	100.000	0	20.000	100.000
<b>Sum total</b>	<b>640.000</b>	<b>3.200.000</b>	<b>75.000</b>	<b>565.000</b>	<b>2.825.000</b>
<b>2. Samfundsdebat-Scene</b>					
Projektledelse/producent	75.000	375.000	0	75.000	375.000
Produktion og tekniker	50.000	250.000	50.000	0	0
Projektmedarbejder	50.000	250.000	0	50.000	250.000
Honorarer til oplægsholdere	75.000	375.000	0	75.000	375.000
Rejser og ophold	12.000	60.000	0	12.000	60.000
Diæter	7.500	37.500	0	7.500	37.500
<b>Sum total</b>	<b>269.500</b>	<b>1.347.500</b>	<b>50.000</b>	<b>219.500</b>	<b>1.097.500</b>

**3. Reading Room**

Projektledelse	75.000	375.000	0	75.000	375.000
Projektmedarbejder	25.000	125.000	0	25.000	125.000
Produktion - mikroevents	40.000	200.000	40.000	0	0
Materialer - bøger, rapporter m.m	60.000	300.000	0	60.000	300.000
Honorarer - Readings m.m.	42.000	210.000	0	42.000	210.000
Rejser & ophold fra DK / Norden	20.000	100.000	0	20.000	100.000
Diæter	10.000	50.000	0	10.000	50.000
Udl. kunstnere & forfattere rejser/ophold	30.000	150.000	0	30.000	150.000
<b>Sum total</b>	<b>302.000</b>	<b>1.510.000</b>	<b>40.000</b>	<b>262.000</b>	<b>1.310.000</b>

**4. Verdenskulturbiografen & værksted**

Projektledelse	100.000	500.000	0	100.000	500.000
Projektadministration	50.000	250.000	0	50.000	250.000
Produktion og ledelse af filmværksted	75.000	375.000	0	75.000	375.000
Honorarer til oplægsholdere	50.000	250.000	0	50.000	250.000
Rejser & ophold	20.000	100.000	0	20.000	100.000
Diæter	10.000	50.000	0	10.000	50.000
Tekniker og produktion	50.000	250.000	50.000	0	0
Produktionsomkostninger øvr.	20.000	100.000	0	20.000	100.000
Filmvisningsgebyrer og afgifter	50.000	250.000	0	50.000	250.000
Filmtransport	10.000	50.000	0	10.000	50.000
<b>Sum total</b>	<b>435.000</b>	<b>2.175.000</b>	<b>50.000</b>	<b>385.000</b>	<b>1.925.000</b>

**5. Summer Camp – Børn og Unge**

Projektledelse	75.000	375.000	0	75.000	375.000
Projektmedarbejder	50.000	250.000	0	50.000	250.000
Teknik	40.000	200.000	40.000	0	0
Produktion/udstyr	50.000	250.000	25.000	25.000	125.000
Ungemedarbejdere	25.000	125.000	0	25.000	125.000
Honorarer - undervisere, kunstnere m.m.	42.000	210.000	0	42.000	210.000
Rejser & ophold DK/Norden	20.000	100.000	0	20.000	100.000
Diæter	10.000	50.000	0	10.000	50.000
<b>Sum total</b>	<b>312.000</b>	<b>1.560.000</b>	<b>65.000</b>	<b>247.000</b>	<b>1.235.000</b>

**6. World Culture Gallery ( 4 udstillinger pr. år)**

Projektledelse / kuratering	75.000	375.000	0	75.000	375.000
Projektmedarbejder / adm	40.000	200.000	40.000	0	200.000
Udstillingsprod. materialer	50.000	250.000	0	50.000	200.000
Honorarer/værkproduktion	75.000	375.000	0	75.000	375.000
Rejser & ophold	50.000	250.000	0	50.000	250.000
Diæter	20.000	100.000	0	20.000	100.000
Tekniker / produktion	50.000	250.000	50.000	0	0
<b>Sum total</b>	<b>360.000</b>	<b>1.800.000</b>	<b>90.000</b>	<b>270.000</b>	<b>1.350.000</b>

**7. Unesco Festival (årlig)**

Projektledelse / kuratering	100.000	500.000	0	100.000	500.000
Projektmedarbejdere / adm	50.000	250.000	0	50.000	250.000
Produktion/udstyr	50.000	250.000	50.000	0	0
Honorarer	100.000	500.000	50.000	50.000	250.000
Rejser & ophold	45.000	225.000	0	45.000	225.000
Diæter	10.000	50.000	0	10.000	50.000
Tekniker	50.000	250.000	50.000	0	0
<b>Sum total</b>	<b>405.000</b>	<b>2.025.000</b>	<b>150.000</b>	<b>255.000</b>	<b>1.275.000</b>

<b>I alt:</b>	<b>4.833.500</b>	<b>23.757.500</b>	<b>1.655.000</b>	<b>3.138.500</b>	<b>15.692.500</b>
---------------	------------------	-------------------	------------------	------------------	-------------------

Pr. år

Budget  
over 5. årVKC's  
egenfinansiering  
pr. årSamlet behov for  
ekstern finansiering  
pr. årSamlet behov for  
ekstern finansiering  
over 5 år

Note 1: Differencen mellem budgettet per år og budgettet for fem år vedrører posterne deltagelse i hhv. Folkemødet og Kulturmødet på Mors, som begge er regnet med i årsbudgettet, men blot figurerer to gange i femårs-budgettet.

Note 2: VerdensKulturCentrets personaleres-sourcer til projektet svarer til en lønudgift på DKK 2.200.000,- per år (5 årsværk), inklusive musikdelen (1 årsværk), som ellers ikke er omfattet af denne ansøgning.

Note 3: Ejendoms- og forbrugsudgifter er ikke medtaget i budgettet for projektet. Disse udgør per 31.12.2017 for hele huset DKK 1.270.000,-. Et realistisk bud vil være at venuet til at rumme de beskrevne aktiviteter udgør omkring 2/4 af disse udgifter. I faktiske tal dækker det 2.300 m<sup>2</sup> lokal bygning som ramme for musik, teater, debat, venue til gastronomi samt multirum til dans, film og fælleskab. Dertil kommer teknisk udstyr til både venues og udendørs aktiviteter.





## VerdensKulturCentret

- et kulturelt samlingspunkt for københavnere fra hele verden

VerdensKulturCentret (VKC) er Københavns interkulturelle kulturhus. Det ligger på Nørre Allé 7, og med sit særlige bydækkende fokus på mangfoldighed og interkultur, er Nørrebro den ideelle placering. VKC har eksisteret som kulturhus i forskellige afskygninger siden 1993. I dag sorterer det under Kultur- og Fritidsforvaltning i Københavns Kommune. Huset er en del af kulturenheden DIT:KBH, som udover VKC tæller kulturinstitutionerne Huset Kbh, Kraftwerket, Onkel Dannys Plads, Villa Kultur, Kulturhuset Indre By samt frivilligkorpset Copenhagen Volunteers.







## Interkulturelt samlingspunkt

Over 20 forskellige foreninger og organisationer har til huse i VerdensKulturCentret, og mange flere har regelmæssige aktiviteter i huset. Selvom de opererer indenfor mange forskellige brancher, ligger det dybt i disse organisationer, at kulturelle møder og demokratiske deltagelsesformer skaber forståelse på tværs af strukturelle og kulturelle skel. Det er dette værdifællesskab, som gør VKC til Københavns interkulturelle samlingspunkt.

