

UNGES

KREATIVITET

SOM DRIVKRAFT

FOR KULTUR-

INSTITUTIONER

MATCHMAKING AF KREATIVE UNGE
OG KULTURINSTITUTIONER

FORORD

Unge idérigdom og nysgerrighed rummer et stort potentiale for nytænkning på kulturområdet. Jeg synes derfor, det er vigtigt at understøtte unges kulturelle engagement for herigennem at styrke kendskabet til kunst og kultur. Vi skal kort sagt bruge unge som en aktiv ressource i kulturlivet. Denne publikation handler netop om at understøtte unges kulturelle engagement og deres mulighed for at udvikle og udtrykke egne kreative ideer.



Kulturvaneundersøgelsen fra 2012 viser, at unge er aktive kulturbrugere. Samtidig peger Den nationale brugerundersøgelse på museumsområdet fra 2012 på, at unge stadig er en underrepræsenteret målgruppe. Og det på trods af, at de seneste års indsats på museumsområdet har haft en positiv effekt på unges brug af museer. Mange andre kulturinstitutioner, herunder biblioteker, har også haft et stigende fokus på at fange de unges interesse med deres tilbud. Samtidig udvikler flere og flere kulturinstitutioner ungestrategier og inddragende ungeprojekter.

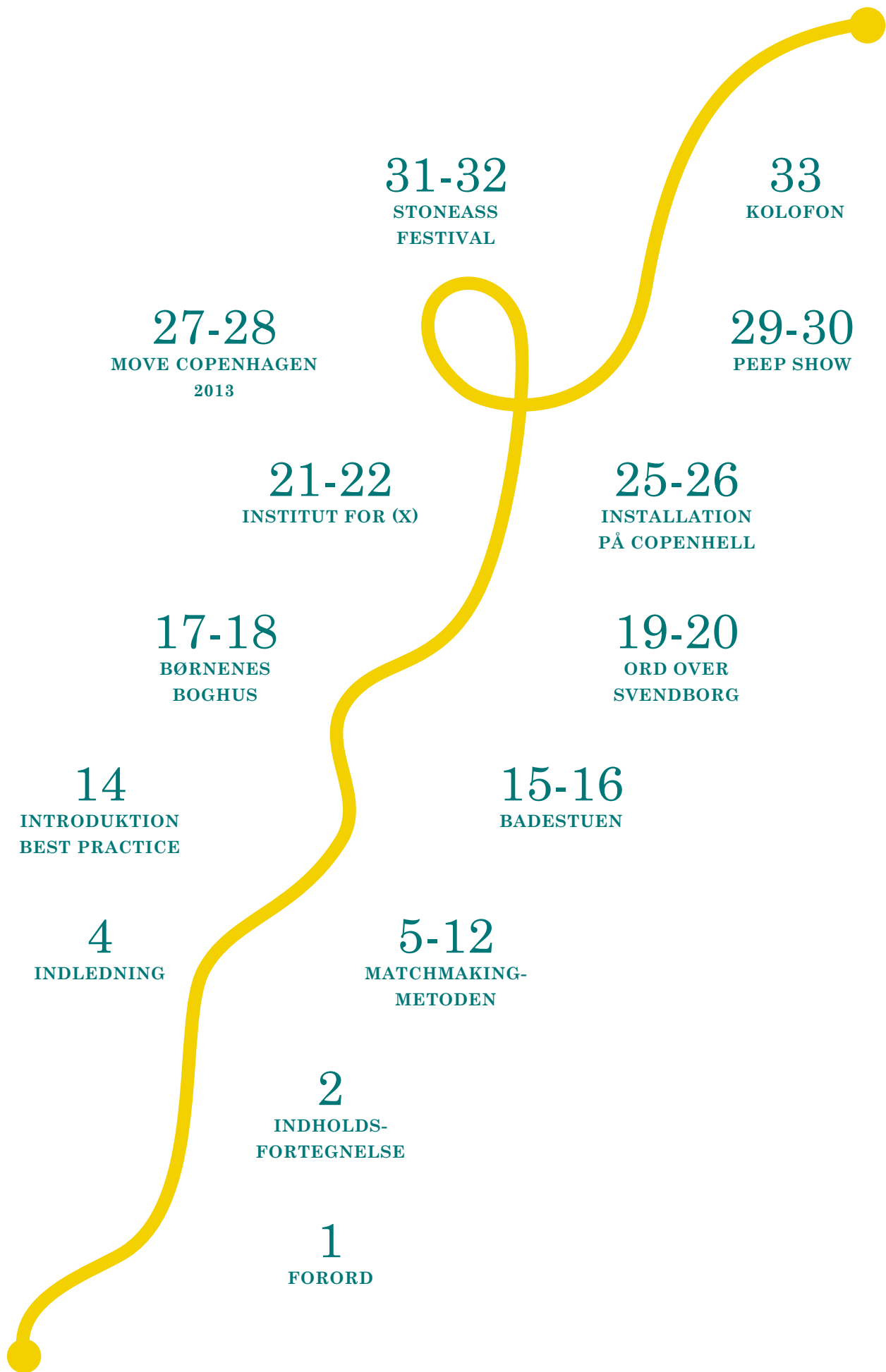
Unge er med andre ord en betydningsfuld og interessant målgruppe for de danske kulturinstitutioner. I Danmark er der knap en million unge mellem 14 og 30 år, og det er samlet set en målgruppe med mange ressourcer og et stort råderum over egen tid. Hvis de unge får en fortrolighed med kulturinstitutionerne og herigennem en større forståelse for kunst og kultur, så er sandsynligheden større for, at de vil bevare en kulturel interesse som voksne.

”Matchmaking” af kreative unge og kulturinstitutioner skaber utraditionelle nytænkende samarbejds muligheder på tværs af alder og kulturelt tilhørsforhold. Denne publikation beskriver en nyudviklet metode til at matchmake unge og kulturinstitutioner. Matchmakingmetoden sætter dialog, gensidig åbenhed og fælles idéudvikling på dagsordenen.

Jeg er overbevist om, at inddragelse af de unge er helt rigtigt. Jeg håber derfor, at kulturinstitutionerne og de unge vil kunne lade sig inspirere af de ideer og metoder, som beskrives i denne publikation.



Marianne Jelved, d. 21. november 2013



1
FORORD

2
INDHOLDS-
FORTEGNELSE

4
INDLEDNING

14
INTRODUKTION
BEST PRACTICE

17-18
BØRNE-
NES
BOGHUS

21-22
INSTITUT FOR (X)

27-28
MOVE COPENHAGEN
2013

5-12
MATCHMAKING-
METODEN

15-16
BADESTUEN

19-20
ORD OVER
SVENDBORG

25-26
INSTALLATION
PÅ COPENHELL

29-30
PEEP SHOW

31-32
STONEASS
FESTIVAL

33
KOLOFON

INDLEDNING

Denne publikation beskriver
en nyudviklet metode til at
matchmake kreative unge og
kulturinstitutioner

Metoden har til formål at understøtte kunst, kultur og kreativitet nedefra og kan bruges i vores kulturliv til at fremme dialogen mellem kreative unge på den ene side og institutioner, organisationer og foreninger på den anden.

Derudover formidler publikationen otte kulturprojekter, som er blevet til i samarbejde med kulturinstitutioner, men med afsæt i unges egne kreative idéer. De unge beskriver selv deres projekter og sætter ord og billeder på de muligheder og barrierer, de har oplevet i samarbejdet med lokale kulturinstitutioner.

