Kulturhuse i Region Midtjylland

En undersøgelse af grundvilkår for kulturhuse som lokalt samlingspunkt og middel til udvikling

Europæisk Kulturregion, maj 2020

EUROPÆISK KULTURREGION

Kolofon

Titel:
Kulturhuse i Region Midtjylland
– En undersøgelse af grundvilkår for kulturhuse
som lokalt samlingspunkt og middel til udvikling

1. udgave, 1. oplag

Udgivet af:
Europæisk Kulturregion, Region Midtjylland

Udarbejdet af:
Urban Goods, Hannah Oxenvad Svarre og Art Hack
December 2019 - april 2020

Forside- og bagsidefoto:
Gorm Branderup, Skæg & Ballade/Europæisk Kulturregion
Værket »Collective Strings« af Karoline H. Larsen til Børnekulturhuset
i Aarhus' Børnekulturfestival, som var en del af Europæisk Kulturregions
festival GENOPDAG i juni 2019
© Karoline H. Larsen/VISDA

Fotos:
Side 9: Aarhus 2017/Pete Moss
Side 10+11: Station K
Side 14+15: Ungdomskulturhuset – UKH
Side 16+17: Aarhus 2017/Jakob Lerche
Side 21: Underværket
Side 22+23: SamBiosen
Side 39: Ungdomskulturhuset – UKH
Side 42: Aarhus 2017/Pete Moss
Side 50+51: DSI Generator
Side 68+69: Station K
Side 76+77: Aarhus 2017/Mikkel Jezequel
Side 86+87: Europæisk Kulturregion/Gorm Branderup, Skæg & Ballade

Layout:
Urban Goods
Ikoner: dmitri13 fra www.flaticon.com

URBAN GOODS

EUROPÆISK KULTURREGION

Indholdsfortegnelse

Introduktion til undersøgelsen **4**
Baggrund for undersøgelsen 4
Formål med undersøgelsen 5
Læsevejledning 5

English summary **6**

DEL 1: Hovedpointer fra undersøgelsen **10**

DEL 2: Undersøgelsens grundlag **16**
2.1. Datagrundlag og metode 18
2.2. Karakteristik af kulturhusene 20

DEL 3: Temaer **22**
3.1. Finansiering og organisering af kulturhusene 24
3.1.1. Organiseringsmodel 24
3.1.2. Den aktive bestyrelse 32
3.1.3. Sammensat finansieringsmodel 32
3 gode råd til bestyrelsessammensætningen 33
3.1.4. Frivillighed 37
3.1.5. Samarbejdet med kommunen 40
3.2. Produktionen i et kulturhus 43
3.2.1. Mangfoldigheden af aktiviteter og faciliteter 43
3.2.2. Den professionelle kunst 46
3.2.3. Kulturkoordinatoren som blæksprutte 48
3.2.4. Udvikling som motiverende drivkraft 49
3.2.5. Kommunikation af kulturhuset 50
3 gode råd om kommunikation af kulturhuset 53
3.3. Kulturhusets aftryk på samfundet 54
3.3.1. Socialt ansvar og sundhedsfremme 54
3.3.2. Kulturhusene som aktiv i byudvikling og bybranding 56
3.3.3. Demokratisk deltagelse og nye deltagelsesformer 58
4 gode råd til involvering af unge 60
3.4. Internationalt og nationalt samarbejde 60
3.4.1. Internationalt samarbejde 60
3.4.2. Nationale netværk 65

DEL 4: Arketyper af kulturhuse **68**
4.1.1. Arketype: Institutionen 71
4.1.2. Arketype: Foreningshuset 72
4.1.3. Arketype: Multihuset 73
4.1.4. Arketype: Produktionshallen 74
4.1.5. Arketype: Arenaen 75

DEL 5: Handlemuligheder **76**

BILAG **86**
Liste over kulturhuse i Region Midtjylland,
som modtog spørgeskemaundersøgelsen 88
Gengivelse af spørgeskemaundersøgelse 90

Kontaktoplysninger **103**

Introduktion til undersøgelsen

Baggrund for undersøgelsen

Forsamlingshuset, aktivitetshuset, medborgerhuset, kulturhuset – de er på den ene side velkendte størrelser fra både land- og byområder. På den anden side er der en konstant udvikling, hvor kulturmødestederne blandt andet påvirkes af samfundets udvikling, forholdet mellem by og land, og den måde vi som mennesker organiserer og forsamler os på.

Det klassiske forsamlingshus har været et samlingspunkt siden 1800-tallet, og op gennem tiden er de andre versioner af kulturmødestedet kommet til. Undersøgelsen vil kigge nærmere på de seneste udviklingstendenser og ikke mindst de nye måder, hvorpå forsamlings- og kulturhuset bliver gentænkt.

Siden det fælles regionale projekt "Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017", har der i Region Midtjylland været en øget forståelse for kulturens effekt og aftryk på vores samfund. Derfor er vi i stigende grad interesseret i at forstå, hvordan kulturen påvirker os som mennesker, og generelt på hvilke måder kulturen spiller sammen med resten af vores samfund.

Det er der også fokus på i 2021, når Maltfabrikken i Ebeltoft er vært for den internationale konference "Cultural Impact Now" for de europæiske netværk Trans Europe Halles og European Network of Cultural Centres. Her kommer der en særlig lejlighed til at sætte fokus på kulturhusene i regionen som katalysator for en lokal og regional udvikling. Konferencens tema er "Cultural Impact". Det dækker over den effekt, kulturen har på det omkringliggende samfund. Udgangspunktet er, at kulturhusene bidrager positivt både socialt, kulturelt og økonomisk til de (lokal) samfund, som husene er en del af, ved eksempelvis at skabe kulturelle arrangementer og være et lokalt, socialt samlingssted. Men hvilken samfundsmæssig funktion har kulturhusene og de offentlige, private og civile tværfaglige samskabelsesprocesser, som sker i dem? I hvilken grad er kulturhusene en lokal motor og en naturlig drivkraft for by- og landdistriktsudvikling? Hvilke roller spiller kulturhusene på de sociale og sundhedsmæssige områder? Hvordan er kulturhusene vigtige for lokal bosætning, og hvordan er kulturhusene et effektivt lokalt samlingspunkt? Undersøgelsen vil dykke ned i disse spørgsmål.

Undersøgelsen er et af Europæisk Kulturregions bidrag til at dele viden om, hvordan regionens kulturhuse opererer, og det aftryk de forsøger at sætte i det omkringliggende samfund. Parallelt med denne undersøgelse foretages der i regi af Aarhus Universitet en national undersøgelse kaldet DELTAG, der undersøger kulturhusenes deltagelsesaktiviteter.

Note: Denne undersøgelse er gennemført inden coronavirusset brød ud i Danmark, og dermed er denne påvirkning af kulturhusene i regionen ikke medtaget.

Formål med undersøgelsen

Undersøgelsen er gennemført for at:

- Få en bedre forståelse for kulturhusenes daglige virke og synliggøre den værdi, som kulturhusene bidrager med i byer og lokalsamfund i regionen.
- Skabe et oplyst grundlag for en politisk drøftelse af kulturhusenes udviklingsvilkår.

Læsevejledning

Undersøgelsen er delt op i fem dele:

- Del 1 opsummerer undersøgelsens hovedpointer.
- Del 2 giver et indblik i datagrundlaget og den metodiske tilgang til undersøgelsen.
- Del 3 dykker ned i fire forskellige tematikker, som giver en indsigt i kulturhusenes virke og selvopfattelse. Temaerne rummer en analyse af undersøgelsens både kvantitative og kvalitative data. Temaerne er:

    1. **Finansiering og organisering af kulturhusene**
    2. **Produktionen i et kulturhus**
    3. **Kulturhusets aftryk på samfundet**
    4. **Internationalt og nationalt samarbejde**

- Del 4 præsenterer fem arketyper af kulturhuse, som er udviklet på baggrund af undersøgelsen. Arketyperne er tænkt som et værktøj til at belyse kulturhusenes forskellighed både i forhold til deres vilkår, virke og visioner.
- Del 5 opridser nogle konkrete fremadrettede handlemuligheder med udgangspunkt i de udfordringer og muligheder, som undersøgelsen har belyst.

I teksten er der infobokse, som markeres med ikoner.
Herunder er en forklaringsliste:

Særlige indsigter fra de interviewede kulturhuse.

Baggrundsdata om undersøgelsen.

Særlige informationskilder eller ordforklaringer.

Gode praktiske råd fra kulturhusene.

English summary

Study of the cultural centres in the Central Denmark Region

Denmark has a long tradition of having local publicly accessible houses of assembly. They are also comparable with local community centres or cultural centres. These are on one hand, a well-known entity from both rural and urban areas. On the other hand, there is a constant development, where these places of cultural meetings, among other things, are influenced by the development of society, the relationship between city and countryside, and the way we as human beings organize and gather.

Since the joint regional project "European Capital of Culture Aarhus 2017", there has been an increased understanding of the effect and impact of culture on our society in the region. Therefore, we are increasingly interested in understanding how culture affects us as people, and generally in what ways culture interacts with the rest of our society. On the basis of an online survey and qualitative interviews, this study takes a closer look at the latest development trends and, not least, the new ways in which these cultural centres are being rethought.

To sum up the study, here are the 10 most important takeaways:

1. The financing models of the cultural centres are often composed of several contributors
The study shows that most of the cultural centres are financed by several different sources of income. On average, public municipal support accounts for 54% of the funding, but renting out premises is also an important source of income for several cultural centres (23% on average) and, other forms of self-income account for an average of 17% of the financing.

2. Volunteers are a crucial resource for the cultural centres
Volunteers are an essential part of running a cultural centre. The volunteers make up almost 73% of the workforce at the cultural centres, which participated in the survey. This combination of the workforce requires special skills of how to lead, motivate and develop the workforce at the cultural centres. On average, there are six full-time employees and five part-time employees, but the reality is that 45% of the cultural centres have no full-time employees at all.

3. The cultural centres create new organising models
The basic premise of the cultural centres is that they must create an organisation that provides a framework for the different users of the centres, who are often either voluntary users and members or independent organizations. Therefore, tools such as volunteering, involvement and motivation become some of the most important management tools for organising a cultural centre. The cultural centres represent several different organizational models and there is a tendency to work with and develop new models that strengthen cross-disciplinary partnerships, increase the involvement of volunteers and experiment with flat organisational structures.

4. The cultural centres contain great diversity
The cultural centres represent a great diversity of both facilities and activities. In size, they range from 100 m² to 28,000 m². Some centres focus primarily on creating a framework for practicing arts and cultural activities on a hobby basis, others on communicating and presenting to the locals professionally produced arts and culture. The cultural centres are characterised by not being defined by one particular activity, but they present the possibility for a vast range of people to cultivate their many different interests.

5. The role of the coordinator in the cultural centres is multifaceted
The day-to-day managers or coordinators at the cultural centres must take on a broad number of tasks. The role requires a wide range of competencies – from serving draft beer at the bar to being able to interact strategically with local and national cultural policies. For most cultural centres, there are not many colleagues to help with the tasks. 28 of the surveyed centres (53%) have less than five employees. This also means that the operation of the cultural centre becomes very people-dependent and that often a large toll is taken by one person or very few people.

6. Development is motivating and a driving force for cultural centres
Several of the cultural centres included in the qualitative interviews independently cite "development" and "development projects" as an important part of their work. Being able to work with development, improve their centre and being able to dream big, help to give the cultural centres energy and momentum. Development as a motivating factor is not reserved for the voluntarily run cultural centres, but is also expressed among several of the cultural centres, which have hired management.

7. Social responsibility and health promotion are derived effects of the work of the cultural centres
Several cultural centres are part of an agenda concerning health promotion and social initiatives. The mission for as many as 37% of the cultural centres is "To be a social service - for example for some specific (vulnerable) groups" and 28% of the surveyed cultural centres say that they work with job training. Some even wrote

Research data

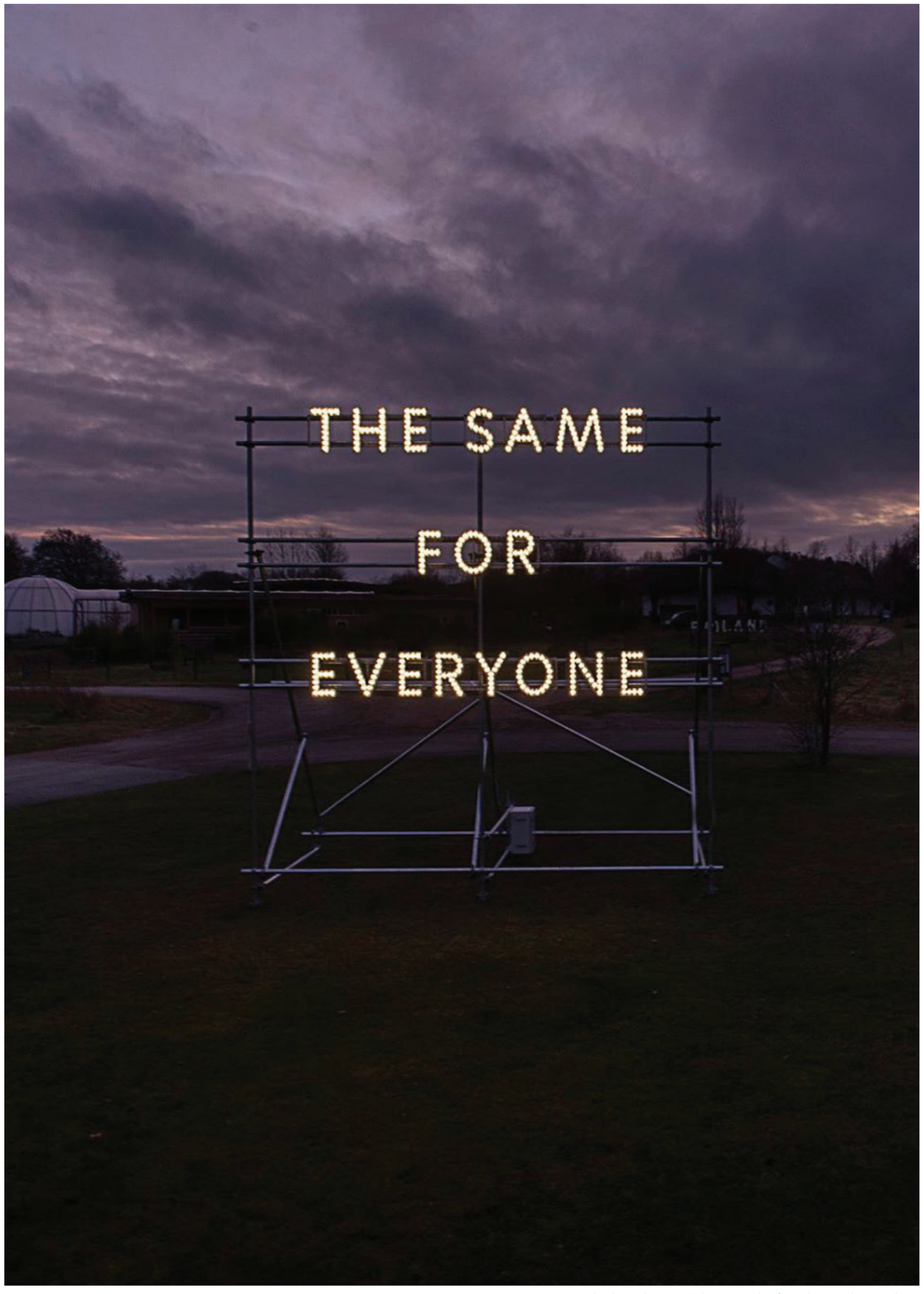
Time period of research and sampling: The 23rd of January 2020 to 2nd of March 2020
Amount of mapped cultural centres in the region: 113
Respondents in online survey: 53 of 113 different cultural centres in the region
Number of qualitative interviews: 7
Research conducted by: Art Hack, Hanna Oxenvad Svarre and Urban Goods
Research initiated by: European Region of Culture, Central Denmark Region
For more info: www.kulturregion.dk/en

"working with social challenges or health" into their statutes as part of their purpose – others have future plans to develop new initiatives on the subject. In the qualitative interviews, several of the cultural centres point to the importance of strategic collaborations across disciplines and public bodies.

8. The cultural centres are a catalyst for urban development and branding
72% of the surveyed cultural centres say that they work with urban development as part of their endeavours. In comparison, only 51% say that they work with "production of arts and cultural activities". Several of the surveyed cultural centres talk about how they, through arts and culture, act as a partner or initiator for development of the city's physical spaces. Several of the qualitative interviews highlight the notion that culture is a contributing factor, when people assess the attractiveness of an area, regarding if they want to move to and settle down in said area, or simply assessing, if they want to remain a resident of the area.

9. The cultural centres are an important local meeting place and a democratic space for participation
The cultural centres work to bring people together and involve people. As many as 88% of the surveyed cultural centres respond that their mission as a cultural centre is being a meeting place for the city and the area. 74% emphasize that they work with citizen involvement in their efforts as a cultural centre. The ambition of the cultural centres is thus more than to create a framework to become proficient in an art form. The cultural output and the institution as such also aim to become a focal point of local cohesion and the formation of a democratic mindset.

10. The cultural centres are positive towards national and international co-operation
81% of the surveyed cultural centres do not use the national networks for cultural centres. On the other hand, 63% of them are members of another network – however, primarily local networks or industry-specific networks within one type of art. 26% of the respondents already work with an international perspective. Several of the qualitative interviews point out that it makes sense to work more internationally or across cultural centres, because it can provide visibility and network, which can enhance the quality and knowledge level of the cultural centres.



Rethink Aarhus 2017, kunstværk af Nathan Coley, Aarhus.

DEL 1
HOVEDPOINTER FRA UNDERSØGELSEN

Rejsegildevelkomst på Station K, Langå

DEL 1: Hovedpointer fra undersøgelsen

Vil du gerne have et hurtigt overblik over undersøgelsen, kan du her læse en opsummering af de 10 væsentligste pointer. Du kan dykke ned i baggrunden for hovedpointerne under de forskellige temaer i del 3 af undersøgelsen.

TEMA: Finansiering og organisering af kulturhusene

1. Kulturhusenes finansieringsmodeller er ofte sammensat af flere bidragsgivere
Undersøgelsen viser, at størstedelen af kulturhusene er finansieret af flere forskellige indtægtskilder. I gennemsnit udgør den kommunale støtte 54 % af finansieringen, men udlejning af lokaler er også en vigtig indtægtskilde for flere kulturhuse (gennemsnitligt 23 %) og andre former for egenindtægt udgør gennemsnitligt 17 % af finansieringen.
Undersøgelsen peger ligeledes på, at økonomi er en af de væsentligste udfordringer, som kulturhusene står overfor. Hele 53 % af de adspurgte mener ligefrem, at det er den væsentligste udfordring.

2. Frivillige er en afgørende ressource for kulturhusene
Frivillige er en væsentlig del af det at drive et kulturhus. De frivillige udgør knap 73 % af arbejdskraften i de kulturhuse, der har deltaget i undersøgelsen. Det sætter nogle særlige præmisser for, hvordan man leder, motiverer og kompetenceudvikler arbejdsstyrken i kulturhusene. Gennemsnitligt er der seks fuldtidsansatte og fem deltidsansatte, men realiteten er, at 45 % af kulturhusene slet ingen fuldtidsansatte har.

3. Kulturhusene skaber nye organiseringsmodeller
Kulturhusenes grundpræmis er, at de skal skabe en organisering, der stiller rammer til rådighed for husenes forskellige brugere, som ofte enten er frivillige brugere og medlemmer eller selvstændige organiseringer. Derfor bliver værktøjer som frivillighed, inddragelse og motivation nogle af de vigtigste styringsredskaber for organiseringen af et kulturhus.
Desuden er den traditionelle foreningskultur- og organisering, som vi kender den, under pres, og derfor er der behov for at tænke i nye måder at samles og involvere på. Kulturhusene repræsenterer flere forskellige organiseringsmodeller, og der ses en tendens til at arbejde med og udvikle nye modeller, der styrker tværgående partnerskaber, øger involvering af frivillige og eksperimenterer med flade organisationsstrukturer.

TEMA: Produktionen i et kulturhus

4. Kulturhusene rummer stor mangfoldighed
Kulturhusene repræsenterer en stor mangfoldighed af både faciliteter og aktiviteter. Størrelsesmæssigt ligger de mellem 100 m² til 28.000 m². Nogle huse fokuserer primært på at skabe rammer til at udøve kunst og kulturelle aktiviteter på hobbybasis, andre på at formidle, og præsentere lokalbefolkningen for professionelt produceret kunst og kultur i form af turnerende koncerter, gæstespil eller foredrag, og andre igen fokuserer på at skabe rammerne for professionel kunst- og kulturproduktion. Kulturhusene er netop kendetegnede ved ikke at være defineret af én bestemt aktivitet, men rummer mulighederne for, at folk kan dyrke deres forskellige interesser. Denne variation i kulturhusenes profiler giver dem meget forskellige udgangspunkter for at drive kulturhus.

5. Rollen som koordinator i kulturhusene er mangefacetteret
De daglige ledere eller koordinatorer, som sidder i kulturhusene, skal varetage et bredt spænd af opgaver. Det kræver en bred palet af kompetencer – lige fra at skænke fadøl i baren til at kunne arbejde strategisk i samspil med lokale og nationale kulturpolitikker. For de fleste kulturhuses vedkommende gælder det, at der ikke er ret mange kolleger eller medarbejdere til at hjælpe med arbejdsopgaverne. 28 af de adspurgte huse (53 %) har under fem ansatte. Det betyder også, at driften af kulturhuset bliver meget personafhængigt, og at der er et stort ressourcetræk på én eller få personer.

6. Udvikling er motiverende og en drivkraft for kulturhusene
Flere af de kulturhuse, der indgår i de kvalitative interviews, nævner uafhængigt af hinanden "udvikling" og "udviklingsprojekter" som en vigtig del af deres virke. Det at kunne arbejde med udvikling, forbedre sig og at kunne drømme stort er med til at give kulturhusene energi og drivkraft. Udviklingen som motivationsfaktor er ikke forbeholdt de frivilligt drevne kulturhuse, men udtrykkes også blandt flere af de kulturhuse, som har ansat en daglig leder eller koordinator.

TEMA: Kulturhusets aftryk på samfundet

7. Socialt ansvar og sundhedsfremme er afledte effekter af kulturhusenes virke
Flere kulturhuse spiller ind i en dagsorden omkring sundhedsfremmende og sociale tiltag. Hele 37 % af kulturhusene har det som deres målsætning; "At være et socialt tilbud – eksempelvis for nogle bestemte (udsatte) grupper", og 28 % af de adspurgte kulturhuse svarer, at de arbejder med beskæftigelsestilbud.
Nogle har det endda skrevet ind i deres vedtægter som en del af formålet også at arbejde med sociale udfordringer eller sundhed – andre har planer om at udvikle nye tiltag på området.
Flere af kulturhusene peger i de kvalitative interviews på vigtigheden af et strategisk samarbejde på tværs af fagligheder og offentlige afdelinger. Kendetegnende for de igangværende tiltag er, at kulturen benyttes som en positiv, samlende kraft, der er interessant og motiverende at involvere sig i.

8. Kulturhusene er en katalysator for byudvikling og bybranding
72 % af de adspurgte kulturhuse svarer, at de arbejder med byudvikling som en del af deres virke. Til sammenligning svarer kun 51 %, at de arbejder med "produktion af kunst og kulturaktiviteter". Flere af de adspurgte kulturhuse fortæller om, hvordan de gennem kunst og kultur indgår som samarbejdspartner eller initiativtager til decideret udvikling af byens fysiske plad-

ser. Flere af de kvalitative interviews fremhæver opfattelsen af, at kulturen er en medvirkende faktor, når folk skal vurdere attraktiviteten i forhold til at bosætte sig eller i forhold til fastholdelse af beboere i et område.

9. Kulturhusene er et vigtigt lokalt samlingssted og et demokratisk rum for deltagelse
Kulturhusene arbejder med at samle folk og involvere folk. Hele 88 % af de adspurgte kulturhuse svarer, at deres målsætning som kulturhus er at være et samlingssted for byen og området. 74 % fremhæver, at de arbejder med borgerinddragelse i deres arbejde som kulturhus, og 56 % fremhæver, at de arbejder med understøttelse af demokratisk sammenhængskraft. Ambitionen for kulturhusene er dermed mere og andet end at skabe rammer for at formidle kultur og rammer for at dygtiggøre sig inden for en kunstart. Kulturen og institutionen sigter også mod at blive omdrejningspunktet for den lokale sammenhængskraft og for en demokratisk dannelse.

TEMA: Internationalt og nationalt samarbejde

10. Kulturhusene har velvillighed over for nationalt og internationalt samarbejde
81 % af de adspurgte kulturhuse benytter sig ikke af nogen af de nationale netværk for kulturhuse. Til gengæld er 63 % af dem medlem af et andet netværk – dog primært lokale netværk eller branchespecifikke netværk inden for én kunstart. 26 % af de adspurgte arbejder allerede internationalt. Flere af de kvalitative interviews peger på, at det giver mening at arbejde mere internationalt eller på tværs af kulturhuse, fordi det kan give udsyn og netværk, som kan højne kulturhusenes kvalitet og vidensniveau.

Arketyper og handlemuligheder

Udover de indsigter som undersøgelsen har genereret, så er det vigtigt, at undersøgelsen også munder ud i nogle meget konkrete arbejdsredskaber, som både regionen, kommunerne og aktører i kulturhusene kan bruge nu og her.

