



KULTURAKTØRER I EN PANDEMI

Erfaringer fra Frederiksberg

Juni 2021

Udarbejdet af Slæng
med støtte fra Frederiksberg Fonden

FORORD

Kulturlivet har mødt store udfordringer siden corona-nedlukningen af samfundet i marts 2020. Det har vi mærket på tæt hold hos netværket Slæng, hvor vi, foruden en løbende dialog, fire gange årligt samler Frederiksbergs kulturaktører til videndeling og networking i uformelle omgivelser.

Der er i netværket blevet udvekslet både frustrationer, erfaringer, moralsk støtte og idéer, som samlet har bidraget til at hjælpe det lokale kulturliv gennem krisen. Vi identificerede tidligt et behov for, at dyrebar viden som denne ikke går tabt, men i stedet formaliseres og potentielt kommer endnu flere til gode - ikke blot på Frederiksberg. Heraf denne rapport.

Arbejdet med rapporten har givet et varieret og opløftende indblik i en svær tid og understreget den skabertrang og kreativitet, som kendetegner de ildsjæle, der bærer kulturen frem. Vi håber, deres erfaringer vil komme hele kulturlivet til gode.

God læselyst.

På vegne af Slæng,
Maja Kring Schjørring & Frederik Bentsen

¹ Slæng er netværket for Frederiksbergs kulturaktører og har eksisteret siden 2017. Slæng samler Frederiksbergs kulturaktører og faciliterer synergier og samarbejder på tværs af kulturelle genrer og discipliner. Strøm er initiativtager til og operatør for Slæng.

KOLOFON

Titel	Kulturaktører i en pandemi - erfaringer fra Frederiksberg
Tekst	Maja Kring Schjørring & Frederik Bentsen
Korrektur	William Sass
Layout	Frederik Bentsen
Forsidefoto	Malthe Ivarsson
Idé	Frederik Birket-Smith
Udgiver	Slæng ved Strøm S/I

'Kulturaktør i en pandemi - erfaringer fra Frederiksberg' er støttet af Frederiksberg Fonden.

Tak til:

- Frederiksberg Fonden for at muliggøre projektet.
- Alexander Stevns, Astrid la Cour, Benjamin Randbøll, Kalle Bremer og Mai Young Øvlisen for at stille op til interviews.
- Alle som deltog i spørgeskemaundersøgelsen.

SLÆNG

f FREDERIKSBERG
FONDEN

STRØM

INDHOLD

Resumé	5
Metode	6
Casebeskrivelser	9
Analyse - aktørernes erfaringer	12
Anbefalinger	19
Afrunding	22
Bilag	23

RESUMÉ

Corona-pandemien har haft vidtrækkende konsekvenser for kulturlivet, hvis aktører siden nedlukningen af Danmark i marts 2020 har måttet agere med ekstrem fleksibilitet og nytænkning. Det gælder også på Frederiksberg, hvor byens kulturaktører er blevet udfordret af skiftende restriktioner og stor usikkerhed. Med disse udfordringer følger nye erfaringer - erfaringer, som kulturlivet er nødsaget til at tage ved lære af for samlet at komme bedst muligt ud af krisen.

Denne rapport har til formål at samle disse erfaringer fra kulturaktører på Frederiksberg under corona-pandemien, herunder undersøge de udfordringer og potentialer, der ligger i at gentænke kulturelle oplevelser for at imødekomme pandemiens restriktioner. Med fokus på best practice og videndeling vil rapporten belyse proaktive og positive tiltag, som andre kan drage nytte af, både i en *new normal* pandemisk virkelighed såvel som en *back to normal* restriktionsfri virkelighed.

I undersøgelsen, som ligger til grund for rapporten, har der været fokus på publikumsrettede kulturelle aktiviteter. Det er ydermere prioriteret at holde fokus på organisationer, der skaber kulturelle aktiviteter, hvorfor der ses bort fra udelukkende udøvende kunstnere. Undersøgelsen er baseret på fire kvalitative interviews og et spørgeskemaer med 17 respondenter.

Rapporten udleder på baggrund af undersøgelsen en række konkrete anbefalinger til kulturaktørers fremadrettede arbejde. Anbefalingerne tager udgangspunkt i erfaringer fra Frederiksberg, men kan benyttes af kulturaktører i hele landet. Resultaterne af undersøgelsen er ikke repræsentative for

samtlige Frederiksbergs kulturaktører, da Slængs medlemsdatabase alene har dannet udgangspunkt for invitationer til besvarelse.

Analysen af aktørernes erfaringer peger blandt andet på vigtigheden af fleksible aktivitetsformer, digitale platforme, intern idéudveksling, faste bevilningsydere, opgaveprioritering og en divers aktivitetsportefølje. Desuden fremhæves mulighed for fleksibilitet i forhold til hjemmearbejde og aktivisering af ubrugte lokaler.

På baggrund af disse udledes syv anbefalinger i kategorien *new normal* og fem anbefalinger i kategorien *back to normal*.

I kategorien *new normal* anbefales kulturaktører at: 1. Udarbejde fleksible aktivitetsformater, 2. Definere digitale platformes rolle, 3. Bringe publikumsoplevelsen ud af murstenene, 4. Sætte tomme lokaler til rådighed for andre, 5. Facilitere intern idéudveksling, 6. Holde åben, løbende dialog med bidragsydere og 7. Opprioritere opgaver, som nedprioriteres i en normal hverdag.

I kategorien *back to normal* anbefales kulturaktører at: 1. Klæde organisationen på digitalt, 2. Udvikle digitalt indhold, som publikum vil betale for, 3. Muliggøre hjemmearbejde i det omfang, organisationen kan bære det, 4. Diversificere aktivitetsporteføljen og 5. Prioritere fondssøgning og relationsopbygning.

METODE

Dataindsamlingen blev foretaget i perioden februar-marts 2021 og baserer sig på to forskellige og komplementerende dataindsamlingsmetoder, henholdsvis:

1. Digitale og fysiske individuelle, semistrukturerede kvalitative interviews, og
2. digitale spørgeskemaer.

Spørgerammer for begge metoder har fokus på perioden marts 2020-nu, hvor forskellige restriktioner gør sig gældende for at begrænse corona-smitte-spredning. Dette indbefatter blandt andet forsamlingsforbud, som bliver op- og nedskaleret efter smitteniveau, afstandskrav og opfordring til afspritning, ekstra rengøring mv. Desuden i lange perioder krav om at holde f.eks. kulturhuse, spillesteder og festivaler helt lukket.