MATCHMAKINGMETODEN

EN METODE TIL DIALOG OG LOKALT SAMARBEJDE

”Unge får én til at tænke kreativt og innovativt, og man skal turde nyt og turde bryde med vanen/traditionen. Unge for udvikling og handling – nu!”

– REPRÆSENTANT FOR KULTURINSTITUTION

Flere og flere danske kulturinstitutioner arbejder med at inddrage unge i deres udviklings- og formidlingsarbejde, og som ovenstående citat indikerer, er flere kulturinstitutioner opmærksomme på de unges kreative potentiale. Alligevel giver både unge og kulturinstitutioner udtryk for en kulturkløft, som skal overvindes, hvis der skal skabes flere projekter, der tager afsæt i unges egne kreative idéer. En kulturkløft, som kan mindskes ved at skabe dialog og gensidig åbenhed.

For at imødekomme behovet for dialog og gensidig åbenhed har Kulturstyrelsen afholdt tre fyraftensmøder i løbet af efteråret 2013 i København, Svendborg og Horsens. Her var lokale unge og repræsentanter fra lokale kulturinstitutioner inviteret til at deltage. Hensigten med fyraftensmøderne var at afprøve en matchmakingmetode, der skaber dialog og mulighed for nytænkende lokale samarbejder.

MATCHMAKINGMETODEN I PRAKSIS

Kort fortalt tager metoden udgangspunkt i en form for speeddatingproces, der tager omkring en time. Først præsenteres metoden og deltagerne for hinanden. Derefter ”dater” unge og repræsentanter for kulturinstitutioner på skift hinanden og udvikler

idéer til fælles kunst- eller kulturprojekter.

I den følgende tekst beskrives vores anbefalinger til, hvordan du kan bruge metoden i praksis.

REKRUTTERING

Start med at invitere lokale unge og kulturinstitutioner via alle de kommunikationskanaler og netværk, du kan komme i tanke om. Den lokale (børne- og unge)kulturkonsulent er en god indgang til at rekruttere deltagere. Husk at afsætte tid til rekruttering særlig af de unge, og vær åbne overfor unge, der ønsker at deltage uden at tilmelde sig på forhånd.

MØDESTED

Vælg et uformelt mødested i afslappede omgivelser. Det anbefales, at de unge har ejerskab til stedet. Det kan være det lokale ungdomskulturhus, på ungdomsskolen, et spillested e.l.

INDHOLD

Start mødet med at eksplicitere, hvem der er inviteret og hvorfor. På den måde får alle deltagerne en fælles forståelse for formålet med mødet. Samtidig skal der fra start skabes et rum for den åbne dialog og opfordres til at tænke ud af boksen.

Oplæg eller andre indslag, der understøtter matchmakingprocessen, kan inddrages før eller efter brugen af matchmakingmetoden. Kulturstyrelsen har gode erfaringer med at arrangere et 20 minutters inspirationsoplæg før matchmakingprocessen samt med at afsætte tid til at netværke efter processen.

INDDRAGELSE

Afsæt god tid til, at alle deltagere præsenterer sig selv og deres kunstneriske og kulturelle interesser, inden matchmakingprocessen går i gang. Tilpas metoden til det pågældende møde. Deltagerne kan være meget forskellige, så hvis processen skal have et godt flow, anbefales det at tage hensyn til deltagerens behov.

EFTER MØDET

Hvis deltagerne ønsker det, kan det være en god idé med en konkret opfølgning kort tid efter mødet i form af et nyt møde eller arrangement.

MATERIALER

Til mødet skal du bruge følgende materialer:

- Navneskilte i to farver
(unge og repræsentanter for kulturinstitutioner får hver sin farve)
- Blanke visitkort, som deltagerne selv udfylder ved ankomst
- Kuglepenne
- Post-its
- En klokke, et båthorn eller andet, der larmer.

FACILITERINGSSKEMA

– SÅDAN STRUKTURERER DU MATCHMAKINGPROCESSEN

AKTIVITET & TID	METODE	INDHOLD
Intro (5 min.)	Uformel form – stående eller siddende	Formål: At skabe dialog og udvikle hurtige idéer i fællesskab. Fokus på: <ul style="list-style-type: none"> • Dialog • Åbenhed • Udvikling af idéer i fællesskab
Navnerunde (10 min.)	Uformel form – stående eller siddende	<ul style="list-style-type: none"> • Navn • Deltagermotivation
Matchmaking-process (35 min. fordelt på 4 runder)	2 (maks. 3) pers. pr. gruppe i 6-7 minutter. Dernæst gruppeskift. Deltagerne opfordres til at matche op med en med en anden farve navneskilt.	Guidelines for deltagerne: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ung & kulturinstitution skal finde sammen 2. De skal producere en projektidé i fællesskab 3. Ved signal fra facilitator med fx klokke afleverer alle grupper en post-it med en kort beskrivelse af projektidé + samarbejdspartnere
Outro (10 min.)	Uformel form – stående eller siddende	2-3 idépræsentationer

HVAD KAN MATCHMAKING-METODEN BRUGES TIL?

Sammenlagt deltog 63 personer på de tre fyraftensmøder Kulturstyrelsen har afholdt, hvoraf 15 har valgt at svare på det evalueringsskema, som efterfølgende har været udsendt. Følgende temaer og refleksioner er altså ikke baseret på et repræsentativt grundlag, men skal snarere ses som et udtryk for forskellige oplevelser med matchmakingmetoden og af dens anvendelse. Evalueringerne er brugt til at tilrette metoden og giver forhåbentlig nogle relevante bud på, hvad du kan få ud af at bruge metoden i dit lokalområde. Metoden har fået positiv respons fra langt de fleste deltagere på fyraftensmøderne både i evalueringerne og i den mundtlige feedback på møderne. Den positive respons viser, at der er en interesse for at matche kreative unge og kulturinstitutioner ved hjælp af denne metode.

”Metoden fungerer godt, hvis man hurtigt skal have en masse ideer på bordet og skabt koblinger mellem mennesker, der ikke kender hinanden.”

– Repræsentant for kulturinstitution

Den uformelle og dynamiske tilgang ved møderne skaber god mulighed for dialog mellem deltagerne. Metodens styrke er at skabe det hurtige møde, hvor der lige akkurat er tid til at udveksle idéer. Det hurtige og dynamiske møde gør det muligt at fastholde et godt flow, så deltagerne ikke taber interessen for hinanden undervejs i processen. Samtidig er det vigtigt, at man ikke ser metoden som et redskab til at udvikle færdige koncepter, da det

i givet fald kan være med til at stoppe flowet i processen og deltagerens åbenhed overfor hinanden.

KONTAKT OG DIALOG

Metoden er god til at bryde isen mellem kreative unge og kulturinstitutioner og kan bruges til at skabe en hurtig og aktiv dialog, uformelle møder og netværk på tværs af fx alder og institutionelle tilhørsforhold. På kort tid får deltagerne indblik i hvem, hvad og hvordan hinanden arbejder.

”Spændende at få ansigter på nogle af dem, som jeg vil kunne komme til at ringe til. De er slet ikke så farlige i virkeligheden.”

– Ung

”Det er en god, sjov, hurtig og energifyldt metode til indledende kontakt.”