VKC rummer en koncertsal, det socioøkonomiske spiseri Send Flere Krydderier og kontorfællesskabet HUBben. I foråret 2018 udvides huset med et helt nyt danserum og et multivenue med plads til 150 mennesker.

## Verdensklasse og vækstlag

Med disse rammer lægger VerdensKulturCentret rum og scene til nogle af klodens mest spændende og nyskabende kunstnere. Det regionale spillested ALICE (en ny fusion af Jazzhouse og Global) har til huse i VKC's koncertsal, og de kunstnere som ALICE sætter på scenen i VKC og på gæstevenues rundt om i byen er toneangivende kunstnere indenfor jazz, elektronisk og global roots.

VKC er også vækstlagets kulturrum. Faktisk består langt størstedelen af kulturindholdet i VKC af borgerinitierede samskabelsesprojekter med et minoritets- eller interkulturelt fokus, såsom teater, spoken word, filmvisninger, udstillinger og koncerter. De syv medarbejdere i VKC har som deres vigtigste opgave, at fungere som fødselshjælpere for de skæve og smukke kulturidéer, som opstår hos Københavnerne. På den måde støtter VKC op om vækstlagets kulturmagere, så deres idéer kan blive til virkelighed. VKC afholder årligt 150 af dens slags arrangementer og flere end 20.000 mennesker går gennem døren til VKC hver måned.

## Liste over foreninger og organisationer som har til huse i VerdensKulturCentret

- Center for Kunst og Interkultur
- Emergency Architecture & Human Rights
- Salaam Film & Dialog
- Pluralisterne
- Adoptionspolitisk Forum
- VAVAC - Vis à Vis Art Collective
- Turning Tables
- Verdens Kvinder i Danmark
- Refugee Rescue
- Aiesac - Association internationale des étudiants en sciences économiques et commerciales
- Alverdens Børn
- SOS Racisme
- Dokumentations og rådgivningscenteret om racediskrimination
- DOF Skole for orientalsk dans
- Menneskebiblioteket
- Kurdan TV
- O tv
- Spiseriet Send Flere Krydderier
- Turning Tables
- ALICE



## SKITSETEGNING AF FREMTIDENS VERDENSKULTURCENTER

Udviklingen af et nyt programudbud af kunst- og kulturaktiviteter sker parallelt med en delvis planlagt ombygning/vedligeholdelse af VerdensKulturCentret.

VKC rummer en koncertsal, det socioøkonomiske spiseri Send Flere Krydderier og kontorfællesskabet HUBben. I løbet af foråret 2018 udvides huset med et helt nyt danserum og et multivenue med plads til 150 mennesker. Herudover er der ønske om at åbne VKC fra gaden med en ny facade, der i højere grad skal invitere ind. Planerne er at transformere husets kælder til åbne publikumsrettede faciliteter (restaurant, café, bar) og sikre handikaptilpasset adgang til huset via et nyt elevatorårn, der også kan fungere som kommunikationstårn ift. publikum og forbipasserende. I forlængelse af restaurant, café og bar er der forslag om at anlægge et nyt udendørs opholdsrum, der også vil kunne fungere som amfiteater for udendørs events.

NØRRE ALLÉ 7  
KØBENHAVN N





VISUALIZATION  
PROPOSAL



# DIT:KBHs vision, mission, strategi og værdier 2017

Den helt særlige københavneroplevelse, storbyens puls og kulturelle åndehuller.

Kultur- og fritidspolitikken

Storbykultur

Attraktiv storby

Vovemod

Bæredygtighed

Diversitet

Deltagelse

MISSION

- Udbyde et mangfoldigt kulturtilbud for publikum
- Understøtte de aktive ildsjæle og morgendagens kulturskabere
- Involvere partnere og medarbejdere





## DIT:KBHS VISION

**DIT:KBH bidrager til at gøre København til en attraktiv storby ved at være den helt særlige københavneroplevelse, storbyens puls og kulturelle åndehuller.**

I forlængelse af visionen i  
Københavns Kommunes Kultur- og  
Fritidspolitik – Storbykultur – skaber  
DIT:KBH kulturelle åndehuller, hvor du  
som gæst møder kulturelle oplevelser,  
som er skabt sammen med  
iværksættere, ildsjæle og frivillige. Det  
er her du mærker storbyens puls i  
form af både det sublimе og

undergrundskulturen – den helt  
særlige københavneroplevelse. Vi vil  
være det engagerende København,  
hvor du selv kan deltage i at skabe  
oplevelser for andre. Det er  
oplevelsen af noget ukontrollerbart og  
et eksperimenterende frirum, hvor ikke  
alt er planlagt på forhånd.



# MISSION



**DIT:KBH skaber kultur, man kan deltage i, på, foran og bagved scenen, gennem frivillighed, samskabelse og kulturel iværksætter i ved at:**

## UDBYDE ET MANGFOLDIGT KULTURTILBUD FOR PUBLIKUM

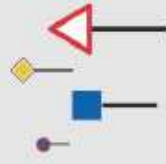
Med vores kulturelle faglighed, aktuelle kulturelle tendenser, og gennem samarbejde med byens kulturskabere og frivillige, tilbyder vi vores gæster et mangfoldigt kulturtilbud, der i særlig grad præsenterer vækstlaget, minoritetets og nichekultur indenfor musik, teater, performance, debat, foredrag og gastronomi.

## UNDERSTØTTE DE AKTIVE ILDSJÆLE OG MORGENDAGENS KULTURSKABERE

Vi rådgiver, understøtter og samarbejder med morgendagens kulturskabere, kulturelle iværksættere, foreninger, frivillige og fællesskaber, så de kan skabe den kultur, de brænder for.

## INVOLVERE PARTNERE OG MEDARBEJDERE I AT SKABE EN EMPATISK ORGANISATION

Vi involverer brugere, partnere og medarbejdere når vi udvikler kulturtilbuddet, og når vi skaber det arbejdsfællesskab, der giver grobund for engagement, nysgerrighed og de ekstraordinære indsatser.



# VÆRDIER

## DELTAGELSE

Vi foretrækker at arbejde ved at samarbejde. Vi samarbejder med bl.a. borgere, frivillige, kulturaktører og Københavns gæster. Velfærd handler for os ikke alene om, hvilken service vi kan tilbyde, men også om hvilke muligheder der er for at deltage.

## DIVERSITET

Vi tror på, at diversitet er en kilde til læring og udvikling. Vi har tiltro til, at de bedste løsninger opnås gennem involvering og inddragelse. Forudsætningen for at skabe er netop, at vi inddrager personer og grupper med forskellige baggrund, kultur og anskuelser – også selvom det kan være vanskeligt.

## BÆREDYGTIGHED

Vi skaber kultur på baggrund af menneskelig, økonomisk og kulturel bæredygtighed. Medarbejdere, brugere og partnere skal stå på et fast fundament for at skabe god kultur – og for ind imellem at kunne yde det sublime. Det er med et solidt fodfæste, vi tager de største spring.

## VOVEMOD

Vi er modige og tør lære af vores fejl, når vi skaber kultur. Vi tør gå til kanten af vores formåen og af den konforme kultur i samarbejder og ved at teste i pilotprojekter. Vi tror på, at vi engang imellem skal vove at miste fodfæstet for en stund frem for altid at satse på det sikre.