De fire interviews og spørgeskemaer blev gennemført for at belyse følgende centrale aspekter:

- Erfaringer med afholdelse af aktiviteter.
- Organisatoriske erfaringer.
- Kommunikative erfaringer.
- Økonomiske erfaringer.
- Generelle erfaringer.

1. Individuelle, semistrukturerede kvalitative interviews

Der blev foretaget fire interviews. I første interview deltog begge direktører fra URBAN 13 og bestyrelsesmedlemmer for Carpark Festival, Alexander Stevns og Benjamin Randbøll. I de øvrige tre interviews deltog direktør for Frederiksbergmuseerne Astrid La Cour, initiativtager og stifter af Yellow House Collective Maj Øvlisen og CEO for Stella Polaris Kalle Bremer. Alle respondenter afslog anonymitet

mitet både i forhold til navn og organisation.

Ét interview blev gennemført online og tre blev gennemført fysisk, allesammen af Slæng ved Maja Kring Schjørring og Frederik Bentsen. Førstnævnte var primær interviewer og sidstnævnte referent, observatør og supplerede endvidere med spørgsmål.

Det metodiske formål med interviewene var at opnå indsigt i kulturaktørernes oplevelser og erfaringer med at lave kulturaktiviteter i perioden med corona-restriktioner fra marts 2020-nu. Her var fokus især på at undersøge potentialer og udfordringer, der ligger i at retænke kulturelle oplevelser og kunstneriske udviklinger. Interviewene havde endvidere til formål at åbne op for og afdække centrale aspekter til videre udarbejdelse af spørgeskemaet.

Respondenterne blev valgt ud fra forskellige parametre. Dels at de sidder i centrale positioner i deres respektive organisationer og dermed har indsigt i pandemiens påvirkning på tværs af organisationen. Dels at de repræsenterer forskellige kulturinstitutioner, der laver forskellige typer af kulturaktiviteter på Frederiksberg.

Interviewene med repræsentanterne fra de fire organisationer blev optaget, og der blev undervejs i interviewene nedskrevet centrale pointer i kondenseringsskemaer lavet til formålet. Herfra udledte vi væsentlige temaer til analysen. De fire organisationer præsenteres i det følgende.

URBAN 13 er en socialøkonomisk virksomhed, som skal forvandle området under Bispeengbuen til et kulturelt, kreativt og socialt byrum. Siden 2019 har den lille by-i-byen budt på både iværksætterspace, gadeidrætsbaner og et stort venue, Garagen, som er

både koncertsted, biograf, teater og medborgerhus. I 2021 har stedet også fået en diner med mad og jobs til de lokale unge, og i løbet af sommeren følger bl.a. en ny udendørs bar, et orangeri og et udendørs kunstgalleri.

Yellow House Collective er et ungt kultur- og musikkollektiv, som bygger events op af kærlighed til musiknørderiet og fællesskabet. De har bl.a. afholdt vinterfestival på KU.BE på Frederiksberg i 2019 og 2020 med specialdesignede koncertformater, og andre aktiviteter som fællesspisning og lyrikoplæsning. Hertil Gadefest under Distortion på Nørrebro i 2018. Kollektivet er udsprunget af Den Rytmske Højskole, deraf navnet, som refererer til fællesskabet af de, som har boet i de gule huse i Vig.

Frederiksborgmuseerne består af museerne Storm P. Museet, Alhambra (som sammenlægges i efteråret 2021) og Bakkehuset samt udstillingsstederne Cisternerne og Møstings Hus. Tilsammen inviterer de indenfor til viden og oplevelser på tværs af litteratur, billedkunst, scenekunst, arkitektur og musik.

Stella Polaris er en én-dags musikfestival, som har eksisteret siden 1997, med fokus på elektro-nisk downtempo musik. Festivalen afholdes i flere danske byer, herunder Frederiksberg og er gratis for publikum. De optrædende er både danske og internationale artister.

2. Online spørgeskema til kulturaktører på Frederiksberg.

Ligesom de individuelle interviews var det metodiske formål for spørgeskemaet at opnå indsigt i kulturaktører på Frederiksbergs oplevelser og erfaringer med at lave kulturaktiviteter fra perioden med corona-restriktioner fra marts 2020-nu. Med spørgeskema som dataindsamlingsmetode var håbet at nå ud til et bredt udsnit af Frederiksbergs kulturaktører og dermed få et dybere indblik i erfaringerne fra

corona-perioden.

Spørgerammen bestod af 26 spørgsmål, der inkluderede både åbne og lukkede spørgsmål for at opnå det mest nuancerede billede heraf. Desuden baggrundsspørgsmål til at afdække og identificere sammensætning og baggrunde for aktører og organisationer. Derudover blev viden fra de fire interviews inddraget i udformningen af spørgsmålene i spørgeskemaet, eksempelvis i relation til særlige indsatser for fastholdelse af frivillige under corona. Kun fire respondenter svarede dog ja, og vi fandt ikke dette som et relevant analytisk perspektiv i relation til de oplistede centrale aspekter, vi ønskede belyst.

Invitation til at besvare spørgeskemaet blev udsendt via mail til Slængs medlemsdatabase, der tæller 71 kulturaktører, samt via Slængs Facebookgruppe med 86 medlemmer, hvor de fleste er gengangere. Desuden blev medlemmer i Facebook-gruppen kontaktet direkte via personlige beskeder.

Vi modtog samlet besvarelser fra 17 respondenter, hvilket udgør 24 % af medlemsdatabasen. Svarprocenten anses for tilfredsstillende, men da ikke alle kulturaktører på Frederiksberg er medlem af Slæng, finder vi ikke undersøgelsen repræsentativ for alle Frederiksbergs kulturaktører. Vi finder det alligevel som et vigtigt bidrag og et indblik i et udsnit af erfaringer fra Frederiksbergs kulturaktører.