– Repræsentant for kulturinstitution

”Som kulturmedarbejder med fokus på unge, vækstlag og byrum, så var det dejligt at mødes med de gode og idérige unge. Og potentielt set er der samarbejdsmuligheder med dem alle.”

– Repræsentant for kulturinstitution

”Jeg fik lyst til at samarbejde med kulturinstitutionerne og har allerede nogle kontakter, som jeg regner med at arbejde sammen med inden kort tid.”

– Ung

Metoden overlader den videre kontakt til deltagerne. For at mødet skal have en effekt på længere sigt, peger evalueringerne på, at det er vigtigt at sikre, at deltagerne udveksler kontaktoplysninger, så de efterfølgende har mulighed for at genoptage kontakten. En mulighed er, at deltagerne ved ankomst laver egne visitkort, som de kan dele ud til potentielle samarbejdspartnere. En anden mulighed er at udsende en deltagerliste efter mødet.

DELTAGELSE

Matchmakingen skaber et uformelt rum, hvor præmissen er, at de lokale kulturaktører møder hinanden og bliver opfordret til at snakke på tværs af kulturelt tilhørsforhold og umiddelbare interesser. Den løse struktur på møderne giver deltagerne mulighed for selv at vælge, hvem de ønsker at matche op med. Samtidig presser den deltagerne til at møde nogen, de måske ellers ikke ville have mødt, selvom de bor i samme lokalområde.

”Dejligt at blive ”presset” til at snakke med nogen, man normalt ikke samarbejder med... Hvis man skubber lidt på, kan man faktisk få meget ud af at idéudvikle med kulturelle personer, man normalt ikke ”dater”.”

– Repræsentant for kulturinstitution

”Det var sjovt at komme i dialog med de mennesker, som der er i byen, og som man kender lidt uden rigtigt at kende dem. At blive sat sammen for at tale om fælles muligheder. Det var fedt.”

– Repræsentant for kulturinstitution

For at skabe den optimale platform for dialog og interaktion er det vigtigt at tage højde for, at deltagerne kan være forskellige både i tilgang til samarbejdsrelationer og i tankegang. Graden af deltagernes åbenhed og kendskab til hinanden kan variere fra område til område. Facilitatoren skal derfor ved mødet sørge for at skabe en god balance mellem



styring og deltagerindflydelse. Det kan fx gøres ved at have blik for deltagernes behov og ved at tilpasse matchmakingprocessen til den lokale kontekst.

INSPIRATION OG VIDENSDELING

Nye samarbejder kan opstå, når lokale unge og kulturinstitutioner møder hinanden og lader kreative idéer bane vejen for fælles interesser og arbejdsområder. Metoden kan bruges både til at give inspiration til nye samarbejder og som et videndelingsredskab, der giver de unge og kulturinstitutionerne viden om hinandens vilkår og interesser.

”Det var fedt at blive lidt tvunget ud i at tænke i nye baner sammen og under tidspres hurtigt finde frem til noget i fællesskab. Det gør, at man må tænke nyt og kreativt. Fedt at snakke om, hvad man kan hver især. Havde også en snak med en anden kulturinstitution, hvilket også var rigtig godt. For der bør man også arbejde mere sammen på kryds og tværs.”

– Repræsentant for kulturinstitution

”Forhåbningen må være, at mødet udmønter sig i et par gode konkrete projekter, og at de unge hele tiden ved, at dørene står åbne i byens institutioner.”

– Repræsentant for kulturinstitution

Et konkret output fra møderne er, udover inspiration og videndeling, muligheden for lokalt at synliggøre, hvilke lokale unge og kulturinstitutioner der er interesseret i at samarbejde og skabe nye projekter sammen.

MOTIVATION

Ord som *”sjovt”, ”inspirerende”, ”optimisme”* og *”lyst til at samarbejde”* er blevet brugt af deltagerne til at beskrive deres oplevelse af matchmakingmetoden. Deltagerne har udtrykt motivation for at deltage aktivt i møderne og efterfølgende også i forhold til at realisere konkrete idéer i samarbejde med andre mødedeltagere.

”Jeg kunne godt tænke mig at benytte metoden en anden gang. Det kunne jeg helt sikkert. Der var en dejlig positiv og inspirerende stemning, så jeg tog derfra beriget.”

– Ung

”Jeg blev forfrisket bekræftet i tanker, der var tænkt og fik hverdagens hamsterhjul lidt på afstand.”

– Repræsentant for kulturinstitution

Metoden har potentiale til at nedbryde institutionelle barrierer og synliggøre de lokale kulturaktørers engagement og lyst til tværgående samarbejder. Den kan primært ses som et springbræt til at ændre deltagernes fore-

stillinger om hinanden og som et værktøj til at skabe en indledende dialog. Samtidig fratager metoden ikke deltagerne deres ejerskab for egne idéer og deres rolle som drivkraft for egne samarbejder.

LOKALT MEDEJERSKAB OG FORANKRING

På sigt er håbet, at metoden bliver brugt lokalt til at skabe nytænkende projekter og tværgående samarbejder, hvor unges ejerskab er afsæt for projekterne. Metoden understøtter, at nye projekter forankres både på kulturinstitutionernes og de unges præmisser.

”... det er fedt at skabe ting i fællesskab – og når man involverer unge, får de medejerskab, og det inspirerer andre. Det er vigtigt at samarbejde bredt i forskellige kulturelle begivenheder etc., da netop sådan noget som medejerskabet er godt, frem for at det hele bare dukker op foran en. Så tager man mere del i det, eller hvis man kender nogen, der har været med.”

– Repræsentant for kulturinstitution

Ved at skabe rum og åbenhed for unges projekter på de lokale kulturinstitutioner skaber man et fundament for, at de unge kan bidrage aktivt til udviklingen af deres lokalområde.





”... det er fedt at skabe ting i fællesskab – og når man involverer unge, får de medejerskab, og det inspirerer andre.”

– REPÆSENTANT FOR KULTURINSTITUTION

HVORDAN KAN MAN VIDEREUDVIKLE MATCHMAKINGMETODEN?

ANDRE MÅLGRUPPER

Metoden kan også bruges i arbejdet med andre målgrupper, fx ældre, børn eller udsatte unge. Her skal metoden dog tilpasses den konkrete målgruppe.

