

# Evaluering af kulturugen 2019



...og hvordan  
vi kan gøre 2020  
til en endnu  
større succes!

# Evalueringsmodellen

## ORGANISATION

- Organisationsstruktur
- Opgaver/ansvar
- Økonomisk ledelse
- Målsætninger
- Proces i organisation
- Overordnet årshjul

## GRUPPER

- Samarbejdsevaluering (skoler, virksomheder)
- Praktisk gennemførelse
- Opgaver/ansvar
- Målsætninger
- Årshjul

## KULTURAKTØRER

- Deltagerantal
- Tilfredshed
- Procesinddragelse

## PUBLIKUM

- Aldersgrupper
- Postnumre (bosætning)
- Kulturbruger-grader
- Markedsføring

Læringspointer til 2020

# Kulturugen i tal

PUBLIKUM/  
BORGERE (417)

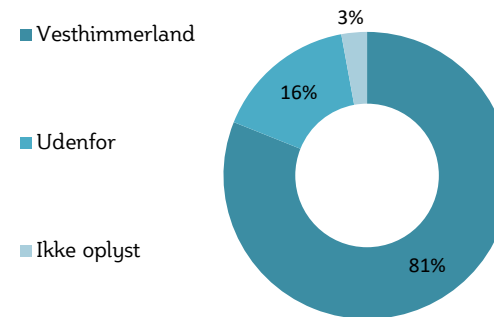
70 arrangementer: 9.238 deltagere!

9 arrangementer uden tælling

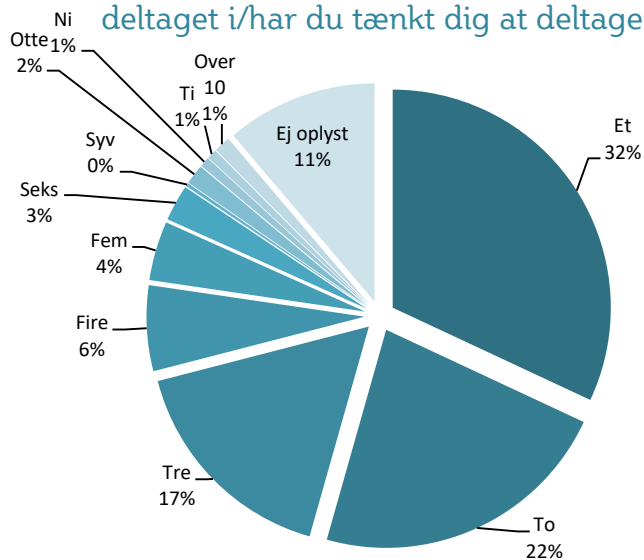
4.439 fordelt på 5 skole-arrangementer

(her er aktøren i princippet talt med som deltager)

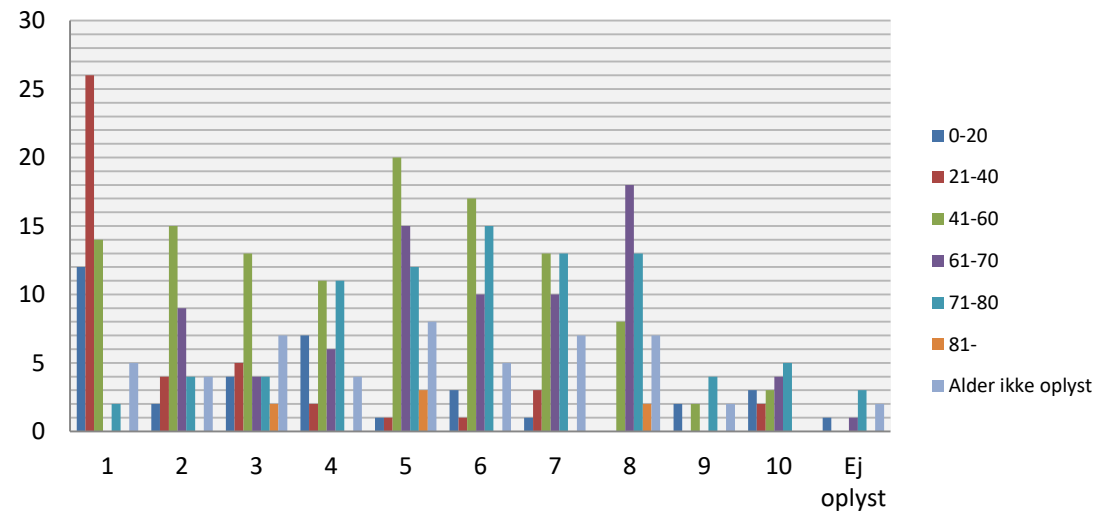
Hvor kommer deltagerne fra?