I følgende afsnit med casebeskrivelser dykker vi ned i konkrete eksempler på, hvordan de tre aktive organisationer fra de individuelle interviews afholdte aktiviteter i corona-perioden, hhv. Frederiksborgmuseerne, Carpark Festival og URBAN 13 (Yellow House Collective var ikke aktiv i perioden). Casene rummer beskrivelser af, hvordan kulturaktørerne konkret imødegik udfordringerne med at afholde

aktiviteter under restriktioner. Casebeskrivelserne er et led i rapportens formål med at uddrage erfaringer og god praksis til gavn for andre kulturinstitutioner.

CASEBESKRIVELSER



Foto: Flemming Bo Jensen

FREDERIKSBERG-MUSEERNE

Nedlukningen satte hurtigt gang i det innovative idémaskineri på Frederiksborgmuseerne, hvilket resulterede i en række digitale og analoge tilbud til kulturbrugerne.

Storm P. Museets digitale Valhalla-udstilling

Allerede en uge efter nedlukningen blev den populære udstilling på Storm P. Museet om tegneserien Valhalla transformeret til et virtuelt 3D-univers via museets hjemmeside. Her kunne man bevæge sig gennem udstillingsrummene på museet, se de udstillede tegninger og klikke på de tilhørende tekster. Desuden kunne man prøve kræfter med Gudequizzen, hvor spørgsmålene, der var markeret med blå cirkler, var placeret i udstillingsrummene, man bevægede sig digitalt igennem.

Museet Alhambra og Bakkehusmuseets digitale julekalender

På Bakkehusmuseet blev julestemningen skabt på en ny måde i 2020 i form af en digital julekalender i 24 afsnit med lydfortællinger om julens temaer. Her kunne man blandt andet høre om modtagelsen af det første juletræ i København i 1811, om børnebogsklassikeren Peters Jul, Adam Oehlenschlägers juletraditioner og H.C. Andersens "juleskavanker".

Museet Alhambra leverede en digital julekalender via Instagram med 24 sjove og underholdende historier hver dag i december.

Historietelefon

I erkendelsen af, at alle målgrupper ikke alle er lige hjemmevante på en computer, oprettede Frederiksborgmuseerne en såkaldt Historietelefon. Med Historietelefonen kan man ringe til Frederiksborgmuseernes telefonnummer og få læst en historie op,

som skifter hver dag. Det kan fx være breve skrevet af H.C. Andersen, der normalt ligger i Bakkehusmuseets arkiv. Eller sjove historier om gamle revystjerner som Liva Weel og PH.

Frederiksborgmuseernes huser normalt netværksgrupper for ældre, som grundet corona ikke kunne mødes. Ideen til Historietelefonen opstod som et alternativ til netværksgrupperne, og fordi nogle fra målgruppen ville være udfordrede på at benytte de digitale tilbud.

Vores museer rummer så utroligt mange fantastiske fortællinger, som bare venter på at blive fortalt, og vi glæder os umådeligt meget til at kunne åbne op igen. Men indtil da vil vi gerne sikre, at alle har mulighed for at blive underholdt og begejstret. Det tror vi, at Historietelefonen kan medvirke til.

- Astrid La Cour, Direktør for Frederiksborgmuseerne.



Steen Jørgensen i Cisternerne. Foto: Per Lange.

Digitale musikoplevelser

På flere af Frederiksborgmuseernes matrikler blev der afholdt koncerter, som blev streamet til publikum. Der var live-session med Jada under lysekronen i Møstings Hus, og i et samarbejde med Ekstra Bladet blev en koncert med Steen Jørgensen live-streamet fra Cisternerne. Der blev desuden i Cisternerne, i samarbejde med Strøm, afholdt en digital musikoplevelse med den internationalt anerkendte DJ, Kölsch.

STELLA POLARIS

Stella Polaris DIY (do it yourself)

Den elektroniske éndags musikfestival Stella Polaris tilbød en digital ni-timers festivaldag, hvor publikum blev opfordret til selv at skabe de bedst mulige festivalrammer under gældende restriktioner.

Grundet det gældende forsamlingsforbud var årets Stella Polaris omdannet til en digital festivaldag. Musikken blev live-streamet fra Bakkehusmuseet, og det ni timers lange musikprogram blev leveret af flere aktuelle artister, både live og via DJ-sets. For at optimere publikums muligheder for at skabe den bedste festivalstemning og oplevelse af at være på festival var der mulighed for at få tilsendt et Stella Polaris Homekit. Et homekit kom i forskellige størrelser, og bestod af øl, spiritus, kaffe, snacks, drikkeflasker, merchandise mm.

Derudover etablerede festivalen et samarbejde med en vinhandel om en særlig Stella Polaris-vin, som man kunne bestille og få leveret. Vinen blev markedsført som en tiltrængt økonomisk håndsrækning fra publikum til festivalen.



Stella Polaris DIY. Foto: Jannick Boerlum

CARPARK FESTIVAL

Carpark Experiments

Som et alternativ til Carpark Festival, der normalvis tilbyder publikum musik og kunst gennem to dage under Bispeengbuen, blev Carpark Experiments stablet på benene. Her blev publikum inviteret ind i et tværæstetisk oplevelsesrum, hvor alle sanser blev aktiveret.

På trods, eller måske på grund af corona-restriktioner, var trangen til at skabe kultur stor hos de frivillige ildsjæle hos Carpark. Dette resulterede i Carpark Experiments, som tog udfordringen op og udnyttede de muligheder, der trods alt var for afholdelse af aktiviteter. Carpark Experiments var en række aktiviteter, som havde fokus på den personlige og anderledes oplevelse. Kombinationen af koncerter med vækstlagsartister, to permanente lyskunstin- stallationer, fire-retters middage og ølsmagning udgjorde indholdet for de restriktionsdikterede 50 publikummer. Derudover blev eventrummet under Bispeengbuen omdannet til et mere permanent opholdsrum med invitation til at hænge ud til både lokale, forbipasserende og tilkommere.



Carpark Experiments. Foto: Kasper Hjorth

ANALYSE - AKTØRERNES ERFARINGER

Analysen er baseret på empiri fra både spørgeskema og interviews og de gennemgående temaer, der er fundet heri. Spørgsmålene var centreret om at få et indblik i brede erfaringer fra kulturaktører på Frederiksberg i perioden marts 2020-nu, hvor forskellige corona-restriktioner udfordrede kulturaktørernes sædvanlige aktivitetspraksis. Analysen vil indeholde citater fra interviewene, samt diagrammer (i bilag) og citater fra åbne spørgsmål fra spørgeskemaundersøgelserne. Navnene på respondenterne vil fremgå ved citaterne fra interviewene, som alle er godkendt af respondenterne.