# DIT:KBHs 6 lokationer





# TVÆRGÅENDE STRATEGISKE INDSATSER

## Tværgående koordinering



- Koordinering af projektrådgivningsaktiviteter
- Fælles kommunikationsstrategi - herunder PR, identitet, intern kommunikation, intranet, kortlægning og formidling af lokale brands og kulturelle profiler m.v.
- Fælles musikstrategi

## Frivillighed og samskabelse



- Udvikling og udbredelse af den digitale frivillighedsplatform iVolunteer
- Nyt frivillighedssamarbejde mellem SOF og KFF.
- Gennemførelse af en samlet proces om morgendagens kulturskabere - f.eks. gennem netværksaktiviteter og Idea Factory samt en udviklingsorienteret opfølgning på denne.
- Videreførelse og styrkelse af frivillighedskorpset Cph Volunteers.
- Styrkelse af CSR-indsats - herunder CoVoCo (Corporate Volunteering Copenhagen)
- Understøtte og betjene KFF ift. frivillighed - bl.a. gennem drift og udvikling af frivillighedsnetværk samt betjening af direktion og udvalg ift. frivillighed og samskabelse.

## Organisation



- Fokus på trivsel - opfølgning på trivsel og APV efter et travlt fusionsår.
- Implementering af Kvantum
- Gennemførelse af første runde af en omfattende visionsproces, der involverer både brugere, partnere og medarbejdere.
- Arbejde videre med den robuste organisation - bl.a. gennem en tydeligere tværgående teamstruktur, samling af ressourcer og strategiske partnerskaber.
- At oparbejde en fælles praksis omkring projektarbejde - både for projektledere, projektledere, projektgruppe og andre involverede.
- Udarbejdelse af fælles standarder for kontrakter og aftaler - herunder for processer, ansvar, arkivering, opfølgning, fornyelse mv.



# LOKALE STRATEGISKE INDSATSER



- I. Sikre en robust organisationsform som udgangspunkt for Kraftverket som en samskabende frontløber for Københavns ungekultur.
- II. Fra brugerstyring til brugerdrift – større ansvar og bedre plads til brugerne.
- III. Udvide netværk og indgå flere langsigtede partnerskaber
- IV. Styrkelse og organisering af frivillighedsmiljøet - bl.a. gennem ved at begynde at bruge iVolunteer



- I. Kulturhuset Indre By skal skabe en ny vision og kulturel profil gennem en samskabelsesproces.
- II. Involvere nye og eksisterende brugere i at indgå partnerskaber med nye partnere, som kan bidrage til husets nye profil indenfor husets nye vision.
- III. Kommunikationen i Kulturhuset Indre By styrkes således, at den understøtter husets nye profil.



- I. Gentænke og optimere de fysiske rammer med henblik på udvikling af de kulturelle aktiviteter.
- II. Skabe rammer og muligheder for partnere, der kan selv og derved styrke de kulturelle iværksættere
- III. Optimere rådgivning og involvering af frivillige, foreninger og de uorganiserede miljøer gennem professionalisering, involvering og samskabelse.



- I. Skabe en samlet kulturel profil for hele Onkel Danny's Plads ved at involvere kulturpartnere
- II. Skabe en samlet formidling af aktiviteterne og mulighederne på pladsen og i husene.
- III. Den levende plads – aktivitetsniveauet udendørs på Onkel Danny's Plads skal hæves markant.
- IV. Organisering og styrkelse af frivillighedsmiljøet - bl.a. gennem brug af iVolunteer.

# LOKALE STRATEGISKE INDSATSER



- I. Huset-KBH skal igennem den forstående renovering med mindst mulige tab. Det gælder både økonomi, engagerede frivillige, aktive foreninger, tætte samarbejdspartnere og publikum.
- II. Huset-KBH skal have udviklet samarbejdet med interne partnere fra samarbejde til samskabelse, så alt fra måden vi organiserer os på til rammer, tilbud, processer og procedurer peger imod en ny og mere indgående og innovativ form for samskabelse.
- III. Huset-KBH skal have et øget fokus på at skabe merværdi gennem kulturel forskellighed og på mødet mellem kulturer, genrer, mennesker og interaktionen imellem og med dem.



- I. Fra KW3 til VILLA kultur – et væksthuis for kulturel iværksætteri.
- II. Udvikling af en ny model for kulturelle partnerskaber



## FÆLLES PRAKSIS

- Fortrolighed med den fælles projektmodel og kendskab til projektstyring.
- Fælles system for projektopfølgning - både produktionsprojekter og strategiske projekter
- Fortrolighed med servicedesign, kendskab til servicedesign og motivation til at deltage i servicedesignprocesser.
- Effektiv intern kommunikation (At kunne bruge de eksisterende kanaler og systemer i KFF - Outlook, intranet, fællesdrev, selvbetjeningsløsninger - og at kunne anvende nye IT-løsninger (webservices, cloud-løsninger mv.)

## INDIVIDUELLE KOMPETENCER

- At kunne designe tests og udføre dem (f.eks. lave tests, grafisk facilitering, skalering, pilotforsøg, evaluering, brugerrejser)
- Brobyggende kompetencer – at kunne arbejde på tværs, opad og udad. Bl.a. ift. kommunikation, PR og udviklingsprojekter.
- At kunne forhandle, udforme og indgå aftaler og kontrakter (sælge, forventningsafstemme, booking, udforme kontrakter ud fra standarder og fra bunden)
- Rådgivning og brugercoaching
- At selvlære og lede opad (prioritere, god inddragelse af ledelsen, at kunne definere opgaven mv.)
- Trendscanning og at kunne skabe netværk
- fortrolighed med samskabelsesprocesser og den samskabende organisation
- Ud med snøren... at kunne opsøge og gribe det ukendte og samtidig sortere, prioritere og realisere.
- Proceskonsultation og procesledelse
- Frivillighedskoordinering
- Fundraising