DIGITAL PLATFORM

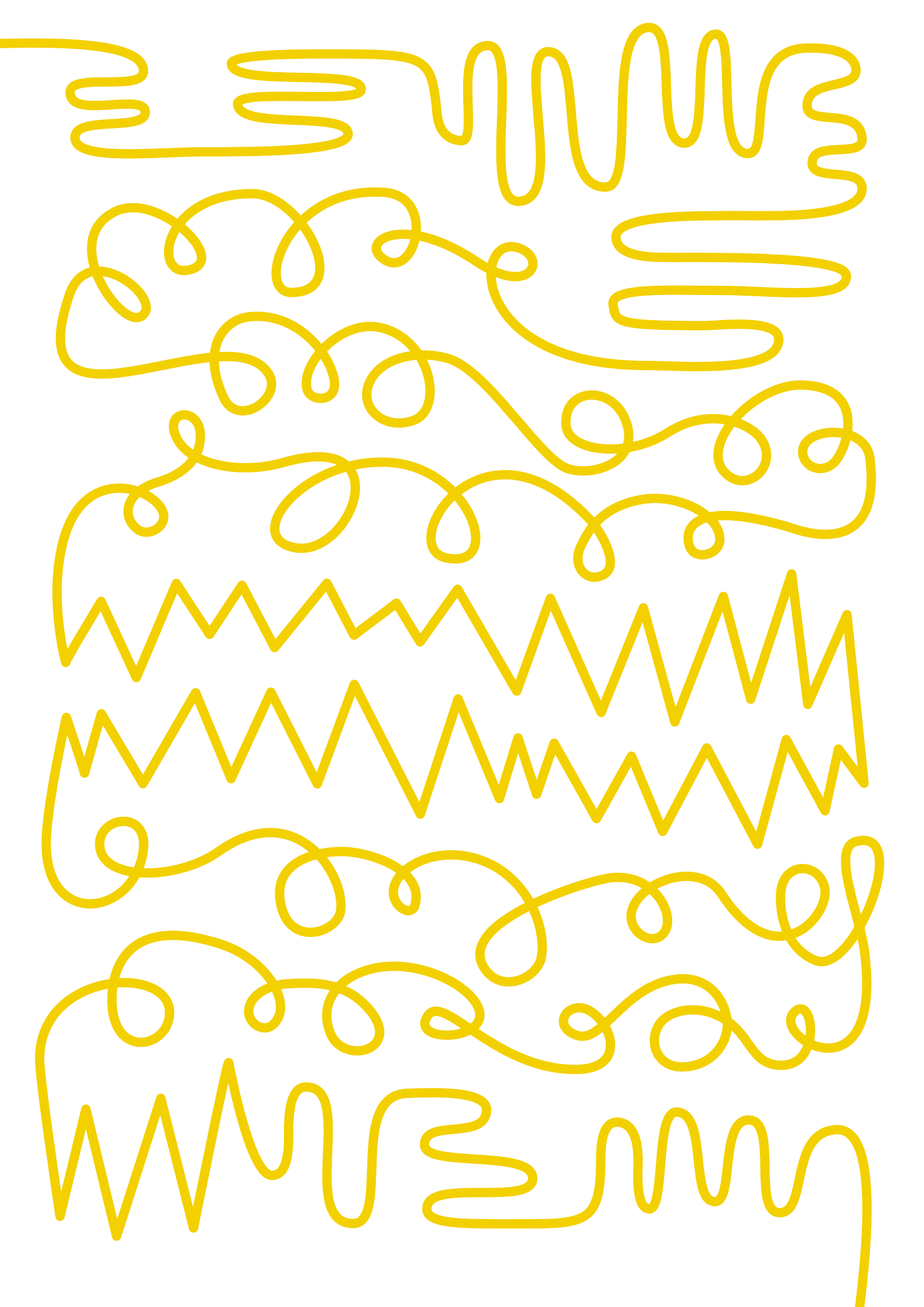
Samarbejdet mellem unge og kulturinstitutioner kan også foregå på en digital platform. Her kan man lade sig inspirere af digitale platforme som Innosite.dk og Tagdel.dk.

SPECIFIK KUNSTART

I arbejdet med en specifik kunstart kan man vælge kun at invitere fx unge musikere og spillesteder eller kunstmuseer og unge, der er interesseret i at samarbejde med kunstmuseer. På den måde bliver outputtet fra brugen af metoden mere målrettet specifikke kunstarter og interessefællesskaber.

IDÉUDFORMNING

At bruge det skrevne ord på en post-it kan være et slutprodukt. Du kan også overveje at lave idéerne fx i LEGO, som foto eller gennem en simpel illustration.



BEST PRACTICE- INTERVIEWS

Det følgende kapitel præsenterer otte projekter, der er skabt af unge og udviklet i samarbejde med en eller flere kulturinstitutioner og -aktører. Projekterne er i deres kreative tilgang meget forskellige og repræsenterer forskellige geografiske dele af Danmark. Ens for alle projekterne er, at de er skabt af lysten til at bidrage kreativt, kunstnerisk og kulturelt til det samfund, de er en del af – frem for at have en målsætning om et økonomisk udbytte. Alle otte interviews giver et indblik i og inspiration til, hvordan unges kreativitet kan være med til at skabe udvikling i samarbejde med lokale kulturinstitutioner og -aktører.

BADESTUEN

INTERVIEW MED STUDERENDE
DANIEL NAYBERG

Badestuen er et undergrunds-
spillested, som tilbyder Roskil-
des unge et eksperimenterende
sted at mødes om musikken.
Projektet var ikke designet fra
starten, men stedet voksede
naturligt frem over tid.

HVILKE SAMARBEJDSPARTNERE HAR I, OG HVORDAN FIK I ETABLERET KONTAKTERNE?

Vi samarbejder bl.a. med INSP!, Gimle, Hal12, Råstof Roskilde, dB Sound Design, Pocket Levels, Roskilde Undergrund og Roskilde Kommune. Vi skabte kontakt til vores samarbejdspartnere gennem i forvejen etablerede bekendtskaber, så det var nemt. Flere af projektets initiativtagere havde i forvejen et bredt netværk i miljøet. Derudover har vi henvendt os via mail og telefon. I en by som Roskilde giver det mening at samarbejde så meget som muligt i kulturlivet. Summen af samarbejder synes ofte at være mere end enkeltdelene.

HVORDAN ER PROJEKTET ORGANISERET?

Vi har en meget flad struktur med definerede ansvarsposter. Beslutninger tages som udgangspunkt via konsensus ved fællesmøder.

HVILKE MULIGHEDER OG BARRIERER HAR I OPLEVET I FORBINDELSE MED JERES SAMARBEJDSRELATIONER?

Vi har kunnet trække på en kæmpe pulje af kompetencer på alle områder fra booking til grejleje. I forhold til barrierer har vi bl.a. skulle afstemme og omformulere forskellige tiltag for ikke at undergrave andre kulturaktører eller samarbejdspartners aktiviteter.



HVILKE FÆLLES SUCCESKRITERIER HAR I OG KULTURINSTITUTIONERNE HAFT MED BADESTUEN?

Det fælles succeskriterium har været at skabe et mere levende kulturliv og engagere særligt unge til at blive mere entreprenante og opdage de rige muligheder for at engagere sig i kulturen.

HVAD KAN DE ETABLEREDE KULTURINSTITUTIONER TILBYDE UNGE OG OMVENDT?

Vigtigst af alt kan kulturinstitutionerne bidrage med erfaring og vejledning samt indsigt i det etablerede og best practice. De unge derimod kan tilbyde nye måder at anskue tingene på, udfordre forretningsmodeller og reflekterer

hele tiden over hvad, hvorfor og hvordan. De kan altså bidrage med hjælp til udvikling i en omskiftelig verden.

HVIS I SKULLE LAVE PROJEKTET IGEN, HVAD VILLE I GØRE ANDERLEDES?

Hvis noget: være mere bevidst om finansieringsmuligheder i private puljer og fonde.

DEL EN SUCCESHISTORIE OM BADESTUEN

Vores Badestuen Festival er en 100 % gratis nonprofit endagsfestival med fokus på hygge og lokal vækstlagsmusik – 11 koncerter, 40 frivillige, 350 deltagere og samarbejde med over 12 andre lokale aktører. Badestuen fungerer også som et bachelorprojekt fra Performance Design på RUC.

