

UDBUD

UDVIKLINGSFORLØB MED KØBENHAVNS KULTURKVARTER

1. BAGGRUNDEN

Udviklingselskabet [Dansk Storbyturisme](#) driver kulturturismeprojektet [Cities for Culture](#) 2023-2025. Projektets hovedformål er at skabe internationalt konkurrencedygtige kulturdestinationer, som bidrager til den bæredygtige udvikling og har klar værdi for lokalsamfundet. Projektet vil løfte storbydestinationernes kulturelle styrkepositioner ved at understøtte kulturelle initiativer, for derved at kunne tiltrække flere internationale gæster.

I Cities for Culture arbejder vi i regi af Dansk Storbyturisme (VisitAarhus, Destination Fyn og Wonderful Copenhagen) for at understøtte hver storbydestinations kulturelle styrker. I Hovedstaden sætter kulturvisionen [CopenCore](#) rammen for denne udvikling.

Projektet består af fire spor, hvor spor 1 omhandler arbejdet med kulturcases, såkaldte udviklingsforløb, med udvalgte kulturaktører. Disse udviklingsforløb er lokalt forankrede og ikke et direkte samarbejde mellem de tre destinationselskaber.

I nuværende projektperiode (Januar 2024 – januar 2025) er Wonderful Copenhagens udviklingsforløb forankret i CopenCore's tema 1 "[COEXISTENCE](#)" som omhandler hovedstadens særlige DNA, den danske kultur og levevis. Den udvalgte kulturaktør er [Københavns Kulturkvarter](#), som udgøres af 17 kulturinstitutioner, der siden 2013 har samarbejdet om at udvikle Slotsholmen som byens kulturelle centrum. Kulturkvarteret rummer Danmarks ældste og mest betydningsfulde kulturinstitutioner samt vigtige demokratiske institutioner, som alle bidrager til fortællingen om København, det danske demokratiske samfund, kultur og levevis.

2. OPGAVERS FORMÅL OG FOKUS

Dette udviklingsforløb skal bidrage til skabelsen af Kulturkvarteret som en attraktiv og samlet kulturdestination med attraktionsværdi for både internationale gæster og lokale borgere. Et udviklingsforløb, der med afsæt i Kulturkvarteret som case, skal udmunde i økonomisk bæredygtige kulturprodukter¹, der tilkøbes og udfolder temaet "Coexistence" – det Københavnske DNA og levede liv.

¹ kulturprodukter er i denne sammenhæng en bred betegnelse for de "produkter/værditilbud" som udvikles i projektet og er derfor et udtryk for den måde at "udkomme på".

Den udbudte opgave er todelt, men dog fuldstændig sammenhængende, og kan derfor med fordel løses i et konsortium af fx to bureauer, så det sikres at de nødvendige kompetencer er til stede. Vi ser også potentiale i at indgå samarbejde med kunstnere, design- eller arkitekturstuderende, som kan bidrage til den kreative udvikling af kulturprodukter. Hvis to går sammen om at give tilbud, er det et krav at én af tilbudsgiverne kan drive den samlede proces fra start til slut. Tilbudsgiver bedes derfor tydeligt beskrive én samlet proces for opgaveløsningen, med øje for delenes forskellighed, hvor leverancerne er koordineret, samstemt og gensidigt værdiskabende. Vi forventer ikke at tilbuddet indeholder konkrete bud på udviklede kulturprodukter, men derimod en nøje beskrivelse af processen fra start til slut.

Del 1. En opdateret og samlende kernefortælling

Københavns Kulturkvarter blev etableret som netværksorganisation i 2013 og har siden arbejdet på at professionalisere sig som organisation, herunder bl.a. fået udarbejdet et strategisk grundlag (vedhæftet) og en omfattende byrumsanalyse (link nederst i dokumentet). Med afsæt i dette eksisterende materiale skal kernefortællingen for Kulturkvarteret samles, opdateres og defineres med en tydelig kobling til temaet Coexistence.

Del 2. Aktivering af kernefortælling - udvikling af fælles værditilbud

Opgavens anden del består herefter i at få aktiveret kernefortællingen i minimum 3 konkrete og fælles værditilbud (også kaldet kulturprodukter).