Hvor mange arrangementer har du deltaget i/har du tænkt dig at deltage i?



Alder/kulturbruger



# Det blev der sagt

PUBLIKUM/  
BORGERE (35)

## Hvad gjorde mest indtryk på dig?

"Mine børns genfortællinger af hvad de havde oplevet. Bevis på at det har været sjovt og spændende for alle aldre."

"Det var fantastisk med så stort et udbud af forskellige kulturelle arrangementer. Jeg deltog i 7 meget forskellige og gode arrangementer. Det eneste jeg kan sige var dårligt, er at jeg ikke kunne nå flere pga. mit arbejde."

"Det var vel tilrettelagt og mange ting at vælge imellem."

"Kultur på tværs i kommunen."

## Hvad betyder det lokale kulturliv for dig?

"Social samvær og et vigtigt bidrag til en sund kommune."

"Rigtig meget. Både det at man ikke skal køre langt og at man møder folk man kender lidt eller meget."

"Jeg er begyndt at få øjnene op for de tilbud det er lokalt."

"Det er vigtigt for at have et aktivt nærmiljø med gode fællesskaber."

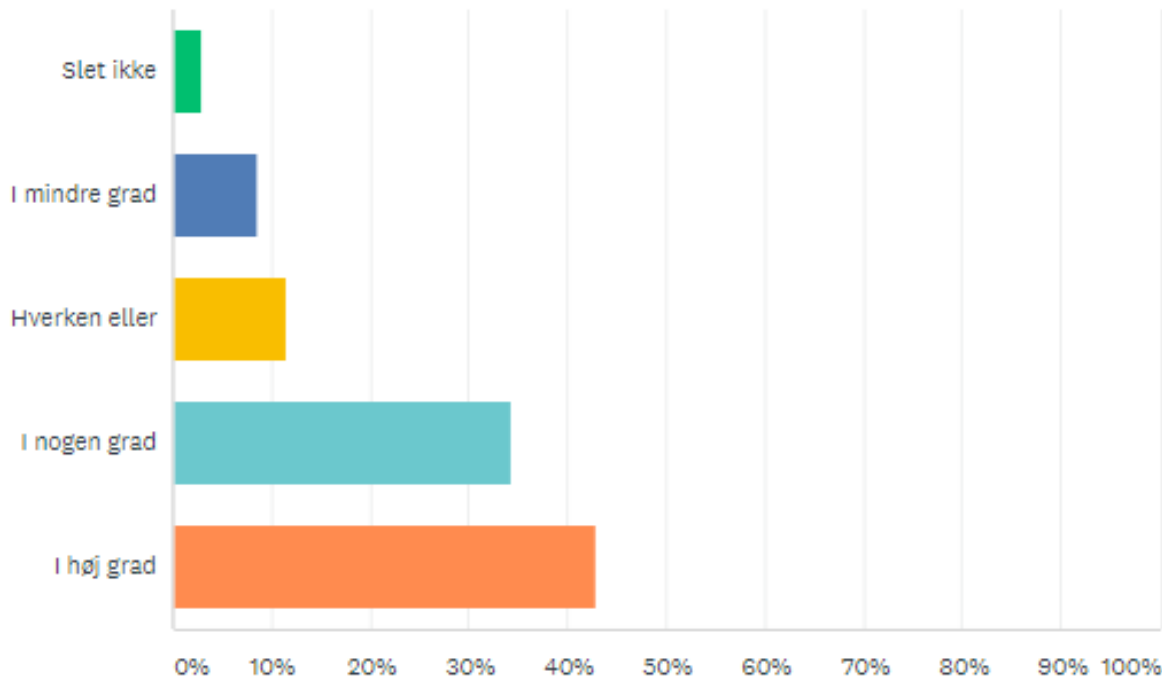
"Der hvor jeg får spændende oplevelser og møder andre mennesker."