BØRNEENES BOGHUS

INTERVIEW MED DE UNGE BAG PROJEKTET

Børnenes Boghus er et koncept for børn i alderen 4-9 år med fokus på fantasi, fortælling og højtlesning, som er udviklet af en gruppe unge. Gennem opbygningen af et konkret træhus på ca. 6 m², beklædt med bøger og påsatte hjul, er det intentionen at skabe en fysisk ramme for events på børnebiblioteker og i det offentlige rum.



Børnenes Boghus har til formål at få børn til at fortælle og formidle historier. Gennem læsning, højtlesning og kreative aktiviteter er det intentionen at inspirere børn til at blive bedre fortællere og læsere. Ideen opstod gennem en fælles interesse for bøger, historier og lysten til at skabe noget for børn.

HVAD VILLE I GØRE ANDERLEDES, HVIS I SKULLE LAVÉ PROJEKTET IGEN?
Efter en omfattende evalueringsproces blev det klart for os, at vi fra starten kunne have gjort mere ud af det rent organisatoriske heriblandt at definere os som projektgruppe. Derudover ville vi have brugt mere tid på idé- og konceptudvikling.

VIL I FORTÆLLE LIDT OM JERES SAMARBEJDSPARTNERE?

Vores samarbejdspartnere er Ordet Fanger, Røde Roses Kaffebær, KraftWerket, Københavns Tekniske Skole, Nørrebro Lokaludvalg og Dansk Ungdoms Fællesråd. Vi tog kontakt til samarbejdspartnere personligt og via mail og telefon. Vi tog kontakt, fordi det var nødvendigt for os som en fuldstændig frivillig gruppe at få praktisk hjælp, rådgivning og sponsorater for overhovedet at kunne realisere projektet. Vi har i projektgruppen organiseret hele projektet inkl. en event, som blev afholdt på Balders Plads i august 2013.

HVILKE MULIGHEDER OG BARRIERER HAR JERES SAMARBEJDSRELATIONER GIVET PROJEKTET?

Samarbejdspartnerne har bidraget hvor og med det, der gav mening. Vi har fået mulighed for omtale og PR gennem samarbejdspartnerne og hjælp og opbakning til projektet. Det har af og til været en barriere at samarbejde med en etableret organisation, fordi der ikke altid blev fulgt op på det, der blev lovet, pga. travlhed. Det har også krævet en indsats at skabe den indledende kontakt, og det tog ofte lang tid, før der blev svaret på vores henvendelser, hvor vi ofte ikke havde tid til at vente ret længe på svar.

HVAD KAN DE ETABLEREDE KULTURINSTITUTIONER TILBYDE UNGE OG OMVENDT?

De etablerede kulturinstitutioner kan tilbyde rådgivning, praktisk og økonomisk støtte, omtale og PR, mens de unge kan tilbyde kulturinstitutionerne innovative ideer, idealisme og kreativitet. Vi har ofte en anden indgangsvinkel til projekter og samarbejder, fx arbejdede vi tæt sammen med Teknisk Skole om et projekt, som ikke umiddelbart lå indenfor skolens interessefelt.

DEL EN SUCCESHISTORIE FRA BØRNEBESOGHUS

En af de største samarbejdssucceser var med Teknisk Skole, som fra starten var meget åben og samarbejdsvillig. Vi fik boghusets trækonstruktion bygget af tre tømrerelever, som lavede huset som eksamensprojekt. Derudover sponsorerede Teknisk Skole materialerne.

ORD OVER SVENDBORG

INTERVIEW MED PROJEKTMAGER KÅRE WANGEL

Ord over Svendborg er en tre-fire-dages festival i Svendborg – en hyldest til ordkunst i ordets bredeste forstand.

Idéen til festivalen opstod i 2010, da Svendborg Sparekasse udlovede økonomisk støtte til kulturprojekter på Sydfyn. Gruppen bag festivalen fandt sammen omkring et ønske om at videreføre idéen om en litteraturfestival i Svendborg, men som et nyt projekt, der skulle rumme mere end den smalle litteratur.

HVILKE SAMARBEJDSPARTNERE HAR I?

Hovedsageligt Svendborg Bibliotek og Svendborg Kommunes kulturafdeling, der har hjulpet med mentortimer og forskellig administrativ støtte. Derudover har vi en række lokale samarbejdspartnere, bl.a. Børnekulturelt Netværk Svendborg, Kunstbygning SAK, jazzforeningen Giant Steps, kulturhuset Harders, Baggaardteatret, spillestedet Maskinen, Den frie Lærerskole, Naturama og Troels Boghandel. Endelig samarbejder vi med en række andre kulturföreninger og begivenheder på Fyn, bl.a.: Spoken Word Festival, Dage Med Brecht, PSFyn, Odense Fortællerkreds, Fynske Forfattere og

Odense Lyrikfestival. Vores primære samarbejdspartnere, dvs. kommunen og biblioteket, tilbød sig selv som samarbejdspartnere, hvilket var fantastisk. Vi har oplevet den samme åbenhed fra stort set alle andre samarbejdspartnere. Der er i Svendborg og på Fyn en stor vilje til at arbejde på tværs af foreninger og kunstarter, og det har været overraskende nemt i de fleste sammenhænge. For alles vedkommende var det formentlig afgørende, at de kunne se en seriøsitet og grundighed i projektet.

HVORDAN ER PROJEKTET ORGANISERET?

Det har indtil videre været muligt for Svendborg Bibliotek at stille nogle timer til rådighed til en central koordinator for festivalen i tre til fem måneder omkring festivalen. Resten af det centrale arbejde har udelukkende været baseret på frivillige kræfter. Hovedparten af organiseringen ligger hos den enkelte samarbejdspartner, som hvert år forbereder et eller flere arrangementer som

del af ordfestivalen i dialog med festivalledelsen. Samarbejdsrelationerne har således skabt mulighed for at lave en festival, som er betydeligt større, end dens budget nogensinde ville tillade, og det er fedt at arbejde sammen med andre passionerede mennesker.

HVILKE FÆLLES SUCCESKRITERIER HAR I OG KULTURINSTITUTIONERNE HAFT MED ORD OVER SVENDBORG?

Vi har gerne villet arbejde med ordkunst på en kunstnerisk grænseoverskridende måde uden at blive elitær. Samtidig forsøger vi at skabe en festival med et bredt ejerskab.

HVILKE MULIGHEDER OG BARRIERER HAR I OPLEVET I FORBINDELSE MED JERES SAMARBEJDSRELATIONER?

Idet vi lægger en del af ejerskabet ud til samarbejdspartnerne, giver det os nye muligheder for, at ting opstår af sig selv. Den primære barriere har hele tiden været tid til at arbejde med nye ideer. En anden ting er, at enkelte aktører udelukkende ser sig som en virksomhed i et marked af kulturelle tilbud. Når vi har henvendt os til dem, har deres forslag udelukkende været at give os en prisliste over deres sale eller ydelser. Oftest findes der dog enkelte passionerede medarbejdere sådanne steder, og hvis man kan få fat på dem, kan der godt blive mulighed for et godt samarbejde alligevel.

HVAD KAN DE ETABLEREDE KULTURINSTITUTIONER TILBYDE UNGE OG OMVENDT?

De etablerede kulturinstitutioner kan tilbyde unge opbakning, sparring og kontakt til andre samarbejdspartnere, mens de unge kan tilbyde kulturinstitutionerne idéer, nytænkning og energi.