Arketyper
På baggrund af undersøgelsen er der derfor udarbejdet en række arketyper. Arketyperne er tænkt som et værktøj for at kunne nuancere debatten om kulturhusenes forskelligheder, fremfor at tale om kulturhuse over en bred kam, eller fremfor at tale ud fra det gennemsnitlige kulturhus.

De fem arketyper er Institutionen, Foreningshuset, Multihuset, Produktionshallen og Arenaen (se side 68).

Handlemuligheder
Med udgangspunkt i de udfordringer og muligheder, som undersøgelsen har belyst, er der udviklet en lang række handlemuligheder, som kan gavne kulturhusenes udvikling.

Handlemulighederne henvender sig både til regionen, kommunerne og kulturhusene selv, og kan danne baggrund for en videre diskussion eller tjene som inspiration til igangsættelse af nye tiltag (se side 76).

Koncert i Ungdomskulturhuset - UKH, Aarhus

DEL 2
UNDERSØGELSENS GRUNDLAG

Skøjtebane på Jens Otto Krags Plads
præsenteret af Underværket, Randers

DEL 2: Undersøgelsens grundlag

2.1 Datagrundlag og metode

Undersøgelsens udgangspunkt er en oplistning af regionens kulturhuse foretaget i samarbejde med de 19 kommuner i regionen. Ud fra en bruttoliste over potentielle kulturhuse har medarbejdere fra kommunernes kulturforvaltninger kvalificeret bruttolisten, og resultatet er 113 kulturhuse, der også matcher undersøgelsens krav til et kulturhus.

Undersøgelsens datagrundlag består af to datakilder – en online spørgeskemaundersøgelse og kvalitative telefoninterviews med syv forskellige kulturhuse.

Undersøgelsen fokuserer alene på kulturhusenes egenopfattelse af deres rolle. Den behandler deres strategier, deres oplevede udfordringer og deres oplevede værdiskabelse.

Det giver indsigt i, hvordan kulturhusene opererer og reflekterer over deres eget virke, og hvordan de oplever præmisserne for at drive kulturhus og den kontekst kulturhusene indgår i. Det er ikke en bred undersøgelse af kulturhusenes samfundsmæssige værdi eller en brugerundersøgelse af kulturhusene. Undersøgelsen indikerer dog, hvordan kulturhusene kan have en samfundsmæssig værdi, og hvilken værdsættelse kulturhusene har blandt brugerne.

Spørgeskemaundersøgelse
Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført i perioden 23. januar - 2. marts 2020. I perioden er der sendt en påmindelse ud i forhold til at minde respondenterne om at deltage. Spørgeskemaet er udviklet af Hannah Oxenvad Svarre og Urban Goods.

Resultatet er 43 fulde besvarelser og 10 ufuldstændige besvarelser ud af 113 mulige respondenter. Det giver en svarprocent på 47 % og en frafaldsprocent på 19 %. For undersøgelsen er dette en tilfredsstillende svarprocent.

Alle svar på undersøgelsen behandles fortroligt, og svarene er anonymiserede. Urban Goods opbevarer den indsamlede data i 12 måneder efter den 3. februar 2020, hvorefter dataene slettes.

I undersøgelsen vil procenttal være afrundet til hele tal for at øge læsbarheden. Dette betyder, at procenttal i undersøgelsen i enkelte tilfælde ikke summerer præcist til 100 %.

Kvalitative interviews
I februar og marts 2020 er der gennemført syv kvalitative telefoninterviews af en times til halvanden times varighed ud fra en semistruktureret interviewguide. Interviewene er gennemført af Urban Goods. Respondenterne er daglige ledere eller ledende medarbejdere fra kulturhusene, hvorfor undersøgelsen fokuserer på deres oplevelse af kulturhusenes rolle og relevans. Respondenterne har indvilliget i at blive citeret med navns nævnelse.

Kulturhusene til de kvalitative interviews er udvalgt ud fra at repræsentere en spredning både i forhold til geografisk beliggenhed i Region Midtjylland, i forhold til beliggenhed i by eller landdistrikt, med professionel ledelse eller frivillig ulønnet ledelse, forskellige aktivitetsudbud og størrelse, med og uden international erfaring og større eller mindre kommunal tilknytning.

Definition af et kulturhus - udvælgelseskriterier for undersøgelsen

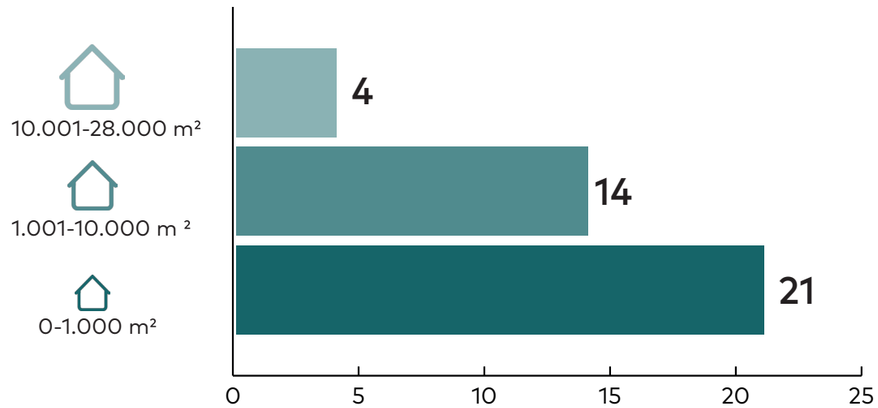
I dag findes der ikke en klar definition af et kulturhus, men der er en række parametre, som er kendetegnende for kulturhusene. Eksempelvis har husene ofte et multidisciplinært virke med mange forskellige typer af brugere og indholdselementer. Det er ofte en bred målgruppe, der besøger huset. Der er typisk en særlig grad af fokus på lokal inddragelse af frivillige. Huset er ofte et lokalt mødested for både civile borgere generelt, men også for lokale foreninger og organisationer, der benytter kulturhuset, som en åben platform for deres virke.

Til denne undersøgelse er der søgt bredt i hele regionen, og der er søgt bredt i typer af steder – både i forhold til antal ansatte, størrelse, aktivitetsniveau og aktivitetsudbud.

De kulturhuse, der er blevet tilbudt at deltage i undersøgelsen, er kendetegnet ved flere af følgende egenskaber:

- **Kulturhuset er offentligt tilgængeligt for alle**
- **Kulturhuset har sit eget fysiske hus**
- **Kulturhuset producerer selv kunst og kultur eller skaber muligheder for, at andre kan producere kunst og kultur**
- **Kulturhuset huser flere kulturfaglige discipliner**
- **Kulturhuset involverer aktivt deres brugere og målgrupper til at være eksempelvis medskabere, deltagere og frivillige**

Kulturhusenes fysiske størrelse

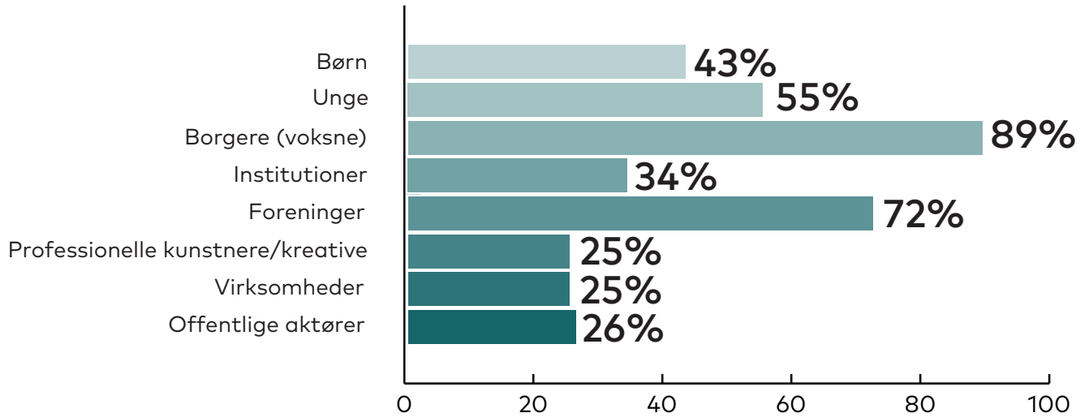


Model 1: Antallet af kulturhuse inddelt efter husenes fysiske størrelse. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 9.

Kort over kulturhusene

Model 2: Kort over den geografiske placering af de 53 kulturhuse, der har deltaget i undersøgelsen. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 1.

Kulturhusenes målgrupper



Model 3: Kulturhusene har vægtet, hvem der i høj grad er deres målgrupper. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 8.

2.2 Karakteristik af kulturhusene

Et af målene med undersøgelsen var at få et overblik over kulturhusene i regionen. Derfor følger her en kort karakteristik af de kulturhuse, der har deltaget i undersøgelsen.

De 53 kulturhuse, der har deltaget i undersøgelsen, er geografisk spredt over hele regionen, og de befinder sig både i større byer og i mindre landsbysamfund.

Kulturhusenes størrelse varierer fra 100 m² til 28.000 m² med en medianstørrelse på 1.000 m². De fleste kulturhuse ligger i intervallet 0-1.000 m².

Det ældste kulturhus går tilbage til 1884 som medborgerhus, og det nyeste er opført i 2019. Knap 57 % af kulturhusene er oprettet fra år 2000 og fremefter, og 25 % er oprettet inden for de sidste 10 år. Det er interessant, fordi det viser, at der er en bølge af nyere kulturhuse i regionen, og fordi det fortæller, at den erfaringshorisont i forhold til at drive kulturhus, som de taler ud fra, er forholdsvis kort.

89 % af de adspurgte ser i høj grad voksne borgere som deres primære målgruppe. Kun 55 % ser unge som en af deres primære målgrupper, og kun 43 % ser børn som en af deres primære målgrupper. Det skal også ses i lyset af, at man nogle steder har koncentreret børne- og ungdomskulturelle tilbud omkring kulturskolerne i regionen frem for omkring kulturhusene. Knap 72 % ser foreninger, som en af deres vigtigste målgrupper, og omkring en fjerdedel ser henholdsvis professionelle kunstnere og kreative, virksomheder eller offentlige aktører som nogle, der i høj grad er målgruppen.

Mountainbike i "Gaden" i Underværket, Randers

Kulturhuse i
Region Midtjylland

DEL 3
TEMAER

Skateparken, SamBiosen, Samsø

DEL 3: Temaer

I denne del har du mulighed for at få et indblik i undersøgelsens resultater.
På baggrund af det indsamlede datamateriale har der vist sig fire temaer, som er gennemgående for de kulturhuse, der har deltaget i undersøgelsen.
De fire temaer er:

1. Finansiering og organisering af kulturhusene
2. Produktionen i et kulturhus
3. Kulturhusets aftryk på samfundet
4. Internationalt og nationalt samarbejde

Det første tema "Finansiering og organisering af kulturhusene" beskriver, hvordan kulturhusene er struktureret – både i forhold til kulturhusenes økonomi, den måde de er organiseret på og den arbejdskraft, der sikrer driften og fremdriften i kulturhuset.

Det andet tema "Produktionen i et kulturhus" omhandler alle de aktiviteter, der er med til at definere et kulturhus og de rammer, der understøtter både produktionen og formidlingen af kunst og kultur i husene.

Det tredje tema "Kulturhusets aftryk på samfundet" behandler, hvilken rolle kulturhusene har i det omkringliggende miljø. Det beskriver, hvordan kulturhusene arbejder strategisk med at skabe et positivt aftryk på (lokal)samfundet og hvilken effekt, de oplever at skabe.

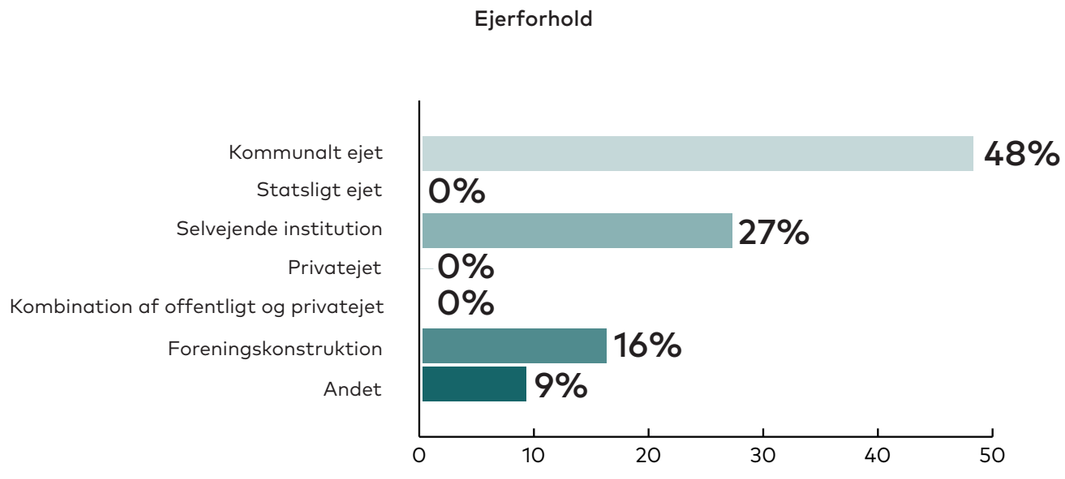
Det fjerde tema "Internationalt og nationalt samarbejde" fokuserer på, hvordan kulturhusene arbejder med at indgå i netværk og samarbejder, og tager pulsen på deres internationale orientering.

3.1 Finansiering og organisering af kulturhusene

3.1.1. Organiseringsmodel

Undersøgelsen viser, at kulturhusene i regionen har forskellige ejerforhold, dog har de fleste en stærk forbindelse til det kommunale niveau. 48 % af de adspurgte kulturhuse er ejet af kommunen, 27 % er selvejende institutioner, 16 % er en forening, og de resterende cirka 9 % er primært ejet af en form for fond.

Undersøgelsen af ejerforhold blandt kulturhusene peger også på, at der i flere tilfælde er forskellige ejerforhold forbundet med dels de bygninger, som kulturhusene ligger i, og dels i forhold til selve organiseringen af driften. Eksempelvis ses kulturhuse, som er organiseret som en selvejende institution, men som lejer sig ind i kommunale lokaler. Ligesom der ses eksempler på kommunalt ejede kulturhuse, som lejer sig ind i private bygninger.



Model 4: Kulturhuse har forskellige ejere. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 14.

Ejerforholdet har også indflydelse på kulturhusenes organisering. De selvejende institutioner, foreninger og fonde er typisk ledet af en bestyrelse, hvorimod de kommunalt ejede kulturhuse ofte refererer til en forvaltning eller et politisk udvalg. Undersøgelsen viser dog, at kulturhusene organiserer sig forholdsvist forskelligt inden for de forskellige kategorier af ejerforhold. På baggrund af de kvalitative interviews er der udarbejdet en visualisering af fire kulturhuse med forskellige organisationsstrukturer. Modellerne 5, 6, 7 og 8 er ikke de officielle organisationsdiagrammer fra kulturhusene, men er udviklet på baggrund af information fra interviewpersonerne for at synliggøre de forskellige organiseringer, som kulturhusene repræsenterer:

Organisationsdiagram
VitaPark (Odder Kommune)*:

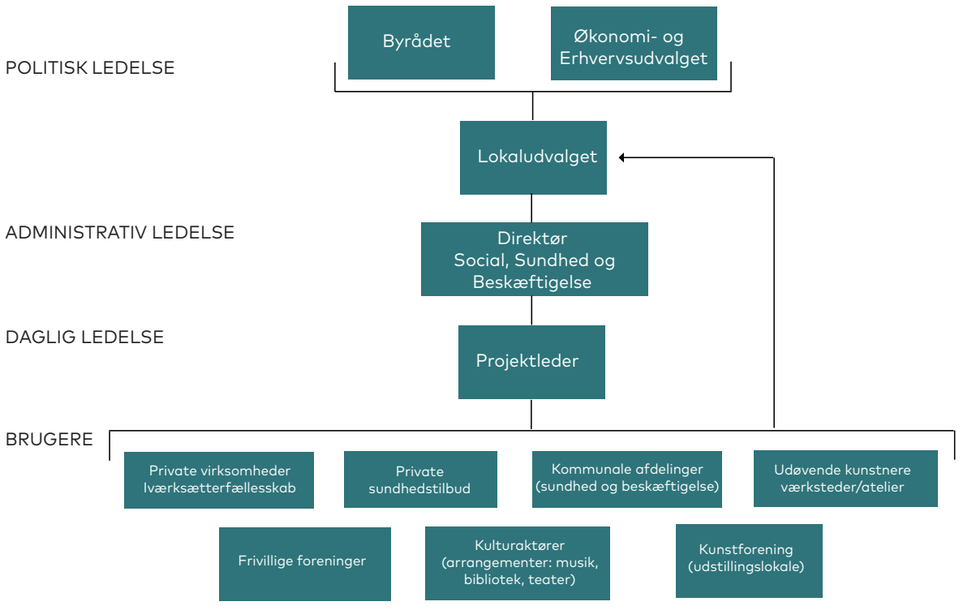
Ejerforhold: Kommunalt ejet.

Ledelsesansvar: Den administrative ledelse ligger hos direktøren for Social, Sundhed og Beskæftigelse, Odder Kommune. Den politiske ledelse ligger hos Byrådet og Erhvervs- og Økonomiudvalget.

Lokaludvalg: Byrådet udpeger den politiske ledelse af Lokaludvalget. Lokaludvalget skal være en drivkraft i at skabe sammenhæng og berøringsflader mellem VitaParks tre ben: Sundhed, Erhverv og Kultur. Lokaludvalget skal være sammensat af repræsentanter fra alle tre ben, ledere fra de store afdelinger samt både private, kommunale og kunstaktører. Lokaludvalget skal fremover tage medansvar og have medbestemmelse på vigtige beslutninger omkring organisationen VitaPark. Det gælder sig for udvikling, samarbejde og tværfaglighed i VitaPark (det gælder ikke bygninger, drift og vedligeholdelse, som nu er overgået til Fælles Drift og Service i Odder Kommune).

Daglig ledelse: Ansat projektkoordinator.

***(VitaParks organisering er p.t. ved at blive gentænkt, så organiseringen er et udtryk for deres planer for fremtidig organisering.)**



Model 5: Organisationsdiagram for VitaPark.

Organisationsdiagram
Station K (Randers Kommune):

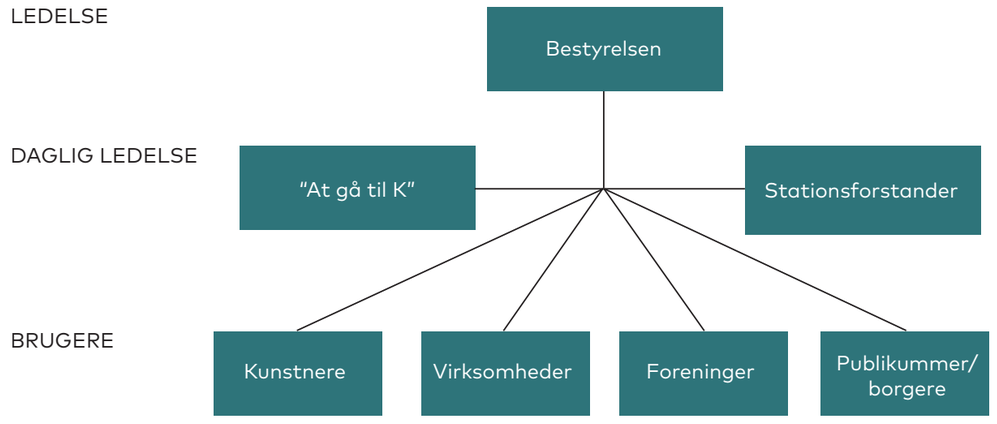
Ejerforhold: Frivillig forening.

Ledelsesansvar: Frivillig bestyrelse.

Daglig ledelse: Frivillig talsmand - "Stationsforstander".

"At gå til K": Minimum to gange om året skal man som lejer i kontorfællesskabet deltage i "At gå til K", hvilket indebærer at tage del i drift, udvikling og vedligehold af kulturhusets virke.

Brugere: Ud over de kunstnere, kreative virksomheder og foreninger, der benytter sig af kontorpladserne eller benytter sig af huset som gæsteoptrædende findes også en gruppe af brugere blandt de lokale borgere, der kommer til blandt andet koncerter, foredrag, workshops og søndags-café.



Model 6: Organisationsdiagram for Station K.

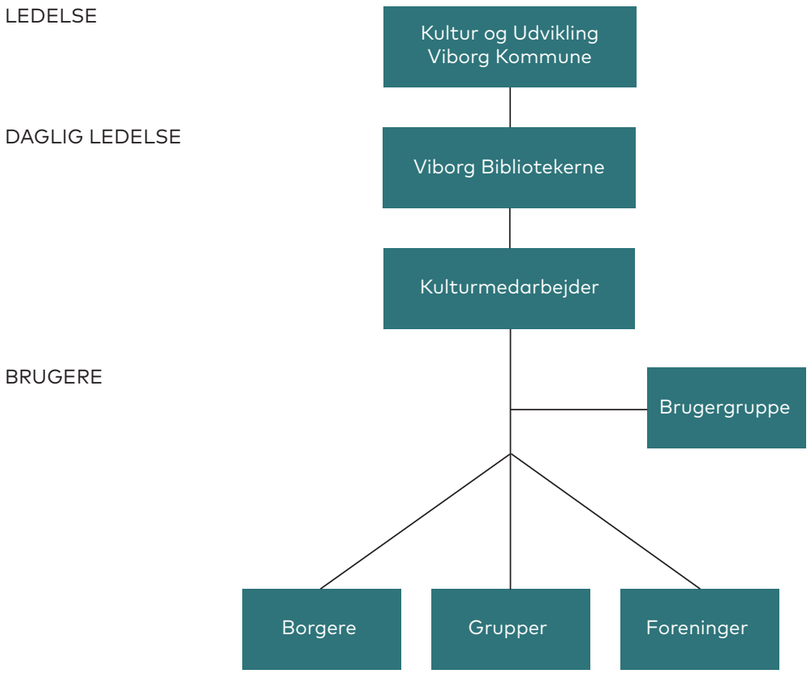
Organisationsdiagram Gudenåhuset (Viborg Kommune):

Ejerforhold: Kommunalt ejet.

Ledelsesansvar: Kultur & Udvikling, Viborg Kommune.

Daglig ledelse: Ansat bibliotekar og kulturmedarbejder.

Brugergruppe: I brugergruppen findes der repræsentanter fra de større aktørgrupperinger i huset. Gruppen er understøttet af en biblioteksansat kulturmedarbejder. Brugergruppen er et koordinerende samarbejdsorgan og sparringsgruppe, men har ikke beslutningskompetence i forhold til husets ledelse.



Model 7: Organisationsdiagram for Gudenåhuset.

Organisationsdiagram DSI Generator (Ringkøbing-Skjern Kommune):

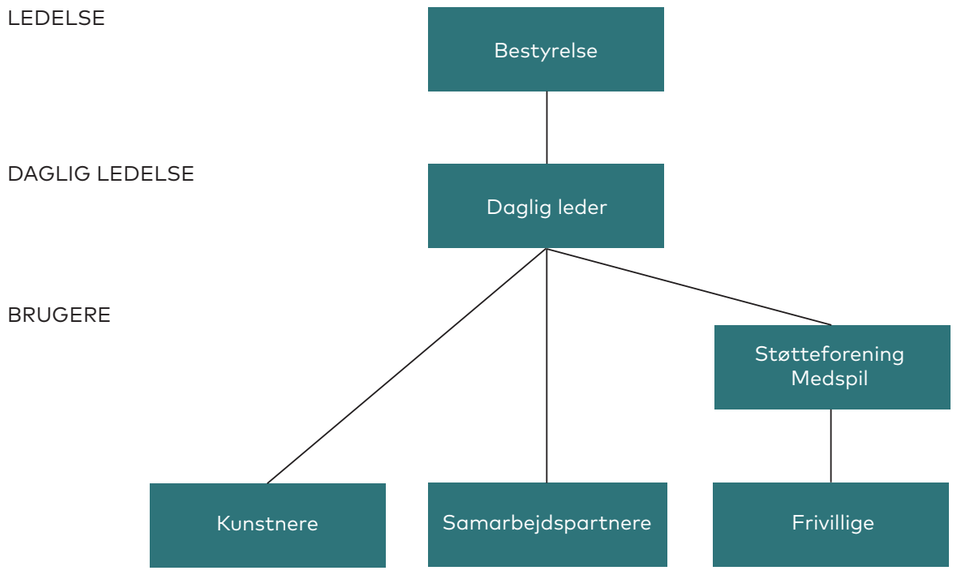
Ejerforhold: Selvejende institution.

Ledelsesansvar: Bestyrelse.

Daglig ledelse: Ansat daglig leder.

Medspil: Foreningen startede som en arbejdsgruppe for etableringen af DSI Generator. I dag fungerer den som en slags støtteforening med medlemsfordele og mulighed for at engagere sig som frivillig i DSI Generator.

Frivillige: De frivillige hjælper med barvagter, billethåndtering mm. til koncerter.



Model 8: Organisationsdiagram for DSI Generator.

Fælles for de forskellige organiseringsmodeller er, at kulturhusene er underlagt den grundpræmis, at dem de er ledere for, ikke på samme måde som i andre organisationer er underlagt ledelsen, fordi "staben" enten er frivillige medlemmer, eller fordi det er selvstændige organiseringer som foreninger, virksomheder eller kunstnere, der har til huse i kulturhuset. Organiseringsmodellen skal således rumme flere selvstændige organiseringer.