"Det giver mig lyst til at blive i mit lokale område i stedet for at flytte ind til storbyen."

# Hvad med konceptet?

PUBLIKUM/  
BORGERE (35)

Kulturugen har særligt fokus på at rykke kulturen ud i nye rammer og at samarbejde med både erhvervsliv og skole-/dagtilbud. Gør dette en forskel for din deltagelse i kulturugen?



"Dejligt at opleve arbejdspladser og firmaer, man ellers ikke før har haft en fornemmelse af."

"Det var et skidegodt åbningsarrangement."

"Godt arrangement med musik og mad på de 3 virksomheder i Farsø."

# Kulturaktører



AKTØRER

## Generelt:

- Antallet af arrangementer har nået sit max (nogen mener for mange)
- 50/50 om flere eller færre deltagere end forventet, men alle nævner at der var nye ansigter blandt publikum
- Glad for information fra "styrelsen"
- Positiv feedback om den flotte omtale under og efter kulturugen i pressen

**"Min fornemmelse er, at folk begynder at tage ejerskab til ugen."**

## Idéer:

- Mødeplatform (fysisk eller digitalt), hvor erhvervsliv og kulturliv har mulighed for at etablere samarbejder
- Tydeligere kommunikation om, hvad der gøres centralt markedsføringsmæssigt og hvad arrangørens selv kan gøre/forventes at gøre
- Forvirring om indmeldelse af arrangementer (for offentlige arrangementer + fortællingen om lukkede)
- Benytte sig af lokale byers/fællesskabers facebooksider
- Købe links til facebook/hjemmeside på andres hjemmesider
- Nå længere ud med invitation til informationsmøder
- Oprette lokale koordinationsmøder for at undgå overlap mellem arrangementer i samme lokalområde for samme målgruppe

# Mål – har vi nået dem?



## Hovedmål

- Kulturugen Aha! skal indeholde kulturoplevelser for borgere i Vesthimmerland i alle aldersgrupper.
- At der afholdes et større åbningsarrangement med fokus på "kanten" / fyrtårnsarrangement
- At der afholdes et afslutningsarrangement

## Delmål – kulturaktører

- 45 åbne programsatte arrangementer
- 3500 deltagere ved åbne programsatte arrangementer
- 5 nye arrangører ift. 2018
- Min. 3 nyhedsbreve

## Delmål – erhverv/turisme

- 1 fyrtårnsarrangement
- 3-4 øvrige programsatte arrangementer indenfor erhverv/turisme
- 2-3 virksomheder, der afholder intern kulturoplevelse fx morgensang

## Delmål – markedsføring

- blive nævnt 55 gange i pressen
- at blive omtalt på tv
- synliggøre kulturugen før og under i alle 4 større vesthimmerlandske byer (fysisk)
- bruge kulturelle pop-up arrangementer til at fortælle om kulturugen

## Delmål – skoler og dagtilbud

- Alle kommunale skoler og dagtilbud deltager i kulturugen
- 3 selvejende institutioner indenfor skole og dagtilbud deltager i kulturugen
- 1 fyrtårnsarrangement

# Organisation



ORGANI-  
SATION

## Idéer/kommentarer

- Positiv fortælling om samarbejde og netværk
- Fokus på publikumsoplevelsen
- Fokus på aktører/virksomhedsperspektivet i fortællingen via flere/andre kanaler fx virksomhedsinterview i pressen/erhvervsavis
- Spørgeskema til borgere: Andre slags præmier? Digitalt?
- Har foreningskonsulenten en rolle at spille?
- Delmål (selvformulerede i gruppen) er godt at arbejde ud fra
- Fotografen skal ikke genhyres
- Store gruppemøder hvor alle er samlet er et plus
- Et plus at have et medlem fra styregruppen i arbejdsgruppen (højner informationsniveauet)



# Forbedringspotentialer

ORGANI-  
SATION

## Arbejdsgrupper

- Vigtigt med flere sektorer (kommunale og private) i den samme gruppe

- Vigtigt med udpeget tovholderrolle for processen

- Arbejdsopgaver fordeles efter engagement/ressourcer

- Hvilken beslutningskompetence har den enkelte gruppe?