DEL EN SUCCESHISTORIE FRA ORD OVER SVENDBORG

Helt fra starten ville vi gerne indgå i et tæt samarbejde med kulturbygningen Harders. Dens passion for musik og kultur er meget tydelig og særdeles ægte, og vi ville gerne give Harders en mulighed for at nå ud over musikken og ind i et bredere kulturelt rum. Vi blev mødt

med stor åbenhed og fik at vide, at projektets succes var det vigtigste, og at lokaleleje mv. var sekundært. Vi fandt hurtigt ud af, at stedet fungerede optimalt som base for festivalen, fordi det var et godt mødested for kunstnere og frivillige med faciliteter til madlavning, med

bar, med aflukkede backstagerum og med hyggelige sofahjørner til at hænge ud i. Vil man sætte gang i et større kulturelt projekt uden et stort budget, er det godt at have et sted som Harders. Mange ting er lettere, når man ikke først og fremmest skal tænke i begrænsninger som fx priser, husreglement, åbningstider, men i stedet kan fokusere på muligheder.



INSTITUT FOR (X)

INTERVIEW MED GRAFIKER
GABRIEL DZIESLAW FRA BUREAU DETOURS

Bureau Detours er en ung kreativ organisation, der har mange forskellige projekter og beskriver sig selv som ”...*vilde, sprudlende, uforudsigelige fandenivoldske – men også professionelle og fyldt med kan-selv-attitude*”. Ét af projekterne er Institut for (X). Projektet kan beskrives som en midlertidig erhvervs- & kulturplatform, der er levende, dynamisk og i konstant udvikling. Idéen opstod, da Bureau Detours manglede en fælles base, som den kunne operere ud fra for at kunne blive ved med at lave nye projekter og samarbejder.

HVEM SAMARBEJDER I MED?

Vi samarbejder bl.a. med Aarhus Kommune, som involverer en lang række afdelinger og instanser. Gennem et projekt lavede vi et samarbejde med Kulturhus Århus i forbindelse med World Out Games i 2009. Det gjorde vi, da vi så vores snit til et modigt samarbejde med en lille håndfuld visionære mennesker i Aarhus Kommune. Samarbejdet gav os en unik mulighed for at skabe en kulturplatform, som er ret enestående og særdeles relevant for Aarhus. Sådan opstod Institut for (X).

HVORDAN ER PROJEKTET ORGANISERET?

Administration i forhold til Institut for (X) er skåret ned til absolut minimum. Alle er pedeller. Der samarbejdes på kryds og tværs for at udnytte hinandens kompetencer for derigennem at styrke de individuelle projekter, der stables på benene. Vi har aldrig været særligt organiserede i vores gruppe. Det er mere en form for antiorganisation.

HVAD HAR VÆRET DEN STØRSTE UDFORDRING I FORHOLD TIL SAMARBEJDET?

Dels at få vores egen del af det administrative til at fungere, dels at sørge for, at dialogen i forhold til kommunen hele tiden er opdateret. Når tingene overgår fra en afdeling til en anden, kan det ofte føre til, at vigtig information ikke bliver videregivet. Samtidig skaber det udfordringer, at kommunen er et krydsfelt af afdelinger og instanser, som det kan være svært at manøvrere rundt i.

HVILKE FÆLLES SUCCESKRITERIER HAR I OG AARHUS KOMMUNE HAFT FOR PROJEKTET?

Det er et svært spørgsmål. Succeskriterierne bliver løbende redefineret. Men at skabe et kreativt miljø, som gror nedefra, og som er involverende og giver plads til de nye ikke-etablerede kræfter.

HVAD KAN DE ETABLEREDE KULTUR-INSTITUTIONER TILBYDE UNGE OG OMVENDT?

Det afhænger af, hvilken kulturinstitutioner der er tale om, men der er ingen tvivl om, at der er et kæmpe potentiale, og der er masser af fordele i disse samarbejder mellem unge og kulturinstitutioner/kommuner. De unge kan tilbyde nye input og måder at gøre tingene på.

DEL EN SUCCESHISTORIE FRA BUREAU DETOURS

Institut for (X) må være en af de mange succes historier, vi har oplevet. Vi fik nøglen til pladsen bag Godsbanen overdraget i oktober 2009. I første omgang hed lejemålet seks måneder. Nu hedder det juleaften 2014 – og hvem ved ...?



*”De etablerede kulturinstitutioner
er en mulighed og en eksponeringsplads,
præsenterer deres kunst i mange
miljøer. Samtidig kan de give os mulighed for at
opleve, hvordan et samarbejde mellem kunst og
funktion fungerer, hvor man som kunstner kan arbejde
under institutionens normer og rammer, og hvor der er
for alle parter, som udvider deres horisonter.”*

*...oner kan give unge kunstnere
...ng, som er svær at få, hvis de
...ere alternative eller ukendte
...ive unge muligheden for at
...ide med en større institution
...tner er nødt til at indrette sig
...eller krav. En nyttig erfaring
...ler alles arbejds horisont.”*

- UNG KUNSTNER
BAG DANSEINSTALLATIONEN
PEEP SHOW



BEST PRACTICE

INSTALLATION PÅ COPENHELL

INTERVIEW MED STUDERENDE MILENA METRAK

Projektet gik ud på at designe et chill-out-område til gæsterne på metal-festivalen COPENHELL. Området skulle skabe en social interaktion og invitere folk til at snakke med hinanden på festivalen.

Projektet blev skabt under en gruppedannelse på Roskilde Universitet, hvor nogle studerende interesserede sig for at få et publikum til at agere på en ønsket måde. Ideen var fra begyndelsen bred, og strategien var først at gøre den konkret, når en interessant samarbejdspartner var fundet.

HVEM HAR I SAMARBEJDET MED?

Hovedsamarbejdspartneren til projektet var Live Nation, som er den kulturproducent, som står bag festivalen. Derudover havde vi også et praktisk samarbejde med HumTek, som er en basisuddannelse på RUC samt Labitat, som er et hackerspace for teknologinørder og -interesserede. Det sidstnævnte samarbejde var særdeles vigtigt for udførelsen af

projektet, som blev at bygge en installation til COPENHELL. Vi havde brug for alt fra værkstedsrum, sparring og viden om bl.a. lodning af LED-strips.

HVORDAN FIK I KONTAKT TIL COPENHELL?

Vi kontaktede COPENHELL, fordi vi fik øjnene op for, at de manglede et sted, hvor gæsterne kunne slappe af efter intense timers head-banging. Det var nemt at samarbejde med Live Nation, bl.a. fordi de synes, vores antagelser om festivalen var spot on. Desuden havde vi den fordel, at to af os kom fra foreningen Netværks Logen, som igennem flere år har haft et samarbejde med Live Nation om frivillige på COPENHELL.



HVORDAN VAR ORGANISERINGEN AF PROJEKTET?

Live Nation var gatekeeperen, som på mange områder havde det sidste ord i projektets udviklingsfase. Omvendt underkender vi ikke den viden og erfaring, de som samarbejdspartner sad inde med på grund af deres mange års erfaring med kulturproduktioner og realiseringen af metalfestivalen. Fra starten fik vi forventningsafstemt og talt med Live Nation om, hvordan banen var kridtet op. Vi fik navne på dem, vi skulle kontakte og være i dialog med indenfor bestemte områder, fx *"Ham skal I snakke med, når I skal snakke om sikkerhed ..."*.