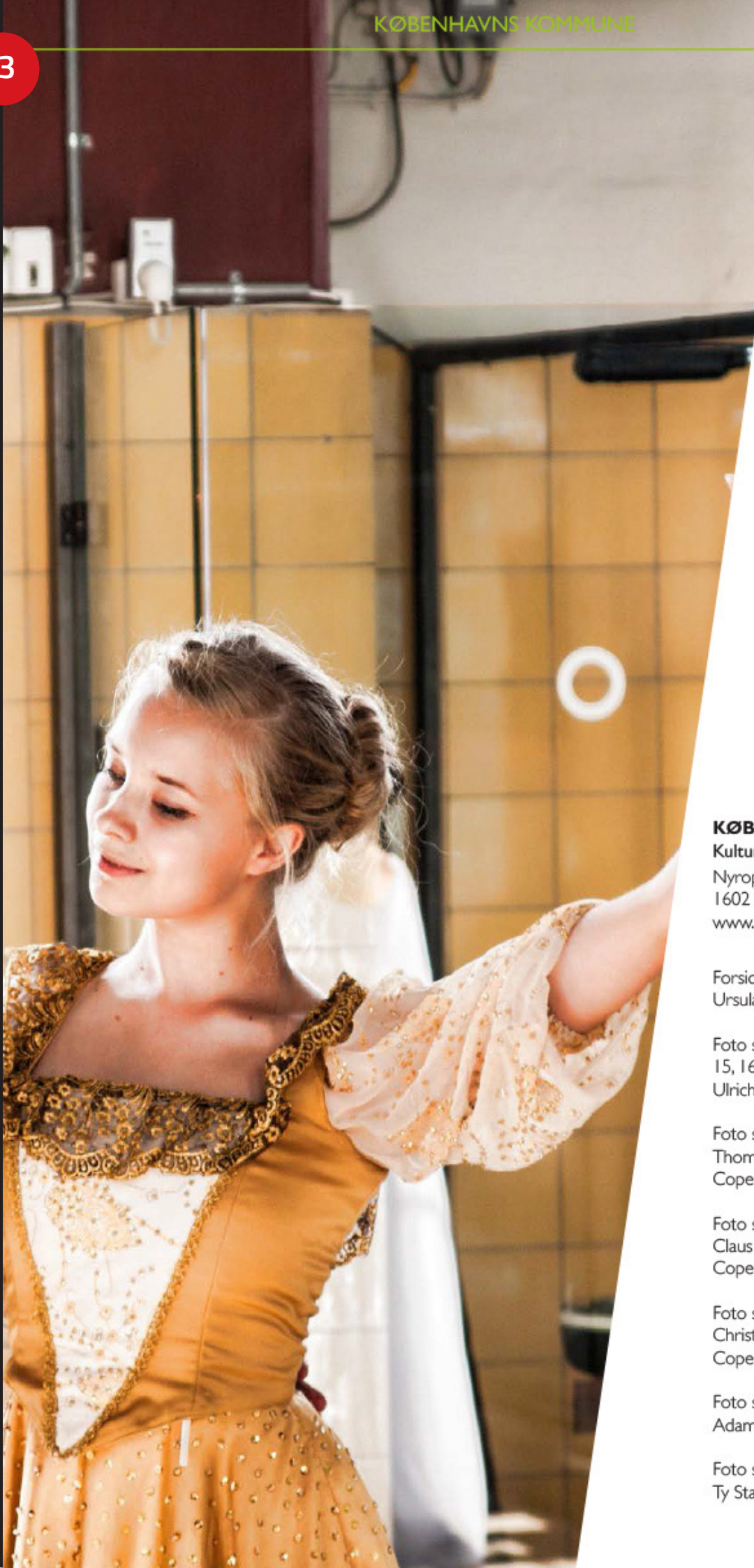


# Københavns Kommunes Kultur- og Fritidspolitik 2016-2019







**KØBENHAVNS KOMMUNE**

Kultur- og Fritidsforvaltningen

Nyropsgade 1, 3. sal  
1602 København V  
www.kk.dk

Forside-/bagsidefoto  
Ursula Bach

Foto side 2-3, 12-13, 14 (it-undervisning),  
15, 16 og 17:  
Ulrich Jakobsson

Foto side 4-5:  
Thomas Rousing,  
Copenhagenmediacenter.com

Foto side 6-7:  
Claus Randrup,  
Copenhagenmediacenter.com

Foto side 8 og 18-19:  
Christian Lindgren,  
Copenhagenmediacenter.com

Foto side 9 og 14 (pige på bibliotek):  
Adam Mørk

Foto side 10-11:  
Ty Stange, Copenhagenmediacenter.com



København er tre gange blevet kåret af et internationalt magasin som verdens bedste by at bo og leve i. Det er der mange gode grunde til. Blandt disse er, at københavnere er venlige og tolerante, at byen har et aktivt kulturliv, og at der er balance mellem offentlig styring og frihed for den enkelte.

København skal fortsat være en attraktiv by, men den skal også kunne udfordre status quo og ændre sig, så fremtidens udfordringer kan imødeses. København er i en positiv udvikling, og antallet af københavnere stiger. Det betyder, at der skal findes plads og økonomi til flere brugere af kultur- og fritidslivet.

Kultur- og fritidslivet i København skal favne aktuelle udfordringer og ønsker samt inspirere til nye måder at bruge og udvikle byen på. Fordi byen udvikles bedst i fællesskab, skal brugere og interessenter mødes med interesse og respekt. Københavns Kommune arbejder med disse kvaliteter under begrebet 'Storbykultur'.

Kultur- og Fritidspolitikken for 2016-2019 spiller op mod disse visioner om København som en eksperimenterende, mangfoldig storby, der samtidig står ved sig selv og sit særkende.

Mellem Kultur- og Fritidsudvalget og Kultur- og Fritidsforvaltningen er politikken en forventningsafstemning om, hvilken vej kultur- og fritidsområdet i København skal udvikle sig.

Kultur- og Fritidspolitikken er en overordnet ramme for de kultur- og fritidspolitiske tiltag i Københavns Kommune. Den udfolder sig i praksis på 3 niveauer:

1. En vision, der er fælles for hele København og samles under begrebet 'Storbykultur'.
2. Principper, der er afsæt for initiativer og handlinger på kultur- og fritidsområdet.
3. Indsatsområder, der vil være særlig fokus på de kommende år. Det er her, politikken omsættes til handling. Det betyder også, at det i høj grad er i arbejdet med indsatsområderne, at interessenter kan genfinde sig selv og egne visioner.

For at realisere de politiske visioner og imøde se fremtidens udfordringer, skal udmøntningen af politikken ske med særligt fokus på god økonomistyring, så flest muligt får gavn af nye faciliteter, og på at der i udnyttelsen tænkes på tværs af brugergrupper. De mange nye københavnere skaber behov for, at der afsættes flere ressourcer, og at de eksisterende bruges effektivt, så flest muligt får bedst mulig gavn af investering i både anlæg og aktiviteter.







## Visionen

### Storbykultur

Københavns Kommunes ambition er at være en attraktiv storby med livskvalitet og "kant".

København skal være en by, hvor ikke alt er planlagt og besluttet på forhånd. En by, der tør tænke nyt og gå nye veje, så byen udfolder sit potentiale, uden at miste sin egenart. Det handler bl.a. om at træffe nogle bevidste valg om, hvad i den bestående by der skal bevares, når byen udvikles.

København er en storby, hvor man skal kunne opleve både det sublime og undergrundskulturen. Borgerne er et aktiv, der er med til at udvikle byen, og der skal være plads til græsrodderne, iværksætterne og de professionelle. Der skal være plads til det eksperimenterende og ukontrollerbare.

Kommunens rammer skal hele tiden afspejle borgernes behov. Københavnerne skal mødes med en åben dialog, der giver lyst og mod til at sætte sig selv i spil i kultur- og fritidslivet.

Samtidig skal byen bibeholde storbyens puls som et sted, hvor der er et overflødhedshorn af kultur- og fritidstilbud. Det er her, Danmark smelter sammen med Skandinavien, Europa og resten af verden.









## Principper

Principperne er grundlæggende værdier, som Kultur- og Fritidsudvalget skal understøtte.

### 1. Kulturens egenverdi

Kultur- og fritidslivet har en værdi i sig selv, der er båret af lyst og glæde ved at være en del af et aktivt københavnerliv. Kultur- og fritidslivet har sidegevinster som f. eks. udvikling af fællesskab på tværs af sociale skel, sundhed, livslang læring, udvikling af kreative kompetencer og entreprenørskab.

### 2. Demokrati

Kultur- og fritidslivet i København er båret af demokrati. Der er gennemsigtighed, og københavnerne skal kunne komme til orde og være medbestemmende, have medindflydelse og være medskabende. Der skal være tilbud til alle og let adgang til at engagere sig i planlægning og udførelse af kultur- og fritidsaktiviteter. Brugere og borgerengagement er en kvalitet i sig selv – både lokalt og når det vedrører byen på tværs. Information skal være forståelig og tilgængelig, og det skal være nemt at orientere sig på tværs af institutioner og forskellige platforme. Det frivillige foreningsliv skal understøttes som arnested for fællesskab og ansvar, og brugerinddragelse skal have en særlig plads i det københavnske kulturliv.