- Arbejdspres i perioder – kan det imødekommes?

## Arbejdsgrupper/Organisation

- Flere ressourcer til markedsføringsgruppen i arbejdspress-perioden (december-marts)

- Mangler løbende viden fra markedsføringsgruppen til de andre grupper (andre grupper eksterne samarbejdspartnere har oftest brug for information)

- Forventningsafstemning om gruppemedlemmers rolle/hvilke ressourcer/arbejdsopgaver den enkelte kan/vil påtage sig

- Ansvarsfordeling/ressourcer = forventningsafstemning

- Skarpere arbejdsfordeling

# Forbedringspotentialer

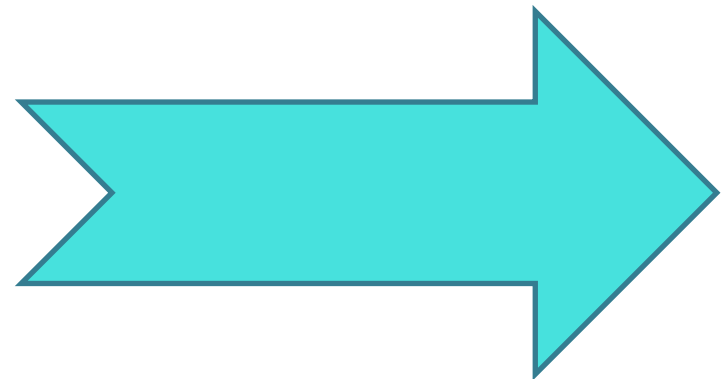
ORGANI-  
SATION

## Organisation

- Vigtigt med tidlig økonomisk melding (et år før – min. før sommerferie)
- Vigtigt med ledere/politikere til arrangementer
- Koordinator findes hos kommunen (flere timer – ikke have andre opgaver end det)
- Åbningsarrangement: Placering af planlægningen organisatorisk (ansvars/beslutningskompetence) skal være tydelig og forventningsafstemt

