

Kultur, erhverv og partnerskaber

Oplæg Job, erhverv og kultur den 8. august 2023



Partnerskaber

- Partnerskaber mellem kultur- og erhvervslivet skaber værdi for begge parter
- *Virksomheden:*
 - øget brandværdi
 - Kan støtte kunst og kultur i lokalmiljøet (eksempelvis ved at indgå samarbejde om festival eller kunstmuseum) som ellers ikke ville kunne igangsættes
 - kan give medarbejdere oplevelser
 - langsigtede samarbejder, skaber værdi og troværdighed

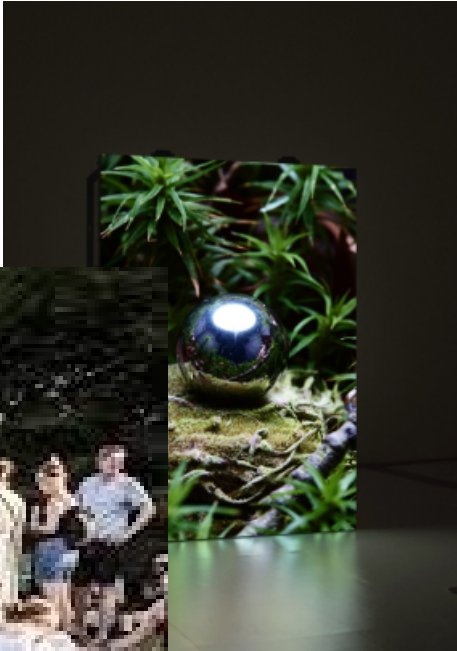
Partnerskaber

- For *kulturinstitutionen* er et partnerskab ligeledes værdifuldt i forhold til at:
 - udvikle institutionen,
 - skabe flere kulturoplevelser
 - styrke samarbejdet med det lokale erhvervsliv
 - øget publikum og eksponering

Partnerskaber

- Mere langsigtede samarbejde end sponsorater
- Udvikles i fællesskab mellem virksomhed og kulturinstitution
- Indgår i en virksomheds marketingsstrategi og strategiske prioriteringer
- Samarbejder mellem erhverv og kultur kan også indtænkes i udviklingen af nye bydele som Vinge, hvor et partnerskab kan understøtte kulturtiltag og borgerdeltagelse
- Sociale partnerskaber: når en virksomhed vælger at tage et samfundsansvar

Cases: Red Bull, Heartland Festival, Herning og Aquaporin





Red Bull partnerskaber med kunst- og kulturlivet

- Et af de mest prominente eksempler på partnerskabstankegangen er virksomheden Red Bull som opererer med branded content indenfor snart sagt alle kunst- og kulturområder.
- langsigtede partnerskaber med kultur- og musikbranchen som fx indebærer: music academy, musikstudier, produktion af film, videoer, billeder for artister radiokanaler mv..
- finder og understøtter kunst, gallerier, musikere, festivaler etc.

Red Bull

- For Red Bull er out come =
 - nå en given (og ung) målgruppe,
 - at markere sig som et brand der støtter musik på en seriøs måde samtidig med at brandet opnår ubetalelig effekt ved at blive forbundet med såkaldte 'first movers' artister, musikere, producere og personer i musikmiljøet.
- For kunstneren eller festivalen/kulturinstitutionen er out come =
 - øget eksponering,
 - at blive 'godkendt' at et stærkt brand og få økonomisk støtte til eksempelvis indspilninger, professionelt netværk, tour virksomhed mv.

Heartland Festival



Heartland Festival

- **Heartland** Festival på Fyn har bygget sin forretning op om solide partnerskaber.
- Bag festivalen står dels Caroline Søeborg Ahlefeldt/Egeskov Slot og Live Nation.
- Ifølge stifter Caroline Ahlefeldt rummer tanken bag festivalen to spor:
”et straight kommercielt spor og et spor, der handler om at udvikle kunst og kultur. At skabe noget der er økonomisk bæredygtigt og samtidig lave noget der skaber en samfundsmæssig forandring eller værdi.”
- Først udviklede arrangørerne konceptet og fik partnere med – dernæst opbakning fra omkringliggende kommuner
- En festival der er lokalt forankret med skyhøje internationale ambitioner.

Heartland Festival

- Partnere tæller Albani (åbenlys + lokal forankring), HBO Max, Oatly, Estee Lauder, Volkswagen, Hansen Is
- En særlig kategori af virksomheder som kan se sig selv i festivalens målgruppe og publikum
- Målgruppen er både publikum og virksomheder

Heartland Festival

- Brands som involverer sig i festivalen med kurateret indhold
- Estée Lauder præsenterer fx en talk om rollemodeller



Herning

- En by som vægter partnerskaber højt
- Som har stærkt fokus på samspillet mellem kultur- og erhvervslivet og har dyrket det konkret i mange år.
- Byen har eksempelvis en kunststrategi som er skabt i samarbejde mellem Kultur og Fritid, Byplan og konsulentvirksomheden INSITU
- Kunsten fylder meget i byen = bybranding, bystolthed og fastholdelsesstrategi

Herning

- Messecenter Herning – forskellige grader af partnerskaber og eksponering for et stort publikum (ex: musical partners – støtter op om talentudvikling og bakker op om kulturen i Herning)
- HEART (Herning Museum of Contemporary Art) blev til i mødet mellem kunst og erhvervsliv båret frem af skjortefabrikant Aage Damgaard.





AQUAPORIN

- **Aquaporin** er en virksomhed som har udviklet en metode til at rense vand. Virksomhedens hovedsæde i Lyngby er, udover at være en smeltedigel for teknologi og innovation, også et sted hvor videnskab og kunst mødes.
- Aquaporin huser **PRIMER**, som er en platform for kunstnerisk og organisatorisk udvikling.
- Giver udstillingsrum til up coming kunstnere

Opsamlende

- Ikke traditionelle sponsorater
- der skabes et nyt produkt, en ny service eller en ny oplevelse som kombinerer det, som to parter hver især har særligt gode forudsætninger for at bidrage med
- Partnerskaber er mere langtidsholdbare og mere gensidigt forpligtende end et engangsbeløb for et logo til et event.

Opsamlende

- Kultur/erhvervssamarbejder starter med en dialog hvor man afsøger hvad begge parter gerne vil have ud af samarbejdet.
- De bedste resultater opnås ved langsigtede samarbejder.
- Virksomheder og en kulturinstitution skal selv tage initiativ – kommunen kan understøtte med gode ramme og bakke op

Kultur og erhverv i Frederikssund

- Hvordan kan partnerskaber se ud i Frederikssund Kommune?
 - Hvad kan de indeholde?
 - Hvad bør de støtte? Institutioner? Events? Kulturpuljen?
 - Hvordan kan de udformes og hvilken rolle skal Job, Erhverv og Kultur have?
- Hvilke virksomheder i Frederikssund Kommune kunne forestilles at ville indgå partnerskaber med kulturinstitutionerne?
- Er der grobund for et seminar, en temadag? Evt. med inspiration og oplæg fra andre kultur/erhverv samarbejder?

Aktører, netværk mm. for kultur og erhverv

Tiltag, aktører og virksomheder som arbejder i krydsfeltet mellem kultur og erhverv:

- Dansk Erhvervs Kulturnetværk (kræver medlemskab af Dansk Erhverv)
- KLs Kultur, erhverv og planudvalg
- Gerda Hempel/Artbizz
- Anna Porse Nielsen/Seismonaut
- Christian Have/Have kommunikation (fx bogen Det Kreative Danmark)
- Volcano
- Barc Scandinavia