### 3. Kvalitet

Kultur- og fritidslivet skal være båret af kvalitet. Når det gælder kultur, går Københavns Kommune altid efter det bedste med henblik på indimellem at nå det sublime. Kultur- og fritidspolitikken sætter rammerne for de politiske Initiativer. I politikken er der et særligt fokus på børn og unge og socialt udsatte grupper.

De mange nye københavnere er en gevinst for byen, og der skal skabes plads til, at de også kan blive en del af et aktivt kultur- og fritidsliv. Det betyder også, at når de politiske mål skal realiseres, er der fokus på økonomisk bæredygtighed, at flest mulige får gavn af nye faciliteter, og at der i udnyttelsen tænkes på tværs af brugergrupper.

Kultur- og fritidslivet udfolder sig i gode arkitektoniske rammer og med internationalt udsyn. Alt samarbejde stimulerer Københavns kultur- og fritidsliv, der herigennem skal levere nye og overraskende tilbud og muligheder.

Professionelle aktører inden for f.eks. musik, scenekunst, billedkunst og idræt giver unikke idræts- og kulturoplevelser og bidrager til et samlet løft i kvaliteten af kultur- og idrætsarrangementer.

En særlig kvalitet ved det københavnske kultur- og fritidsliv er ambitionen om, at alle skal inddrages. En bred palet af muligheder gør, at der er tilbud til alle. Her er det en særlig ambition at understøtte inddragelsen af københavnere i udviklingen af byens kultur- og fritidsliv, fordi alt samarbejde stimulerer og udfordrer Københavns kultur- og fritidsliv til at levere nye og overraskende oplevelser.



## 4. Ytringsfrihed

København hylder ytringsfriheden, og alle skal offentligt kunne give udtryk for deres meninger om kultur- og fritidslivet, uanset om meningene afviger fra den herskende holdning. I København er der højt til loftet, og en åben debat ses som understøttende for demokratiske beslutninger. Ytringsfriheden skal ikke kun forstås som muligheden for at udtrykke sig i skrift og tale, men også som muligheden for at udtrykke sig kunstnerisk. Den kunstneriske ytringsfrihed giver mulighed for at afprøve udtryksformer og indhold, som ikke er set eller hørt før.

## 5. Decentralisering

En stor del af kultur- og fritidslivet er lokalt forankret, og opgaverne skal løses med udgangspunkt i en lokal virkelighed. Dette sker i overvejende grad på de mange decentrale institutioner i København, såsom biblioteker, idrætsanlæg og kulturhuse. Decentraliseringen giver borgere mulighed for selv at engagere sig i deres lokalområde og andre områder, de finder interessante. Herved understøttes princippet om demokratisering ved at flytte beslutningskompetencen tættere på brugerne.





København er en hel by. Det betyder også, at større arrangementer søges spredt over hele byen – og over hele året. Det skal ske i dialog mellem kommunen og interessenterne.

Et særligt fokusområde er, at ressourcetsvage københavnere får den relevante støtte, der gør, at de også kan blive kulturskabere.

## 6. Rummelighed og lige adgang

Alle københavnere skal have mulighed for at bruge byens kultur- og fritidstilbud. Dette gælder uanset seksualitet, religion, etnicitet, alder, handicap og sociale forhold. Københavns Kommune skal understøtte lige adgang til de kommunale kultur- og fritidstilbud. Den lige adgang skal følges op i både indretning af byggeri samt af fokuseret støtte til borgere med særlige udfordringer.





## Indsatsområder

Indsatsområderne skal sætte retning for de kultur- og fritidspolitiske indsatser i de kommende 4 år.

### Faciliteter

En forudsætning for et levende kultur- og fritidsliv er rammer at udfolde sig i. Kultur- og fritidsfaciliteter har en særlig evne til at engagere københavnere i byrummet. Uanset om der er tale om udendørs- eller indendørsfaciliteter, vil borgernes brug af faciliteterne bidrage til, at de opholder sig længere i byrummet. I takt med at der kommer flere københavnere til byen, øges efterspørgslen på byens faciliteter yderligere.

For at imødekomme behovet for et levende kultur- og fritidsliv, er det en forudsætning, at der reserveres arealer til kultur- og fritidsaktiviteter i nye byområder, at byggeriet finansieres, og at kommunens forvaltninger arbejder sammen for at skabe de faciliteter, der favner bredest muligt, og som løser facilitetsbehovet lokalt.

Derudover er det en forudsætning, at eksisterende kultur- og fritidsfaciliteter renoveres, så københavnere fortsat har lyst til at bruge dem. Faciliteterne skal være tilgængelige for alle og robuste i forhold til en mere intensiv brug med udvidet åbningstid og selvbetjent adgang.

Når Københavns Kommune bygger, skal der tænkes på tværs af sektorerne, så vi skaber faciliteter, der kan bruges af mange brugergrupper, og på den måde økonomiserer med plads og anlægsomkostninger. Både nye og eksisterende kultur- og fritidsfaciliteter skal derfor ligeledes fokusere på at kunne bruges på tværs af generationer - fra de helt unge til de ældre borgere.

I den tætte storby er havnen en måde at udvide byen på og imødekomme behovet for mere plads. Det gælder både tidligere industriområder og vandet. Her kan også tænkes i midlertidige anlæg, hvor kultur- og fritidslivet kan bidrage med aktivitet og nytænkning.

Der skal være plads til et eksperimenterende kultur- og fritidsliv. Det understøttes f.eks. gennem brug af midlertidig anvendelse af arealer og bygninger, der er ledige i kortere eller længere perioder, samt ved indretning af kreative zoner til brug for kreative erhverv. Samtidig skal de bedste af de midlertidige faciliteter bevares, når der byudvikles, blandt andet for at sikre plads til det eksperimenterende vækstlag. Det kan ske ved, at eksisterende bygninger genoprettes, og de særlige kulturelle aktiviteter fastholdes. Alternativt skal aktørerne i videst muligt omfang tænkes ind i nybyggerierne.

I ambitionen om en kreativ og levende by med plads til alle skal der konstant tænkes i nye spor. Mulighederne bliver større, når der tænkes utraditionelt. Det gælder særligt alternative faciliteter som bunkers, kældre, nedlagte industriejendomme, tekniske anlæg, der ikke er i drift, og arealer på vand. Denne type facilitetsprojekter kan ofte realiseres på tværs af traditionelle skel mellem f.eks. boligforeninger, private virksomheder, staten og de forskellige kommunale forvaltninger.

Disse løsninger er svar på aktuelle behov og kan samtidig bruges til at skabe en bedre udvikling af byens rum ved at bruge eksperimenter som læring.

Byens muligheder skal spænde vidt. Her skal være højt til loftet og albuerum i enhver forstand. Der skal være plads til alle, både under tag og i det åbne rum.

Den digitale udvikling har banet vejen for selvbetjent adgang. Hvor det er muligt, skal der være adgang til kultur- og fritidsfaciliteter både i dag- og aften timerne. Tilbuddet skal udvides og udvikles. Det skal være nemt og tilgængeligt både at booke og bruge byens kultur- og fritidsfaciliteter døgnet rundt.

Faciliteterne skal udformes, så de også giver adgang for borgere med funktionsnedsættelser.







## Styrk borgerne

Københavnere skal være godt rustede til at bruge byen, og alle steder, hvor det giver mening, skal der være selvbetjent adgang. Kommunen vil give målrettet service, hvor de borgere, der har mest brug for det, hjælpes, mens andre får gode rammer for at kunne betjene sig selv med borgerservice, bibliotekstilbud, faciliteter og meget andet.