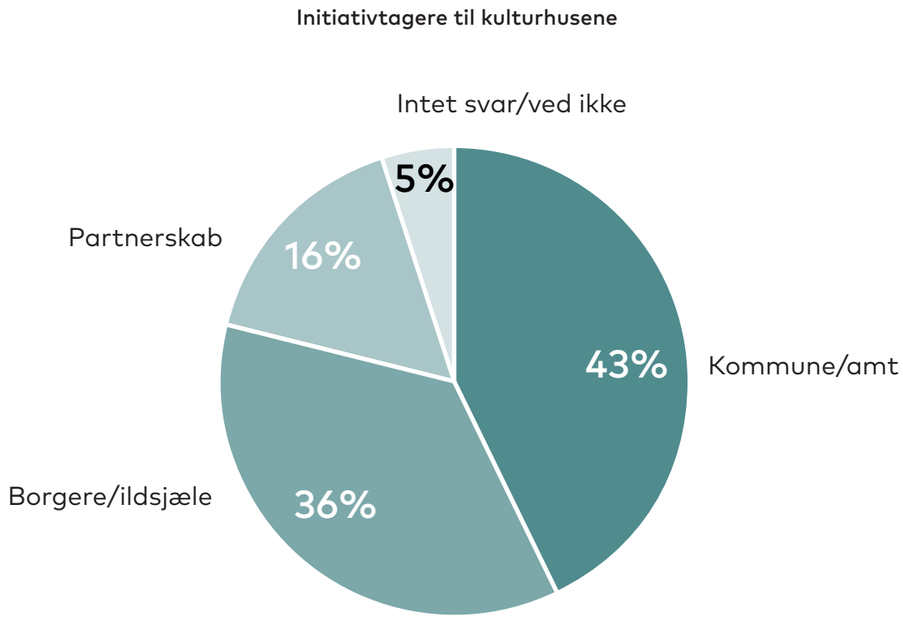
Kulturhusenes grundpræmis er derfor, at de skal skabe en organisering, der stiller rammer til rådighed for husets forskellige brugere, men uden nødvendigvis at kunne diktere deres arbejdsindsats. Derfor bliver værktøjer som frivillighed, inddragelse og motivation nogle af de vigtigste styringsredskaber for organiseringen af et kulturhus. Samtidig ses der også en tendens til (særligt blandt de nyere oprettede kulturhuse), at der eksperimenteres med organiseringsformerne i forhold til at skabe en fladere og mere involverende struktur. På Station K, som er et frivilligt drevet kulturhus, som huser professionelle kunstnere og kreative aktører, har bestyrelsen lavet en organiseringsstruktur, hvor husets brugere og lejere bidrager til driften:

"Vi har lavet en regel om, at alle brugere af huset mindst to gange om året skal dukke op til det, vi kalder at "gå til K", hvor man enten til en arbejdsdag eller til et af vores arrangementer skal komme to-tre timer før og lægge nogle timer med at løse de opgaver, der måtte være. Og så er det ikke noget med, at bestyrelsen har lavet en liste over, hvad der skal gøres. Så mødes man og finder de opgaver, der skal løses, og så løser man dem. Det kan godt være, at der i forbindelse med et arrangement, er to, der bruger de der timer inden arrangementet på at få opdateret vores hjemmeside, lave plakater til fremtidige arrangementer, gennemgå regnskabet eller installere opvaskemaskinen."

Anders Pedersen, Station K

De forskellige organiseringsformer og ejerforhold afspejler også, at kulturhusene er initieret forskellige steder fra. Nogle er opstået nedefra i kraft af frivillige foreninger eller enkelte ildsjæle, andre er kommunalt initieret, og derfor har de typisk også et ejerskab tilknyttet det kommunale, og andre igen er opstået af et samarbejde mellem kommune og borgere eller mellem forskellige partnere.

Blandt de adspurgte i undersøgelsen fordeler kulturhusene sig nogenlunde ligeligt mellem at være opstået på initiativ fra kommunen (og en enkelt fra det tidligere amt) og være opstået på initiativ fra borgere eller ildsjæle. 43 % af kulturhusene i undersøgelsen er startet på initiativ fra kommunen. 36 % er etableret på foranledning af borgere, ildsjæle eller interessegrupper. Der er således forskel på om initiativerne er 'groet nedefra', bottom-up eller startet top-down på baggrund af et politisk eller forvaltningsmæssigt initiativ.



Model 9: Cirkeldiagrammet viser, hvem der har taget initiativ til etablering af kulturhusene.

Fra hjemløst initiativ til kulturhus – Opstarten af DSI Generator i Ringkøbing

Anton Bjerg, daglig leder af DSI Generator i Ringkøbing fortæller om etableringen af deres sted:

"Helt fra starten af, da Generator opstod i 2012, da havde man jo kæmpet for at få sådan et spillested her i flere år i byen, og været rundt omkring på forskellige lokaliteter. Og hver eneste gang var det endt med, at byrådet havde sagt: Det kan vi ikke, det duer ikke. Men så kom Finn Jessen, som er direktør for Ringkøbing-Skjern Forsyning, og han havde jo også læst avisen, og kunne jo også se, at man gerne ville have sådan et sted, så sparkede han det ind og sagde: Jamen, vi har faktisk en bygning, Generatoren der, som ikke bliver brugt til andet, end at der står nogle tagplader og nogle forskellige ting derinde i salen. Var det en idé? Og det var det så.
(...) Man havde oprettet en forening, som hedder Medspil. De havde til at stå i deres formålsparagraf, at deres formål var at drive et rytmisk spillested i Ringkøbing. Og det der med at drive, det var jo ikke bare et spørgsmål om at holde koncerter, der er jo også en masse andre ting. Det var måske lidt for stor en byrde for den forening at sørge for alt det der med sundhedsmyndigheder og brandmyndigheder og moms, og jeg ved ikke hvad. Så inden for trekvart år fandt man ud af, at det var bedre at lave det om til en selvejende institution. Det gjorde man så, og fik fat i en bestyrelse. Men Medspil består så stadig som forening."

Sammen om forskellige interesser – Opstarten af Station K i Langå

Anders Pedersen, bestyrelsesformand og 'Stationsforstander' på Station K fortæller om initiativet til stedet:

"Det startede med to interessegrupper, der mødtes. Den ene var nogle arkitekter, der var bekymrede over udsigterne til, at Langå Station skulle rives ned. Så det var sådan en kulturhistorisk, arkitektonisk interesse. (...) Og så var jeg selv flyttet til byen. Jeg er freelance musiker og det er min kone også. Og vi manglede øvelokaler og kontorer. (...) Så slog vi os sammen – de her to grupper: Os der havde behov for et sted at være og dem, der gerne ville bevare stationsbygningen."

3.1.2. Den aktive bestyrelse
Eftersom 27 % af de adspurgte kulturhuse er selvejende, og 16 % er foreninger, har flere af husene en bestyrelse som overordnet beslutningsorgan. De kvalitative interviews vidner også om, at selv hos kommunalt ejede eller kommunalt initierede kulturhuse, arbejdes der i nogle tilfælde med et styringsorgan, der ligner en bestyrelse eller en styregruppe. Lone Jensen, der er daglig leder af Ungdomskulturhuset i Aarhus (UKH), som er et kommunalt ejet kulturhus, fortæller om deres organisering:

> *"Vi har, hvad vi kalder en bestyrelse. Det er egentligt ikke en rigtig bestyrelse, fordi det kan man ikke have som kommunal institution. Men vi har valgt at nedsætte en bestyrelse, som egentligt tidligere var vores styregruppe, fordi vi var et projekt i starten, og der nedsætter man jo ofte en styregruppe. Den styregruppe har vi så bare omdøbt til at være en bestyrelse for at sikre, at vi har en kommunikation ud af huset – også med vores brugere. Og for at arbejde på et andet niveau i forhold til: Hvordan skal vi tænke udvikling ind i det her hus?"*
>
> **Lone Jensen, UKH**

Sammensætningen i 'bestyrelsen' for Ungdomskulturhuset repræsenterer det tværmagistratslige samarbejde, ligesom der også sidder repræsentanter fra husets strategiske partnere såvel som husets brugere og medarbejdere. På den måde bliver organiseringen et greb til at sikre strategisk samarbejde omkring kulturhusets kernemålgruppe, og som Lone Jensen påpeger, til at sikre strategisk udvikling af stedet.

Flere af de kvalitative interviews peger på bestyrelserne og bestyrelsessammensætningen som en væsentlige faktor for kulturhusets succes. I mange tilfælde er der tale om arbejdende bestyrelser, der blandt andet aktivt arbejder med at sikre sponsorer, fungerer som kasserer, plejer samarbejdet med kommunen eller udvikler visioner og strategier for kulturhuset.

Flere af de kvalitative interviews peger i forlængelse heraf også på, at det er særligt vigtigt at sikre de rette kompetencer i bestyrelsen.

3.1.3 Sammensat finansieringsmodel
Undersøgelsen viser, at flere kulturhuse finansierer deres drift fra en sammensætning af forskellige indtægtskilder. Undersøgelsen peger på tre grundlæggende finansieringsmodeller (se side 34).

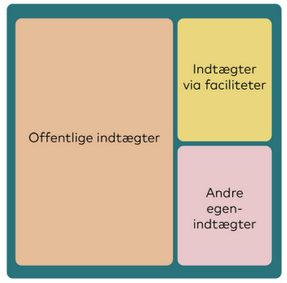
3 gode råd til bestyrelses-sammensætningen
fra Anton Bjerg, DSI Generator i Ringkøbing

Visionære og handlekraftige
I en bestyrelse er det rigtig dejligt, at der er nogen, der har nogle gode idéer. Men det er mindst lige så vigtigt, at der er nogen, der vil udføre dem. Det skal være folk, der både er visionære, og som tager fat i kuglepennen og siger: "Så laver vi det her!".

Interesserede uden indblanding
Ud fra et kunstnerisk perspektiv, så er det godt at have folk i bestyrelsen, der interesserer sig for det kunstneriske omdrejningspunkt for kulturhuset, for eksempel musik, men de bør som udgangspunkt ikke blande sig i det.

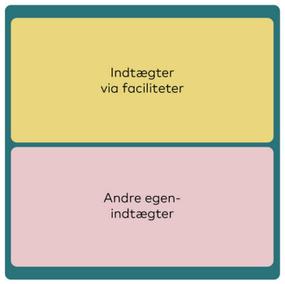
Forstå den lokale mentalitet
Man skal naturligvis have forståelse for, hvordan man driver sådan noget – huset, organisationen og samarbejdet med lokale aktører og erhvervsliv. Men den forståelse er også lokalt forankret, og man skal have forståelse for, hvordan tingene vender i det område, man nu engang er i.

A



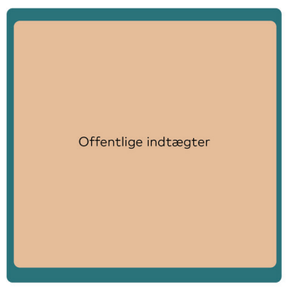
Model A: 70 % af kulturhusene i undersøgelsen, svarende til 31 huse, har en finansiering, der er sammensat af flere forskellige indtægtskilder. De fleste af husene er ganske vist primært finansieret af det offentlige, men derudover finder husene supplerende finansieringskilder som for eksempel sponsorater, private fonde eller egne indtægter, såsom lokaleudlejning. Blandt de kulturhuse, der har deltaget i undersøgelsen, udgør den kommunale støtte i gennemsnit 54 % af husenes finansiering (jf. model 10). Men indtægter via egne faciliteter (lokaleudlejning eller lign.) er også en vigtig indtægtskilde for flere kulturhuse (udgør i gennemsnit 23 % af finansieringen), og andre former for egenindtægt (for eksempel medlemsbetaling) udgør gennemsnitligt 17 % af finansieringen.

B



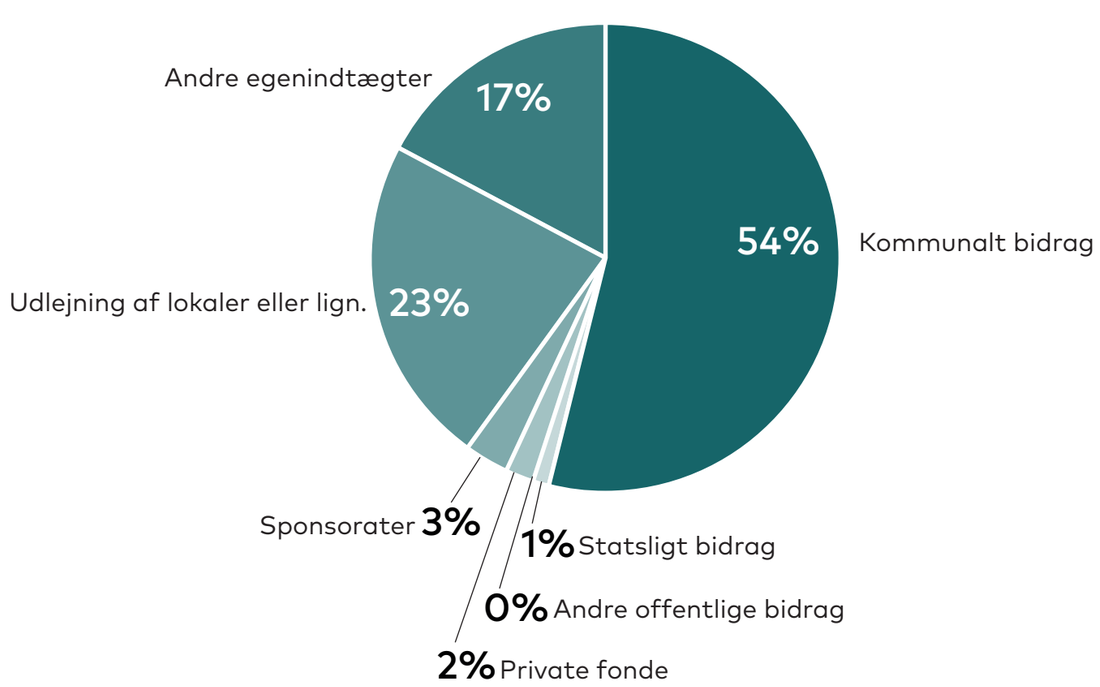
Model B: Otte kulturhuse (18 %) i undersøgelsen er udelukkende finansieret af indtægter via egne faciliteter, sponsorater eller andre egenindtægter, og modtager altså slet ingen offentlig finansiering. 17 huse (39 %) i undersøgelsen har 70 % eller mere af deres drift dækket via udlejning af faciliteter eller fra andre egenindtægter.

C



Model C: 11 huse (25 % af de adspurgte) er 100 % finansieret af kommunalt tilskud. Det er altså en drift, der er fuldstændig afhængig af kommunens tilskud. Herunder ser vi primært biblioteker, der også fungerer i sammenhæng med andre kulturfunktioner, eller har deciderede kulturmedarbejdere tilknyttet. Ved 19 af husene (43 %) er mere end 70 % finansieret udelukkende af kommunen, staten eller andre offentlige bidrag. Den statslige støtte tilfalder dog kun tre af kulturhusene i undersøgelsen.

Finansieringskilder



Model 10: Cirkeldiagrammet angiver, hvor mange procent af kulturhusenes finansiering, der gennemsnitligt kommer fra den pågældende kategori. Undersøgelsesspørgsmålet lød: "Hvordan er I finansieret? – Angiv gerne fordeling i procent, så det samlet giver 100 %." ("Andre offentlige bidrag" udgør 0,34 % men er i cirkeldiagrammet afrundet til nærmeste hele tal.)
Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 12.

Overordnet er der altså en relativ bred palet af indtægtskilder for kulturhusene. Det kan være med til at skubbe til en gængs opfattelse af, at alle kulturhusene er offentlige og ikke mindst offentligt betalte. I de kvalitative interviews eksemplificeres det ved, at arbejdet med sponsorpleje fylder en del. Her fremhæves særligt evnen til at skabe netværk og dyrke gode, lokale relationer, som er helt centralt for et friktionsløst og opbakkende sponsorsamarbejde.

Undersøgelsen peger ligeledes på, at økonomi er en af de væsentligste udfordringer, som kulturhusene står overfor.

Hele 53 % af de adspurgte mener ligefrem, at det er den væsentligste udfordring.

> *"Jeg tror, alle kulturhuse kan nikke genkendende til, at manglende økonomi er en udfordring. Der bliver jo aldrig sat lige så mange penge af, som der er behov for, for at løse opgaven."*
>
> **Lone Jensen, UKH**

Den økonomiske udfordring, som mange kulturhuse oplever, hænger muligvis sammen med, at der skal tænkes i flere forskellige indtægtskilder for at få finansieringen dækket. Men det betyder ikke nødvendigvis, at kulturhusene enstemmigt

ser større offentlig støtte som løsningen på de økonomiske udfordringer. Flere fremhæver de begrænsninger i handlefriheden, der kan følge med offentlig støtte:

> ***"Vi er virkelig bange for det der med noget kommunalt. Det baserer sig dels på mine erfaringer fra Beboerhuset Sølystgade, hvor vi hele tiden skulle stå skoleret i forhold til kommunen med alverdens ting. (...) Det gør simpelthen bare nogle gange, at tingene bliver tunge. Der er meget bureaukrati – og det er der af gode grunde. Men det prøver vi at undgå. Det er meget sjovere at lave et sted som Station K på sådan en mere guerilla-måde. Vi er en lille, agil enhed, der kan omstille os lynhurtigt. Vi kan i princippet lave arrangementer fra dag til dag."***
>
> **Anders Pedersen, Station K**

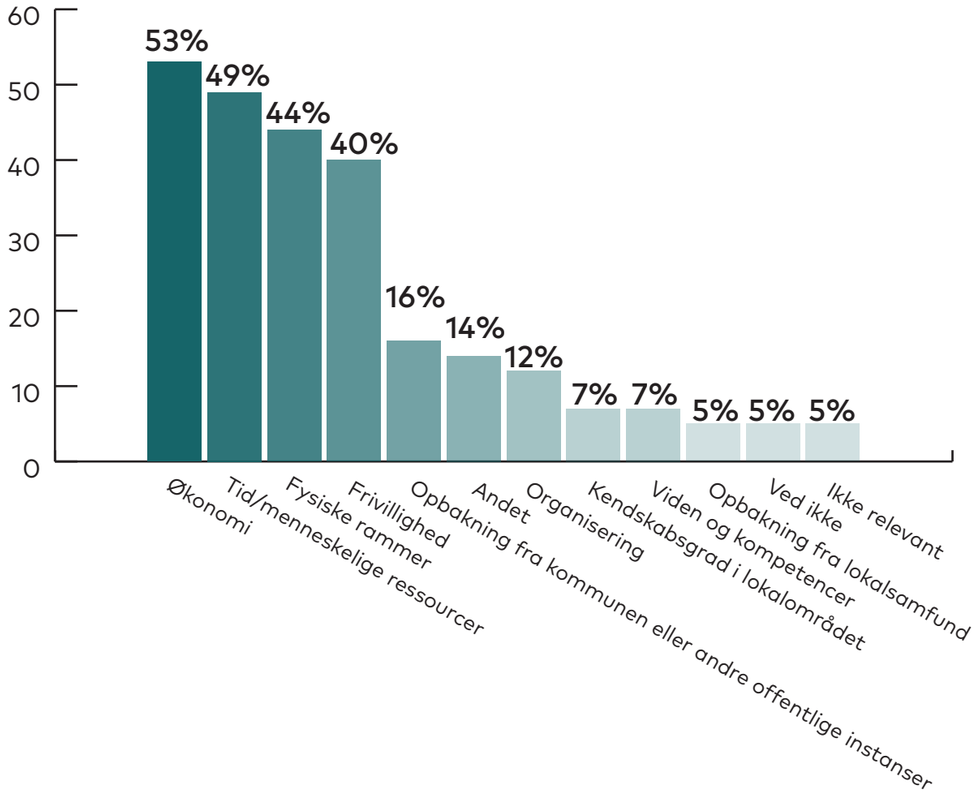
En lignende skepsis omkring en kommunalt finansieret model udtrykkes også hos Poul Jeberg daglig leder af Underværket i Randers:

> ***"Vi får ingen penge nogen steder fra, og det har vi det rigtig godt med – for så kommer der ikke nogen og kan blande sig. Der er ikke noget med nogen 2 % besparelser og alle mulige andre ting."***
>
> **Poul Jeberg, Underværket**

Som selvejende institution finansierer Underværket i Randers sine aktiviteter primært gennem lokaleudlejning og drift af en kommunal skøjtebane.

Men den begrænsede eller helt fraværende kommunale støtte kræver, at kulturhusene

Udfordringer



Model 11: Kulturhusene markerer de temaer, de synes er deres største udfordringer. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 25.

også er i stand til at se potentialet i, hvad de kan sælge eller udbyde for at generere en egenindtægt. Det kan være alt fra salg af billetter til lokaleleje, konsulentbistand, cafédrift, drift af lokale anlæg (for eksempel en skøjtebane), sponsorpakker med mere.

For mange kulturhuse betyder det, at de må udvikle en forretningsmodel, der indtænker nogle biprodukter, som de kan tjene penge på ved siden af deres primære aktivitet eller primære formål. Det betyder også, at kulturhusenes samlede forretningsmodel bliver mere kompleks, fordi den skal tage højde for flere forskellige målgrupper og bidragsydere, for eksempel brugere, lejere, fonde, puljer, lokalpolitikere og forvaltere. Udfordringen kan være, at de forskellige målgrupper og bidragsydere kan have forskellige og endog modstridende interesser.

Det peger på, at der kan være behov for at udvikle mere robuste forretningsmodeller. Ligeledes udtrykkes der ønske om en form for iværksætterhjælp eller udviklingsstøtte til kulturhuse, der har bevist et vist potentiale, og er i gang med at udvikle eller professionalisere deres drift og forretningsmodel:

> ***"Det ville være godt, hvis der var en mulighed for at støtte sådan nogle processer her (red. udviklings- og opstartsprocesser). (...) Man er nødt til ligesom at lade evolutionen rydde ud i de initiativer, der ikke er stærke nok. Men lige så snart man har etableret sig, og på en eller anden måde har vist, at man kan noget, og har skabt en økonomi, hvis man havde mulighed for at give noget økonomi der. Altså for os ville det jo gøre en kæmpe forskel, hvis vi i to år havde et tilskud på bare 10 timer om ugen."***
>
> **Anders Pedersen, Station K**

Idéen kan sammenlignes med en form for talentudvikling eller iværksætterprogram ved netop at støtte vækstlagsinitiativer, der er initieret af frivillige kræfter, og hjælpe dem med professionalisering af kulturhusene som organisation.

3.1.4. Frivillighed

Frivillige er en afgørende ressource for kulturhusene, og er derfor også en væsentlig del af de arbejdsopgaver, der er forbundet med at drive et kulturhus. De frivillige udgør knap 73 % af arbejdskraften i de kulturhuse, der har deltaget i undersøgelsen.

Husene har gennemsnitligt knap 31 frivillige tilknyttet. Det er rigtig mange, og de frivillige er dermed en markant ressource for kulturhusene.

Undersøgelsen viser samtidig, at 40 % af de adspurgte kulturhuse fremhæver frivillighed som en af de største udfordringer ved deres virke (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 25). Ifølge de kvalitative interviews hænger det blandt andet sammen med, at det også kræver en meget stor arbejdsindsats at engagere og facilitere de frivillige:

> ***"Frivillighed er jo en skøn ting. Vi priser og lovsynger jo alle de frivillige. Men det kræver bare ret mange ressourcer at 'nurse' de frivillige og organisere dem og inddrage dem og så videre. Det sker ikke af sig selv."***
>
> **Lone Jensen, UKH**

For at få engageret frivillige i opgaveløsningen er det vigtigt at de opgaver, der skal løses indeholder en belønning i sig selv ved for eksempel at være sjovt eller givende at tage del i. Frivilligheden er i sagens natur drevet af lyst fremfor et økonomisk incitament. Anton Bjerg, der er daglig leder af DSI Generator i Ringkøbing fortæller om deres erfaringer med de frivilliges måde at engagere sig på:

> ***"Det er frivillige mennesker, som kommer og bruger deres fritid på noget, som i vores situation er fuldstændigt uundværligt. Man kan på den måde ikke stille de samme***

krav til frivillige, som til folk, der er ansat. (...) Hvis man vil bruge sin fritid på noget, så vælger man jo det, man gerne vil."

Anton Bjerg, DSI Generator

Den store andel af frivillige sætter således nogle særlige præmisser for, hvordan man leder, motiverer og kompetenceudvikler arbejdsstyrken på kulturhusene. De professionelle kræfter i et kulturhus har dermed en kerneopgave i at facilitere frivilligheden, at inspirere og at arbejde langsigtet og strategisk med udvikling af frivillighed. Det indbefatter også nogle centrale overvejelser om, hvilke arbejdsopgaver, som er de mest hensigtsmæssige at løse for de frivillige:

"Frivillige kræfter er fantastiske. Men sådan som jeg anskuer det her, så er det ikke de frivillige kræfter, der skal sidde og arbejde med det strategiske og det lidt mere langsigtede. Det er simpelthen nødvendigt, at vi har nogle faglige kræfter, der gør det. Specielt når vi er i et udviklingsstadie, fordi det ikke er mere end et par år siden, at den her organisation blev lavet, hvor vi både skal bevise vores eksistensberettigelse, men vi skal også præge det her sted til at få en større og større betydning for lokalsamfundet. Sådan et ansvar kan man altså ikke kaste over på nogle frivillige."

Jeppe Skriver, SamBiosen

Samtidig ligger der hos kulturhusene en stor viden omkring det at arbejde med frivillige, som eventuelt kunne komme andre aktører til gavn.