Vi ved at de internationale gæster efterspørger lokale, autentiske oplevelser. Gæsterne viser stor interesse for at lære om vores kultur, det levede liv i byen og det københavnske DNA. De er nysgerrige på vores kultur og vil gerne (op)leve som de lokale, når de besøger byen. Det er derfor også en del af opgaven at få defineret det københavnske DNA nærmere og sætte det i relation til Kulturkvarterets institutioner, så det tydeligt fremgår hvordan Kulturkvarteret er særligt relevant i formidlingen af det københavnske DNA. Hvordan kan det komme til udtryk og blive synliggjort for de besøgende i nogle fælles konkrete værditilbud?

3. OPGAENS LEVERANCER

Disse leverancer skal sikre en sammenhængende og målrettet indsats for at styrke Københavns Kulturkvarter som en attraktiv kulturdestination med international appel og lokal forankring.

- 1) Med afsæt i Kulturkvarterets eksisterende materialer, skal deres kernefortælling opdateres og defineres med fokus på det københavnske DNA og destinationsudvikling af området. Herudover definering af målgrupper og nøglebudskaber for kommunikation af kernefortællingen
- 2) Konceptualisering, design og udvikling af minimum 3 værditilbud (kulturprodukter), der kommunikerer Kulturkvarterets fælles kernefortælling

- a. Herunder tilrettelægge og drive den kreative udviklingsproces med inddragelse af Kulturkvarterets projektkreds
- 3) Sikre at de udviklede værditilbud (kulturprodukter) er økonomisk bæredygtige og skaber værdi for både lokale borgere og internationale gæster
- 4) Styrke udviklingen gennem samarbejder og partnerskaber – gerne på tværs af kultur- og turismekæden
- 5) Sikre en forretningsbaseret tilgang til udviklingen af værditilbud med inddragelse af data og med brugeren i centrum. Derfor forventes det at der løbende testes og tilrettes undervejs. Wonderful Copenhagen's analyseafdeling er ansvarlige for dataindsamling og afsluttende effektmåling, og vil derudover bidrage med relevante analyser og data.

4. ANSVAR OG ROLLEFORDELING

Wonderful Copenhagen er projektejere og har ansvaret for projektets økonomi. Wonderful Copenhagen vil deltage i workshops samt relevante møder for at være med til at sikre projektets fremdrift, dele den nyeste viden og data indenfor kulturturismeområdet og bidrage med generel sparring på projektet. Derudover ansvarlig for håndtering af fakturaer som skal betales med projektmidler.

Det udvalgte bureau/konsulent planlægger, faciliterer og driver udviklingsforløbet (inkl. løbende sparringsmøder og workshops) fra start til slut. Hvilket indebærer ansvaret for projektstyring, herunder kontakt til projektkredsen, samt at projektramme og tidsplan overholdes. Derudover ansvarlig for kontakt og koordinering med de underleverandører, der inddrages til produktion undervejs.

Projektkredsen som består af 6 repræsentanter fra Kulturkvarteret; Thorvaldsens Museum, Nikolaj Kunsthal, DAC, Krigsmuseet, Københavns Museum samt projektleder og studentermedhjælper fra Kulturkvarterets sekretariat, dedikerer tid fra min. én person fra hver kulturinstitution som deltager i udviklingsforløbet. De er således ansvarlige for at medfinansiere med arbejdstimer og bidrage med engagement og viden igennem hele projektperioden. Det er desuden et krav for deltagelse i projektet, at partnerne deler data fra deres egen organisation samt den data der efterfølgende kommer ud af projektets effektmåling.

5. KRAV TIL TILBUD

Tilbuddet skal som minimum indeholde beskrivelser af:

- Tilbudsgivers forståelse af opgaven, herunder hvordan tilbudsgiver påtænker at løse de beskrevne leverancer
- Tilbudsgivers relevante kompetencer (vedlæg gerne CV'er). Angiv også ansvars- og rollefordeling blandt de involverede tilbudsgivere og medarbejdere samt eventuelle underleverandører
- Proces- og tidsplan, herunder inddragelse af projektkredsen
- Budget over de forskellige leverancer (inkl. samlet pris og timepriser for de involverede). Tilbudsgiver skal angive prisen (DKK, ex. moms) for løsning af hele opgaven samt udspecificere timeforbrug på de enkelte leverancer. I tilbuddet må der meget gerne tænkes i optioner og med uddybet timepris.

6. BUDGETRAMME

Udbuddets samlede budgetramme til konsulenttimer er: DKK 640.000

Udover budgetrammen er der afsat DKK 350.000 til materiel. Denne post kan således ikke dække konsulenttimer, men udelukkende alt "det fysiske" der skal produceres i forbindelse med de udviklede kulturprodukter.