Bibliotekerne sætter fokus på hjælp til selvhjælp, og borgerne mødes med tillid til, at de selv kan og vil. Borgerservice udvikles løbende, i takt med at københavnernes digitale evner øges. Det understøttes af råd og vejledning til selvhjælp. De frivillige foreninger skal bakkes op i deres arbejde, og det skal være nemt at være frivillig.

Bibliotekerne er en integreret del af byen, og deres særlige muligheder kan udfoldes yderligere. Det kan f.eks. være i forhold til særlige sociale rådgivningstilbud, enten som en del af Borgerservice, eller som målrettede tilbud på udvalgte tidspunkter.

Kultur- og fritidstilbuddene skal understøtte lige adgang og skal kunne rumme alle. Både for deltagere og arrangører skal det være let og tilgængeligt at deltage i kultur- og fritidslivet.



## Den digitalt tilgængelige by

Mange københavnere er "digitale indfødte", og vi skal bruge denne viden og nysgerrighed til at udvikle det bedste indenfor digitale tilbud. Den digitale teknologi skal sættes i spil til fordel for københavnere og herved give let adgang til de københavnske tilbud.

Vi skal udvikle det digitale tilbud, så borgerne nemmere får overblik, og tilbuddene skal have et indhold, der kan tilpasses den enkelte borgers behov.

Det digitale tilbud skal fortsat give adgang til kommunens egne tilbud, samtidig med at de fungerer som platform for andre aktører. De digitale data og de muligheder, teknologien giver, skal sættes mest muligt i spil. Det skal være nemt at få adgang til de oplysninger og den viden, der ligger digitalt i Københavns Kommune.





## Det historiske København

København investerer millioner i museer og arkiv. Blandt målene er samspil med byens store statslige og selvejende kulturinstitutioner, samt kommunens kulturinstitutioner i en stærk museumsakse. Københavnerne og besøgende får hermed langt bedre adgang til at bruge og forstå både kulturarv og den nyeste kunst. Tilsammen danner det en baggrund for nye aktiviteter og giver vores by en særlig fortælling - både for københavnerne og turister.

## Den internationale by

København er en international storby, en storby i Europa og en del af regionen Greater Copenhagen. Greater Copenhagen vil i fremtiden promovere hele hovedstadsregionen som et attraktivt midtpunkt i Nordeuropa. Dette understøttes af kultursamarbejdet med andre kommuner, som er med til at sikre, at initiativer i hele regionen er afstemte og gensidigt forstærker hinanden. København arbejder for at gøre byen attraktiv for dygtige og arbejdsomme borgere fra hele verden. Med International House har byen allerede åbnet for let adgang til byens services for expats og hjælp til at blive integreret i byens kultur- og fritidsliv.

## Byens gæster

Det skal være attraktivt at besøge hovedstaden København som turist. Som hovedstad er København et naturligt bindeled mellem Danmark og resten af verden. København huser store internationale koncertnavne, kunststillinger i verdensklasse og internationale idrætsbegivenheder. Kort sagt kan København noget helt særlig, fordi byen er hele Danmarks hovedstad. Der sker ting i hovedstaden, som ikke sker andre steder. Det er ambitionen, at turister ikke kun skal besøge København pga. shopping muligheder eller klassiske turistattraktioner, men at turister også kan opleve det skæve København og det pulserende københavnerliv. København vil formidle både den klassiske og den skæve kultur. Det mangfoldige København skal være synligt for verden. Det betyder at byens kultur- og fritidsinstitutioner i højere grad skal bidrage til udvikling af nye turisttilbud. Turister skal tilbydes let adgang til information og service på flere fysiske og digitale kanaler. København møder turisterne der, hvor de er.







## Foreningerne og aftenskoleliv

København skal fortsat rumme et bredt og attraktivt foreningsliv og et alsidigt aftenskoletilbud til byens borgere. Folkeoplysningsområdet er en af de samlende kræfter i udviklingen af tilbud og muligheder:

De københavnske foreninger spiller en central rolle i byen. De samler mennesker, og fremmer demokratiet og mødet på tværs af generationer og kulturelle skel. Blandt foreningernes særlige kvaliteter er også, at de ofte har et solidt arbejde med børn, og at mange af dem er gået konstruktivt ind i arbejdet med at fremme kultur og fritid i forbindelse med den nye folkeskolereform. Samtidig er foreningslivet, som vi kender det i dag, under forandring. Flere fællesskaber baserer sig på frivillige kræfter, men uden krav om formelt medlemskab. På trods af fleksible rammer er der mange steder solide fællesskaber, som bygger på fælles interesser og muligheden for at udvikle større projekter eller igangsætte spontane aktiviteter. Her giver mulighederne på de sociale medier nem adgang til hurtig organisering af aktiviteter for dem, der har tid og lyst, nu og her.

Forandringerne kalder på et tilbagevendende fokus på, hvordan man mest hensigtsmæssigt støtter foreningslivet i forandringsprocessen.

Foreningslivet skal tilpasses storbyen, og der skal med analyser, brugermøder og andre indsatser fokuseres på, hvordan man bedst sørger for, at foreningerne fortsat trives og spiller en central rolle i byens kultur- og fritidsliv.

Aftenskolerne er et vigtigt fritidstilbud for mange københavnere. Kommunen vil samarbejde med aftenskolerne om at sikre, at de i takt med udviklingen kan omstille sig til også i fremtiden at skabe attraktive tilbud for byens borgere.



## Det hele barneliv – læring, trivsel og alle med

Kultur- og fritidslivet er en aktiv og central medspiller i implementeringen af folkeskole-reformen "Den åbne skole". Her kan kultur- og fritidslivet aktivere endnu flere børns generelle udvikling, trivsel og lyst til medborgerskab. Kultur- og fritidslivet styrker børns bevægelsesglæde, kreativitet, almene dannelse og læringsparathed gennem lystbetonede aktiviteter og læringsmiljøer uden for klasselokalet, f.eks. i byens parker og grønne områder. Der skal derfor arbejdes målrettet på et mangfoldigt kultur- og foreningsliv, som børn har mod på og lyst til at deltage i. For at understøtte Åben Skole-samarbejdet er det nødvendigt med endnu mere samtænkning på facilitetssiden – skolerne skal bryde grænser og mure ned og åbne skolebygningerne for det omgivende samfund.

## Vækstlaget

Der er en særlig forpligtelse til at drage omsorg for de nye og spirende initiativer. Dette er både med til at sikre den kunstneriske ytringsfrihed, skabe nye kreative og kulturelle oplevelser og sikre, at fødekæden i kulturlivet ikke brydes.

Vækstlaget er tæt koblet til de kreative erhverv. De kreative aktører er vigtige for København som attraktiv og spændende storby. De er med til at sikre byens fortsatte udvikling. København skaber byen, hvor de krøllede hjerner gerne vil bo. Her er albuerum og højt til loftet. Her er et godt miljø til kreative tanker og til at afprøve nye ideer i.

De krøllede hjerner skaber vækst i byen f.eks. inden for film og mad samt inden for computerspil og interaktive medier. København skal opmuntre til og give nem adgang til at eksperimentere med metoder, ideer og nye produkter og oplevelser. De kreative zoner kan bidrage til, at der er områder, hvor kunstneriske og kreative ildsjæle kan påbegynde projekter uden at have et stort budget.