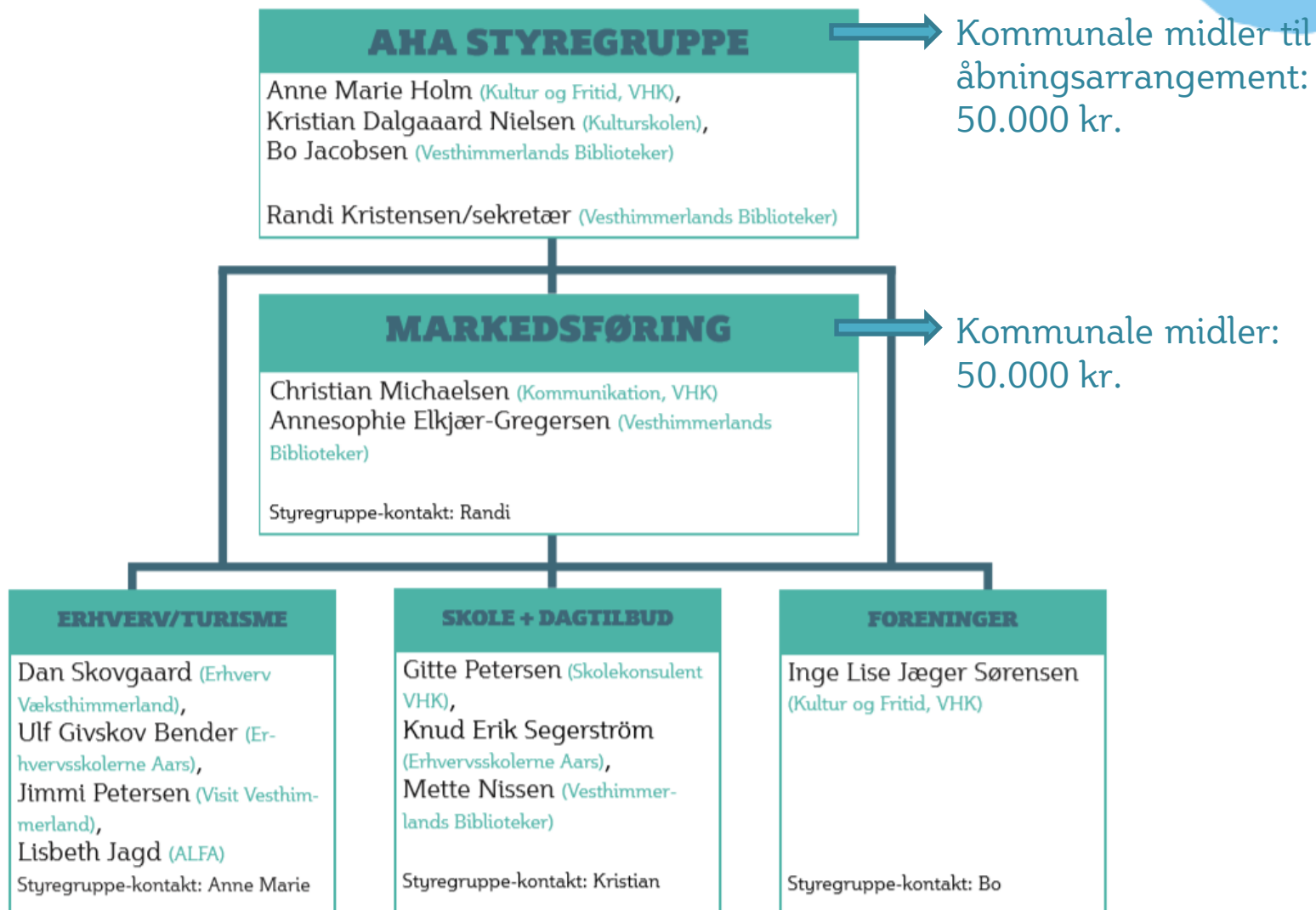
## Eksterne

- Eksterne (virksomheder v. åbning, skoler mv.) skal have medindflydelse på indhold – øget ejerskab. Måske indgå i en planlægningsgruppe?



# Organisation

ORGANISATION



# Åbningsarrangement



ORGANI-  
SATION

Taskforce-gruppe bestående af:

Styregruppen

Virksomhed(erne)

Finansiering søges pt kommunalt

Med kickstarthjælp fra Erhverv/turisme-gruppen til at sparke døre ind/skabe kontakt mellem virksomheder og taskforce-gruppen

# Fokusområder

ORGANI-  
SATION

## Forbedringspotentialer i organisationen

- 1) Tovholderrollen
- 2) Forventningsafstemning om ressourcer/arbejdsopgaver

### Tovholderrollen

Hvad er formål med tovholderen?

Tovholderens opgaver?

Tovholderens ansvar?

### Ressourcer/ Arbejdsopgaver

Hvilke opgaver ligger der i gruppen?

Hvilken slags opgaver kan den enkelte bidrage med i gruppen?

**KULTURINSTITUTION**

ANSVARSRÅDE:

ARBEJDSOPGAVER:

MÅL:

VIGTIGE DEADLINES:



# Fælles fokusområde

ORGANI-  
SATION

## Øget ejerskab fra eksterne partnere

Hvordan kan hver gruppe gøre en indsats for at øge eksterne partners kendskab og ejerskab til visionen for kulturugen?

Evalueringen fra borgernes peger på en interesse for at kende lokalsamfundets arbejdspladser, skoler, institutioner mv.

Er der et endnu større potentiale til at lave kant på arrangementerne?

Kultur er en fælles oplevelse – et møde mellem folk –  
En mulighed for at lære hinanden at kende.

”Kom med backstage” – ikke kun kulturen som eneste oplevelse/indsigt.

Skal styrke kulturugens fortælling, historie og vision.



# Hvad så nu?

DATO	AKTIVITET
Inden sommerferien	- Åbningsarr.-møde mellem styregruppe og virksomheder - Dialog med skolerne
???	Forventningsafstemning ml. arbejdsgrupper og styregruppe
Slutningen af august	Gruppemøde
Start oktober	Informationsmøde for aktører
???	Gruppemøde
Midt januar	Deadline for indmelding af arrangementer til fysisk program
29. Februar	Åbningsarrangement