De 17 respondenter repræsenterer hver deres organisation på Frederiksberg, som bedriver forskelligartede kulturelle aktiviteter.

Respondenternes baggrund

Respondenterne repræsenterer et bredt spektrum af alt fra projektledere og museumsinspektører til formænd og presseansvarlige. Vi ser en overvægt i aldersgruppen 26-35 år, men også de ældre grupper mellem 36-45 år og 46-55 år er fint repræsenteret (se bilag 1).

Organisationernes aktiviteter og størrelser

På spørgsmålet om hvilken primær kulturel aktivitet respondenternes organisation afholder under normale omstændigheder i ikke-corona-tider, svarer hovedparten (29 %) 'koncerter og festivaler'.

Ved kategorien 'Andet (angiv venligst)' har respondenterne svaret 'rådgivning og indholdsproduktion', 'uddannelse', 'rundvisninger', 'udstillinger og arrangementer' og 'bevægelsesaktiviteter samt musik i alle faser og arrangementer'.

På spørgsmålet om antallet af lønnede medarbejdere

i organisationen fremgår det, at hovedparten af respondenterne i denne undersøgelse kommer fra mindre organisationer. Tre respondenter angiver at komme fra organisationer med mere end 20 ansatte på lønningslisten, mens seks har én-fem ansatte. De øvrige fordeler sig ved, at to angiver at have nul ansatte, tre har seks-ti, og yderligere tre har 11-20.

Fysiske publikummer før og under corona

Foruden respondenternes erfaringer ønskede vi også at tegne et billede af udviklingen i antallet af publikummer årligt i forbindelse med corona. Her ser vi ikke overraskende, at Frederiksbergs kulturaktører har været hårdt ramt af corona-restriktioner på publikumsfronten. Forskellen er visualiseret i bilag 2, hvor det ses, at fire aktører har samlet mere end 5.000 fysiske publikummer efter corona brød ud. Til sammenligning havde 12 af de 17 aktører mere end 5.000 årlige fysiske publikummer før corona. Fire aktører angiver at have nul publikummer i perioden med corona-restriktioner, og tre aktører angiver at have 50-100 publikummer. Resten fordeler sig jævnt på de øvrige muligheder, hvilket ikke divergerer markant fra før corona.

Aktiviteter under corona

Vi ønskede at samle erfaringer både fra organisationer, som har afholdt aktiviteter i perioden med corona-restriktioner, og dem, som ikke havde mulighed for eller valgte ikke at gøre det. Formålet med dette var dels at undersøge, hvilke erfaringer der er kommet ud af at afholde aktiviteter under gældende restriktioner, dels hvad det kunne have muliggjort at afholde aktiviteter.

Hertil svarede 11 respondenter, at de har afholdt aktiviteter, mens fem ikke har, og én ikke ønskede at svare. Heraf angav hele 10 af de 11 desuden, at de

har lavet digitale aktiviteter, heraf størstedelen live-streams. Derudover har otte (med overlap) afholdt de aktiviteter, de normalt afholder tilpasset gældende restriktioner.

For Mai Young Øvlisen og Yellow House Collective, som er organiseret som en forening og 100 procent frivilligdrevet, besluttede de tidligt ikke at lægge en masse energi i at udvikle arrangementer, som de risikerede at aflyse og dermed skuffe både frivillige og publikum.

Det ville simpelthen være så synd at sætte noget i gang, som ikke kunne blive til noget.

- Mai Øvlisen, Yellow House Collective.

Hos Frederiksborgmuseerne, URBAN 13 og Stella Polaris gik man anderledes til værks. For Frederiksborgmuseernes vedkommende havde forsamlingsforbuddet økonomiske konsekvenser. Ud over besparelser betød det, at de var nødsaget til at gentænke deres formidlingsformater og lægge færre penge i 'mursten', altså deres fysiske lokaler, og i stedet se på, hvordan man kunne arbejde mere fleksibelt, eksempelvis ved at bringe oplevelsen ud af huset. Det har resulteret i udviklingen af både flere udendørs aktiviteter, digitale oplevelser og eksempelvis den såkaldte Historietelefon (se nærmere beskrivelse i afsnittet Casebeskrivelser).

Det er vigtigt at få lavet nogle pilot-projekter og komme ud og få det prøvet af.

- Astrid la Cour, Frederiksborgmuseerne.

Hos URBAN 13, hvor store dele af indtægterne traditionelt er kommet fra deres spillested, har man

så vidt muligt holdt fast i de traditionelle formater og løbende tilpasset sig restriktionerne. I perioderne, hvor det kunne lade sig gøre, har de afholdt intime sid ned-koncerter og filmklubarrangementer, hvortil billetterne blev revet væk. Netop billetsalget var en øjenåbner for URBAN 13, fortæller Alexander Stevns: *Vi har tidligere afholdt flere gratis arrangementer, hvilket gør, at publikum kan være meget laissez faire med at møde op. Nu var vi nødsaget til at sælge billetter og har måske fået vendt folk lidt i en retning af, at det koster penge at tage til kulturarrangementer.*

Til gengæld tog de hos URBAN 13 tidligt et helt bevidst valg om ikke at lave digitale aktiviteter, som mange andre kulturaktører indenfor musik ellers har tyet til:

Det er svært at tjene penge på, og vi var selv blevet lidt trætte af dem i løbet af de første måneder hjemme.

- Benjamin Randbøll, URBAN 13.

En anderledes positiv tilgang til online streaming havde man hos den omrejsende festival Stella Polaris. Her blev festivalen afholdt digitalt med mulighed for at streame live-koncerter i de danske hjem. Her fik digitale festivalgængere desuden mulighed for at bestille et festivalkit med øl, snacks, merchandise mv. for at fuldende oplevelsen.

Erfaringerne har da gjort, at vi fremover 100 procent vil have streaming med på vores arrangementer. Det er fandme dyrt at lave streams i forhold til KODA - til gengæld sparer du så noget på toiletter.

- Kalle Bremer, Stella Polaris.