## Samarbejde om hele byen

Vi får den bedst mulige by på alle parametre, når de kommunale forvaltninger samarbejder. På facilitetsområdet skal borgernes behov og ønsker tænkes ind hele vejen rundt i både nybyggeri og ved reovering, så skolernes idrætshaller anvendes til foreningsidræt i aften timerne og biblioteker og kulturhuse tænkes sammen med behov på andre kommunale serviceområder. Faciliteterne skal udformes og anvendes, så der både er taget højde for skolernes og fritidslivets behov. Fællesskaberne på tværs skal udfoldes både i planlægning af byggeri og i den daglige organisering af tilbuddene.

Erfaringerne fra samarbejdet mellem skole, idræt og kultur skal udvikles og afprøves i nye retninger. En mulighed er f.eks. at etablere idrætshaller og sale, der kan anvendes til "bløde" bevægelsesformer og er placeret i tilknytning til kommunens plejehjem. Der kan også ses på mulighederne for og værdien af at etablere kultur- og idrætsfaciliteter i sammenhæng med tilbud til socialt udsatte.

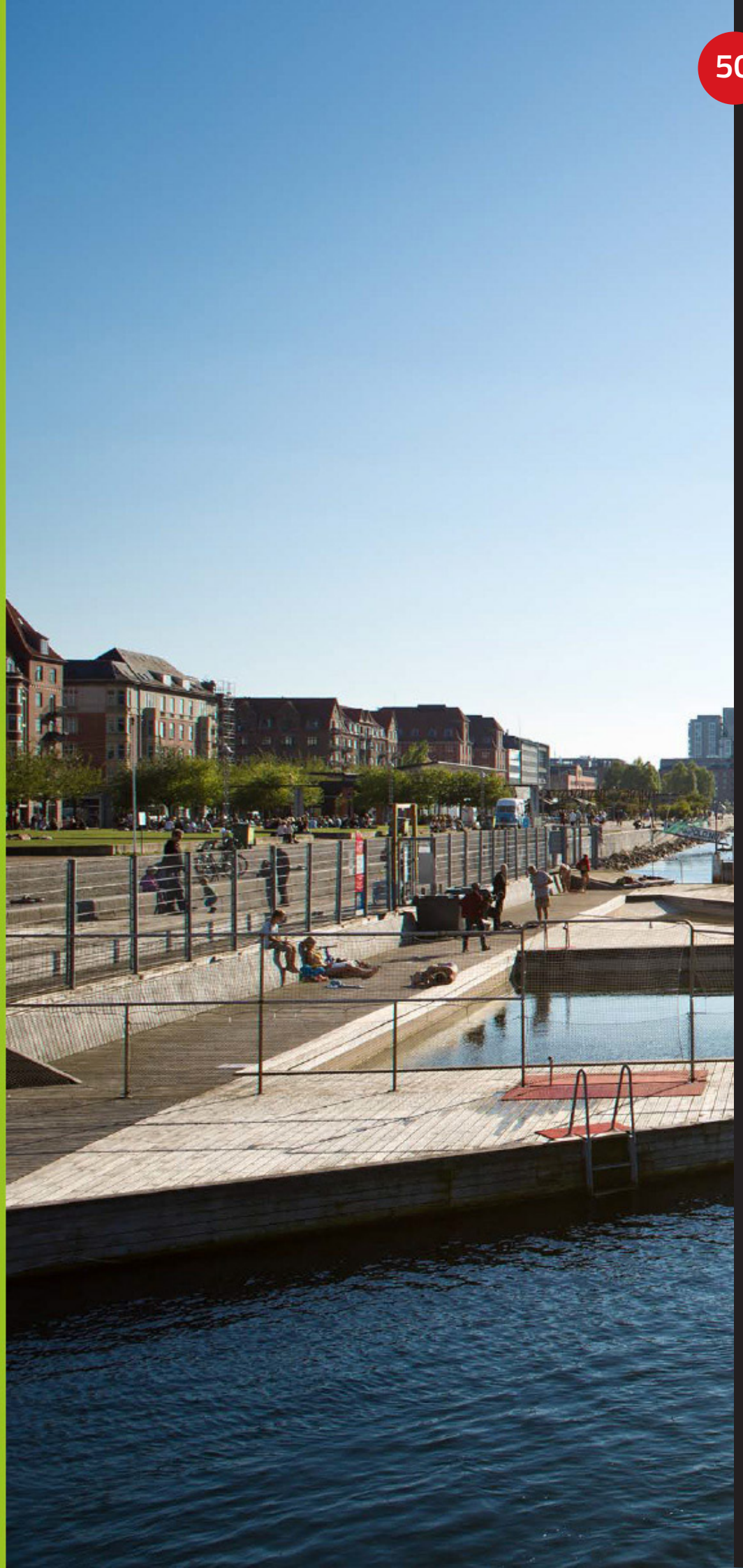
Ofte er det netop samarbejde på tværs, der skaber nye forbindelser på tværs af byen – forbindelser, der understøtter, at København er en åben by med storbykultur, livskvalitet og "kant". Samarbejdet skal både foregå internt blandt kommunens forvaltninger, med københavnere og med eksterne samt private aktører, herunder også fonde. Kultur- og fritidsområdet går i særlig grad på tværs af byen og spiller ind i de andre kommunale politikområder. Der skal derfor også samarbejdes om politikker i andre forvaltninger, f.eks. Nyd Livet København og Fællesskab København.











**KØBENHAVNS KOMMUNE**

Kultur- & Fritidsforvaltningen

Nyropsgade 1, 3. sal

1602 København V

[www.kk.dk](http://www.kk.dk)



# Kommunikation og formidling

VerdensKulturCentret er gået Co-Creative! - og det skal også gennemsyre kommunikationen om husets forskellige programdele og aktiviteter på alle fronter med et mix af platforme, skæve udtryk og forunderlige fortællinger.

I tråd med husets mission om at nå ud til bl.a. nye og yngre brugere, er kommunikationen omkring aktiviteterne baseret på samskabelse. Det betyder, at VKC og dets samarbejdspartnere i højere grad vil inddrage sociale medier i sin kommunikation for netop at åbne op for brugernes medskabelse i formidlingen. Grundlæggende er tonen i kommunikationen og på de digitale og sociale medier let og underholdende, men uden at gå på kompromis med programdelenes indholdsmæssige tyngde.

Den overordnede kommunikation om og formidling af de forskellige aktiviteter og begivenheder i VKC 2018 - 2022 vil ske med afsæt i et nuanceret samspil mellem VKC og husets forskellige brugere og partnere og gennem en tvær-medial kommunikationsstrategi. Strategien skal sikre den størst mulige informationsspredning om husets aktiviteter og sikre at kommunikationen finder tilgængelig via flere forskellige kommunikationskanaler. Samtidig skal strategien sikre at husets forskellige projekter og aktiviteter bliver dokumenteret og videndelt både internt mellem husets brugere og medarbejdere og eksternt til andre kulturaktører i København som i resten af landet.

Strategien bliver forankret ved at VKCs egne kommunikationsplatforme danner ryggraden for al basisinformation om program, aktiviteter, møder, oplevelser, feedback fra publikum etc. Samtidig skal strategien sikre at husets forskellige producerende brugere og partnere alle benytter de samme grundlæggende formidlingsværktøjer og -metoder. På den måde bliver der en reel synergi og genkendelighed i forhold til husets overordnede profilarbejde.