Gennemsnitligt er der seks fuldtidsansatte og fem deltidsansatte i kulturhusene i regionen, men realiteten er, at 45 % af kulturhusene slet ingen fuldtidsansatte har. I forlængelse af det er det relevant at fremhæve, at 49 % af kulturhusene oplever, at tid og menneskelige ressourcer er deres største udfordring – kun overgået af økonomi. Det understreger den vitale betydning, de frivillige har, for kulturhusenes eksistens.

Gennemsnit af ansatte og frivillige

Model 12: Fordelingen af kulturhusenes gennemsnitlige arbejdskraft fordelt på frivillige og ansatte. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 3.

Fællesspisning i Ungdomskulturhuset – UKH, Aarhus

Samtidig opleves en tendens til, at frivillighedskulturen er under forandring, og at der er behov for andre metoder i forhold til at engagere de frivillige:

> *"I et lokalsamfund er mange sådan nogle ting her drevet af frivillige i gamle forsamlingshuse. Jeg tror, at grunden til, at man har startet sådan et sted her, er, at vores måde at være frivillige på, og vores foreningsliv, er en smule under pres og under forandring i hvert fald. Derfor er det vigtigt, at vi forholder os til, hvordan vi kan have store samlende steder og funktioner her i vores civilsamfund – også fremadrettet. For lige præcis her på Samsø, er vi i risiko for, at det kan dø fuldstændigt, når en eller anden generation af frivillige alle sammen bliver for gamle, så risikerer man, at forsamlingshuset lukker. Og det er man nødt til i ekstra høj grad, i de her små lokalsamfund, at tage stilling til, hvordan man vil håndtere fremadrettet. For vi kan ikke drive det her hus på frivillighed alene."*
>
> **Jeppe Skriver, SamBiosen**

Jeppe Skriver, daglig leder af SamBiosen på Samsø, peger således på, at et kulturhus netop kan være den samlende kraft, der revitaliserer frivillighedskulturen, fordi man her kan samles på en anden måde og i et større fællesskab. Samtidigt peger han også på vigtigheden af, at kulturhusene ikke baseres alene på frivillighed. Undersøgelsen fremhæver således, at der både er en stor erfaring med håndtering af frivillighed og behov for yderligere vidensdeling om, hvordan man engagerer frivillige i en tid hvor foreningskulturen er under pres.

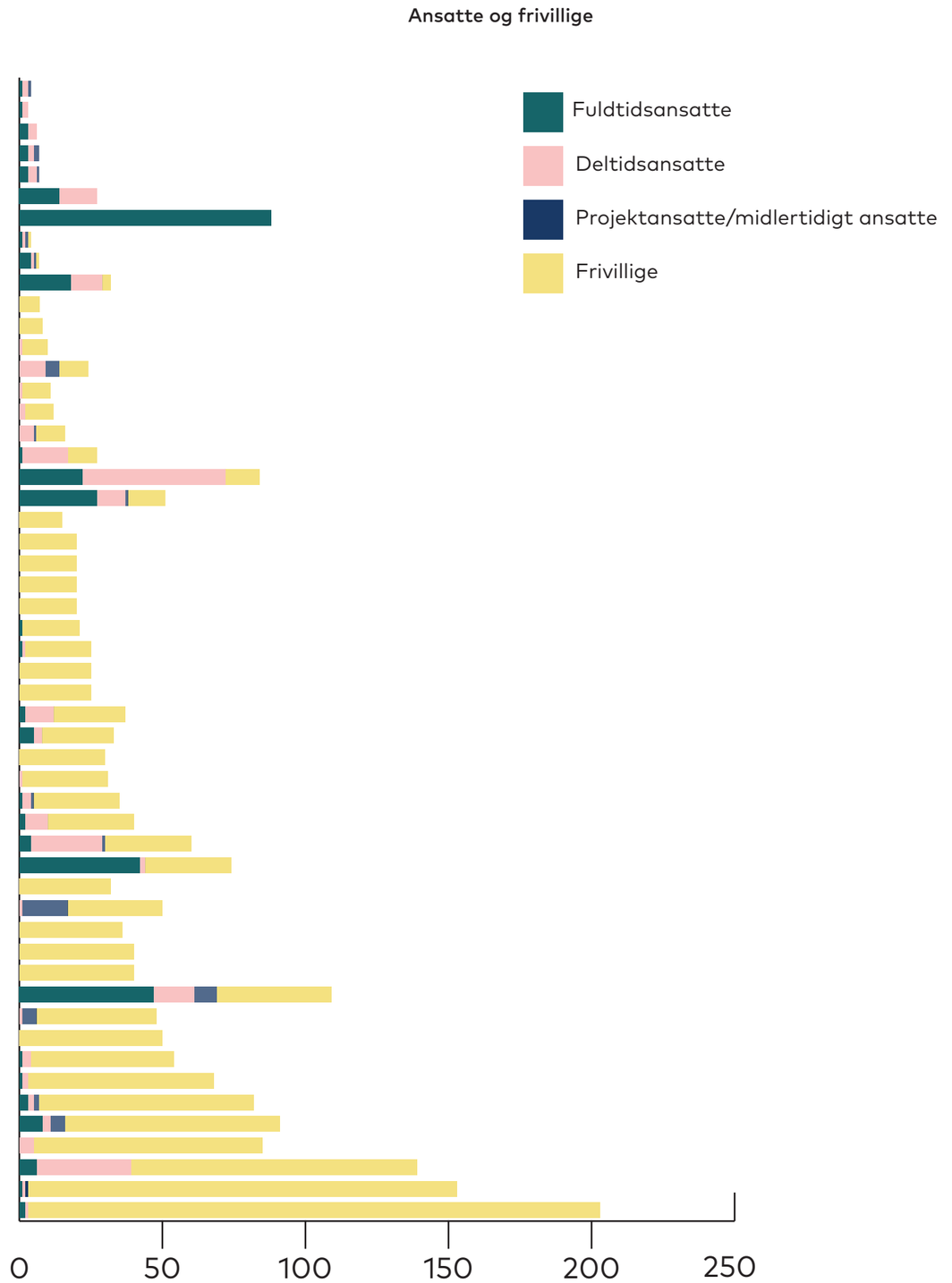
3.1.5. Samarbejdet med kommunen

Flere af kulturhusene peger på, at det er vigtigt med en god kontakt og samarbejdsflade med den kommune, som de er en del af. Selv hvis man ikke er blandt de knap 48 % af kulturhusene, som er kommunalt ejede, har langt de fleste kontakt med kommunen, om ikke andet i form af at modtage et kommunalt bidrag til deres økonomi.

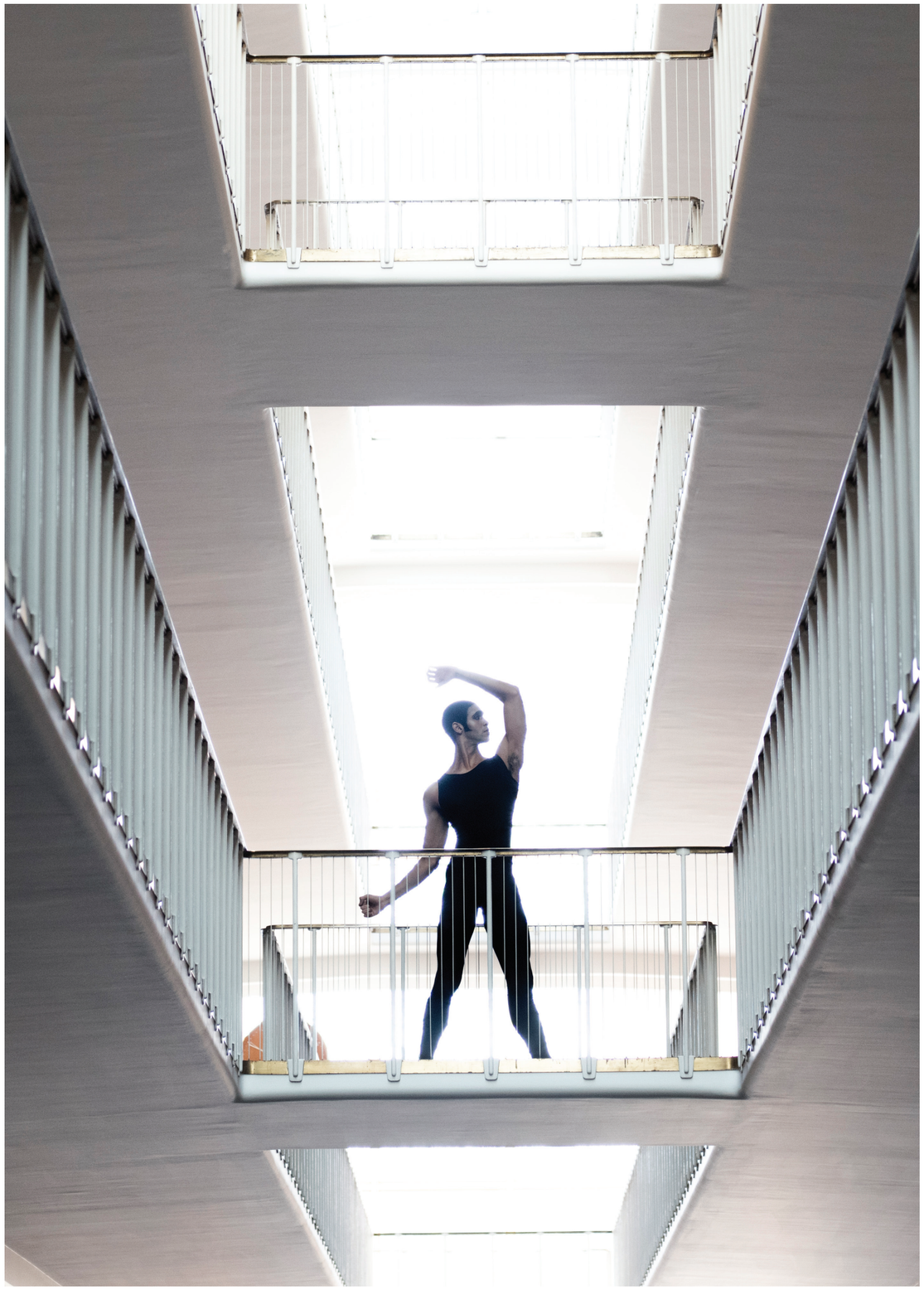
Selv kulturhuse, som ikke modtager kommunale midler, peger på væsentligheden af en god dialog med både politikere og embedsværk. Det skyldes blandt andet, at det kan være med til at lette arbejdet med kulturprojekter, som kan kræve samarbejde med det kommunale i kraft af eksempelvis tilladelser eller kontakter til forvaltninger: "Vi bruger embedsmændene til at fjerne sten på vejen." fortæller Poul Jeberg fra Underværket i Randers, der, til trods for at kulturhuset ikke modtager fast økonomisk støtte fra kommunen og trods status som selvejende institution, har indskrevet i institutionens vedtægter, at to af bestyrelsens medlemmer skal udpeges af byrådet.

Et godt samarbejde med det kommunale er ikke bare vigtigt i forhold til kulturhusenes daglige drift og udførelse af projekter, men også i forhold til de mere langsigtede strategier og udviklingsmuligheder. Her tænkes der på vigtigheden af politisk prioritering og opbakning:

> *"Vi kan ikke arbejde fra år til år på at udvikle sådan et sted. Vi er nødt til at have nogle langsigtede planer for, hvad det er vi vil, for at vi kan indfri de store ønsker, vi har. Samsø er 3.674 mennesker eller hvor mange vi nu er. Det er ikke særligt mange, og vi er ikke nogen særlig rig kommune. Vi kan ikke bare bygge en ny fløj. Det kræver en seriøs prioritering i det kommunalpolitiske, for at sådan et sted her kan lade sig gøre."*
>
> **Jeppe Skriver, SamBiosen**



Model 13: Oversigt over fordelingen af fuldtidsansatte, deltidsansatte, projektansatte og frivillige for hver af kulturhusene i undersøgelsen.
Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 23.



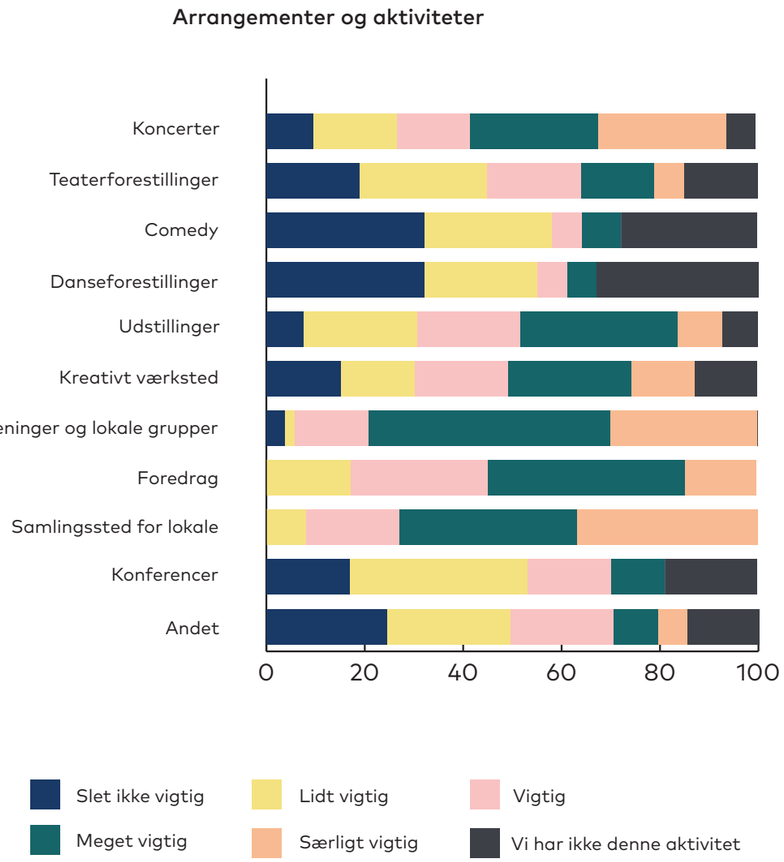
Rethink Aarhus 2017, kunstværk af Jasmina Cibic, Aarhus

3.2. Produktionen i et kulturhus

3.2.1. Mangfoldigheden af aktiviteter og faciliteter

Tilsammen udbyder 40 af de adspurgte kulturhuse over 20.900 store og små arrangementer om året (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 7). Hvilket svarer til 523 arrangementer i gennemsnit pr. hus eller 57 arrangementer om dagen i regionen. Flere kulturhuse (13 ud af 53) rapporterer, at de ikke har tælling med antallet af arrangementer. Det kan også være vanskeligt, eftersom et arrangement kan dække over alt fra en større koncert til et ugentligt møde i bankoklubben. Ikke desto mindre vidner det om et vist aktivitetsniveau, og at kulturhusene i denne undersøgelse, er steder med daglig aktivitet frem for blot at være lejlighedsvise "venues".

De primære aktiviteter i kulturhusene er for de flestes velkommende aktiviteter, der fokuserer på at være et samlingspunkt for lokale og at huse møder for foreninger og lokale. Det peger på, at kulturhusene har en stærk involverende karakter og lokal forankring.



Model 14: Kulturhusenes vægtning af deres primære og sekundære aktiviteter. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 4.

Undersøgelsen viser en bred palet af både arrangementer, kulturelle interesser og kunstarter. Ud over de adspurgte aktiviteter jf. model 14 fortæller kulturhusene om følgende typer af aktiviteter som man kan se i listen i model 15. Mangfoldigheden hænger muligvis også sammen med, at kulturhuset netop er et sted, som ikke definerer én bestemt aktivitet, men som rummer mulighed for, at folk kan forfølge en interesse eller udfolde netop deres kompetencer.

"Det afhænger af de folk, der er involveret. Så flyttede der nogle billedkunstnere ind, så begyndte vi at lave mere kunst og engagere os mere i sådan nogle ting. Så flyttede der nogle skuespillere til byen, og så begyndte vi at gå og snakke om at lave noget totalteater. Så det er meget drevet af de mennesker, der er der."

Anders Pedersen, Station K

De mange forskellige aktiviteter afspejler sig også i de ret forskellige faciliteter, som kulturhusene rummer. Der er ikke en standardmodel for faciliteterne i et kulturhus på samme måde som for eksempel en idrætshal, der typisk er bygget op omkring de samme faciliteter. Men som oftest rummer kulturhusene dog mødelokaler, kontorfaciliteter, køkken og typisk også et større rum såsom en koncertsal, et multirum eller en teatersal.

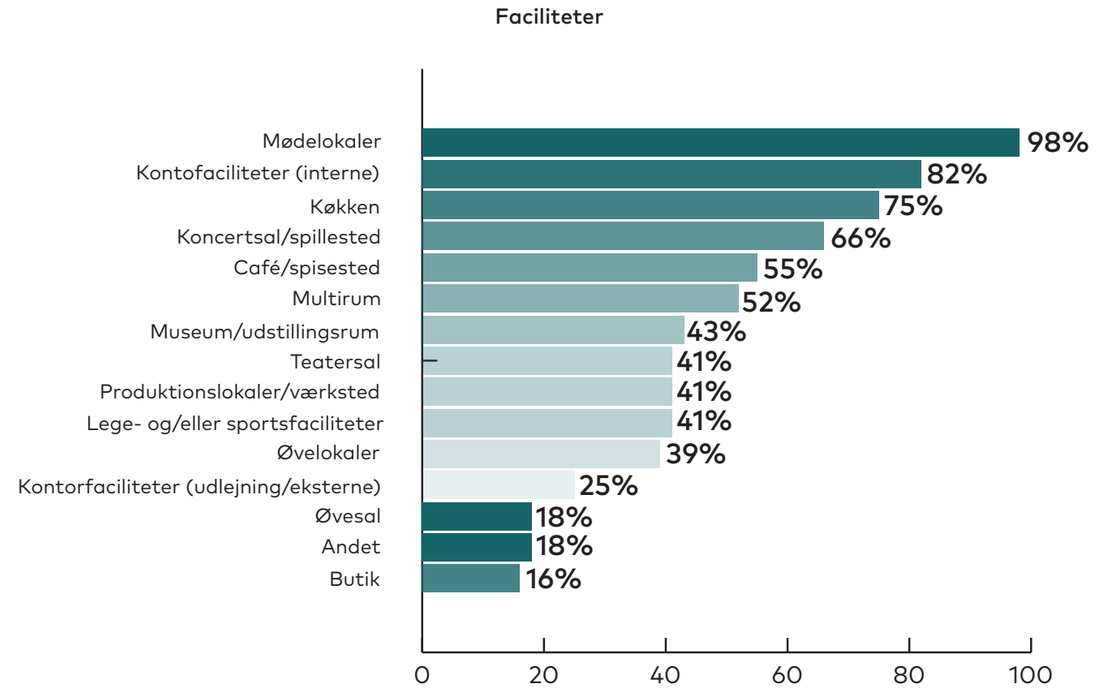
Arrangementer og aktiviteter

- 1. maj-arrangement
- AA-møder
- Autografmuseum
- Ballet
- Banko
- Bibliotek
- Biograf
- Billedskole
- Billiard
- Boligforeningsaktiviteter
- Bridge
- Bylivsaktiviteter
- Byudviklingskontor
- Cafédrift
- Debatter
- Daghøjskole
- Dagplejere
- Dans
- Facilitering af vækstlag
- Fester
- Folkeafstemning
- Foredrag
- Fotografi
- Fællesspisning
- Gaming events
- Generalforsamlinger
- Historisk dramaworkshop med skoleklasser
- Hyggeklub
- Højskoledage
- Håndarbejde
- Indsamlinger
- Industriel Teknologicenter
- KFUM og KFUK
- Koncerter
- Konferencer
- Kontorfællesskab
- Kreativt værksted
- Kulturformidling
- Kulturhistorisk formidling
- Kulturproduktion
- Kursusvirksomhed
- Legestuegrupper
- Lokalhistorisk arkiv
- Læring- og kulturaktiviteter for børn
- Læsekredse
- Læsning
- Maleri
- Messer
- Musikcamp for børn
- Musikfestival
- Musikproduktion
- Musikskoleundervisning
- Møder
- Offentlige møder om f.eks. lokalplaner og høringer
- Papirkunst
- Pensionisteftermiddag
- Sang
- Skolebio
- Strikkeklub
- Tab dig i vægt
- Talentudvikling af bands og musikere
- Teater
- Teater- og udstillingslegerum for daginstitutioner og indskoling
- Teaterskole
- Uddannelse
- Udstilling
- Udviklingsrum for scenekunst
- Undervisning
- Valgarrangementer
- Vandregruppe
- Varepræsentation
- Workshop
- Yoga
- Ældresagens PC-hjælp
- Øvning

Model 15: Liste over typer af aktiviteter i kulturhusene
Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 5 og 6.

Trods denne variation af faciliteter fremhæves de fysiske faciliteter som en af de største udfordringer, kulturhusene oplever. Hele 44 % mener, at det er en af de største udfordringer i deres virke (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 25). Det kan hænge sammen med, at kun lidt over en tredjedel af alle kulturhusene er bygget til formålet.

Men flere kulturhuse formår netop at udnytte de kulturhistoriske spor i de gamle bygninger til et aktiv i forhold til kulturhusets profil. Det gælder for eksempel Kulturhuset Helgenæs Præstegård, Nr. Vosborg, Godsbanen i Aarhus og Remisen i Brande, hvor omgivelserne netop bliver en kulturel oplevelse i sig selv, og dermed tilfører stedet værdi.



Model 16: Udbredelsen af de forskellige typer faciliteter hos kulturhusene.
Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 10.

Trans Europe Halles

Trans Europe Halles (TEH) er etableret i 1983, og er et af de ældste kulturelle netværk i Europa. TEH er et netværk af private organisationer i tidligere industribygninger, som er omdannet til centre for kunst, kultur og aktivisme. Man kan ikke være fuldgyldigt medlem, hvis man modtager offentlige driftsmidler. TEH har base i Sverige og har 127 medlemmer i 36 forskellige lande i hele Europa – fra Spanien til Ukraine.

Kilde: Trans Europe Halles - www.teh.net

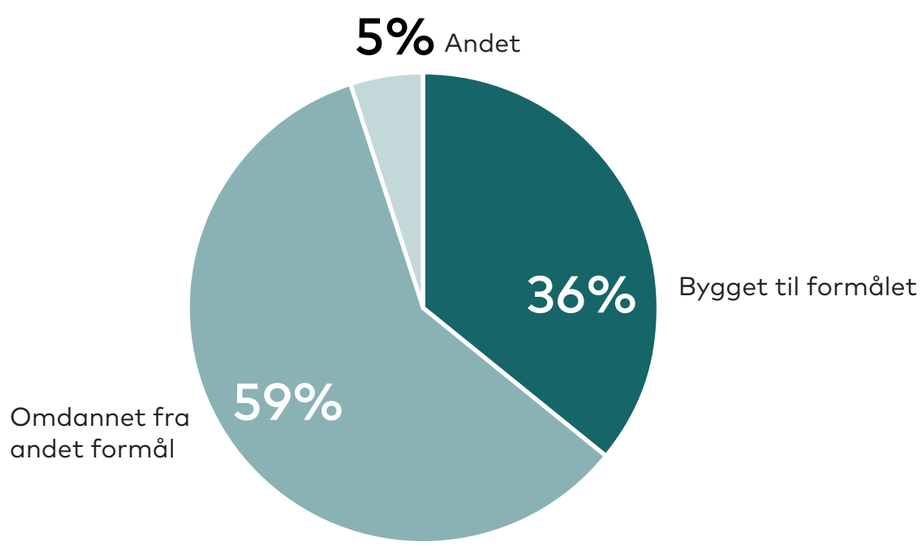
Set i det lys kan et netværk som Trans Europe Halles være interessant for flere af kulturhusene (nogle af de adspurgte kulturhuse er allerede medlem eller associeret medlem), da man i dette netværk netop har som fælles udgangspunkt, at man skaber kunst og kultur i bygninger, som har mistet deres oprindelige funktion, og dermed giver nyt liv til bygningen og det omkringliggende område gennem kulturel aktivitet.

Men flere af de kvalitative interviews peger også på, at man er ved at nå det maksimale af, hvad kapaciteten kan rumme på grund af høj efterspørgsel på lokaler. En udfordring i forhold til de fysiske faciliteter kan derfor også være overhovedet at have plads nok.

3.2.2. Den professionelle kunst

Ud over at rumme en mangfoldighed af aktiviteter, repræsenterer kulturhusene også en bred spændvidde fra professionelle kulturaktører til hobby-baserede fritidsaktiviteter og fra produktion af kunst og kultur og til formidling eller præsentation af kunst og kultur. Det ses blandt andet ved, at 25 % af de adspurgte kulturhuse vægter professionelle kunstnere og kreative som en af de målgrupper, de fokuserer på (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 8). 47 % oplyser, at de arbejder med at skabe bedre muligheder for, at lokalsamfundets kreative erhverv og kreative aktører (både professionelle og hobby-baserede kunstnere og kreative) kan udvikle sig og skabe projekter og nye virksomheder (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 22), og 32 % har ambitioner om at arbejde med det (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 23).

Bygningens oprindelse



Model 17: Bygningen, som kulturhusene holder til huse i har forskellig oprindelse. Her ses en fordeling over bygningernes oprindelse.
Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 11.