7. TIDSPLAN & DEADLINE

Opgavens tidsperiode løber fra maj 2024 til og med januar 2025.

Processen indledes med et opstartsmøde med Wonderful Copenhagen hurtigst muligt efter udvælgelsen.

Afklaring forud for aflevering af tilbud

Forud for afgivelse af tilbud på opgaven, er det muligt at afholde et halv-times møde/telefonisk samtale med Wonderful Copenhagen, så eventuelle spørgsmål og tvivl vedr. udbudsmaterialet og selve opgaven kan afklares.

Følgende tidspunkter er mulige:

29. april	30. april	1. maj	2. maj	3. maj
10:00-10:30	10:30-11:00	9:30-10:00	12:30-13:00	10:00-10:30
10:45-11:15	11:15-11:45	10:15-10:45	13:15-13:45	10:45-11:15
		11:00-11:30	14:00-14:30	12:30-13:00

I bedes hurtigst muligt vende retur med, hvilket tidspunkt I ønsker at booke til Signe Krarup på mail: skr@woco.dk

Deadline for indsendelse af tilbud herefter er: 20. maj kl. 12

Tilbuddet sendes til kultur@woco.dk

De udvalgte vil få svar inden 24. maj.

UDBUDSMATERIALET BESTÅR AF FØLGENDE DELE:

- Nærværende udbudsbeskrivelse
- Byrumsanalyse af Kulturkvarteret, udført af Gehl Architects, findes [her](#)
- Slotsholmsalliancen – strategisk grundlag (bilag 1)

Bilag 1

SLOTSHOLMSALLIANCEN

Strategisk grundlag samt forslag til samarbejdsområder og projekter





Materialet er udarbejdet af Dansk Arkitektur Center og Styrelsen for Slotte og Kulturejendomme med rådgivning fra Dansk Bygningsarv A/S.

Version 2, april 2014

En række institutioner på og omkring Slotsholmen er gået sammen om at afsøge mulighederne for at styrke og udvikle Slotsholmsområdet som kulturel destination for borgere og turister. Gennem et forprojekt med en række fælles udviklingsmøder har institutionerne i fællesskab opbygget grundlaget for Slotsholmsalliancen; et netværk for strategiske samarbejder og projekter i Slotsholmsområdet. Forprojektet er realiseret med støtte fra Realdania.

INDHOLD

Dokumentet præsenterer status på forprojektet efter 3. og næstsidste udviklingsworkshop og rummer Slotsholmsalliancens strategiske grundlag samt forslag til samarbejdsområder og konkrete projekter.

På baggrund af arbejdet på 3. workshop er tilføjet:

Forslag til organisering, s. 13-15
Tilrettet afsnit vedr. projekter, s. 21-30

INDLEDNING

/ DELTAGENDE INSTITUTIONER	SIDE 5
/ BAGGRUND	SIDE 6

STRATEGISK GRUNDLAG

/ FORMÅL	SIDE 7
/ SWOT-ANALYSE	SIDE 8
/ VISION OG MISSION	SIDE 10
/ VÆRDIGRUNDLAG	SIDE 11
/ SAMARBEJDSKONCEPT	SIDE 12
/ ORGANISERING	SIDE 13

SAMARBEJDSOMRÅDER OG PROJEKTER - BILAG

/ SAMARBEJDSOMRÅDER	SIDE 19
/ PROJEKTTYPER	SIDE 20
/ PROJEKTBEKRIVELSER	SIDE 22
/ ETAPEPLAN	SIDE 31
/ IDÉKATALOG	SIDE 32



DELTAGENDE INSTITUTIONER I FORPROJEKTET

DANSK JØDISK MUSEUM
 DET KGL. BIBLIOTEK
 FOLKETINGET
 KUNSTFORENINGEN GL. STRAND
 NATIONALMUSEET (PRINSENS PALÆ OG
 TØJHUSMUSEET)
 NY CARLSBERG GLYPTOTEK
 RIGSARKIVET
 TEATERMUSEET I HOFTEATERET
 THORVALDSENS MUSEUM
 TIVOLI
 DANSK ARKITEKTUR CENTER
 STYRELSEN FOR SLOTTE OG KULTUREJENDOMME
 (CHRISTIAN 4'S BRYGHUS, DE KONGELIGE
 REPRÆSENTATIONSLOKALER, MUSEET
 KONGELIGE STALDE OG KARETER, RUINERNE
 UNDER CHRISTIANSBORG)