HVAD VILLE I GØRE ANDERLEDES, HVIS I SKULLE LAVE PROJEKTET IGEN?

En anden gang ville jeg gå i mere dialog eller diskussion omkring finansieringsmulighederne og idéudviklingsfasens forløb. Det var to udfordringer i samarbejdet, som dog blev løst. Derudover var et af vores mål med at designe området at tænke det ind i en sammenhæng med omkringliggende boder, installationer osv. Det fik vi gjort på et praktisk niveau under opbygningsdagene af vores installation og festivalen generelt. Jeg har en tese om, at vi kunne have skabt en bedre oplevelse for festivalgæsterne ved at involvere de enkelte

afviklere på festivalen i hinandens projekter. Live Nation havde dog en fast måde at håndtere dette på.

HVILKE MULIGHEDER SKABER SAMARBEJDET MED KULTURAKTØRER?

Min erfaring er, at man i et samarbejde med etablerede kulturaktører får mere tid til at fokusere på den ønskede problemstilling eller projektets emne, fordi det ikke også er projektgruppen, der skal stå for PR, rekruttering og lignende.

HVAD KAN DE ETABLEREDE KULTURINSTITUTIONER TILBYDE UNGE OG OMVENDT?

Kulturinstitutioner og andre kulturaktører kan give et godt fundament for et projekt. Man behøver ikke at lave en masse researcharbejde, fordi de ofte ved noget og har erfaring fx med målgruppen og arbejdsforholdene. De tilføjer også den realistiske dimension, som giver projektet kant. De unge kan tilbyde ny viden, arbejdsmetoder og nye fokusområder på institutionens hjertebarn, hvilket kan være en øjenåbner for den etablerede institution. Derudover giver et samarbejde med unge, som ikke er farvet af vante vaner og tilgange, mulighed for at udfordre institutionens processer, metoder og organisationsstruktur.

MOVE COPENHAGEN

2013

INTERVIEW MED PROJEKTLEDER
ANDREAS TANG-BROCK FRA MOVE COPENHAGEN

Move Copenhagen 2013 er en bevægelsesfestival med fokus på slackline, yoga, acroyoga og klatring. Idéen til festivalen opstod, fordi Andreas syntes, der manglede aktivitet på Refshaleøen, og at rammerne derude skreg efter bevægelse.

Foreningen bag festivalen har til formål:

- at danne en ramme, der udvikler og afvikler en international event med fokus på alsidig og kreativ bevægelse
- at opfordre unge til at udveksle og udvikle kropslige, mentale og organisatoriske erfaringer og kompetencer inden for alsidig bevægelse
- at styrke bevægelsesmiljøet via frivilligt foreningsarbejde omkring alle de samarbejdende foreninger
- at afprøve, udvide og udvikle rammerne for, hvad der kan opnås via samarbejde mellem frivillige folkeoplysende foreninger.

HVEM HAR I SAMARBEJDET MED?

Vi har haft et samarbejde med ungdomskulturhuset KraftWerket i Valby. Jeg tog kontakt til KraftWerket for at booke en tid til projektrådgivning, fordi jeg som førstestegangsprojektleder på et projekt i denne størrelse havde brug for vejledning og råd. KraftWerket havde ikke et telefonnummer, hvilket gjorde det lidt besværligt at kontakte dem. Jeg blev sendt 4-5 steder hen i kommunen, inden jeg fik udstukket en e-mail. Al kommunikation foregik derfor via e-mail, hvilket desværre ikke var ideelt for mig, da jeg foretrækker at udtrykke mig mundtligt. Det var der desværre ikke mulighed for før selve rådgivningen.

HVORDAN VAR MOVE COPENHAGEN 2013 ORGANISERET?

Vi har en bestyrelse, som sætter rammerne for projektet. Derudover arbejder jeg som frivillig projektleder med alt, hvad der dertil hører.

HVAD VILLE I GØRE ANDERLEDES, HVIS I SKULLE LAVE PROJEKTET IGEN?

Vi skal lave projektet igen, og vi er blevet meget klogere på processen bag et så stort projekt. Det, vi vil gøre anderledes næste år, er at have en større styregruppe, så opgaver kan fordeles på flere hænder.

HVILKE MULIGHEDER OG BARRIERER HAR DU OPLEVET VED SAMARBEJDET?

Projektrådgivningen har givet en ro hos mig som projektleder via af- og bekræftelser på diverse spørgsmål. Desuden gav det muligheden

for at låne en pavillon og to scenelamper. Jeg manglede, at KraftWerket i Valby havde kontakt til en eller flere kulturinstitutioner på Christianshavn, hvor Move Copenhagen 2013 foregik, og som kunne hjælpe med at formidle projektet til lokaludvalget eller andre økonomiske spillere i området, som kunne have interesse i at låne os udstyr eller at støtte op om projektet rent økonomisk.

HVAD KAN DE ETABLEREDE KULTURINSTITUTIONER TILBYDE UNGE OG OMVENDT?

De etablerede kulturinstitutioner kan tilbyde projektrådgivning, det mener jeg, er et vigtigt parameter. En ærlig projektrådgivning, som også fortæller, at projektet bliver hårdt og med mange udfordringer undervejs, og måske endda ikke lykkes. Desuden kan kulturinstitutioner tilbyde udlån af diverse udstyr og remedier. Kulturinstitutionerne ligger ofte inde med meget grej, som kun sjældent bliver brugt. Jeg vil gerne opfordre til, at grejet får nyt liv hos projektmagerne i stedet for at blive støvet i kælderen. Samtidig kan unge tilbyde liv og nye initiativer. Desuden kan unge med deres projekter understøtte og måske udvikle en del af de projekter, der i forvejen foregår i kulturinstitutionen.

DEL EN SUCCESHISTORIE FRA MOVE COPENHAGEN

KraftWerket i Valby har med en åben og en ikkebureaukratisk tilgang til samarbejdet givet en god dynamik til projektet. Den ærlige sparring på projektet har fået for store idéer ned i den rette størrelse, åbnet muligheder for idéer i nye retninger og dermed givet en ro i projektet, fordi vi har følt, at vi var på rette vej.



PEEP SHOW

INTERVIEW MED UNG KUNSTNER
JENS BÄCKVÄLL

Projektet Peep Show (også kaldt den interaktive danseinstallation) giver publikum mulighed for at møde abstrakt bevægelsesteater og moderne dans i det offentlige rum – på en ny, interaktiv og inkluderende måde.

Idéen med projektet er at give mere magt til publikum, så Jens som kunstner ikke kan kontrollere alle aspekter af værket, men lader tilskuerne selv påvirke deres egen oplevelse, de optrædende og helheden.

HVILKE SAMARBEJDSPARTNERE HAVDE DU?

Jeg samarbejdede med Den Frie Udstillingsbygning og Områdefornyelsen Gl. Valby. Jeg ringede helt enkelt til dem og foreslog samarbejdet. Efter et enkelt møde, hvor jeg præsenterede den kunstneriske idé bag projektet, havde vi et samarbejde. Det var nemt og ligefrem. Vi tog kontakt til Den Frie Udstillingsbygning, da de står for vigtige eksperimenter indenfor cross-media art, og de var derfor en oplagt samarbejdspartner.

HVILKE MULIGHEDER OG UDFORDRINGER HAR SAMARBEJDET GIVET?