Det er også værd at bemærke, at et fokus på det professionelle udøvende niveau ikke alene knytter sig til kulturhusene i de større byer:

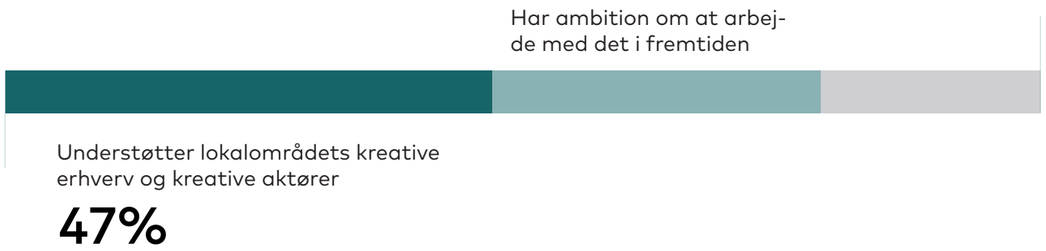
> ***"Vi prøver hele tiden at lægge vægt på det professionelle. Selvom det er en stationsby ude på landet langt, langt væk i provinsen, så prøver vi at holde fast i, at man godt kan lave ting på højeste niveau."***
>
> **Anders Pedersen, Station K**

Netop ambitionen om at kunne skabe rammerne for eller præsentere kunst og kultur på et professionelt niveau, er også vigtig for den kunstneriske fødekæde og for at inspirere til dygtiggørelse inden for en kunstart.

> ***"Det er jo dejligt at kunne have besøg af Anders Blichfeldt eller Annika Aakjær, eller hvem det nu er, fordi de er jo skide gode, og folk får nogle gode oplevelser. Men det tænder mig lige så meget, at der står nogle folk herovre i vores øvelokaler og kigger ind på scenen og siger: 'Der vil vi gerne ind og spille'. Det anser jeg faktisk for at have større værdi set på den lange bane. Det er udviklende for de der folk, der går på musikskole at se, at der så at sige er nogen, der bliver til noget. Det er inspirerende for dem at se. Det er lidt ligesom fodboldspillere: Man vil gerne ind på banen. Og det at man så ser nogle andre, der er gode til at spille fodbold, det gør jo bare, at man ser: 'Okay der er muligheder her. Jeg kan også godt gøre det.'"***
>
> **Anton Bjerg, DSI Generator**

Det er dog ikke altid uproblematisk at huse både professionelle udøvere og hobby-baserede udøvere. For selvom de kan beskæftige sig med de samme kunstneriske genrer, så kan det kræve forskellige arbejdsforhold. Hvor der blandt de hobby-baserede udøvere i højere grad er behov for at mødes for eksempel en gang om ugen er der hos de professionelle ofte behov for at kunne have en reel arbejdsdag, hvor man hver dag også i dagtimerne kan benytte faciliteterne. Yderligere stiller de professionelle udøvere krav om nogle professionelle produktionsfaciliteter. Det kan være i form af konkret udstyr eller i form af, at man ikke skal pakke sine ting ind og ud hver dag, fordi andre skal bruge lokalerne, men at man kan møde ind til det arbejde, man forlod dagen før.

Kreative erhverv og kreative aktører



Model 18: Kulturhusenes arbejde med at skabe bedre muligheder for, at lokalsamfundets kunstnere og kreative kan udvikle sig og skabe projekter og nye virksomheder.
Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 22 og 23.

3.2.3. Kulturkoordinatoren som blæksprutte

De daglige ledere eller koordinatorer, som sidder i kulturhusene, skal varetage et bredt spænd af opgaver. Det kræver en bred palet af kompetencer:

> *"Det er en kæmpe blæksprutteopgave, at skulle styre sådan et sted – specielt når man er alene. Det er fra de mest lavpraktiske ting til de store strategier, så derfor er der en udfordring i at finde menneskelige, faglige ressourcer."*
>
> **Jeppe Skriver, SamBiosen**

Det hænger sammen med, at der for de flestes vedkommende ikke er ret mange kollegaer eller medarbejdere til at hjælpe med arbejdsopgaverne. 28 af de adspurgte huse (53 %) har under fem ansatte (når man både ser på fuldtids-, deltids- og projektansatte). Det betyder også, at driften af kulturhuset bliver meget personafhængigt.

Flere af de kvalitative interviews peger på vigtigheden af, at man som repræsentant for kulturhuset deltager i aktiviteter og netværk, der ligger uden for kulturhuset, eller som ligger uden for driften af kulturhuset.

> *"Jeg sidder selv i den lokale kunstforening, hvor noget af det jeg gør, det gør jeg som repræsentant for huset, men noget af det er også som privatperson. Man skal have lysten til at engagere sig i noget af det, der foregår rundt omkring i byen. Det er i hvert fald en fordel, det er ikke et krav. Det gør jo, at det også bliver sjovt at være med til at udvikle nogle ting sammen med de her foreninger og have lidt indflydelse på, hvad der kommer til at ske. At være med til at præge det i en eller anden retning."*
>
> **Dagny Vistisen, Gudenåhuset**

Eftersom bredden af opgaver hos koordinatoren eller den daglige leder af et kulturhus er så mangfoldige, kan det pege på et behov for kompetenceudvikling blandt kulturhusenes medarbejdere. Eller det kan pege på behovet for at kunne trække på nogle fælles ressourcer og kompetencer for eksempel i stil med den vejledning i ansøgninger til EU-projekter, der kan hentes hos Region Midtjylland via indsatsen "Genvej til Europa".

3.2.4. Udvikling som motiverende drivkraft

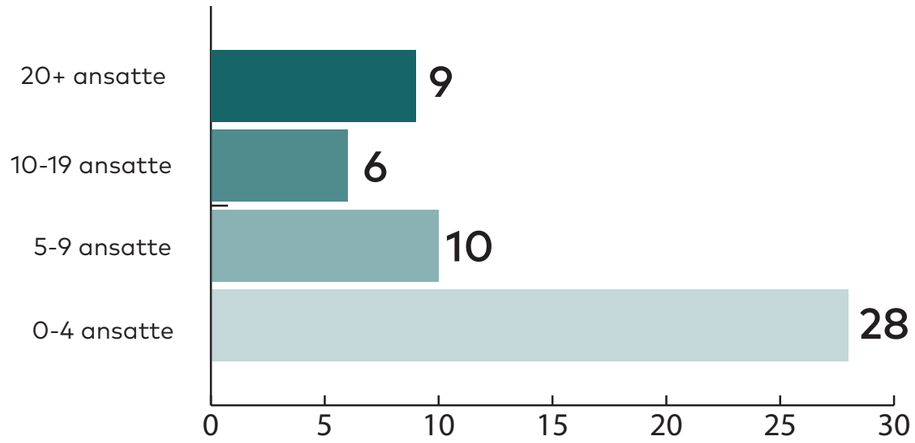
Flere af de interviewede kulturhuse nævner uafhængigt af hinanden udvikling og udviklingsprojekter som en vigtig del af deres virke. "En stor del af det vi laver er, at lave nye ting hele tiden" fortæller Poul Jeberg fra Underværket i Randers.

Det udviklingsorienterede fokus hænger muligvis sammen den finansieringsmodel, som langt de fleste kulturhuse arbejder med (jf. afsnit om finansieringsmodeller side 32.). Når fondsmidler og puljer er en del af finansieringen, er det netop ofte forbundet med støtte til deciderede projekter eller udviklingsinitiativer. Men udover at være en konsekvens af finansieringsmodellen for mange kulturhuse, så er udviklingen ikke mindst en vigtig motivationsfaktor for arbejdet med kulturhusene:

> *"Som bestyrelse eller initiativgruppe er man afhængig af at mærke en vis udvikling eller fremdrift. Det, der i vores erfaring rykker allermest, er at se, hvad det kan. Vi har faktisk lige haft en periode, hvor bestyrelsen har været sådan lidt metaltrætte, fordi det stort set er den samme bestyrelse, der startede som interessegruppe for fire år siden. Vi var ved at køre lidt sur i det. Men i stedet for at begynde at lukke ned og trække sig fra bestyrelsen, så gjorde vi det modsatte og begyndte at holde flere arrangementer og benytte lejligheden til at få fat i flere frivillige. Det er vi så i gang med nu i det her vinterhalvår (...) og det giver simpelthen os alle sammen nogle 'opturs-oplevelser' at se, hvad det kan."*
>
> **Anders Pedersen, Station K**

Udvikling som motivationsfaktor er ikke forbeholdt de frivilligt drevne kulturhuse, men udtrykkes også blandt flere af de kulturhuse, som har ansat en daglig leder eller koordinator.

Fordelingen af ansatte



Model 19: Diagrammet viser hvor mange kulturhuse, der har hhv. 0-4 ansatte, 5-9 ansatte, 10-19 ansatte og 20 ansatte eller mere.
Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 3.

Genvej til Europa

Genvej til Europa er et samarbejde mellem Europæisk Kulturregion, Region Midtjylland og Central Denmark EU Office (CDEU).
Indsatsen kompetenceudvikler kulturaktører inden for det europæiske samarbejde ved at rådgive om udvikling af projekter og netværk. Desuden skaber indsatsen synlighed for midtjyske kulturaktører og kommuner i Europa.

Kilde: Genvej til Europa - www.kortlink.dk/25ncu

Det at kunne arbejde med udvikling, forbedre sig og at kunne drømme stort, er med til at give frivillige såvel som medarbejdere bag kulturhusene energi. Udvikling bliver således en drivkraft for kulturhusenes eksistens.

Udvikling er ikke nødvendigvis en god forretning i kroner og øre, men kan være med til at skabe en anden værdi, for eksempel højne kvaliteten, udbrede kendskabet eller være en investering i nye tiltag. Anton Bjerg, der er daglig leder af DSI Generator i Ringkøbing, fortæller om deres igangværende ansøgning om at blive regionalt spillested:

> *"Hvis jeg skal være helt ærlig, så tror jeg nok, at rent forretningsmæssigt, så bliver det nok ikke en bedre forretning for os, end vi har i dag, hvis jeg ser på bundlinjen. Men det giver os en helt masse andre muligheder. Og det giver os muligheden for at give noget andet til lokalområdet, og det giver også en hel anden mulighed for at udvikle både lokale og for den sags skyld også upcoming orkestre rundt omkring i landet. (...) Det betyder jo ufatteligt meget."*
>
> **Anton Bjerg, DSI Generator**

3.2.5. Kommunikation af kulturhuset

Flere af de kvalitative interviews peger på vigtigheden af at være god til at kommunikere som kulturhus. Det fremhæves, at det er blevet vanskeligere at promovere de kulturelle tiltag med de mange platforme, som samtidens mediebillede tilbyder. Dagny Visitisen, som er kulturmedarbejder på Gudenåhuset i Bjerringbro, beskriver udfordringen således:

> *"Der er mange tilbud. Folk er mere mobile, end de har været tidligere. De tager gerne fra Bjerringbro til Aarhus, hvis der er noget derude, der er spændende. Vi ligger lige mellem Viborg, Randers og Silkeborg. Det er nemt lige at komme andre steder hen. Så det med at skabe noget synlighed omkring, at der faktisk sker en masse ting her i den her by og i det her hus – det kan godt*

Koncert DSI Generator, Ringkøbing

sommetider være en udfordring. I gamle dage var det jo nok at have noget i avisen. Nu er der jo mange kanaler, man ligesom skal være på. Altså det er Facebook og Instagram, og det er radio og aviserne og annonceringer, hjemmeside, og hvad det nu er. Det er svært at gennemskue, hvor det nu lige er, at folk ser de her ting. Der er mange platforme, man skal være opmærksom på."

Dagny Vistisen, Gudenåhuset

Dermed peger Dagny Vistisen også på, at brugerne af kulturtilbuddene ikke nødvendigvis alene orienterer sig lokalt. Det kan naturligvis være en udfordring, fordi det kræver, at man selv i forhold til at tiltrække de lokale borgere, skal være ekstra synlig. Men det rummer også en mulighed for, at kulturhusene kan trække brugere fra et større område – særligt hvis de har en stærk profil. Under alle omstændigheder peger det på, at brugerne af kulturtilbuddene ikke tænker i kommunegrænser, og derfor giver det kommunikationsmæssigt mening som kulturhus at orientere sig bredere og anderledes i forhold til sit geografiske udgangspunkt.

Kommunikation er vigtigt både for at få skabt synlighed af kulturhuset og dets muligheder, men også for at få skabt en forståelse for kulturhusets virke. Det er ikke nok at vise, hvad man gør, men også hvorfor man gør det. Det er afgørende for at få skabt lokal opbakning til kulturhuset, og for at få skabt interesse for at engagere sig i kulturhuset – både i forhold til at tiltrække frivillige og i forhold til at tiltrække relevante samarbejdspartnere.

Kommunikation er ikke alene vigtig i den eksterne formidling af kulturhusenes tilbud. Kommunikation er også en væsentlig del af kulturhusets interne virke, særligt fordi kulturhusene rummer meget forskellige brugergrupper, som går på tværs af brancher, og som også benytter kulturhuset på forskellige tidspunkter. VitaPark i Odder kalder sig et sundheds-, kultur- og erhvervshus. Udover at spænde over mange kvadratmeter i det tidligere Odder Centralsygehus med dertilhørende park rummer VitaPark også mange forskellige aktører fra tandplejer og jobcentre til iværksætterkontor og børneteater. Kommunikationen på tværs af forskellige brugere af huset bliver derfor central:

"Vi arbejder forskelligt i det regi, at vi er både kommunale og private. Så vi har et stort iværksætterorgan, der arbejder på en helt anden måde end man gør, hvis man er kommunal tandpleje for eksempel. Udfordringen, fra der hvor jeg sidder, ligger i kommunikationsdelen. Hvordan får vi fortalt og informeret, og hvordan får vi fat i de mennesker, der arbejder på forskellige måder. Vi skal til at arbejde noget mere med nogle konkrete kommunikationsstrategier. Blandt andet skal vi til at arbejde med et internt nyhedsbrev. Det har der ikke været før. Vi er nødt til at finde nogle platforme, hvor alle kan være med på lige vilkår, og hvor vi for eksempel kan få helt lavpraktiske informationer ud omkring renoveringen af en parkeringsplads også."

Katrine Ahlstrøm Hellfritzsch, VitaPark

Kulturhusene står således overfor en væsentlig kommunikativ opgave både i forhold til ekstern profilering af stedet i forsøget på at tiltrække brugere; i forhold til ekstern formidling af kulturhusets aktiviteter og formål for at sikre lokal opbakning og sammenhæng til lokalmiljøet; og ikke mindst i forhold til den interne kommunikation blandt kulturhusets forskellige brugergrupper, der til trods for, at de ikke nødvendigvis mødes fysisk på samme tidspunkt, deler de samme rammer. Derfor skal de have forståelse for hinandens udfoldelse og om muligt have indblik i hinandens praksisser – særligt hvis tværkulturelle samarbejder skal opstå.

3 gode råd om kommunikation af kulturhuset

fra Anders Pedersen, Station K i Langå

Vær åben og lyttende
Man er nødt til at være meget lyttende og meget åben og meget opmærksom på, hvor man er. Altså hvis man er tilflytter, er man nødt til at have en forståelse for, at selvom man kommer med en masse gode idéer og stort drive, så rammer man ned i en virkelighed, som måske er en anden, og det kan man godt påvirke, men man skal være rigtig god til at lytte.
Og så skal man være ekstremt åben – også for kritik.

Hav fokus på kommunikation
Og så er det bare super vigtigt at være god til at kommunikere. Hvis der var noget, jeg gerne ville have gjort endnu bedre i vores proces, så var det at have fokuseret endnu mere på kommunikation. Der har været nogle perioder, hvor vi har været så fordybet i opbygning og sådan noget, at vi ikke har haft overskud til at fortælle om det, vi gik og ombyggede, og så blev det pludseligt lidt mystisk, hvad vi gik og lavede på stationen.

Afstemme forventninger
Som i så mange andre sammenhænge handler det også om hele tiden at afstemme forventninger – både indbyrdes og med folk, der henvender sig, og med eksterne samarbejdspartnere som kommunen.
Der er mange, som kan se sig selv sådan et sted, og der skal man være meget klar på, hvad man har tænkt sig at lave, og hvilke visioner man har, og så finde ud af, hvad de folk, der henvender sig, forestiller sig.

3.3. Kulturhusets aftryk på samfundet

3.3.1. Socialt ansvar og sundhedsfremme
Flere af de interviewede kulturhuse fremhæver, at de gennem arbejdet med kulturen også arbejder med at løfte forskellige sociale eller sundhedsmæssige udfordringer. Undersøgelsen afdækker en række initiativer i kulturhusene, hvor kultur bruges som katalysator eller platform til eksempelvis integration af folk med forskellige etniske baggrunde, inklusion af sårbare unge, hjælp til hjemløse, bekæmpelse af ensomhed, beskæftigelse, demensvenlige tiltag, sundhedsfremmende tiltag og generel styrkelse af mental og fysisk trivsel.

Hele 37 % af kulturhusene har det som deres målsætning "At være et socialt tilbud – eksempelvis for nogle bestemte (udsatte) grupper" (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 19), og 28 % af de adspurgte kulturhuse svarer, at de arbejder med beskæftigelsestilbud (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 22) mens 18 % svarer, at de har ambitioner om at beskæftige sig med det (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 23).

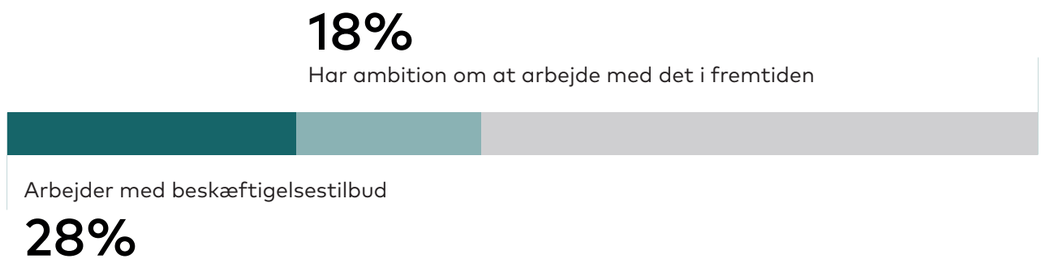
Et eksempel på den sociale ansvarlighed, som kulturhusene påtager sig, ses hos Underværket, der er en selvejende institution i Randers. Her har man decideret skrevet ind i vedtægterne for institutionen i formålsparagraffen, at man blandt andet skal fremme integration (vedtægter for Underværket, paragraf 2,2, august 2008). Daglig leder Poul Jeberg udtaler i den forbindelse:

> ***"Underværket er jo et sted for integration. Vi har nogle parametre, vi arbejder efter, hvor ét hedder integration – det vil sige, at en tredjedel af dem, der er i Underværket, er folk med anden etnisk baggrund."***
>
> **Poul Jeberg, Underværket**

En anden besvarelse i forbindelse med spørgeskemaundersøgelsen lyder: "Vi har et princip om minoritetsdesign, hvilket vil sige, at hvis et initiativ eller en gruppe ikke allerede findes på platformen, skal de have let adgang til en plads." (Respondent, spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 8).

Men hvad er det særligt kulturen kan i forhold til det sociale og sundhedsfremmende? Det har tre af de interviewede kulturhuse et bud på (se side 55).

Beskæftigelsestilbud



Model 20: Modellen viser andelen af kulturhuse, der arbejder med eller har ambitioner om at skabe gode fællesskaber og kreativ udfoldelse for udsatte borgere på kanten af arbejdsmarkedet, så de kan komme i gang med et arbejde og få en dagligdag.
Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 22 og 23.

Kultur og sårbare unge

Lone Jensen, der er daglig leder af Ungdomskulturhuset i Aarhus fortæller om deres erfaringer med arbejdet med sårbare unge:

"Vi tror på, at kulturen kommer først. For hvis man skal skabe et interessant hus, som de sårbare har lyst til også at gå ind i, så skal der jo ske noget, der skal være nogle ressourcestærke unge. Altså det skal også være sjovt og spændende at komme her, og der er kultur bare godt. (...) Og så har vi også fundet ud af, at der er rigtig mange sårbare unge, som er kreative. Vi kan se, at nogle af dem, som man i et offentligt system ville sige om: Hold da op, dem er der store problemer med, og hvordan skal vi kunne løfte dem videre i uddannelse og job? Dem har vi jo bare et pissegodt samarbejde med, og kan se, at de har nogle kanon-ressourcer, som de bringer ind i det her hus. Så de er jo lige pludselig ressourcestærke i kraft af, at de kan få lov til at leve deres kreativitet ud her."

Kultur som sammenbinder mellem sundhed og erhverv

Katrine Ahlstrøm Hellfritzsch, projektkoordinator for VitaPark i Odder, fortæller om deres arbejde med at skabe et kulturhus på tværs af sundhed, kultur og erhverv:

"Det, jeg synes, er spændende at gå i gang med at arbejde med, er at sætte kultur ind som det, der får sundhed og erhverv til også at mødes og udvikle sig og inspirere hinanden. Altså kultur kan gå ind og i højere grad skabe de her steder, hvor vi sammen kan mødes på tværs i huset. Så kultur ikke er noget, der sker helt afskåret eller sideløbende med de andre fagligheder og kompetencer, vi har her i huset, men at vi får skabt nogle ting, der i højere grad binder sammen."

Sundhedsafdeling på kulturhuset

Jeppe Skriver, der er daglig leder af SamBiosen på Samsø, som er et kultur- og idrætscenter, fortæller om deres ambitioner om tiltrækning af sundhedsafdelingen:

"Vores store vision er, at sundhedsafdelingen kunne komme herned at ligge. Fordi når man taler med andre mennesker, når man ser noget ny inspiration eller kultur, så bliver man gladere, og det spiller ind på hele ens gøren og laden, ens dårlige og gode vaner, ens måde at leve på. Der er selvfølgelig en masse lavpraktiske fordele ved, at en sundhedsafdeling og et kultur- og idrætscenter ligger sammen. (...) Hvis man er en sårbar person, så er det svært at starte nye relationer op nye steder. Hvis man mødes første gang her i sundhedsafdelingen, så er man allerede i gang med at blive en del af idrætscenteret eller kulturcenteret. Vi vil afstigmatisere hele det behandlingsområde og rykke sundhedsafdelingen ud af sygehusene, og i stedet rykke den herop. Vi tror på, at det mentale hænger sammen med det fysiske."

Flere af de interviewede peger således på kulturen som en løftestang for en social og sundhedsmæssig indsats. De fremhæver, at kulturen rummer et særligt potentiale, fordi den er forbundet med noget positivt samt fællesskabsskabende. Derfor bliver kulturhusene interessante og motiverende at involvere sig i. I forlængelsen af det er kulturhusene med til at skabe nogle rammer, hvor ressourcesvage kan transformeres til at være ressourcestærke. Kulturhusene kan dog ikke gøre det alene, og flere nævner, at det er vigtigt at kunne arbejde på tværs af fagligheder og offentlige afdelinger og forvaltninger inden for dette område – både praktisk og strategisk.

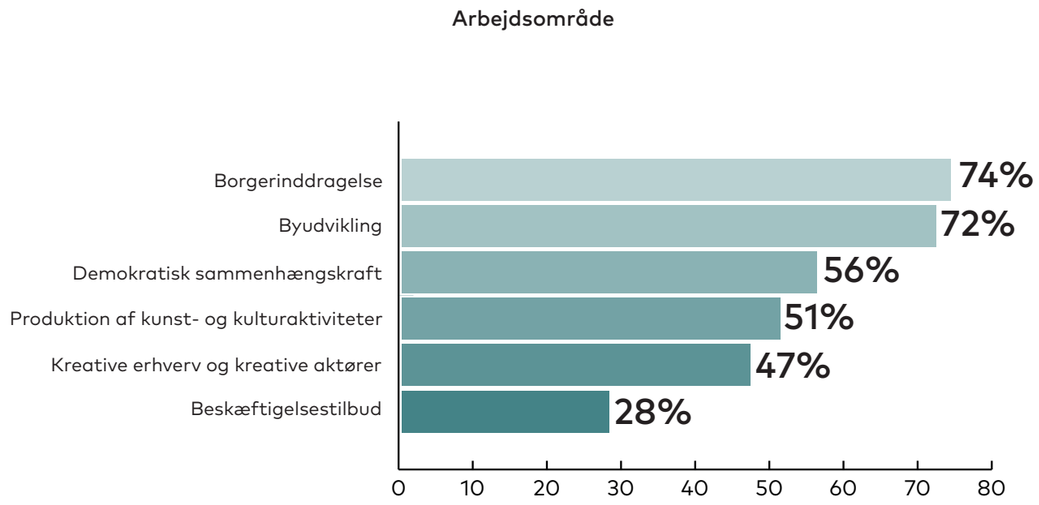
3.3.2. Kulturhusene som aktiv i byudvikling og bybranding

Kunsten, kulturen og kulturhusene bliver i højere grad italesat som strategiske aktører i byudviklingssammenhæng. 72 % af de adspurgte kulturhuse svarer, at de arbejder med byudvikling som en del af deres virke (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 22). Til sammenligning udgør "produktion af kunst og kulturaktiviteter" kun 51 %.

Flere af de adspurgte kulturhuse fortæller om, hvordan de gennem kunst og kultur indgår som samarbejdspartner eller initiativtager til decideret udvikling af byens fysiske pladser:

> ***"Et af vores parametre, som vi arbejder efter, er byudvikling. Derfor arbejder vi med skøjtebanen, og med projektet omkring Jens Otto Krags Plads (...) og derfor har vi også involveret os i at få nogle springvand genopsat (red. springvandet "Iguanbryderne" skabt af Randers kunstneren Niels Holm)."***
>
> **Poul Jeberg, Underværket**

Flere beskriver deres engagement i byens udvikling som et forsøg på, via kulturen, at generere positiv omtale af byerne og være med til at brande og markere byen eller området som et kulturelt aktivt sted.