En respondent fremhæver en anden type digital aktivitet end live-stream, som også kommer andre led af kulturfødekæden til gode.

Vi er i færd med at producere promo-videoer for flere bands, som vi på grund af personlige kontakter har mulighed for at præsentere for en international kreds af bookere, agenter, festivalledere etc. Vi mener, det også er meget vigtigt, at vi gør, hvad vi kan for at holde modet oppe hos musikerne, og dette giver nogle muligheder for aktivitet i fremtiden, for at genrejse koncert- og festivalaktiviteter.

- Respondent, spørgeskema.

I citatet fremkommer en opmærksomhed på musikere, som flere musiker-fagforbund har peget på også har haft store økonomiske udfordringer i corona-perioden med meget begrænsede mulighed for spillejobs. Det vidner om stor solidaritet.

I henhold til hvilke udfordringer, respondenterne har oplevet i arbejdet med at afholde aktiviteter i corona-perioden, fremhæver hele otte respondenter de skiftende restriktioner som den største udfordring.

For tre af respondenterne, der ikke afholdt aktiviteter i perioden, var restriktioner årsag hertil. Kun en lempelse eller ophævelse af disse kunne ifølge to af dem have muliggjort afholdelsen af aktiviteter for deres organisationer.

For Yellow House Collective mener Mail Young Øvli-sen at en slags 'afprøvningspulje' kunne have givet noget sikkerhed og dannet vej for eksperimenter. Hun siger:

Alternativt kunne man se på muligheden for, at fx spillesteder kunne stille deres lokaler til rådighed og sige: Vi har de mærkelige restriktioner; er der nogen, der kan pitche noget ind? Dét kunne have givet noget sikkerhed til at eksperimentere.

En respondent nævner desuden, at flere digitale forretningsmodeller med mulighed for indtjening

som en mulighed for, at flere aktiviteter kunne være afholdt.

Der tegner sig dermed et overordnet billede af, at hovedparten af kulturaktørerne har forsøgt sig med nye typer aktiviteter i det omfang, det har været muligt. Dette har hovedsageligt udmøntet sig i digitale aktiviteter. Til gengæld har forsamlingsforbuddet sat en stopper for de fleste fysiske aktiviteter og betydet totalt nedlukning for flere. Ca. halvdelen har lavet fysiske events i tråd med dem, de afholder i tiden uden restriktioner, blot med færre publikummer.

Organisationernes daglige arbejdsprocesser

Perioden med corona har haft en enorm indvirkning på måden, vi arbejder på, hvor kontorer har været nødsaget til at lukke og sende medarbejdere hjem. Størstedelen af respondenterne angiver da også, at de har arbejdet hjemmefra. Den nye måde at arbejde på har ført en masse erfaringer med sig, både på godt og på ondt. Nogle har nydt friheden, og flere udtrykker at have tillært sig nye og mere effektive arbejdsgange.

På Frederiksbergmuseerne har perioden med corona på den positive side bl.a. fordret, at organisationens tværfaglige arbejde er styrket yderligere:

Selvom arbejdet i fremtiden tegner til at blive mere fleksibelt indrettet, sidder man overordnet tilbage med en følelse af, at det interne arbejde forløber langt bedre med fysisk fremmøde.

- Astrid la Cour, Frederiksbergmuseerne.

Dette underbygges af en anden respondent fra spørgeskemaet:

Sekretariatet er blevet dygtigere til at samarbejde internt og med vores partnere digitalt (...).

Det digitale samarbejde med de eksterne partnere uddybes videre af samme respondent:

(...) derfor har vi måttet finde alternative digitale løsninger såsom online præsentationer og inspirationsoplæg i videoformat.

Dog peger enkelte også på, at den manglende personlige interaktion har besværliggjort sparring og ideudveksling i flere organisationer., hvilket kommer til udtryk i det følgende citat fra spørgeskemaet:

Perioden med udelukkende hjemmearbejde var svær, særlig vidensdelingen mellem forskellige medarbejdere i teamet (...).

Der tegner sig overordnet et billede af, at respondenterne har gjort sig forskellige erfaringer med daglige arbejdsprocesser i corona-perioden, som overvejende synes positive. Især i relation til optimerede arbejdsprocesser via digitale samarbejds- og mødeplatforme. Dog har flere savnet den personlige interaktion og kollegiale sparring.

Ekstern kommunikation

Kulturinstitutioners eksterne kommunikation er som udgangspunkt bundet op på fysiske aktiviteter, så vi var interesserede i at undersøge, om denne har ændret sig i perioden med corona. Hertil svarer to tredjedele af respondenter, at den har ændret sig. Nogles digitale kanaler har ligget stille hen som følge af ikke at afholde fysiske aktiviteter, og andre har kommunikeret om deres digitale og øvrige nye eller tilpassede aktiviteter.

Nødvendigheden af at tilpasse aktiviteterne efter restriktionerne, som kan ændre sig uden eller med kort varsel, fremhæves af flere. Det vidner følgende svar på spørgsmålet om, hvad der har været den største udfordring i den eksterne kommunikation

under corona-perioden:

At restriktionerne ændrer sig konstant, hvilket har medført, at vi skal kunne skalere vores projekter med meget kort varsel.

- Respondent, spørgeskema.

I forlængelse heraf udtrykker én respondent udfordringen i at bibeholde publikumsinteressen i en kommunikation præget af omprogrammering og forbehold:

Den største udfordring i forhold til vores eksterne kommunikation har været at bevare publikumsinteressen, samtidig med at vi holder os inden for restriktionerne. Omprogrammeringen af festivalens indhold har krævet yderligere kommunikation til publikum, og det har også været nødvendigt at arbejde med disclaimere, der tydeligt beskriver festivalens corona-tiltag for at skabe tryghed blandt publikum. For (festivalens navn) har perioden med corona-



*Der er blevet længere imellem den personlige interaktion på arbejdet.
Foto: Frida Hansen*

restriktioner vist, hvor stor betydning god løbende kommunikation til publikum og afvejningen af folkestemningen er for at kunne afholde live-events under disse skærpede forhold.

- Respondent, spørgeskema.

Frederiksbergmuseerne har været proaktive på kommunikationsfronten og har generelt lagt mere digitalt indhold ud i perioden end tidligere, blandt andet som følge af et øget niveau af digitale aktiviteter.