Det væsentligste element i realiseringen af strategien er udviklingen af en samlet kommunikationsplan for VerdensKulturCentret 2018 - 2022. Kommunikationsplanen skal fungere som det fælles kommunikative fundament for parterne i projektet, hvorfra budskaber og begivenheder kan kommunikeres og markedsføres over for udvalgte målgrupper. Planen skal sikre en systematisk og professionel håndtering af projektets samlede kommunikation og markedsføring. En ensartet og koordineret kommunikation er en forudsætning for at binde projektet sammen udadtil, og for at kunne arbejde målrettet og koordineret internt mellem projektets mange partnere, aktører og deltagere. Kommunikationsplanen vil indeholde:

- En Web plan
- En SoMe plan
- En publikumsplan for de enkelte projektdele
- En dokumentations- og vidensdelingsplan
- En plan for intern kommunikation partnerne imellem
- En oversigt over distributions- og formidlingskanaler
- En tidslinje over de forskellige indsatser, som løbende revideres / opdateres

Kommunikationsplanen skal bidrage til at fastholde partnernes engagement, få synliggjort de enkelte delprojekters resultater samt sikre en flydende (sam)arbejdsproces. Som en fast del af samarbejdet omkring aktiviteter og program på VKC forpligter partnerne sig til at følge kommunikationsplanens retningslinjer og struktur.

I det følgende beskrives overordnet hvilke typer af platforme og produkter, der bliver udviklet til at formidle og kommunikere de forskellige dele og tiltag så skarpt og bredt som muligt:

## Web

VerdensKulturCentrets eksisterende hjemmeside (<https://vkc.kk.dk>) skal opdateres og udvikles til at møde brugernes behov for interaktion i højere grad end det er tilfældet i dag. Den eksisterende informationsplatform bliver bevaret og siden bliver den udviklet i retning af et mere responsivt og interaktivt format. Siden skal kunne tilbyde en let navigation i forhold til de forskellige tilbud i huset og samtidig sikre en flydende kommunikationsinterface med de sociale medieplatforme, som er koblet til VKC og de forskellige partnere. Grundprincippet er en 2-kliks strategi, hvilket indebærer at alle nye events, aktiviteter og lignende maksimalt er 2 klik fra forsiden.

### SoMe - VKC og sociale medier

Der bliver udviklet Social Medie (SoMe) strategi som bliver forankret i en PIXI til alle partnere om hvordan aktiviteter og programdele kommunikerer på de sociale medier. Pixien forholder sig dels til VKCs allerede eksisterende platforme på Facebook, Instagram, Twitter og YouTube og dels til hvordan partnerne kan knytte an til deres egne SoMe platforme. I erkendelse af at meget kommunikation i dag er båret af video og billeder, vil strategien også rumme en vejledning til partnere og producenter om hvordan billeder, lyd og video må benyttes i henhold til EU's nye direktiver på området (godkendelser, angivelser af hvem som er på billederne etc.) SoMe strategien skal også forholde sig til andre platforme, som eksempelvis benyttes meget af nydanskere (WhatsApp o.lign.)

### Publikumsplan for hvert enkelt aktivitet og for VerdensKulturCentret som helhed

Der bliver udviklet en publikumsplan for hver enkelte aktivitet, som nøje indtænker aktiviteternes primære og sekundære målgrupper og sætter dem i perspektiv i forhold til en overordnet publikums- og brugerstrategi for VKC som helhed. En publikumsplan er frem for alt planlægnings- og visionsdrevet og skal hjælpe partnerne med det kunstneriske udtryk med de sociale formål, den finansielle bæredygtighed og de kreative ambitioner i hele projektet. Publikumsplanen relaterer til både programlægning, læring og undervisning, marketing samt alt informations- og receptionspersonale.

### Dokumentations- og vidensdeling

Som en del af strategien vil der blive arbejdet med en procesuel forankring og spejling af de forskellige temaer og perspektiver i forhold til VerdensKulturCentrets profil, personale, partnere og publikum. Processen sigter på at reflektere aktiviteterne i forhold til institutionen som sådan for derved at løfte en række spørgsmål omkring husets opdrag og langsigtede målsætninger. Målet er at anvende erfaringerne fra delprojekterne som en platform for en bredere diskussion af VKC's muligheder i et fremtidsperspektiv. Dokumentationsarbejdet involverer VKC's medarbejdere, identitetsbærende brugere, partnere og publikumsgrupper. Dokumentation sker primært gennem fotografisk og videobaseret materiale, programmer m.v. og kvalificeres gennem et antal kvalitative interviews, gruppesamtaler og workshops med berørte partnere, brugere og publikummer. Erfaringerne samles i nogle korte videoer og som underlag for projektets slutrapport. Videndelingen vil ske gennem et antal gå-hjem møder og symposier for andre kulturaktører, -huse og beslutningstagere.

### Plan for intern kommunikation

Der bliver udarbejdet en plan for den interne kommunikation partnerne imellem. Planen vil omfatte retningslinjer for møder, referater fra møder, cc anbefalinger ifm. mails, evt. oprettelse af et fælles projektstyringsværktøj via eksisterende platforme som Basecamp. Planen skal sikre åbenhed partnerne imellem, transparens og lette rutiner, som selv små partnere kan agere i forhold til. Målet er at give alle involverede en føling med eget og hinandens arbejdsflow.

### Oversigt over distributions- og formidlingskanaler

Til gavn for alle partnere udarbejdes en oversigt over de distributions- og formidlingskanaler, som VKC og de forskellige partnere benytter sig af og vil kunne stille til rådighed for de enkelte aktiviteter. Oversigten skal give partnerne en let adgang til eksempelvis annoncering, distribution af evt. trykt materiale, andre digitale platforme, som kan være relevante i forhold til specifikke aktiviteter eller målgrupper m.v.

### Tidslinje for kommunikationsindsatser

Der bliver oprettet en tidslinje for enkelte aktiviteter og processer, som bliver beskrevet i årshjul. Denne justeres løbende for hvert nyt tiltag / arrangement. På den måde etableres både en forankring af den overordnede kommunikationsplan i de enkelte initiativer og samtidig sikres de enkelte medarbejdere og partnere et overblik over hvad der kommunikeres hvornår og hvor, så evt. dobbeltindsatser forhindres.

I tillæg til ovenstående vil alle åbningsarrangementer og andre særlige begivenheder blive markeret på såvel hjemmeside, sociale medier og gennem partnernes forskellige platforme. Det samme gør sig gældende for de tillægsaktiviteter som følger med eksempelvis en festival, en forestilling eller udstilling.

Rapporter, årsrapporter og lignende vil blive produceret som print-on-demand pdf'er. Det samme gælder for den afsluttende projektrapport, som dokumenterer hele forløbet fra 2018 til 2022. Rapporten vil være på dansk og engelsk. Slutrapporten har projektets bidragsydere, kultursektoren i Danmark og særligt kulturpolitiske beslutningstagere og kulturarbejdere som målgrupper. Den bliver udformet som et læringskatalog, hvor de enkelte dele, anvendte metoder og høstede erfaringer beskrives på en letforståelig måde som inspiration for andre.

Sprogligt vil kommunikationen som hovedregel være to-sproget dansk og engelsk for på den måde at række ud til de mange internationale unge som bor i hovedstadsregionen. Hvor der er mulighed for det vil aktiviteterne også blive kommunikeret på andre sprog, spansk, arabisk, urdu, så migranter og turister vil kunne få information og viden, så evt. flygtninge, nydanskere og besøgende vil kunne tage del af informationen. De mange indvandrerforeninger i huset vil være naturlige sproglige distributører og filtre i forhold til deres brugere og medlemmer.