Model 21: Kulturhusenes arbejde med forskellige strategiske områder og tematikker. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 22.

Underværket i Randers har ligeledes involveret sig i etableringen af Frøken Jensens Gård – et byrumsprojekt etableret i 2017 til ære for den folkekendte kogebogsskribent Kristine Marie Jensen. Poul Jeberg, der er daglig leder, fortæller om intentionerne med initiativet:

> ***"Altså idéen til projektet opstod, fordi Randers jo også skal have nogle positive historier engang imellem."***
>
> **Poul Jeberg, Underværket**

Flere af de interviewede kulturhuse fremhæver også, at det er deres oplevelse, at kulturen er en medvirkende faktor, når folk skal vurdere attraktiviteten i forhold til at bosætte sig eller i forhold til fastholdelse af beboere i et område.

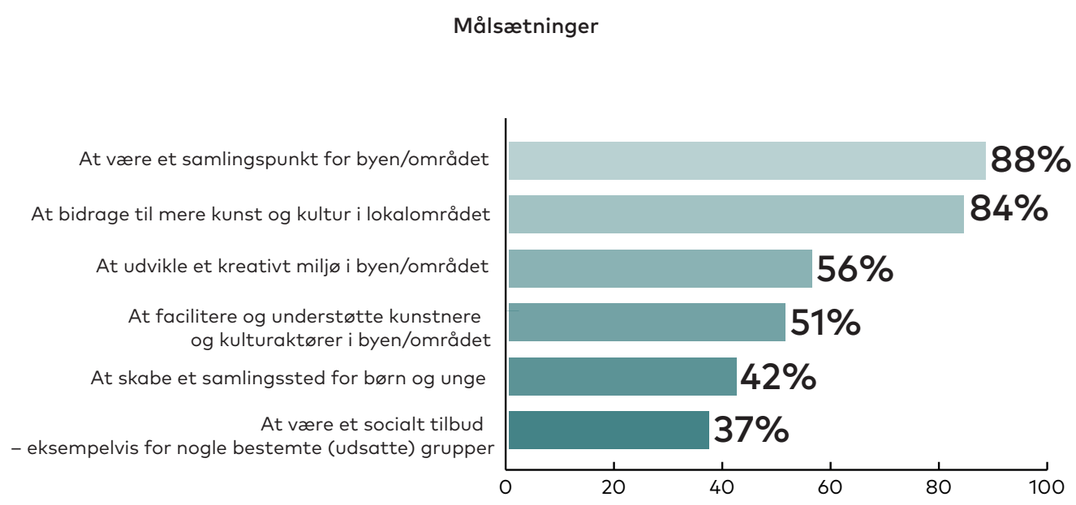
Anders Pedersen fra Station K fortæller:

> ***"Folk kommer hen til mig til arrangementer og siger, at de er flyttet til Langå, fordi de har hørt om Station K. Det er sådan ret vildt, at sådan nogle ting kan være den afgørende forskel, når man finder ud af, hvor man skal hen i landet."***

Og han uddyber:

> ***"Jeg oplever en bevægelse ud af de større byer – folk, der begynder at få børn og ikke har råd til at købe noget i storbyerne. Det kan vi mærke meget tydeligt på Station K. Mennesker, der har boet i København og Aarhus eller Vejle og Odense, som pludselig havner her, fordi der er smukt, eller de har familie her, eller det er billigt. De har jo stadig lyst til at få en god cortado og noget mikrobryg og noget god musik, så det hele ikke er byfest nede i fodboldklubben. Altså man tager jo sine vaner med, og det behov, tror jeg, er det, vi har ramt."***
>
> **Anders Pedersen, Station K**

Også Anton Bjerg fra DSI Generator i Ringkøbing vurderer, at de som kulturhus er med til at gøre det attraktivt at bo i området:



Model 22: Kulturhusene har markeret de målsætninger, som de arbejder med. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 19.

"Jeg ved ikke, hvor mange nye beboere, vi skaffer til området, men vi er nok en medvirkende faktor i, hvis folk bestemmer sig for at flytte et sted hen. De ser på, hvad der er af muligheder, og så tror jeg, det her er en af de muligheder, folk kigger efter. At der også sker noget. Vi har jo den friske luft og havet tæt på, men det er jo ikke nok i sig selv, men det, at der også er sådan nogle ting her, det er også med til at gøre det attraktivt. (...) Det er ikke med til at holde på folk, det vil jeg være ærlig at sige. Det er ikke fordi de unge mennesker – der bliver færdig på gymnasiet eller HTX – at de bliver i byen. Men det kan godt være en faktor i at sælge byen."

Anton Bjerg, DSI Generator

At kulturhusene har en rolle i forhold til at skabe et attraktivt lokalmiljø, er også noget, man er bevidste om i kulturhusene. Hele 88 % af de adspurgte kulturhuse svarer, at deres målsætning som kulturhus er at være et samlingssted for byen og området (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 19).

Det peger på, at kulturhusene har en stærk lokal forankring og bliver set som et aktiv i forhold til at skabe sammenhængskraft i området. Kulturhusenes betydning for lokalmiljøet og ikke mindst opbakning herfra understøttes også af, at kun tre af de adspurgte kulturhuse har nævnt, at deres største udfordring som kulturhus var "Kendskabsgrad i lokalområdet" eller "Opbakning fra lokalsamfundet" (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 25). Jeppe Skriver fra SamBiosen på Samsø beskriver den sammenhængskraft, som et kulturhus kan have, således:

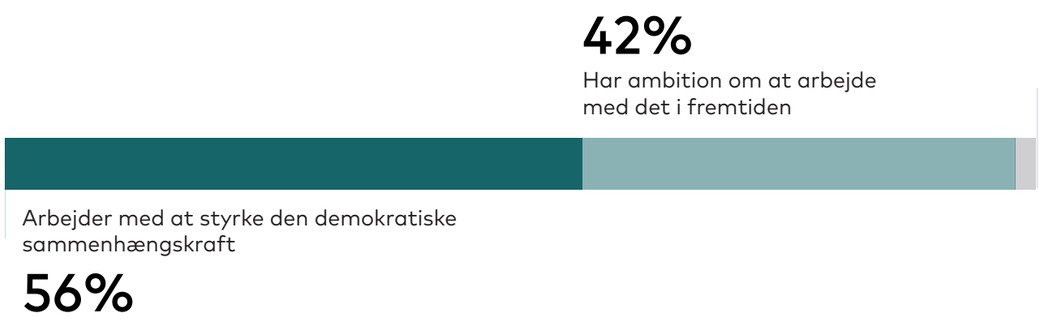
"Det samler os. Det giver os noget fælles at tale om at have et sted, der er vores alle sammens, og nogle arrangementer, der er store, og som vi alle sammen kan komme til. Det giver noget til alle samsinge, at vi har et fælles sted heroppe."

Jeppe Skriver, SamBiosen

3.3.3. Demokratisk deltagelse og nye deltagelsesformer

Deltagelse og udøvelse af demokratiske organiseringsformer er en væsentlig bestanddel af kulturhusenes virke. 74 % af de adspurgte kulturhuse fremhæver, at de arbejder med borgerinddragelse i deres arbejde som kulturhus, og knap 56 % fremhæver, at de arbejder med understøttelse af demokratisk sammenhængskraft – det vil sige at skabe rum for den demokratiske samtale, eksempelvis via politiske debat- og partimøder (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 22). Det sker blandt andet ved at huse forskellige foreninger. 30 % af kulturhusene mener, at det er deres primære aktivitet at huse møder for foreninger og lokale grupper, og 49 % mener, at det er en meget vigtig aktivitet (spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 4).

Demokratisk sammenhængskraft



Model 23: Modellen viser andelen af kulturhuse, der arbejder med eller har ambitioner om at skabe rum for den demokratiske samtale – eksempelvis via debat- og partimøder. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 22 og 23.

Ud over at huse forskellige foreninger og organisationer fortæller de interviewede kulturhuse, at de arbejder med flere forskellige organiseringsformer, der på forskellig vis skaber involvering og deltagelsesmuligheder. Det ses blandt andet i kraft af brugerråd, involvering af frivillige eller brugerrepræsentanter i bestyrelserne (Jf. afsnittet "Organiseringsmodel", side 24 og afsnittet "Frivillighed", side 37).

Samtidig ses der også en tendens til, at der opstår og undersøges nye deltagelsesformer, som er mere dynamiske og mere handlingsorienterede.
Lone Jensen fra Ungdomskulturhuset i Aarhus beskriver, at der er behov for at tænke i nye måder at samles og involvere på:

"Jeg tror, at for unge, der bliver det der med at melde sig ind i en forening for uoverskueligt. De kan ikke rigtig se, hvad de kan bruge det til. Det er egentligt federe, at man bare kan falde ind ad en dør, og så kan man gå i gang med at lave et eller andet. Man skal ikke først meldes ind og registreres og indbetale kontingent og have vedtægter stukket i hånden. Her kan de bare falde ind ad døren, og så kan de sådan set involvere sig på alle de planer, de har lyst til. Det, tror jeg, er et skifte, der er sket i forhold til alle de foreninger, man har fået oprettet rundt omkring."

Lone Jensen, UKH

I Ungdomskulturhuset har man taget konsekvensen af den udfordrede foreningskultur og arbejder med en anderledes organiseringsform kaldet do-orcracy, hvor fokus er på deltagelse gennem handling:

"Vi har ikke et brugerråd, men vi holder husmøder en gang om måneden. Her er alle velkomne til at møde op, og dem der møder op, de bestemmer. Det er do-ocracy i stedet for et demokrati. Som en af de unge sagde: 'I stedet for bare at være passivt medlem af en forening, hvor du skal sætte et kryds engang imellem, så stemmer du her, ved at bruge dine fødder og møde op.'"

Lone Jensen, UKH

Også på Station K i Langå har man brudt op i det traditionelle bestyrelsesarbejde og forsøger at bevare en flad organisationskultur – selv i bestyrelsen:

"Vores bestyrelse er ligesom opstået af den gruppe af ildsjæle, som mødtes gennem et par år (inden vi fik adgang til huset). Vi var en gruppe, der mødtes om en interesse og drømte om, hvad man kunne lave, og det krævede jo ikke nogen ledelse. Men ligeså snart, man har en bestyrelse, og har noget drift, så er der brug for en eller anden form for ledelse. Men vi har så valgt indtil videre at fortsætte sådan, som vi startede med en flad struktur. Det vil sige, at der er ingen, der udsender dagsordener til bestyrelsesmøder. Dem, der har noget på hjerte, sender deres punkter ud, og så kan andre tilføje."

Anders Pedersen, Station K

Definition af do-ocracy

En organisationsstruktur, hvor individer vælger roller og opgaver til dem selv og fører dem ud i livet.
Kilde: Urban Dictionary - www.kortlink.dk/25nev

Kulturhusene fokuserer således ikke kun på at være et sted for elitær kunstnerisk udfoldelse eller et sted, hvor man primært kommer som publikum. De anser i høj grad deres rolle for at være involverende og skabe mulighed for deltagelse.

4 gode råd til involvering af unge

fra Lone Jensen, Ungdomskulturhuset i Aarhus

Man skal have tillid til de unge, og man skal give dem ansvar.
Det kan virkelig godt betale sig. Så får man nogle unge, der gider engagere sig, og man får også et levende hus.

Inviter dem ind i et reelt samarbejde.
Det handler om, at man lytter, og at man siger ja til hinanden og til de idéer, der kommer.

Stol på, at alle gør deres bedste.
Selvfølgelig er der nogle svipsere indimellem – men så lærer man af dem, og bliver klogere sammen.

Gentænk, hvordan du er sammen med de unge.
Gentænk, hvad din roller er. Gentænk, hvad du kan bidrage med, og hvorfor du skal bidrage. Gentænk om det er mig, der skal blive ved med at være her eller om, der er behov for nye mennesker på pinden.

3.4. Internationalt og nationalt samarbejde

3.4.1. Internationalt samarbejde

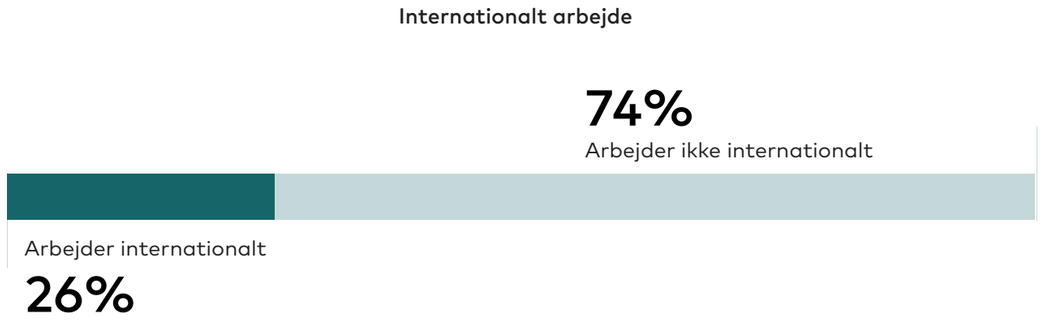
At drive kulturhus består i at skabe en platform for udveksling på tværs af forskellige kulturaktører. Men hvordan står det til med udvekslingen på tværs af kulturhuse og på tværs af landegrænser? Godt hvert fjerde kulturhus (26 %) arbejder allerede internationalt med for eksempel samarbejdspartnere i andre lande eller ved at indgå i internationale projekter eller internationale netværk. Dermed er kulturhusene i Region Midtjylland ikke kun lokalt orienterede, selvom flere har en stærk lokal forankring (jf. afsnittet "Kulturhusene som aktiv i byudviklingog bybranding", side 56).

Der synes også at være en velvillighed og interesse i internationale partnerskaber selv hos dem, som i dag ikke indgår i decideredе samarbejder internationalt. Flere af de kvalitative interviews giver udtryk for, at det kan give mening at orientere sig internationalt.

Noget af de gevinster, der lægges vægt på ved de internationale kontakter er, at det afstedkommer internationale samarbejder og sparringspartnere, der kan være med til at give et udsyn og netværk, som kan højne kulturinstitutionernes kvalitets- og vidensniveau.

Men det kan være en udfordring at finde de gode internationale samarbejdspartnere. Særligt hvis man, som flere kulturhuse giver udtryk for, har begrænsede mandetimer, kræver det en skarp prioritering af, hvilke netværk, man skal kaste sine ressourcer efter.

Blandt kulturhusene ses både eksempler på internationale samarbejder, der er iværksat i kraft af formaliserede ledelsesstyrede samarbejder kulturhusene imellem, og der ses eksempler på inter-



Model 24: Modellen viser andelen af kulturhuse, der arbejder internationalt med samarbejdspartnere, i projekter, i netværk eller på anden vis.
Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 24.

Stations K's erfaringer med internationalt samarbejde

Anders Pedersen, Station K

Selvom man er man lokalt funderet, kan man godt orientere sig internationalt, mener Anders Pedersen fra Station K i Langå:

"Vi er jo meget lokalt forankret samtidig med, at vi tænker os selv som et internationalt sted."

Bare fordi et kulturhus er placeret udenfor de større byer er det ikke ensbetydende med, at man oplever sig mere afskåret fra en international kulturscene – tværtimod fortæller Anders Pedersen, der, ud over sin frivillige funktion som Stationsforstander på Station K, også er professionel udøvende musiker:

"En af de grunde til, at jeg selv flyttede til Langå var, at det er en stationsby, hvor der er direkte forbindelse til Kastrup. For det har jeg brug for i mit professionelle liv. Jeg synes ikke, at Langå er en forstad til Aarhus eller Randers. Jeg synes, det er en centralt placeret by i Danmark, hvor der er smukt og billigt at bo. Jeg tænker ikke specielt meget på, hvad der foregår i Randers eller Viborg. Jeg tænker lige så meget på, at det kun tager fire timer at komme til Hamborg, for der er også direkte forbindelse med tog."

Lige såvel som kulturhusenes brugere kan rejse ud i verden, ses bevægelsen også den anden vej, når man som kulturhus tiltrækker internationale brugere og gæster. Det ses eksempelvis i den musik, der præsenteres på Station K, og som i høj grad tiltrækkes i kraft af et personligt netværk:

"De koncerter, vi præsenterer, er for eksempel mange internationale navne. Så vi præsenterer også ting, som man ikke ville opleve i de nærmeste storbyer. Vi har koncerter, som ikke engang er i Aarhus og Randers og Aalborg."

Ungdomskulturhusets erfaringer med internationalt samarbejde

Lone Jensen, Ungdomskulturhuset

For Ungdomskulturhuset i Aarhus giver det god mening at søge internationale samarbejder fortæller Lone Jensen:

"Vi vil jo rigtig gerne ud og snuse til det udenlandske, fordi det giver bare mega-god mening. Jeg håber det er noget, vi kommer i gang med."

Men det kan være udfordrende at finde de rigtige samarbejdspartnere til et internationalt projekt:

"Jeg synes, det har været svært at finde ud af, hvilke netværk vi skal kaste ressourcer i, fordi vi har så få ressourcer, som vi har. (...) Jeg synes, det er svært at finde ud af, hvem de gode samarbejdspartnere er derude. For vi skal jo ikke bare gå ind og lave et samarbejde bare for at lave noget, det skal jo være givende."

Derfor giver det ifølge Lone Jensen god mening at benytte sig af nogle eksisterende netværk og samarbejdsaftaler. I Aarhus Kommune har man eksempelvis indgået en samarbejdsaftale med Manchester og Aalborg Kommune og den forsøger man i Ungdomskulturhuset nu at byde ind på:

"Vi er for eksempel gået ind i et samarbejde med Aarhus Volume, Musikskolen med flere, i forhold til at lave en ansøgning til at lave noget udveksling med Manchester og Aalborg. Det er rapmusik, der er fokus på der. Det er otte mennesker, der skal sendes på residency i de tre byer for at lave noget musik sammen. (...) Fordi vi har en idé om, at de kan noget i Manchester i forhold til at stille de unge i front."

Det internationale arbejde kan desuden styrkes af, at nogle kulturhuse også har brugere med international baggrund eller internationale kontakter. Lone Jensen fortæller om deres brugere:

"Vi har rigtigt mange internationale unge, der bruger huset også. Vi har fået en gruppe ind, som lejer et lokale her, som har fokus på at skabe netværk mellem de ungemiljøer, der er i Aarhus, men også internationalt."

nationale samarbejde, der er initieret af kulturhusets brugere og et personligt netværk og engagement der går på tværs af landegrænser. Den internationale profil og det internationale udsyn kan således også opstå i kraft af kulturhusenes brugergrupper eksempelvis i kraft af udvekslingsstuderende eller folk, der er flyttet hertil fra udlandet. Endelig kan den internationale dimension også dyrkes i kraft af gæstende kunstnere fra udlandet. Lige såvel som internationale kunstnere hentes ind til kulturhuset, sker der også en bevægelse den anden vej, hvor kulturhusets aktører rejser til udlandet for at promovere eller udøve deres kunstneriske virke.

En international orientering er ikke kun noget, der kendetegner kulturhusene i de større byer i regionen, vidner de kvalitative interviews om. Det internationale perspektiv kan måske netop være med til at udfordre den gængse opfattelse af, hvad der er provins, og hvad der er metropol – særligt når det gælder kulturmiljøet.

Men at arbejde internationalt er ikke nødvendigvis uproblematisk, når det gælder større EU-projekter. Erfaringerne fra kulturhuses involvering i EU-projekter peger på, at det kan være forbundet med meget bureaukrati og tunge arbejdsgange. For flere kulturhuse kan udfordringen være forstærket af, at der ikke er mange medarbejdere til at løse opgaven omkring afrapportering, og at en leder eller kulturhuskoordinator (jf. afsnittet "Kulturkoordinatoren som blæksprutte", side 48) for eksempel ofte har meget forskelligartede forpligtelser, der fortsat skal løses sideløbende med et eventuelt EU-projekt.

En måde at imødekomme den udfordring er at lave nogle samarbejdsaftaler, der kobler sig op på nogle eksisterende samarbejder. Hos Ungdomskulturhuset i Aarhus forsøger man at udnytte en eksisterende samarbejdsaftale på kulturområdet indgået mellem Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Manchester. Større samarbejdsaftaler med et internationalt fokus kan således være en platform, som kulturhusene kan koble sig op på. Aftalerne kan bane vejen for etablering af nogle kontakter, og de kan være med til at synliggøre nogle muligheder ved at udbrede kendskabet til andre byer og landes styrker inden for kultur og kunst.

Samarbejdsaftale mellem Aarhus, Aalborg og Manchester

De tre byer underskrev den 25. februar 2019 en samarbejdsaftale (MoU), som har til formål at:

- **Understøtte udvikling af kunst- og kulturprojekter mellem institutioner i Manchester, Aalborg og Aarhus**
- **Understøtte fælles kommissionering af kunst- og kulturprojekter**
- **Understøtte kunstnerophold og udveksling**
- **Understøtte vidensudveksling mellem institutioner**

Samarbejdsaftalen mellem de tre byer ønsker at fokusere kultursamarbejdet inden for særligt tre temaer:

- **Kultur og sundhed**
- **Børne- og ungdomsarbejdet**
- **Byudvikling og design**

Kilde: Samarbejdsprojekter med institutioner i Manchester - www.kortlink.dk/25ngq

Underværkets erfaringer med internationalt samarbejde

Poul Jeberg, Underværket

At det internationale samarbejde kan være givende er Underværket i Randers et godt eksempel på. Kulturhuset blev i sin tid startet i kraft af EU-projektet Urban Pilot Project. Poul Jeberg, der er daglig leder af Underværket og initiativtager til projektet, fortæller om opstarten:

"Der kom et projekt, der hed Urban Pilot Project, og det søgte vi i 97/98. Og så fik vi 17 mio. af EU. Og hvor der er penge, kommer der altid flere til, så vi fik også 5 mio. af By- og Boligministeriet. Så vi havde 22 mio., og det er faktisk det, vi har bygget og igangsat for. (...) Vi havde nogle partnere i Europa. Vi havde blandt andet Tacheles (red. Kunsthaus Tacheles) fra Friedrichshain i Berlin. Det er sådan meget Christiana-agtigt, måske endda vildere, men de har en fed tilgang. Der lærte jeg også nogle ting om at have med mennesker at gøre og at have med livet at gøre. En anden partner var i Bruxelles, Recyclart, som eksisterer den dag i dag."

Dermed vidner Underværket også om de langstrakte effekter, der kan være i at indgå i et EU-projekt og -samarbejde. For Underværket muliggjorde projektet finansiering af køb og ombygning af de bygninger, der i dag udgør en basis for kulturhusets lejeindtægter. Derudover har man også fået meget andet med fra EU-projektet:

"Vi har fået nogle gode kontakter. Vi har fået indblik i, hvordan andre kunne udvikle idéer samtidig med, at vi udviklede vores. (...) Det var sjovt at komme ud, og det er sjovt at snakke sammen. (...) Så det var sjovt på mange måder også at få nogle intellektuelle input og kulturinput fra forskellige aktører."

Men trods de store gevinster ved det internationale samarbejde skal man ikke kimse af, at det kræver en hel del arbejde, at indgå i et EU-projekt, fortæller Poul Jeberg:

"Jeg har ikke været i et EU-projekt siden 97/98, hvor vi startede, og jeg står ikke lige på tæerne for at involvere mig i et, for det sluger al energi ud af dig i rapporter, skriverier og økonomi. Der er mange af de der bestemmelser, hvor det dræber rigtig meget, fordi folk går død i det. Det synes jeg er synd."

3.4.2. Nationale netværk

Ud over de internationale samarbejder og netværk findes der også særligt tre nationale netværk, som henvender sig til kulturhuse: Danske Koncert- og Kulturhuse, Kultur Netværk Danmark og Kulturhusene i Danmark. Undersøgelsen her viser, at hele 81 % af respondenterne ikke benytter sig af nogle af de pågældende nationale netværk for kulturhuse (jf. model 25 på side 66). Knap 19 % er medlem af Kulturhusene i Danmark, som er et netværk af 92 danske kulturhuse, medborgerhuse og aktivitetshuse. Blandt de 19 %, som er medlem af Kulturhusene i Danmark, er knap en fjerdedel også medlem af Kultur Netværk Danmark (svarende til knap 5 % af de samlede respondenter).
Til gengæld er de fleste adspurgte kulturhuse i regionen med i en række andre netværk. 63 % svarer, at de er medlem af et andet netværk, som de bruger til udveksling af erfaringer eller til samarbejde om projekter.

Kigger man nærmere på listen over de netværk, som kulturhusene oplyser, de er medlem af, er de kendetegnet ved primært at være lokale netværk eller branchespecifikke netværk inden for én kunstart.
Men de begrænsede medlemskaber af de nationale netværk skyldes ikke nødvendigvis mangel på interesse i vidensdeling på tværs af kulturhusene. Jeppe Skriver fra SamBiosen på Samsø fortæller om deres behov for netværk:

> *"Et netværk på tværs af kulturhuse kunne være rigtig godt for mange af os herovre. Også for at se, hvordan gør man andre steder. Hvad er det for et 'benefit', det kan give at have sådan et kulturhus for lokalområdet. Og det kunne være interessant både for mig, men også for kommunalpolitikerne."*
>
> **Jeppe Skriver, SamBiosen**

Inspiration udefra er også noget, man gør brug af i kulturhuset Gudenåcentret i Bjerringbro. Her er det ikke politikere eller medarbejdere, men primært den brugergruppe, som er sammensat af repræsentanter fra husets største grupper af brugere, som tager afsted sammen med kulturhusets kulturkoordinator:

Underværket blev startet som et EU-udviklingsprojekt – Urban Pilot Project

Urban Pilot Project var et program under EU, der blev lanceret i 1996 med det formål at adressere forskellige udfordringer for byerne i Europa inden for for eksempel trafik, affaldshåndtering, forladte bygninger og økonomisk tilbagegang. Ambitionen var at igangsætte pilotprojekter, der kunne tjene som foregangseksempler på bæredygtig udvikling og styrkelse af borgernes livskvalitet.