Vi fik god eksponering og mulighed for at søge penge fra Københavns Kommune, noget som ikke ellers var muligt, hvis vi ikke havde samarbejde med en københavnsk institution. Den største udfordring i forhold til samarbejdet var nok, at Den Frie Udstillingsbygning ikke almindeligvis præsenterer scenekunst, men dette tog vi som en spændende mulighed. Det var mest i forhold til publikum, men vi oplevede, at de generelt var meget glad for at opleve noget anderledes. Og så ville jeg gerne have haft mere tid til at eksperimentere med formen, inden den blev præsenteret for publikum.



HVAD KAN DE ETABLEREDE KULTURINSTITUTIONER TILBYDE UNGE?

De etablerede kulturinstitutioner kan give unge kunstnere en mulighed og en eksponering, som er svær at få, hvis de præsenterer deres kunst i mere alternative eller ukendte miljøer. Samtidig kan de give unge muligheden for at opleve, hvordan et samarbejde med en større institution fungerer, hvor man som kunstner er nødt til at indrette sig under institutionens normer eller krav. En nyttig erfaring for alle parter, som udvider alles arbejds horisont.

HVAD KAN UNGE TILBYDE DE ETABLEREDE KULTURINSTITUTIONER?

De unge kan til gengæld tilbyde nye visioner, som måske ikke er hæmmet af vanetænkning og af et formsprog, som er for genkendeligt. De kan tiltrække et nyt publikum, som de har fra deres netværk, og som ikke nødvendigvis plejer at frekventere den kulturinstitution, som de samarbejder med. Det er jo altid positivt at få et nyt blik udefra til at se på den arbejdsgang, man har. Så hvis kulturinstitutionerne tillader sig selv at lytte til eventuel kritik, kan de sikkert lære noget, selvom de selvfølgelig også vil møde en vis naivitet hos de unge kunstnere.

DEL EN SUCCESHISTORIE OM DIT SAMARBEJDE MED KULTURINSTITUTIONER

Jeg har samarbejdet med mange forskellige kulturinstitutioner, eksempelvis kan Prøvehallen i Valby nævnes, hvor jeg henvendte mig for en del år siden. Vi fik hurtigt et godt samarbejde med ledelsen, og i løbet af et par år holdt vi ugentlige træninger i både dans og akrobatik i huset, opførte flere forestillinger, og i 2007 lavede jeg og tre andre fra Terra Nova et kæmpearrangement til kulturnatten med over 50 deltagende og mange hundrede gæster. Her iscenesatte vi hele huset fra kælder til kvist og samarbejdede med lokale idrætsforeninger, billedkunstnere og lyd- og lyskunstnere. Noget, som aldrig havde været muligt uden et meget tæt samarbejde med husets ledelse.



STONEASS FESTIVAL

INTERVIEW MED UNGE FRA
MUSIKFORENINGEN STONEASS

De sidste seks år har en gruppe bestående af studerende med passion for kunst og musik afholdt et årligt koncertarrangement for at fremme det ikkekommercielle kunst- og musikmiljø i Horsens.

Arrangementet er nyt og anderledes i Horsens og tiltrækker et bredt publikum med interesse for hvad der rører sig på kunst- og musikscenen. Idéen til Stoneass Festival udsprang en sommerdag, hvor de unge sad i en baghave og ærgrede sig over, at de ikke havde mulighed for at deltage i årets Roskilde Festival. De fik derfor idéen, at de ville lave Horsens' helt egen festival. Først var Stoneass Festival blot en havefest for venner og bekendte, så blev det til en markfest med lokale musikere, og sidenhen har festivalen udviklet sig til en kulturel begivenhed, der huser lokale såvel som nationale kunstnere.

HVILKE SAMARBEJDSPARTNERE HAR I, OG HVORDAN FIK I KONTAKT TIL DEM?

Vi samarbejder med Horsens Kommune, kulturinstitutionen FÆNGSLET, spillestedet Kulisselageret og vækstlaget. Foreningen tog selv kontakt til kommunen og de forskellige kulturinstitutioner. Vi anså det for naturligt at inddrage de mere erfarne kulturinstitutioner, i takt med at vores ambitioner voksede. Kulturinstitutionerne har erfaring og kapacitet, vi kan drage nytte af. Det var nemt at få kontakt med kulturinstitutionerne, da de kunne mærke vores passion og derfor viste stor interesse for at samarbejde med os. I forhold til samarbejdet har vores musikforening det fulde ansvar for festivalen og udførelsen af denne. Samarbejdspartnerne fungerer som værdifulde sparringspartnere for foreningen.

HVILKE FÆLLES SUCCESKRITERIER HAR I OG KULTURINSTITUTIONERNE HAFT MED PROJEKTET?

At alle parter har haft en positiv oplevelse,

og at vi er i udvikling. Vi har derfor et ekstra fokus på læringsprocessen og evaluering.

HVILKE MULIGHEDER OG UDFORDRINGER HAR SAMARBEJDET GIVET, OG HVAD VIL I GØRE ANDERLEDES I FREMTIDEN?

Vi er blevet mere synlige i Horsens, og det har uden tvivl åbnet døre. Samtidig har vi skullet bevise vores kunnen som unge ildsjæle uden et solidt økonomisk bagland. Det har været svært at vide, hvad man præcist kunne forvente af hinanden – hvad vores muligheder er, og hvordan vi kan bruge vores samarbejdspartnere. Næste år vil vi optimere markedsføringen af Stoneass Festival. I den forbindelse vil vi etablere flere samarbejdsaftaler med uddannelses- og kulturinstitutioner i Horsens samt inddrage flere frivillige foreninger.



HVAD KAN DE ETABLEREDE KULTURINSTITUTIONER TILBYDE UNGE OG OMVENDT?

Kulturinstitutionerne kan tilbyde os indsigt, værdifulde erfaringer og muligheden for at skabe brugbare relationer,

mens vi kan tilbyde kulturinstitutionerne nytænkning, innovation og passion.

DEL EN SUCCESHISTORIE OM JERES SAMARBEJDE MED KULTURINSTITUTIONER

Vi har været glade for samarbejdet med Horsens Kommune og diverse kulturinstitutioner i Horsens. Vi har fra starten haft et frugtbart samarbejde, hvor selv grundlæggende spørgsmål er blevet taget seriøst og besvaret grundigt. Det har været en stor succes, at vi har haft så mange muligheder for at synliggøre os selv igennem andre.

UNGES KREATIVITET SOM DRIVKRAFT FOR KULTURINSTITUTIONER

MATCHMAKING AF KREATIVE UNGE
OG KULTURINSTITUTIONER

UDGIVET AF



Kulturstyrelsen
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V
kulturstyrelsen.dk

UDARBEJDET AF


Konsulent Stine Engel
Projektmedarbejder Line Røijen
2013

GRAFISK TILRETTELÆGGELSE

Casper Heijkenskjöld
Graphic Designer & Art Director
casperheijkenskjold.com

COPYRIGHT

Kulturstyrelsen, København 2013
Teksterne må frit gengives med
behørig kildehenvisning.

A decorative border made of thick yellow lines, featuring various abstract shapes like loops, zig-zags, and wavy patterns that frame the central text.

”De etablerede kulturinstitutioner kan tilbyde unge opbakning, sparring og kontakt til andre samarbejdspartnere, mens de unge kan tilbyde kulturinstitutionerne idéer, nytænkning og energi.”

- PROJEKTMAGER BAG FESTIVALEN
ORD OVER SVENDBORG