BAGGRUND

Slotsholmsområdet rummer en levende fortælling om Danmarks fortid, nutid og fremtid. Området spiller en helt central rolle i Danmarks og Københavns historie som kulturelt og politisk centrum, og her kan man opleve nogle af byens ældste og mest attraktive kulturinstitutioner side om side med de aktive demokratiske institutioner, der former dagens Danmark og sætter kursen for fremtidens samfund. Man mærker historiens vingesus i den storslåede arkitektur og de smukke pladser, der rummer fortællinger om magt, krig, kultur og demokrati – og det er fortsat her, historien skrives og formidles til publikum.

Fortiden kommer til udtryk i de mange historiske bygninger og anlæg og i områdets museer, biblioteker og arkiver med deres store samlinger af nationalskatte. Museerne er blandt landets ypperste og har til formål at formidle den danske historie for danskere og udlændinge i alle aldre. Evtigt aktuelle temaer som krig, magt og demokrati binder fortiden sammen med nutiden og fremtiden, der i Slotsholmsområdet er repræsenteret ved kulturinstitutionernes skiftende udstillinger og

samfundsaktuelle arrangementer, og ikke mindst ved Folketinget på Christiansborg, der er en dynamisk arbejdsplads og en aktiv demokratisk institution. Med Dansk Arkitektur Centers indflytning i området føjes en ny facet til området med centerets arbejde for at engagere befolkningen i udviklingen af fremtidens arkitektur og byer.

Slotsholmsområdet er med andre ord en attraktiv og unik del af Københavns og Danmarks fortælling, der med udgangspunkt i en række forskellige kulturinstitutioner rummer og formidler landets kulturelle og historiske identitet. Placeringen i det centrale København gør samtidig området til en kulturhistorisk oase, og den besøgende mærker et markant stemningsskift fra storbyens jag, når kanalerne krydses. Men Slotsholmsområdet som samlet kulturel destination er ikke kendt i folks bevidsthed, og området fremstår ikke umiddelbart inviterende. Besøgende tiltrækkes af interesse for de enkelte institutioner, hvor især Christiansborg, Det Kongelige Bibliotek og Nationalmuseet er store publikumsmagneter. Området rummer med dets mange kvaliteter og oplevelsestilbud et

stort potentiale for at blive kendt som en stærk kulturdestination og bidrage til at øge Danmarks konkurrenceevne internationalt som en attraktiv storby og turismdestination. Med en attraktiv placering mellem Indre By og havnefronten har området samtidig et unikt potentiale for at udvikle sig til dét levende kulturelle knudepunkt, der binder byen og vandet sammen.

Storbyer brander sig i stadig højere grad på kultur, hvilket vi blandt andet ser i byer som Berlin og Wien, hvor kulturtilbud samles, griber ud og bliver en del af byrummet. Kulturinstitutionerne bliver derfor vigtige aktører, når byer skal positionere sig i forhold til hinanden og indgå i en global konkurrence, der kræver en evne til at skabe innovative formidlingstilbud til forskellige typer brugere på flere platforme. Kulturinstitutionerne i Slotsholmsområdet kan med et ambitiøst samarbejde, der udnytter de store potentialer og imødegår fælles udfordringer, skabe en stærk, samlet kulturdestination, der både styrker den enkelte institution, København som by samt Danmark som land i international konkurrence.



FORMÅL

FORMÅLET MED AT ETABLERE
SLOTSHOLMSALLIANCEN ER:

- / At formidle fortællingen om Slotsholmsområdet som centrum for magt, demokrati og kultur til et større publikum – og give området og dets fortællinger en central placering i borgernes og turisternes bevidsthed.
- / At gøre Slotsholmsområdet til et levende og inviterende sted, der forbinder Indre By med havnen og giver rum for reaktion og oplevelser.
- / At skabe en kulturel destination med international gennemslagskraft, der kan styrke København og Danmark i den globale konkurrence om turister.

SWOT-ANALYSE

STYRKER

- / Stærke kulturinstitutioner med historisk og kulturel tyngde og høj kvalitet.
- / Kulturinstitutionernes forskellighed – giver en mangfoldig oplevelse og gør kulturdestinationen unik.
- / Fascinerende bygninger og smukke byrum.
- / En levende arbejdsplads.
- / Et rekreativt åndehul i København.
- / Attraktiv placering i kernen af København og på kanten af havnen.
- / Et stærkt vandelement i form af havnen og kanalerne, som kan udnyttes bedre.