Før brugte vi primært digital kommunikation til at reklamere for os selv. Under nedlukningen tog vi noget af det, vi skulle have lavet arrangementer om, og lægger ud som lyd og film.

- Astrid la Cour, Frederiksbergmuseerne.

Samtidig er hun opmærksom på potentielle udfordringer i kølvandet herpå:

Vi, som alle andre museer, er bange for at begå samme fejl som mediehusene, hvor de først gjorde indhold gratis og senere mistede læserne, da betalingsmurene kom frem - lige nu ser vi i et projekt sammen med fire andre museer på, hvordan man kan lave noget digitalt indhold, som folk også har lyst til at betale for.

Generelt set har corona-perioden haft en betydelig indvirkning på kulturaktørernes eksterne kommunikation, som for nogen har betydet mere, og andre mindre, aktivitet og generelt et behov for stor omstillingsparathed.

Økonomi

På den økonomiske front har manglende billet- og barsalg gjort store indhug og medført stor økonomisk usikkerhed for flere respondenter. Adspurgte til hvilken økonomisk indflydelse pandemien har haft, giver syv respondenter udtryk for en væsentlig

negativ indflydelse. Således svarer en respondent fra spørgeskemaet:

Vi ligger næsten helt stille og er økonomisk svært stillet (...).

Flere respondenter komplimenterer fondenes samarbejdsvillighed i perioden.

(...) Fondene har i det forgangne år udvist stort samfundssind og støttet op om festivalens omprogrammering af indhold og nedskalering af publikumstal.

Derfor har vi kunnet bevare en stabil finansiering (...)

- Respondent, spørgeskema.

For Yellow House Collective har nedlukningen givet et nyt syn på forholdet mellem bidragsyder- og modtager. Stifter Mai Young Øvlisen fortæller:

Som nyetableret kan man godt se fondene som nogen, der skal overtales til, om ikke de nok vil hjælpe. Der er dog noget i den hjælp, vi fik under corona, hvor jeg kan se, at det rent faktisk er en reel udveksling, hvor tingene foregår i øjenhøjde.

Hos URBAN 13 gik man ca. 80 procent ned i omsætningen fra nedlukningen i marts 2020 og frem til august 2020, men står alligevel til at komme fornuftigt igennem. Der har i den forbindelse været behov for både at trække på økonomiske reserver og hjælpepakker. De to direktører føler sig dog privilegerede over, at de på forhånd havde en bred portefølje af aktiviteter, som gav mulighed for at trække på flere indtægtskilder.

Mens flere giver udtryk for at kommercielle samarbejder og partnerskaber er faldet eller forsvundet det seneste år, oplever fire respondenter ikke nogen mærkbar forskel i økonomien. Tværtimod har corona-perioden givet vind i sejlene for kommercielle

partnerskaber hos Stella Polaris:

I mit 2020 har jeg fået lukket meget større og længerevarende aftaler, end jeg har nogensinde i min event-karriere. Det, at de (potentielle partnere) nu giver sig tid til at snakke med sådan en gøgler som mig, er nok fordi der er rigtig mange, som bare sidder derhjemme og håber på, at de kan få noget kompensation, og at tingene snart går i orden
- Kalle Bremer, Stella Polaris.

Sammenholdes spørgeskemabesvarelses og udtalelser fra de fire interviews tegner der sig et generelt billede af, at egenindtægter som billet- og barsalg er faldet eller forsvundet. Derimod har fondsstøtte for flere skabt et stabilt økonomisk fundament i en ellers udfordret tid. Flere har oplevet en stor velvilje fra fondene til at bibeholde midler på trods af omprogrammering og ofte nedskalering af aktiviteter.

Muligheder og udfordringer fremadrettet

På trods af, at corona-pandemien for mange kulturaktører kan virke uendelig, er erfaringerne fra corona-perioden værdifulde for organisationernes fremtidige virke. De generelle erfaringer opsummeres i de følgende afsnit.

Muligheder

Adspurgt om de muligheder, perioden med corona har medført, påpeger flere digitalt indhold som den store game changer. Nye digitale formater og opkvalificering af medarbejdere i forbindelse hermed tegner til at fylde meget blandt kulturaktørerne. Dette kommer til udtryk i de følgende citater.

Vi var naturligvis i gang, men det digitale område er virkelig noget, vi skal styrkes yderligere på. Vi kommer helt sikkert til at arbejde med mere fleksible formater fremover.
- Astrid la Cour, Frederiksborgmuseerne.

(...) Samtidig er vi klar over, at digital formidling er kommet for at blive, så vi ser især på mulighederne for at nå publikumsgrupper, der er fysisk langt væk. Altså internationalt arbejde.
- Respondent, spørgeskema.

Mange positive erfaringer i forhold til hvordan man som organisation kan omstille sig og skabe nye, vari-ge formater og indsatser. Muligheden for at opkvalifi-cere fx digitale kompetencer hos flere medarbejdere har været meget positive og giver i dag også positivt afkast i form af interesse fra nye samarbejdspartne-re med fx nye økonomiske eller indholdsmæssige partnerskaber.
- Respondent, spørgeskema.



URBAN 13. Foto: Martin Sørensen

Mens URBAN 13 fremhæver fordelene i deres brede portefølje af aktiviteter, og dermed indtægtskilder, har pandemien tydeliggjort et behov for en lignende diversificering blandt flere aktører. Kalle Bremer fra Stella Polaris udtrykker det på følgende måde:

Vi bliver nødt til at markere os mere end de fire dage om året.

Denne tankegang går igen hos Yellow House Collective:

Det har været en drøm, der lå i Yellow House Colle-ctive i forvejen, at festivalen skulle være et flagskib, og så kunne mindre events bruges til at fylde på.
- Mai Young Øvlisen

For én af respondenterne har den ny virkelighed haft en positiv indvirkning i kraft af, at man som organisation er blevet mere bevidst om styrker og svagheder, hvilket giver grobund for videreudvikling. To respondenter udtrykker, at de med henblik på fremtiden ingen muligheder ser som følge af corona-perioden.