Underværket blev udvalgt som ét af 26 projekter ud af i alt 503 ansøgere til Urban Pilot Project. Fokus i projektet var at forbedre beskæftigelsen for marginaliserede borgere i den del af Randers, hvor antallet af etniske minoriteter og flygtninge uden for arbejdsmarkedet var særligt høj. Målet var at etablere et nyt regionalt center for kunst og kunsthåndværk ved at samle multikulturelle aktiviteter skabt af kunstnere med både dansk baggrund og anden etnisk baggrund.

Underværket indgik i et netværk af internationale partnere, blandt andet det daværende Kunsthaus Tacheles i Berlin og det stadig eksisterende Recyclart i Bruxelles.

Kilde: The Urban Pilot Programme - www.kortlink.dk/25ngk

"Hvert andet år er vi (red. brugergruppen) ude at besøge andre kulturhuse i andre kommuner for at søge inspiration og høre om, hvordan man gør andre steder, og hvad er det for nogle erfaringer, de har."

Dagny Vistisen, Gudenåhuset

Netop brugerne kan også være netværksskabende. Netværket behøver ikke være et formaliseret netværk på tværs af ledelsen af kulturhuse. Netværk er også interessant, når det opstår på tværs af brugergrupper fra de forskellige kulturhuse. De kvalitative interviews peger på, at der søges inspiration og vidensdeling gennem selvorganiseret udveksling. Et eksempel på et afsæt til en sådan netværksskabelse ses hos Ungdomskulturhuset i Aarhus:

"Vi havde en håndfuld unge, som sidste mandag var ude at besøge Rampen i Ebeltoft. Der tog de ud, fordi nu ville de besøge nogle ungdomskulturhuse her i regionen. Det har der været snak om i flere år, og det er bare aldrig blevet til noget, men nu var der så nogle unge, der så lige selv tog teten – superfedt, afsted med dem! Så begynder de jo at bygge nogle netværk. Det synes jeg er meget mere interessant, end når det er os gamle hoveder, der bygger netværkene."

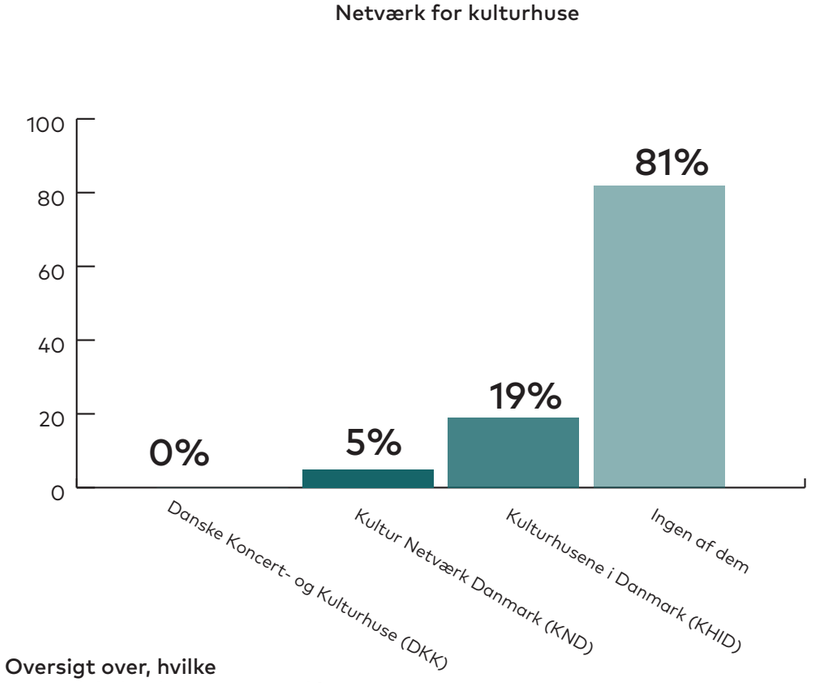
Lone Jensen, UKH

I VitaPark i Odder, hvor man arbejder i krydsfeltet mellem kultur, sundhed og erhverv, har man også erfaring med, at netværk – både internationalt og nationalt er noget, der sker i kraft af husets brugergrupper og forskellige afdelinger. P.t. er man i VitaPark i gang med at gentænke stedets funktion og organisering, og har i den forbindelse også fokus på, hvordan man kan udvikle det potentiale:

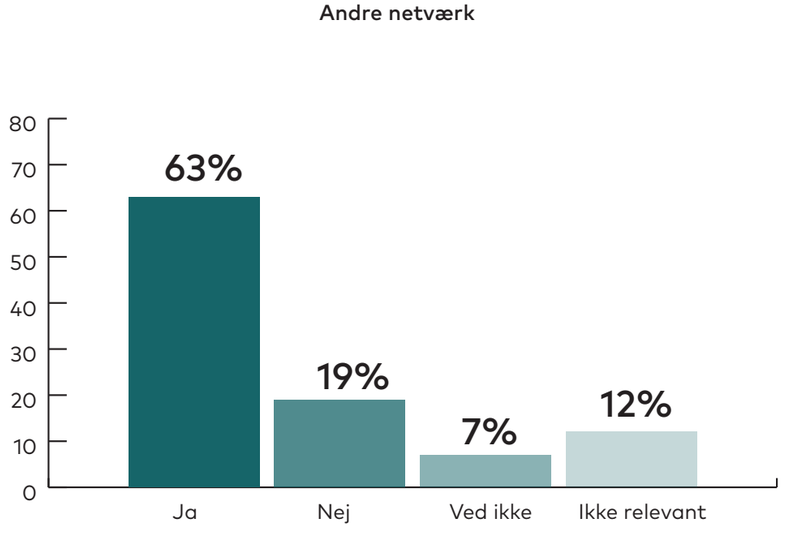
"I vores iværksætterorgan har vi rigtig mange mennesker igennem, som kommer her fra hele Danmark, og som bruger faciliteterne – for eksempel Kulturkøkkenet til arrangementer. Vi har også vores børneteater her, som jo faktisk er meget anerkendt og arbejder meget i Asien. De er i gang med at lave nogle nye faciliteter i Odder, som et udviklingscenter for børneteater, der skal fungere som forbindelse til Asien. Og så har vi selvfølgelig vores sundhedsorganer – altså Sundhed og Omsorg i Odder Kommune, der faciliterer forskellige nationale projekter, som trækker folk til VitaPark fra andre dele af Danmark. Så ude i afdelingerne ligger der en masse aktivitet, som går på tværs af Danmark, og som også trækker lidt ud over grænserne. Men som organisationen VitaPark skal vi også ind og arbejde med, hvad vi som samlet organisation kan lokalt, nationalt og internationalt. Altså skabe en større sammenhæng på de tre niveauer."

Katrine Ahlstrøm Hellfritzsch, VitaPark

Selvom størstedelen af kulturhusene i regionen ikke er medlem af nogle organiserede netværk for kulturhuse, er det dermed ikke ensbetydende med, at de ikke er medlem af andre netværk inden for kulturområdet. Ligeledes peger de kvalitative interviews også på, at der søges inspiration og vidensdeling gennem selvorganiseret udveksling eller gennem de netværk, som kulturhusenes brugere indgår i.



Model 25: Oversigt over, hvilke nationale netværk kulturhusene er med i. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 20.



Model 26: Involvering i andre netværk end nationale netværk for kulturhuse. Spørgeskemaundersøgelse, spørgsmål 21.

DEL 4
ARKETYPER AF KULTURHUSE

Fællessang, Station K, Langå

DEL 4: Arketyper af kulturhuse

Undersøgelsen viser, at der er en stor spredning blandt kulturhusene, når man kigger på deres økonomiske finansieringsmodeller, deres antal af ansatte medarbejdere, antal tilknyttede frivillige, deres organiseringsform og deres fysiske størrelse. Det betyder også, at der er stor variation i forhold til de præmisser, hvorpå der drives kulturhus i regionen.

For at kunne tage højde for de forskelligheder, er der på baggrund af undersøgelsen udviklet fem arketyper af kulturhuse. Arketyperne er i sagens natur ikke sammenlignelige med de unikke profiler, som de enkelte kulturhuse har, men hensigten er at kategorisere nogle grundlæggende typer af kulturhuse i kraft af en række sammenlignelige karakteristika og præmisser for at drive kulturhus.

De fem arketyper er: Institutionen, Foreningshuset, Multihuset, Produktionshallen og Arenaen.

Arketyperne er tænkt som et værktøj for netop at kunne nuancere debatten om kulturhusenes fremtidige virke, fremfor at tale om kulturhuse over en bred kam, eller fremfor at tale ud fra det gennemsnitlige kulturhus.

De fem arketyper af kulturhuse forholder sig primært til kulturhusenes:

- Størrelse (fysisk, antal medarbejdere, antal frivillige)
- Finansieringsmodel
- Organiseringsform
- Mission

Til hver af de fem arketyper er der desuden udviklet en skala med en række parametre. Hvert parameter har et sæt modpoler. De forskellige kulturhuse befinder sig forskellige steder på skalaen alt efter deres organisering og fokus.

Skalaer:

Professionel ⟷ Hobbybaseret
Producerende ⟷ Formidlende
Enkelt disciplinært ⟷ Multidisciplinært
Kommerciel ⟷ Not for Profit

Arketype: Institutionen

Kendetegn:
- Stor størrelse i m²
- Et større antal ansatte medarbejdere
- Primært offentligt finansieret
- Typisk offentligt ejet institution
- Varetager ofte andre offentlige funktioner end alene kulturproduktion og -formidling såsom biblioteks- eller borgerservicefunktioner
- Typisk mere regionalt orienteret end helt lokalt

Beskrivelse:
Institutionen er kendetegnet ved ofte at være drevet af professionelle kulturformidlere, der som deres primære beskæftigelse arbejder med at koordinere kulturen og de forskellige bruger- og aktørgrupper i huset. Institutionen er ofte kommunalt ejet og har sin primære indtægtskilde fra offentligt tilskud. Institutionen har primært fokus på formidling af kultur fremfor selv at producere, eksempelvis ved at indkøbe foredrag, koncerter eller teaterforestillinger eller via udlån af bøger. Men den kan i kraft af sin størrelse også rumme forskellige foreninger og borgergrupper.

Styrker:
Institutionen har ofte sikret en forholdsvis solid økonomi i kraft af et offentligt driftstilskud. Institutionen er typisk profileret som et kulturelt fyrtårn lokalt og regionalt.

Udfordringer:
Den tætte tilknytning til det kommunale og en vis kapacitet af ansatte afstedkommer, at institutionen kan opleves bureaukratisk, og at der kan opleves at være langt fra tanke til handling.

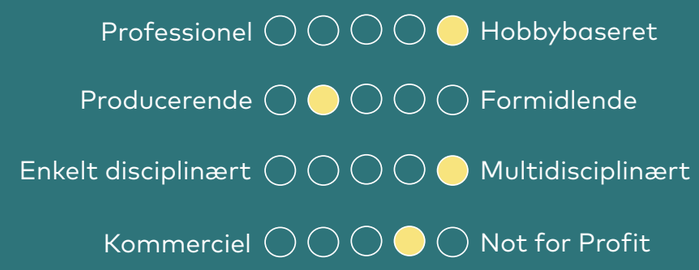
Arketype: Foreningshuset

Kendetegn:
- Har rødder tilbage til de gamle forsamlingshuse
- Ofte organiseret som en forening med en aktivt arbejdende bestyrelse
- Ofte kommunalt tilskud til drift eller lokaleleje
- Udpræget lokalt orienteret
- Fokus på kultur som hobbyvirksomhed
- Ofte aktivitet på ugentlig basis
- Medlemsbaseret og brugerstyrede aktiviteter

Beskrivelse:
Foreningshuset udspringer ofte af de gamle forsamlings- eller aktivitetshuse. Foreningshuset huser en række forskellige kulturforeninger, der på ugebasis tilbyder aktiviteter til deres medlemmer. Foreningshuset er ofte drevet alene af frivillige.

Styrker:
Foreningshuset er typisk solidt lokalt forankret, og der er et stort ejerskab til stedet fra stedets brugere.

Udfordringer:
Foreningshuset er afhængig af de frivillige, der driver det. Derfor er det sårbart, hvis de frivillige skulle miste interessen. Den foreningsdrevne organisering kan betyde, at interessefællesskaberne holder sig til sig selv, og ikke fokuserer på fællesskabsskabende aktiviteter på tværs af foreningerne i huset.



Arketype: Multihuset

Kendetegn:
- Blander genrer – for eksempel kunst og idræt eller kunst og sundhed
- Er meget defineret af de faciliteter, stedet tilbyder
- Rummer både hverdagsaktiviteter og større events/arrangementer
- Rummer ofte også daglige brugere
- Har udlejning af lokaler samt møder/konferencer som en væsentlig del af sin forretningsmodel
- Er ofte bygget til formålet
- Stor størrelse i m²
- Caféen er ofte en central facilitet i multihuset

Beskrivelse:
Multihuset er et kulturhus der rummer kultur meget bredt forstået, og ofte i samspil med andre funktioner eller fagligheder for eksempel sundhed, idræt eller uddannelse. Multihuset er typisk bygget i 90'erne eller senere, og er i sagens natur bygget til formålet; at huse flere forskellige funktioner. Multihuset ses i flere forskellige organiseringer – både som kommunalt drevet, som forening og som selvejende institution, men ofte er der en bestyrelse eller styregruppe tilknyttet. Til multihuset er der tilknyttet en daglig leder, der koordinerer aktiviteterne. I multihuset kan du gå til både billedkunst og badminton, ligesom huset præsenterer større events og arrangementer udefra.

Styrker:
Bliver hurtigt byens mødested, da der samles flere funktioner her og dermed flere mennesker.

Udfordringer:
Udlejning er ofte en væsentlig del af finansieringsmodellen, og da faciliteterne er mange og huset stort, kræver det ofte både en del økonomi og en hel del tid at varetage de funktioner.

Arketype: Produktionshallen

Kendetegn:
- Er typisk af nyere dato
- Rummer faciliteter for professionelt udøvende kunstnere og kreative eller "upcoming" aktører
- Har fokus på kunst- og kulturproduktion
- Er kunstnerdrevet
- Rummer specialiserede faciliteter til kulturproduktion

Beskrivelse:
Produktionshallen er et kulturhus, der primært har fokus på at skabe professionelle rammer til kunstnere eller kreative iværksættere, som arbejder ambitiøst og professionelt med kunst- og kulturproduktion – enten fordi kunst og kultur er en del af deres fuldtidsbeskæftigelse eller fordi de er en del af et vækstlag, der aspirerer til at kunne leve af deres kunst og kultur. Produktionshallen ses i flere organiseringsformer – både som kommunalt drevet og som frivillig drevet.

Styrker:
Producerer kunst og kultur af høj kvalitet.

Udfordringer:
Fordi fokus er så meget på produktionen af kunst og kultur kan produktionshallen komme til at lukke sig om sig selv og synes selvtilstrækkelig, hvis der ikke arbejdes med også at præsentere og fremvise den kunst og kultur, der produceres.

Professionel	● ○ ○ ○ ○	Hobbybaseret
Producerende	● ○ ○ ○ ○	Formidlende
Enkelt disciplinært	○ ● ○ ○ ○	Multidisciplinært
Kommerciel	○ ● ○ ○ ○	Not for Profit

Arketype: Arenaen

Kendetegn:
- Indeholder en scene eller sal
- Præsenterer kultur og kunst på turné
- Har ofte en opkøber eller en booker tilknyttet
- Har en finansieringsmodel, der er afhængige af billetindtægter eller udleje
- Har ofte flere frivillige tilknyttet som hjælper med afvikling af events

Beskrivelse:
Arenaen er ikke nødvendigvis et stort eventsted, men er billedet på et 'venue', et sted med gode faciliteter i forhold til at præsentere kulturelle arrangementer og events i kraft af for eksempel en scene, en koncertsal, et konferencerum, en biograf eller lignende. Omdrejningspunktet for kulturhuset er at præsentere professionelt producerede kulturelle events for offentligheden spredt ud over en sæson og formidlet via en arrangementskalender. Arenaen har ofte en booker eller opkøber ansat til at koordinere og indkøbe arrangementer eller events, men trækker på en gruppe af frivillige i forhold til at afvikle arrangementerne.

Styrker:
Har ofte en stærk frivillighedskultur, hvor de frivillige samles om at få en fælles oplevelse.

Udfordringer:
Den lokale forankring sker typisk i kraft af de frivillige, og ofte kan det være svært at skabe synergi mellem den kultur, der er 'på besøg' til et enkelt arrangement, og den kultur, der udøves blandt de lokale.

Professionel	○ ● ○ ○ ○	Hobbybaseret
Producerende	○ ○ ○ ● ○	Formidlende
Enkelt disciplinært	● ○ ○ ○ ○	Multidisciplinært
Kommerciel	● ○ ○ ○ ○	Not for Profit

DEL 5
HANDLE-
MULIGHEDER

Afslutning på Rethink Aarhus2017,
iscenesætter Dina Hamdan, Hvide Sande

DEL 5: Handlemuligheder

I det følgende præsenteres en liste med 15 situationsbeskrivelser og 31 forslag til handlemuligheder, som undersøgelsen peger på kunne gavne kulturhusenes udvikling. Handlemulighederne er en række opmærksomhedspunkter med udgangspunkt i de udfordringer og muligheder, som undersøgelsen har belyst. Handlemulighederne er ikke en prioriteret liste, men er tænkt som et inspirationskatalog. Handlemulighederne henvender sig både til regionen, kommunerne og kulturhusene selv. De kan danne baggrund for en videre diskussion eller tjene som inspiration til igangsættelse af nye tiltag. Initiativretten til at handle på mulighederne er hermed givet fri.

Finansiering og organisering af kulturhusene

1. Organiseringsmodel

Situation:

Kulturhusene skal ofte skabe en organisering, der stiller rammer til rådighed for husets forskellige brugere, men uden nødvendigvis at kunne diktere deres arbejdsindsats. Derfor bliver værktøjer som frivillighed, inddragelse og motivation nogle af de vigtigste styringsredskaber for organiseringen af et kulturhus.

Handling:

- **Vidensdeling på tværs af kulturhusene omkring, hvordan man aktivt inddrager brugerne i organiseringen af kulturhuset, for eksempel gennem brugerråd, involvering af frivillige eller brugerrepræsentanter i bestyrelserne.**
- **Rådgivning til nye kulturhuse (og eventuelt gamle) omkring at finde den rette organiseringsmodel til deres profil og formål. Man kunne kalde det et slags serviceeftersyn: Har vi den rette organiseringsmodel til at opnå vores formål?**
- **Udarbejdelse af en håndbog eller guide til den gode organisering af kulturhuset. Guiden kan ses i forlængelse af de statslige publikationer omkring god ledelse af kulturinstitutioner (se for eksempel "God ledelse i selvejende kulturinstitutioner" LINK: www.kortlink.dk/25nhv eller "Anbefalinger for god ledelse af større kulturprojekter" LINK: www.kortlink.dk/25nhw), men tilpasset kulturhusenes genre og størrelse.**

2. Den aktive bestyrelse

Situation:

Bestyrelserne og bestyrelsessammensætningen er en væsentlige faktor for kulturhusets succes. I mange tilfælde er der tale om arbejdende bestyrelser, der blandt andet aktivt arbejder med at sikre sponsorer, fungerer som kasserer, plejer samarbejdet med kommunen eller udvikler visioner og strategier for kulturhuset. Derfor peges der også på, at det er særligt vigtigt at sikre de rette kompetencer i bestyrelsen.

Handling:

- **Råd og vejledning i at sammensætte den rigtige bestyrelse, som matcher kulturhusets behov og den lokale kontekst. Rådgivningen skal generelt have fokus på at sikre netværk, gennemslagskraft/handlekraft, lokalkendskab og lokal goodwill.**

3. Sammensat finansieringsmodel

Situation:

Kulturhusenes finansieringsmodeller er ofte sammensat af flere forskellige indtægtskilder – både fra kommerciel og ikke-kommerciel aktivitet, fra offentlige og private bidragsgivere, og i kraft af drifts- og projektstøtte.

Handling:

- **Rådgivning og bistand til udvikling af kulturhusenes individuelle finansieringsmodeller. Det kan med fordel ske med udgangspunkt i de forretningsmodeller, der er udviklet under initiativet "Creative Lenses" under netværket Trans Europe Halles, og som netop tager udgangspunkt i kulturinstitutioner og kulturcentre. Se mere her: Creative Lenses LINK: www.creativelenses.eu.**
- **Midlertidig driftsstøtte i for eksempel to år til kulturhuse, der har bevist et potentiale, men mangler at udvikle en fast finansieringsmodel for driften. En form for talentudvikling eller katalysator, der kan fremme en opgradering fra vækstlagsinitiativ til professionalisering af kulturhusets drift ved at hjælpe med at modne en finansieringsmodel og gøre kulturhuset robust, indtil det kan køre videre ved egen hjælp.**

4. Frivillighed

Situation:

Frivillighed er en afgørende ressource i kulturhusene, da de i gennemsnit udgør knap 73 % af arbejdskraften. Samtidig nævner 40 % af de adspurgte netop frivillighed som en af deres største udfordringer. Der peges på, at foreningskulturen er under opbrud, og derfor er der behov for at gentænke, hvordan man involverer de frivillige.

Handling:

- **Igangsættelse af en række modelforsøg, hvor der i praksis afprøves nye metoder til brugerinddragelse og involvering af frivillige. Efterfulgt af vidensdeling af erfaringerne fra forsøgene og kurser i frivillighed (inspireret af kurserne udbudt af Center for Frivilligt Socialt Arbejde - www.kortlink.dk/25nk2).**
- **Indsamling af 'best practices' for nye og anderledes metoder til brugerinddragelse og mobilisering af frivillige.**

5. Samarbejdet med kommunen

Situation:

Flere af kulturhusene peger på, at det er vigtigt med en god kontakt og samarbejdsflade med den kommune, som de er en del af. Et godt samarbejde med det kommunale er ikke bare vigtigt i forhold til kulturhusenes daglige drift og udførelse af projekter, men også i forhold til de mere langsigtede strategier og udviklingsmuligheder. Set i et regionalt perspektiv kan det være interessant at undersøge yderligere, hvordan man kan understøtte og udbygge det vigtige samarbejde mellem kommunerne og de lokale kulturhuse. Kulturhusene har, med deres brede appel og lokale forankring, et stort potentiale for i endnu højere grad, at blive en strategisk medspiller for kommunen i udviklingen af et lokalsamfund.

Handling:

- **Inspirationskonference for blandt andre politikere og kommunale forvaltere om kulturhusenes potentiale som generator for byudvikling og lokalt byliv.**
- **Oprettelse af strategiske partnerskaber mellem kulturhuse og kommune/region i forhold til at samarbejde om kommunale og regionale udviklingsmål – eller fælles verdensmål.**
- **Kursus om, hvordan man som kulturhus arbejder godt sammen med kommunen og det kommunale system.**

Produktionen i et kulturhus

6. Mangfoldigheden af aktiviteter og faciliteter

Situation:

Kulturhusene repræsenterer en stor mangfoldighed af både faciliteter og aktiviteter. Størrelsesmæssigt ligger de mellem 100 m² til 28.000 m². Nogle fokuserer primært på at skabe rammer til at udøve kunst og kulturelle aktiviteter på hobbybasis, andre på at formidle og præsentere lokalbefolkningen for professionelt produceret kunst og kultur i form af turnerende koncerter, gæstespil eller foredrag, og andre igen fokuserer på at skabe rammerne om professionel kunst- og kulturproduktion.

Handling:

- **En fælles database over faciliteter og særlige fysiske og rumlige kvaliteter ved regionens kulturhuse, således at man i højere grad kan bruge hinandens faciliteter, hvis man ikke selv har de faciliteter, der skal til. Det kan skabe nye tværgående samarbejder og minimerer, at faciliteter står ubrugt hen.**

7. Den professionelle kunst

Situation:

Ud over at rumme en mangfoldighed af aktiviteter, repræsenterer kulturhusene også en bred spændvidde fra professionelle kulturaktører til hobbybaserede fritidsaktiviteter og fra produktion af kunst og kultur til formidling eller præsentation af kunst og kultur. Det er dog ikke altid uproblematisk at huse både professionelle udøvere og hobbybaserede udøvere. For selvom de kan beskæftige sig med de samme kunstneriske genrer, så kan det kræve forskellige arbejdsforhold.

Handling:

- **En undersøgelse af, hvilke kulturhuse der arbejder med de professionelle udøvere.**
- **Oprettelse af et netværk mellem disse kulturhuse med professionelle kunst- og kulturaktører. Målet med netværket er at skabe et godt produktionsmiljø – for eksempel i forhold til fælles vilkår om at bruge kunsten og kulturen som levebrød og dermed have et fælles behov for forretningsudvikling og udvikling af robuste forretningsmodeller for kunst og kultur. Det vil være medvirkende til, at kunstnerne kan bruge hinandens kompetencer og det vil styrke samarbejdet mellem kunstnerne.**

8. Kulturkoordinatoren som blæksprutte

Situation:

De daglige ledere eller koordinatorer, som sidder i kulturhusene, skal varetage et bredt spænd af opgaver. Det kræver en bred palet af kompetencer. 28 af de adspurgte huse (53 %) har under fem ansatte. Det betyder også, at driften af kulturhuset bliver meget personafhængigt, og at der er et stort ressourcetræk på én eller få personer.