SVAGHEDER

- / Mangel på samlet destinationsoplevelse.
- / Fravær af liv efter kl. 17.
- / Begrænset kendskab til områdets kvaliteter.
- / Lukket og delvist afvisende karakter – der mangler skilte, og indgangene er svære at finde.
- / For få aktiviteter og anledninger til ophold – der mangler aktivering af områdets uderum.
- / Utilgængelighed – manglede sammenhæng og synlige veje.
- / Mangel på spisesteder og toiletter, så gæsterne må forlade området.

MULIGHEDER

- / Stor efterspørgsel efter videnoplevelser.
- / Tendens til at brugere søger historie og autenticitet.
- / Stigende efterspørgsel på helhedsoplevelser.
- / Ønske om samlede destinationer og tilbud med oplevelser for alle.
- / Øget brug og efterspørgsel efter ikke-kommercielle byrum end tidligere – og især byrummene mod havnefronten.
- / Politisk interesse for at fremme turisme i København.
- / Igangværende byudvikling, der integrerer Indre By og havnen og gør havnen til fremtidens primære rekreative ressource.

TRUSLER

- / Stærk konkurrence fra udlandet med gode, samlede destinationer og kulturtilbud, fx i Berlin og Wien.
- / De høje priser i Danmark stiller krav til kvalitet.
- / Mulig mangel på opbakning fra nære interessenter.
- / Stærk konkurrence på markedet for oplevelser.
- / Teknologien udvikler sig konstant og man kan risikere at stå med et forældet formidlingsdesign om få år.

Som grundlag for Slotsholmsalliancens strategi er styrker, svagheder, muligheder og trusler sammenfattet i en SWOT-analyse. Analysens hovedpunkter er samlet i figuren på modsatte side, mens konklusionerne følger nedenfor.

Der findes mange styrker i det eksisterende i form af kulturinstitutionernes kvalitetsmæssige tyngde og den sammensatte fortælling om det danske samfund, der dagligt folder sig ud i området. Og de fysiske rammer har potentialet til at understøtte og iscenesætte kulturinstitutionerne og hele området som samlet destination på et af byens potentielt mest attraktive steder.

Områdets lukkede karakter og manglende anledninger til at opholde sig i byrummene er en svaghed, der dels kan angribes gennem aktivering af de fysiske rum med events og formidlingsaktiviteter og dels gennem fysisk planlægning af mere eller mindre omfattende karakter. En bedre formidling af områdets tilbud, som sætter publikum i stand til at orientere sig på forhånd, kan bidrage til at åbne området i mental forstand.

Mulighederne er markante i form af udefrakommende tiltag og tendenser, som

klyngesamarbejdet kan drage nytte af. Generelle tendenser omfatter stigende efterspørgsel på kultur- og vidensoplevelser og interesse for autenticitet og historie, men også de konkrete byudviklingsplaner, der over de kommende år skal forbinde havnen med Indre By, og en voksende politisk interesse for at fremme turismen i København rummer store muligheder for at styrke Slotsholmsområdet som kulturel destination.

Udenlandsk konkurrence og vanskelige kår som eventuelt manglende opbakning fra vigtige interessenter er centrale trusler for realiseringen af en samlet, attraktiv kulturdestination med international gennemslagskraft.

Forskelligheden mellem kulturinstitutionerne – deres forskellige størrelse, forskellige ejerforhold, indtægtsgrundlag mv. – er både en styrke og en potentiel svaghed, da forskelligheden på den ene side kan give kulturklyngen en mangfoldig og unik karakter og højne attraktionsværdien for

publikum, mens forskelligheden på den anden side kan vanskeliggøre organiseringen og driften af et samarbejde.

For at sikre, at forskelligheden kan udfolde sig for publikum i positiv forstand og ikke bliver en ulempe for samarbejdet indadtil, er det derfor afgørende at få organiseret samarbejdet i en model, der skaber værdi for alle parter, og som tilgodeser institutionernes forskellige bevæggrunde for deltagelse, herunder at:

- / Skabe en levende by og en levende bydel i Slotsholmsområdet.
- / Skabe en attraktiv destination for både borgere og turister.
- / Få flere kunder - tiltrække flere målgrupper og holde på dem længere.
- / Få nye samarbejdspartnere – skabe fælles indhold, formidling og pakketilbud.
- / Formidle kulturarven og områdets historie.