Udfordringer

Kigger vi i den modsatte ende af spektret og ser på fremtidens udfordringer, fremhæver respondenterne forskellige perspektiver. Én frygter for den økonomiske genopbygning, en anden for (gen-)rekruttering af frivillige, mens to ser riften om publikums opmærksomhed som den primære udfordring. Endeligt svarer tre respondenter opmuntrende, at de slet ingen udfordringer ser på den lange bane.

Opsummerende tegner der sig et mønster af, at respondenternes svar peger på, at et større digitalt fokus og diversificering af aktiviteter kommer til at fylde mere fremadrettet. I henhold til udfordringer er publikums opmærksomhed den mest centrale bekymring for fremtiden.

Vigtigste erfaringer

Som afrunding på både interviews og spørgeskema blev der spurgt til de vigtigste generelle erfaringer aktørerne tager med sig fra perioden med corona. Her er der generelt en stor positivitet at spore, helt fra det lavpraktiske til det eksistentielle.

Jeg synes, denne her tid har styrket os i, at der et kæmpe behov for kunst og kultur

- Astrid la Cour, Frederiksborgmuseerne.

Afsavnet har gjort det tydeligt, hvad det egentlig betyder for folks liv, at vi gør det her sammen. Det bliver lidt mere usynligt, når man bare er i afviklings-mode.

- Mai Young Øvlisen, Yellow House Collective.

Hvor vigtig kulturen er for fællesskabet og individet.

- Respondent, spørgeskema.

En mere lavpraktisk, positiv effekt har man mærket hos URBAN 13 og en respondent fra spørgeskemaet:

For os har det været rigtig fint at kunne kigge ind i de enkelte processer og have det nødvendige overskud til at forbedre dem. Så proces- og udviklingsmæssigt har det været skidegodt.

- Alexander Stevns, URBAN 13.

At det er muligt at skabe nye (og høj kvalitets) indsatser og arrangementer på kort tid, hvis man tør tage chancen, at fonde og andre samarbejdspartnere bakker op, når omstændighederne gør, at man skal tænke nyt og anderledes, og at de fysiske møder særligt mellem medarbejdere i et team er afgørende for at kunne arbejde i samme retning om det samme mål (digitale møder kan ikke erstatte den uformelle vidensdeling, som foregår fx hen over skriveborde).

- Respondent, spørgeskema.

De resterende svar fra respondenterne kan opsummeres i følgende temaer:

- Benspænd fordrer kreative løsninger.
- Panik og politik er en farlig kombination.
- Digital nytænkning.
- Nødvendigheden af at holde fast i live-arrangementer på trods af restriktioner.
- Man kan skabe inspirerende kulturoplevelser selv i en corona-tid.
- Publikumsevaluering viser, at publikum var trykke ved at deltage i live-arrangementer.
- Planlæg omhyggeligt, og lad dig ikke slå ud af påtvungne aflysninger.

ANBEFALINGER

På baggrund af analysen viser der sig en række gennemgående træk i de erfaringer, som kulturaktørerne på Frederiksberg har gjort sig under pandemien. Erfaringerne omsættes i dette afsnit til konkrete anbefalinger. De er opdelt i kategorierne *new normal*, som henviser til kulturaktørers fremadrettede virke med pandemi-restriktioner, og *back to normal*, som henviser til kulturaktørers fremadrettede virke uden pandemi-restriktioner. Anbefalingerne er skrevet i ikke-prioriteret rækkefølge.

NEW NORMAL

Selvom meget peger mod lysere tider i corona-pandemien, især i forhold til fremskridt i vaccineprocessen, er det nødvendigt at være på forkant med en lignende fremtidig pandemisituation, en *new normal* pandemisk virkelighed. Vi har gennem en sammenfatning af erfaringsindsamlingen udledt syv anbefalinger, som skal være med til at ruste kulturaktører i deres virke under lignende forhold.

1. Udarbejd fleksible aktivitetsformater, både digitale og fysiske

Den konstante usikkerhed, som en ny virkelighed med skiftende restriktioner har medført, har krævet en enorm omstillingsparathed blandt kulturaktørerne. Med fleksible aktivitetsformater, som med kort varsel kan op- og nedskaleres, flyttes til alternative lokationer (evt. fra fysisk til digitalt, og omvendt) og på andre måder tilpasses, øger du som arrangør chancen for, at aktiviteten kan føres ud i livet.

2. Definér digitale platformes rolle

Digitale aktivitetsformater og digital kommunikation både internt og eksternt er helt centralt i en tid præget af restriktioner. Der kan dog ikke udledes én rigtig måde at gribe det an på. Indgangsvinklen

er baseret på bl.a. ressourcer og definerede formål hermed. For organisationen handler det derfor om tidligt at definere, hvilken rolle digitale platforme har ift. aktiviteter og generel kommunikation med udgangspunkt i følgende parametre:

- Aktiviteter: Kan og skal organisationens aktiviteter flyttes online, og hvordan? Her er det særligt vigtigt at overveje, om/hvordan det digitale aspekt kan tilføre noget til publikumsoplevelsen.
- Målgrupper: Kan organisations målgrupper nås digitalt, og i så fald på hvilke platforme? Hvis ikke, skal de digitale aktiviteter ramme nye målgrupper?
- Ressourcer: I hvor stort et omfang har organisationen tid, økonomi og faglighed til at prioritere aktiviteter på digitale platforme?
- Præferencer: Definér formålet med at flytte hele eller dele af organisationens oplevelser online?
- Kommunikationsmål: Hvad ønsker organisationen i sidste ende at opnå med den eksterne kommunikation?

3. Bring publikumsoplevelsen ud af murstenene

Kan publikum ikke komme til jer, må I komme til publikum. Med forsamlingsforbud som organisationernes primære udfordring er det nødvendigt at overveje, hvordan aktiviteterne kan oversættes og overføres til nye rammer, eksempelvis udendørs, i naturen mv.

4. Sæt tomme lokaler til rådighed for andre

Mange lokaler har i lange perioder stået tomme hen under pandemien, hvor fx spillesteder ikke har kunne afholde deres normale aktiviteter. Såfremt

gældende restriktioner tillader det, kan man som 'murstensejer' stille tomme lokaler til rådighed. Dette kan gavne andre aktører, som kan se muligheder og drage nytte af en ellers spildt ressource, og evt. åbne op for en ekstra indtægtskilde.