Handling:

- **Undersøgelse af, om der er flere opgaver og funktioner, som kan løses med hjælp fra centralt hold – som det eksempelvis er tilfældet med "Genvej til Europa" – den regionale vejledning i forbindelse med EU-ansøgninger.**
- **Ny uddannelse i form af en efteruddannelse for denne særlige type af tværfaglig kulturleder.**
- **Udvikling eller fælles indkøb og/eller koordinering af fælles digitale styringsredskaber til for eksempel økonomi, håndtering af frivillige, booking/reservation og kommunikation, som kan være med til at lette hverdagen for kulturhusene.**

9. Udvikling som motiverende drivkraft

Situation:

Udvikling fremhæves som værende en motiverende drivkraft for kulturhusenes virke, ligesom flere kulturhuse har erfaring med udviklingsprojekter. Den udviklingsorienterede ekspertise og metodiske tilgang som nogle kulturhuse besidder, kan bruges som rådgivning eller som katalysator i andre udviklingsprojekter.

Handling:

- **Etablering af en kompetencebank af kulturhuse, hvor andre kommunale institutioner og enheder kan få rådgivning og sparring direkte fra kulturhusene omkring eksekvering og projektledelse af udviklingsprojekter, for eksempel i forbindelse med byudviklingsprojekter eller andre kommunale udviklingsprojekter.**
- **Pilotprojekter, hvor kulturhusenes erfaring med udviklingsprojekter forsøges overført til andre fagområder. Outputtet stilles til rådighed for andre (kommunale) udviklingsprojekter i form af rådgivning og sparring på alt fra idéudvikling til motivationsbaseret ledelse og projektstyring gennem agile metoder og processer.**

10. Kommunikation af kulturhuset

Situation:

Kommunikation er en stor udfordring for alle lokale institutioner, som i høj grad kæmper en ulige kamp mod det massive mediepres. Hvordan kan man understøtte en løsning af denne grundlæggende tværinstitutionelle udfordring?

Handling:

- **Generelt kompetenceløft omkring kommunikationsindsatsen, for eksempel gennem kurser i kulturformidling og -kommunikation målrettet frivillige eller medarbejdere i kulturhusene.**
- **Kommunikationssamarbejde mellem kulturhusene med fokus på fælles teknologiske formidlingsløsninger, der gør det lettere for brugerne at finde faciliteter og kulturtilbud i nærheden af, hvor de befinder sig.**

Kulturhusets aftryk på samfundet

11. Socialt ansvar og sundhedsfremme

Situation:

Socialt ansvar og sundhedsfremme er områder, hvor kulturhusenes arbejde er med at skabe positive effekter. Der mangler stadig viden om, hvordan vi kan dokumentere den effekt, som kulturen har inden for de sociale- og sundhedsfaglige områder.

Handling:

- **Etablering af følgeforskning i forbindelse med praksisprojekter, der arbejder i krydsfeltet kultur/sundhed. Et eksempel på det kan være projektet Rethink Ageing, hvor Svalholm Dans følges af Aarhus Universitet i forhold til at undersøge, om eksperimenterende scenekunst kan give større livskvalitet og øget sundhed (Rethink Ageing - LINK: www.kortlink.dk/25pgu).**
- **Etablering af et netværk af kulturhuse, der målrettet arbejder i krydsfeltet mellem kunst/kultur og sundhedsfremme/social empowerment med henblik på at dele viden omkring metoder og dokumenteret effekt.**

12. Kulturhusene som aktiv i byudvikling og bybranding

Situation:

72 % af de adspurgte kulturhuse svarer, at de arbejder med byudvikling som en del af deres virke. Kulturhusene kan i den forlængelse udnyttes som en kapacitet og ressource i forbindelse med byudvikling og bybranding.

Handling:

- **Tilbyde personerne bag kulturhusene (frivillige eller ansatte) et kompetenceløft i forhold til at arbejde strategisk med kulturel byudvikling eksempelvis gennem et kursusforløb i metoden cultural planning (se mere om cultural planning her: Cultural Planning as a method of social innovation - LINK: www.urbcultural.eu).**
- **Understøtte partnerskaber mellem kulturhusene og de kommunale planafdelinger. Inspiration til det tværgående arbejde kan for eksempel hentes i Kulturregion Østjysk Vækstbånds arbejde med Levende Byrum (Levende Byrum - LINK: www.kortlink.dk/25pgw).**

13. Demokratisk deltagelse og nye deltagelsesformer

Situation:

Hele 88 % af de adspurgte kulturhuse svarer, at deres målsætning som kulturhus er at være et samlingssted for byen og området. 74 % fremhæver, at de arbejder med borgerinddragelse i deres arbejde som kulturhus, og 56 % fremhæver, at de arbejder med understøttelse af demokratisk sammenhængskraft. Ambitionen for kulturhusene er dermed mere og andet end at skabe rammer for at dygtiggøre sig inden for en kunstart – kulturen og institutionen sigter også mod at blive omdrejningspunktet for den lokale sammenhængskraft og for en demokratisk dannelse.

Handling:

- **Undersøgelse af nye deltagelsesformer og indsamling af 'best practices' i forhold til at videndele blandt kulturhusene.**
- **Studieture til de kulturhuse i Danmark, der arbejder med nye deltagelsesformer.**
- **Benyttelse af kulturhuset som en naturlig indgangsportal (i forhold til den direkte kontakt til lokale aktør- og borgergrupper) for andre projekter, der har borgerinvolvering som omdrejningspunkt – for eksempel byudviklingsprojekter, offentlige høringer og valg etc.**
- **Kulturhuset kan blive en læringsstation for kommunalt ansatte og andre institutioner, der søger ny viden om at inddrage borgerne i demokratiske processer via et kursus eller mentorforløb (for eksempel kulturhuset som mentor for kommunens sundhedsforvaltning).**

Internationalt og nationalt samarbejde

14. Internationalt samarbejde

Situation:

26 % af de adspurgte kulturhuse arbejder allerede internationalt. Flere mener dog, at de kunne have gavn af at arbejde internationalt – blandt andet fordi det kan give udsyn og netværk, som kan medvirke til at højne kulturinstitutionernes kvalitet og vidensniveau. Dog påpeges det, at det kan være svært at finde de gode samarbejdspartnere, og at EU-projekter er forbundet med meget bureaukrati. Her er der en oplagt rolle for Europæisk Kulturregion, jf. den strategiske målsætning om styrkelse af det europæiske samarbejde og udsyn.

Handling:

- **Som supplement til tilbuddet "Genvej til Europa" under Europæisk Kulturregion kunne man etablere en indsats omkring samarbejds- eller udvekslingsaftaler med kulturhuse i udlandet. Det kan ske med inspiration fra den særlige samarbejdsaftale, som Aarhus Kommune har med blandt andre Manchester.**

15. Nationale netværk

Situation:

63 % af kulturhusene er medlem at et nationalt netværk – dog primært lokale netværk eller branchespecifikke netværk inden for én kunstart. Trods forskelligheder er der et stort potentiale i, at flere kulturhuse lærer af hinandens erfaringer eller bliver inspireret til at arbejde på tværs af forskellige profiler. Undersøgelsen viser, at der er en del grundlæggende fællestræk på tværs af de ellers forskellige kulturhuse.

Handling:

- **Større tværfaglig vidensdeling på tværs af regionen. Kulturhusenes konkrete erfaringer kan med fordel deles på en studietur, som når eksempelvis Gudenåhuset tager på inspirationstur til andre kulturhuse.**

BILAG

Børnekulturfestivalen Genopdag,
arrangør Aarhus Musikskole og Børnekulturhuset Aarhus,
performer Paolo Nani

BILAG A:
Liste over kulturhuse i Region Midtjylland, som modtog spørgeskemaundersøgelsen.

Favrskov Kommune
- Kulturhuset InSide
- Hadsten Kulturhus Sløjfen
- Hinnerup Bibliotek og Kulturhus
- Røgen Forsamlingshus

Hedensted Kommune
- Hedensted Bibliotekerne
- Karensdal

Herning Kommune
- Huset no. 7
- Herning Bibliotekerne
- Den Gule Bygning
- Terminalen 7400
- Studenterhuset Birk Campus
- KONTRAST Ungdomshus
- Aulum Station
- Dagmar Bio

Holstebro Kommune
- Slagteriet
- Nørre Vosborg
- Holstebro Biblioteker
- Odin Teatret/Nordisk Teaterlaboratorium
- Holstebro Musikteater

Horsens Kommune
- Kulisselageret
- Horsens Ny teater
- Det Gule Pakhus
- Vestbyens Beboerhus
- Sønderbro Kulturhus
- Tinghuset
- Seminariet Gedved Kultur- og medborgerhus

Ikast-Brande kommune
- Ikast Brande Bibliotek
- Remisen
- Kunstpakhuset
- Bakkehuset

Lemvig Kommune
- Den Gamle Smedje
- Tuskær Kulinarisk Kunst- og Kulturcenter
- Biohuset
- Lemvig Bibliotek
- Gjellergaard
- Tante Andantes Hus

Norddjurs Kommune
- Pavillonen
- Kulturhuset Stationen
- Norddjurs Biblioteker
- Stenvad Mosebrugscenter
- Rimsøhuset
- Kulturcentret Birkehøj
- Kulturværkstedet

Odder Kommune
- Pakhuset
- VitaPark
- Gylling Forsamlingshus
- Odder Bibliotek

Randers Kommune
- Beboer- & aktivitetshuset Remisen
- Fritidscentret
- Underværket
- Voruphuset
- Randers Bibliotek
- Værket
- Station K
- Kulturhuset Langå

Ringkøbing-Skjern kommune
- Ringkøbing-Skjern Kulturcenter
- Ringkøbing-Skjern Medborgerhus
- Ringkøbing-Skjern Biblioteker
- DSI GENERATOR
- Spjald Kulturhus
- Sdr. Bork Forsamlingshus
- Vedersø Kulturcenter
- Smedenes Hus
- Holmsland Idræts- og Kulturcenter
- Hemmet Kulturhus

Samsø Kommune
- SamBiosen
- Medborgerhuset
- Samsø Bibliotek

Silkeborg Kommune
- Medborgerhuset Toftebjerg
- Ungekulturhuset
- Kulturhuset - Frivilligcenter Silkeborg
- Silkeborg Bibliotekerne

Skanderborg Kommune
- Kulturhuset Skanderborg
- Alken Mejeri
- Ry Bibliotek

Skive Kommune
- Kulturcenter Limfjord
- Lem Kulturhus
- Det kreative hus
- Skive Teater
- Ungdomshuset Drivhuset
- Ny Skivehus
- Spøttrup Kulturhal
- Skive Biblioteker

Struer Kommune
- Kulturcenter Struer
- Aktivitetscenter Struer
- Midtpunktet Thyholm
- Struer Bibliotek

Syddjurs Kommune
- Maltfabrikken
- Kulturhuset Helgenæs Præstegård
- Kafé Kolind
- Kolind+

Viborg Kommune
- Stationen
- Gudenå Huset - Bjerringbro Bibliotek
- Skals Multihus
- Stoholm Fritids- og Kulturcenter
- Viborg Bibliotekerne
- Kulturcenter Værestedet
- Byens Hus i Mørke
- Nimtofte Kulturhus
- Kom-Bi
- Kulturhotellet
- Syddjurs Kommune Biblioteker

Aarhus Kommune
- Frontløberne
- Foreningen Sydhavnen
- Godsbanen
- Ungdomskulturhuset - UKH
- Børnekulturhuset
- Studenterhus Aarhus
- Aktivitets- og Kulturhuset P4
- Dokk1 (Aarhus Kommunes Biblioteker)
- Globus1
- Institut for X
- Folkestedet

BILAG B:
Gengivelse af spørgeskemaundersøgelsen.

EUROPÆISK KULTURREGION

Undersøgelse af kulturhuse i Region Midtjylland

Tak fordi du vil deltage i undersøgelsen

Region Midtjylland og Europæisk Kulturregion har igangsat en undersøgelse, der skal kortlægge regionens kulturhuse, -centre og -steder.

Den konkrete anledning er, at Maltfabrikken i Ebeltoft i juni 2020 er vært for den internationale konference Cultural Impact Now 2020 for de europæiske netværk Trans Europe Halles og European Network of Cultural Centres. Konferencens tema er: “Cultural Impact.”

Begrebet Cultural Impact dækker over, at kulturhuse kan bidrage positivt både socialt, kulturelt og økonomisk for det lokalsamfund, som det er en del af, ved f.eks. at skabe kulturelle arrangementer og være et socialt samlingssted.

I forbindelse med konferencen afholder Europæisk Kulturregion desuden et regionalt "Kulturforum", hvor undersøgelsen vil blive præsenteret.

Vi gennemfører denne undersøgelse for:

- at få en bedre forståelse for jeres dagligdag som kulturhus, så vi kan synliggøre alt det, som kulturhusene bidrager med i byer, lokalsamfund og i regionen

- at kunne tage en politisk drøftelse på Kulturforum af kulturhusenes udviklingsvilkår

Ved siden af denne undersøgelse foregår der desuden en national undersøgelse kaldet DELTAG, som dog har et andet fokusområde (Læs mere om DELTAG her).

Vi håber, I vil se det som positivt, at der er stort fokus på jeres virke i denne tid og vil hjælpe med denne regionale undersøgelse. Samtidigt vil vi også opfordre jer til at svare på henvendelser fra den nationale undersøgelse drevet af Aarhus Universitet.

Det tager ca. 20 minutter at svare på spørgeskemaet.

Spørgsmål angivet med * er obligatoriske.

Der fremsendes automatisk en kopi af besvarelsen til respondenten.

Opbevaring af data:
Alle svar på undersøgelsen behandles fortroligt, også i den videre formidling af undersøgelsens resultater. Virksomheden Urban Goods opbevarer den indsamlede data i 12 måneder efter d. 3. februar 2020.

Grundinformation

1* Vi starter med at bede om grundinformation om jeres kulturhus.

Stedets navn	
Adresse	
By	
Postnummer	
Kontaktpersonens navn og rolle/titel	
Kontaktpersonens e-mail-adresse	
Kontaktpersonens telefonnummer	

2 Digitale kanaler

Hjemmesideadresse	
Andre digitale kanaler (Facebook, Instagram, Twitter etc.) Skriv gerne adresser eller kaldenavne	

3* Ansatte og frivillige

Antal fuldtidsansatte	
Antal deltidsansatte	
Antal projektansatte/midlertidigt ansatte	
Antal frivillige	

Aktiviteter

4 * Vi vil gerne vide, hvilke arrangementer/aktiviteter, der er de primære i jeres kulturhus.

Marker, hvor vigtige disse arrangementer og aktiviteter er.
Husk at markere i alle linjer.

	Slet ikke vigtigt	Lidt vigtigt	Vigtigt	Meget vigtigt	Særligt vigtigt (primær aktivitet)	Vi har ikke denne aktivitet
Koncerter	○	○	○	○	○	○
Teaterforestillinger	○	○	○	○	○	○
Comedy	○	○	○	○	○	○
Danseforestillinger	○	○	○	○	○	○
Udstillinger	○	○	○	○	○	○
Kreativt værksted	○	○	○	○	○	○
Møder for foreninger og lokale grupper	○	○	○	○	○	○
Foredrag	○	○	○	○	○	○
Samlingssted for lokale	○	○	○	○	○	○
Loppemarkeder/messer	○	○	○	○	○	○
Konferencer	○	○	○	○	○	○

Andet? (Brug også gerne dette felt til at uddybe ovenstående valg)

5 * Hvad er de primære aktiviteter i hverdagene mellem kl. 8.00-17.00?
– Angiv gerne flere svar.

- ☐ Daglig drift af jeres hus
- ☐ Kontorfællesskab for udlejede pladser
- ☐ Beskæftigelsestilbud
- ☐ Bibliotek
- ☐ Brug af lege- og/eller sportsfaciliteter
- ☐ Andet? (Brug også gerne dette felt til at uddybe ovenstående valg)

6 * Hvilke folkelige og politiske arrangementer bliver afholdt i jeres kulturhus?
– Angiv gerne flere svar.

- ☐ Valgdebatter
- ☐ Partipolitiske møder
- ☐ Græsrodsforeninger
- ☐ Folkeafstemninger
- ☐ Forenings -og netværksmøder
- ☐ Andet? (Brug også gerne dette felt til at uddybe ovenstående valg)

7 * Hvor mange aktiviteter har I årligt?
– Angiv gerne et cirka-tal (skriv "ved ikke", hvis I ikke kender antallet).

8 * Hvem er jeres målgruppe(r)?
Husk at markere i alle linjer.

	Ikke vores målgruppe	I mindre grad vores målgruppe	I høj grad vores målgruppe
Børn	○	○	○
Unge	○	○	○
Borgere (voksne)	○	○	○
Institutioner	○	○	○
Foreninger	○	○	○
Professionelle kunstnere/kreative	○	○	○
Virksomheder	○	○	○
Offentlige aktører	○	○	○

Andre? (Brug også gerne dette felt til at uddybe ovenstående valg)

Rammer og faciliteter

Vi vil gerne vide mere om rammerne for jeres dagligdag, og hvordan I er organiseret.

9 Hvor stort er jeres kulturhus?

Angiv antal m2

Hvor mange mennesker kan I huse? Angiv antal

10 * Hvilke faciliteter har I?
– Angiv gerne flere svar.

- ☐ Multirum
- ☐ Teatersal
- ☐ Øvelokale
- ☐ Øvesal
- ☐ Koncertsal/spillested
- ☐ Museum/udstillingsrum
- ☐ Produktionslokaler/værksted
- ☐ Kontorfaciliteter (interne)
- ☐ Kontorfaciliteter (udlejning/eksterne)
- ☐ Café/spisested
- ☐ Lege og/eller sportsfaciliteter
- ☐ Mødelokaler
- ☐ Butik
- ☐ Køkken
- ☐ Ved ikke
- ☐ Ikke relevant
- ☐ Andet? (Brug også gerne dette felt til at uddybe ovenstående valg)

11 Er jeres bygning...

- ◯ Bygget til formålet?
- ◯ Omdannet fra et andet formål?
- ◯ Ved ikke
- ◯ Ikke relevant
- ◯ Andet? – Uddyb gerne

12 * Hvordan er I finansieret?
– Angiv gerne fordeling i procent, så det samlet giver 100%.

Kommunalt bidrag	
Statsligt bidrag	
Andre offentlige bidrag	
Private fonde	
Sponsorater	
Udlejning af lokaler eller lign.	
Andre egen-indtægter	

13 Uddyb gerne

14 * Hvilke ejerforhold har I?

- ◯ Kommunalt ejet
- ◯ Statsligt ejet
- ◯ Selvejende institution
- ◯ Privatejet
- ◯ Kombination af offentligt og privat ejet
- ◯ Foreningskonstruktion
- ◯ Ved ikke
- ◯ Ikke relevant
- ◯ Andet

15 Uddyb gerne

16 Årsværk.

Hvor mange årsværk er involveret i den direkte drift?	
Uddyb gerne	

17 Juridisk ansvar.

Hvem har det juridiske ansvar og mandat over stedet?	
Uddyb gerne	

18 Etablering.

Hvornår er stedet etableret? - Angiv årstal	
Hvem tog initiativ til at etablere stedet?	

Målsætning, strategi og netværk

19 * Hvad er jeres målsætning(er)?
– Angiv gerne flere svar.

- [ ] At skabe et samlingssted for børn og unge
- [ ] At udvikle et kreativt miljø i byen/området
- [ ] At facilitere og understøtte kunstnere og kulturaktører i byen/området
- [ ] At være et samlingspunkt for byen/området
- [ ] At bidrage til mere kunst og kultur i lokalområdet
- [ ] At være et socialt tilbud – eksempelvis for nogle bestemte (udsatte) grupper
- [ ] Ved ikke
- [ ] Ikke relevant
- [ ] Andet? (Brug også gerne dette felt til at uddybe ovenstående valg)

20 * Hvilke af disse danske netværk for kulturhuse er I medlem af?

- [ ] Danske Koncert- og Kulturhuse (DKK)
- [ ] Kultur Netværk Danmark (KND)
- [ ] Kulturhusene i Danmark (KHID)
- [ ] Ingen af dem

21 * Har I et andet/andre netværk, som I udveksler erfaringer eller skaber projekter sammen med?

- ( ) Ja
- ( ) Nej
- ( ) Ved ikke
- ( ) Ikke relevant

Hvis ja, hvem? – Uddyb gerne

22 * Arbejder I med følgende tematikker/områder?
– Angiv gerne flere svar og uddyb gerne under "Andet".

- [ ] **Byudvikling**
FORKLARINGSTEKST: At bidrage til at gøre jeres lokalsamfund mere attraktivt for nye og eksisterende borgere samt gæster

- [ ] **Understøttelse af lokalområdets kreative erhverv og kreative aktører**
FORKLARINGSTEKST: At skabe bedre muligheder for, at lokalsamfundets kunstnere og kreative kan udvikle sig og skabe projekter og nye virksomheder

- [ ] **Produktion af kunst- og kulturaktiviteter**
FORKLARINGSTEKST: At bidrage direkte til produktion af kunst og kultur – f.eks. i form af adgang til værksteder, øvelokaler, scenefaciliteter og øvesal etc.

- [ ] **Borgerinddragelse**
FORKLARINGSTEKST: At arbejde med at få borgerne og/eller lokalt erhvervsliv til at deltage aktivt i den lokale udvikling eller lokale projekter

- [ ] **Understøttelse af demokratisk sammenhængskraft**
FORKLARINGSTEKST: At skabe rum for den demokratiske samtale – eksempelvis debat og partimøder

- [ ] **Beskæftigelsestilbud**
FORKLARINGSTEKST: At have fokus på at skabe gode fællesskaber og kreativ udfoldelse for udsatte borgere på kanten af arbejdsmarkedet, så de kan komme i gang med et arbejdsliv og få en dagligdag

- [ ] **Ved ikke**

- [ ] **Ikke relevant**

- [ ] **Andet?** (Brug også gerne dette felt til at uddybe ovenstående valg)

23 Har I ambitioner om at beskæftige jer med nogle af de nedenstående områder? Marker de områder I har ambitioner om at arbejde med på listen.
– Angiv gerne flere svar og uddyb gerne under "Andet"

- [ ] **Byudvikling**
FORKLARINGSTEKST: At bidrage til at gøre jeres lokalsamfund mere attraktivt for nye og eksisterende borgere samt gæster

- [ ] **Understøttelse af lokalområdets kreative erhverv og kreative aktører**
FORKLARINGSTEKST: At skabe bedre muligheder for, at lokalsamfundets kunstnere og kreative kan udvikle sig og skabe projekter og nye virksomheder

- [ ] **Produktion af kunst- og kulturaktiviteter**
FORKLARINGSTEKST: At bidrage direkte til produktion af kunst og kultur – f.eks. i form af adgang til værksteder, øvelokaler, scenefaciliteter og øvesal etc.

- [ ] **Borgerinddragelse**
FORKLARINGSTEKST: At arbejde med at få borgerne og/eller lokalt erhvervsliv til at deltage aktivt i den lokale udvikling eller lokale projekter

- [ ] **Understøttelse af demokratisk sammenhængskraft**
FORKLARINGSTEKST: At skabe rum for den demokratiske samtale – eksempelvis debat og partimøder

- [ ] **Beskæftigelsestilbud**
FORKLARINGSTEKST: At have fokus på at skabe gode fællesskaber og kreativ udfoldelse for udsatte borgere på kanten af arbejdsmarkedet, så de kan komme i gang med et arbejdsliv og få en dagligdag

- [ ] **Ved ikke**

- [ ] **Ikke relevant**

- [ ] **Andet?** (Brug også gerne dette felt til at uddybe ovenstående valg)

24 * Arbejder I internationalt? Med samarbejdspartnere, i projekter, i netværk eller på anden vis?

- ◯ Ja
- ◯ Nej

Hvis ja, med hvem og hvordan? – Uddyb gerne

25 * Hvor ser I jeres største udfordring? – Angiv gerne flere svar.

- ☐ Økonomi
- ☐ Frivillighed
- ☐ Organisering
- ☐ Kendskabsgrad i lokalområdet
- ☐ Viden og kompetencer
- ☐ Tid/menneskelige ressourcer
- ☐ Andet? (Brug også gerne dette felt til at uddybe ovenstående valg)
- ☐ Fysiske rammer
- ☐ Opbakning fra kommunen eller andre offentlige instanser
- ☐ Opbakning fra lokalsamfund
- ☐ Ved ikke
- ☐ Ikke relevant

26 Har I yderligere kommentarer eller input?

Kontaktoplysninger

Her kan du få mere at vide om undersøgelsen:

Region Midtjylland - Europæisk Kulturregion
Teamleder - Chefkonsulent, Morten Falbe-Hansen
Mail: morten.falbe-hansen@ru.rm.dk
Telefon: +45 2165 0247
www.kulturregion.dk

Urban Goods
Partner, Peter Gran Boesen
Mail: peter@urbangoods.dk
Telefon: +45 2077 0060
www.urbangoods.dk

www.arthack.dk

EUROPÆISK
KULTURREGION

FORTÆLLINGER • KREATIVITET • FÆLLESSKABER