5. Facilitér intern ideudveksling

Som det påpeges af flere respondenter fra undersøgelsen, kan virtuelle møder ikke 100 procent erstatte den fysiske interaktion, der foregår på en arbejdsplads under normale forhold. Især den spontane idéudveksling, som er essentiel for organisationers løbende udvikling, kan være udfordret. Skulle vi derfor igen komme i en situation, hvor virtuelle møder er normalen, er det vigtigt at tænke i alternative metoder, som kan facilitere den interne ideudveksling.

6. Hold åben, løbende dialog med bidragsydere

Kulturaktører har med aflysninger, nedskaleringer og andre ændringer som følge af restriktioner ikke kunne leve op til de resultater og krav, som var forventet af bidragsydere. Dog peger erfaringsindsamlingen på, at kulturaktørerne generelt har mødt stor samarbejdsvilje og forståelse fra især fonde, som har udvist velvilje til at bibeholde tilskud på trods af ændrede aktivitetsformater. Som bidragsmodtagende kulturaktør er det vigtigt i en lignende situation at se bidragsydere som partnere, der deler interesser, vil det bedste og søger løsninger. Derfor er en åben og løbende dialog essentiel.

7. Opprioriter opgaver, som nedprioriteres i en normal hverdag

I en travl hverdag med fokus på at udvikle og afvikle den næste aktivitet kan det være nemt at tilsidesætte opgaver, som enten ikke haster eller ikke giver den store personlige tilfredsstillelse. En pludselig aktivitetsstopklods som corona kan derfor fungere som en kærdommen lejlighed til at tage fat i sådanne opgaver. Eksempelvis alt fra praktiske gøremål til

strategiske overvejelser for organisationens retning de kommende år.

BACK TO NORMAL

Før eller siden vil kulturlivet, ligesom resten af samfundet, vende tilbage til noget, der minder om præ-corona-tilstande uden restriktioner for aktiviteter - en *back to normal* virkelighed. Erfaringsindsamlingen har dog vist, at der er meget læring og gode indsigter fra corona-perioden, der kan være brugbart for kulturaktørers fremadrettede virke uden restriktioner. En sammenfatning af disse har resulteret i fem anbefalinger.

1. Klæd organisationen på digitalt

Pandemien har for alvor sat skub i den digitale udvikling af kulturen og været et wakeup-call for mange aktører. Digitale platforme er traditionelt blevet betragtet som promoveringsværktøjer, men corona-perioden har resulteret i en overgang fra fysiske aktiviteter til digitale aktiviteter som primær oplevelsesplatform. Der er derfor behov for, at man som organisation sikrer sig, at kompetencer i relation til at lave digitalt aktivitetsindhold stemmer overens med ambitionerne og generelt har fokus på at opkvalificere medarbejderne herindenfor.

2. Digitalt indhold, som publikum vil betale for

En af de helt store udfordringer, som den digitale transformation har medført, er, at alle har svært ved at tiltrække betalende publikum til digitale oplevelser. Dette er selvsagt ikke økonomisk bæredygtigt. Derfor vil organisationer være langt bedre rustet, hvis man i fremtiden står parat med formater, som publikum er villige til at betale for at opleve.

3. Muliggør hjemmearbejde i det omfang, organisationen kan bære det

Mens ulemperne ved at arbejde hjemmefra er velbelyste, giver flere respondenter udtryk for, at de, trods savnet af kollegerne, også har mærket positive

effekter. Som organisation bør du derfor ikke tage for givet, at alle helst vil have en daglig gang på kontoret, så snart der igen er mulighed for dette. Undersøg i stedet medarbejdernes individuelle præferencer og find en balance mellem ude og hjemme, som gavner hele organisationen.

4. Diversificér aktivitetsporteføljen

Mange aktører, som traditionelt har slået sig op på en eller få årlige aktiviteter, har under pandemien måttet aflyse og/eller set sig nødsaget til at udvikle mindre, alternative formater. Med flere, evt. mindre, aktiviteter spredt ud over hele årshjulet, får organisationens taburet flere ben at stå på og gøres dermed mindre sårbar over for uforudsete restriktioner og aflysninger.

5. Prioritér fondssøgning og relationsopbygning

Som tidligere belyst har kulturelt engagerede fonde holdt hånden under store dele af kulturlivet og fungeret som et sikkerhedsnet, mens andre indtægtskilder er forsvundet. Her takker flere respondenter sig glade for, at de har lagt ressourcer i at søge fonde og løbende holde en god relation ved lige, også under pandemien. Nok kan arbejdet med fondssøgning for mange organisationer virke tid- og ressourcekrævende, men indsatsen kan vise sig at være guld værd og betale sig i det lange løb.

AFRUNDING

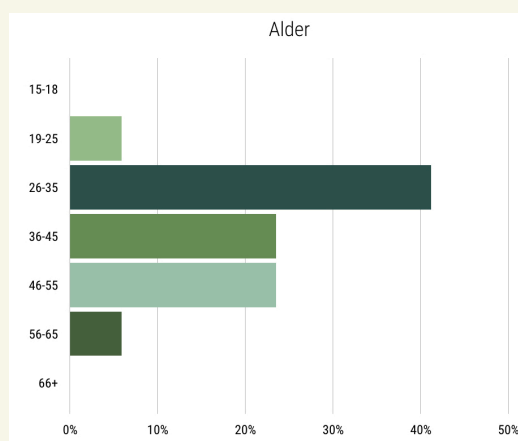
Perioden med corona har bragt store forandringer med sig, og kun tiden vil vise, hvilke varige konsekvenser den vil få for kulturlivet. I mellemtiden banker der et hårdt pumpende hjerte blandt landets aktører, som trods en enorm usikkerhed fortsat arbejder med næb og klør for at få små og store kulturelle oplevelser ud i alle afkroge af landet.

Indblikket, som erfaringsindsamlingen har givet os i Frederiksbergs kulturliv under pandemien, vil forhåbentligt give genklang blandt aktører landet over og bidrage til, at vi samlet kommer styrket ud på den anden side. Endeligt håber vi, at rapporten kan fungere som inspiration til en endnu større, landsdækkende undersøgelse.

Kulturen samler os og bliver ved at finde nye veje, pandemi eller ej. Vi glæder os til at opleve mere af den.

BILAG

BILAG 1



BILAG 2