VISION OG MISSION

Visionen for Slotsholmsområdet definerer Slotsholmsalliancens højere målsætning og beskriver, *hvorfor* institutionerne vil samarbejde. Slotsholmsalliancens mission beskriver, *hvordan* alliancen vil arbejde for at indfri visionen for området.

VISION

Slotsholmsområdet skal være en kulturel destination med international gennemslagskraft, der giver borgere og turister en unik mulighed for at opleve og forstå Danmarks fortid, nutid og fremtid på ét sted.

MISSION

Slotsholmsalliancen skal synliggøre og styrke Slotsholmsområdet som centrum for dansk kultur og historie og skabe helhedsoplevelser af høj kvalitet for borgere og turister.

VÆRDIGRUNDLAG

Slotsholmsalliancens værdigrundlag rummer tre kerneværdier, der skal kendetegne en fremtidig kulturel destination i området.

SLOTSHOLMSOMRÅDET SKAL VÆRE EN AUTENTISK KULTURDESTINATION

Slotsholmsområdet rummer Danmarks ældste og mest betydningsfulde kulturinstitutioner såvel som de vigtigste arbejdende, demokratiske institutioner. Områdets institutioner har en dyb forankring og et højt niveau og tilbyder en autentisk oplevelse af at bevæge sig rundt i århundreders Danmarkshistorie og i det åbne demokrati.

Slotsholmsområdet skal udvikles som en autentisk kulturdestination ved at fastholde og udvikle et højt kvalitetsniveau, der svarer til og tager afsæt i områdets rolle i Danmarks historie og den levende, demokratiske nutid.

SLOTSHOLMSOMRÅDET SKAL VÆRE EN MANGFOLDIG KULTURDESTINATION

Slotsholmsområdet rummer en mangfoldighed af kulturinstitutioner. Koncentrationen af forskellige tilbud på et samlet og overskueligt sted skaber en stærk potentiel destinationsfølelse, hvor der er mange valgmuligheder for byens borgere og besøgende.

Slotsholmsområdet skal udvikles som en mangfoldig kulturdestination, hvor der altid er noget at komme efter, uanset hvem man er. De mange tilbud skal synliggøres, og den koncentrerede diversitet af valgmuligheder skal udgøre en væsentlig reason-to-go.

SLOTSHOLMSOMRÅDET SKAL VÆRE EN ÅBEN KULTURDESTINATION

Slotsholmsområdet skal være en åben kulturdestination med en dynamisk og afslappet blanding af kulturliv, byliv og arbejdsliv. Københavnerne vil komme, fordi området på en ny måde bliver en del af byen, og københavnerlivet mellem husene skal være en væsentlig del af attraktionsværdien for turister og besøgende.

Slotsholmsområdet skal udvikles som en åben kulturdestination ved at gøre områdets kvaliteter synlige for den besøgende, både før og under besøget. Der skabes bedre forbindelse mellem naboattraktionerne og til den omkringliggende by gennem samarbejde, formidling og fysiske tiltag.

SAMARBEJDSKONCEPT - SLOTSHOLMSALLIANCEN

Slotsholmsalliancen rummer de væsentligste kulturbærende institutioner i Slotsholmsområdet, som tilbyder oplevelser og formidler viden til et bredt publikum af borgere og turister. Institutionerne er forskellige og tilbyder tilsammen en mangfoldighed af oplevelser og fortællinger om kultur, krig, magt og demokrati. De mange oplevelsestilbud formidler forskellige aspekter af en fælles fortælling om Danmark og København, som hver institution

med sin særlige, individuelle profil bidrager til. En fortælling, der endnu venter på at blive formidlet til publikum som ramme om de mange oplevelser og som identitetsbærer for København og Danmark i både dansk og international sammenhæng. Slotsholmsalliancen er et netværk for strategiske samarbejder og projekter, der kan omfatte *branding- og markedsføringsprojekter* som eksempelvis webformidling og oplevelsespakker, *oplevelsestilbud*

som udstillinger, events og undervisningsforløb, og samarbejde om *aktivering af byrum*, eksempelvis gennem fælles formidling i byrummet og gennem samlet dialog med eksterne parter, herunder kommune og stat i spørgsmål om tilgængelighed. Slotsholmsalliancen kan samtidig fungere som katalysator for et væld af mindre projekter og samarbejdstiltag, der involverer et mindre antal institutioner med særlige berøringsflader.

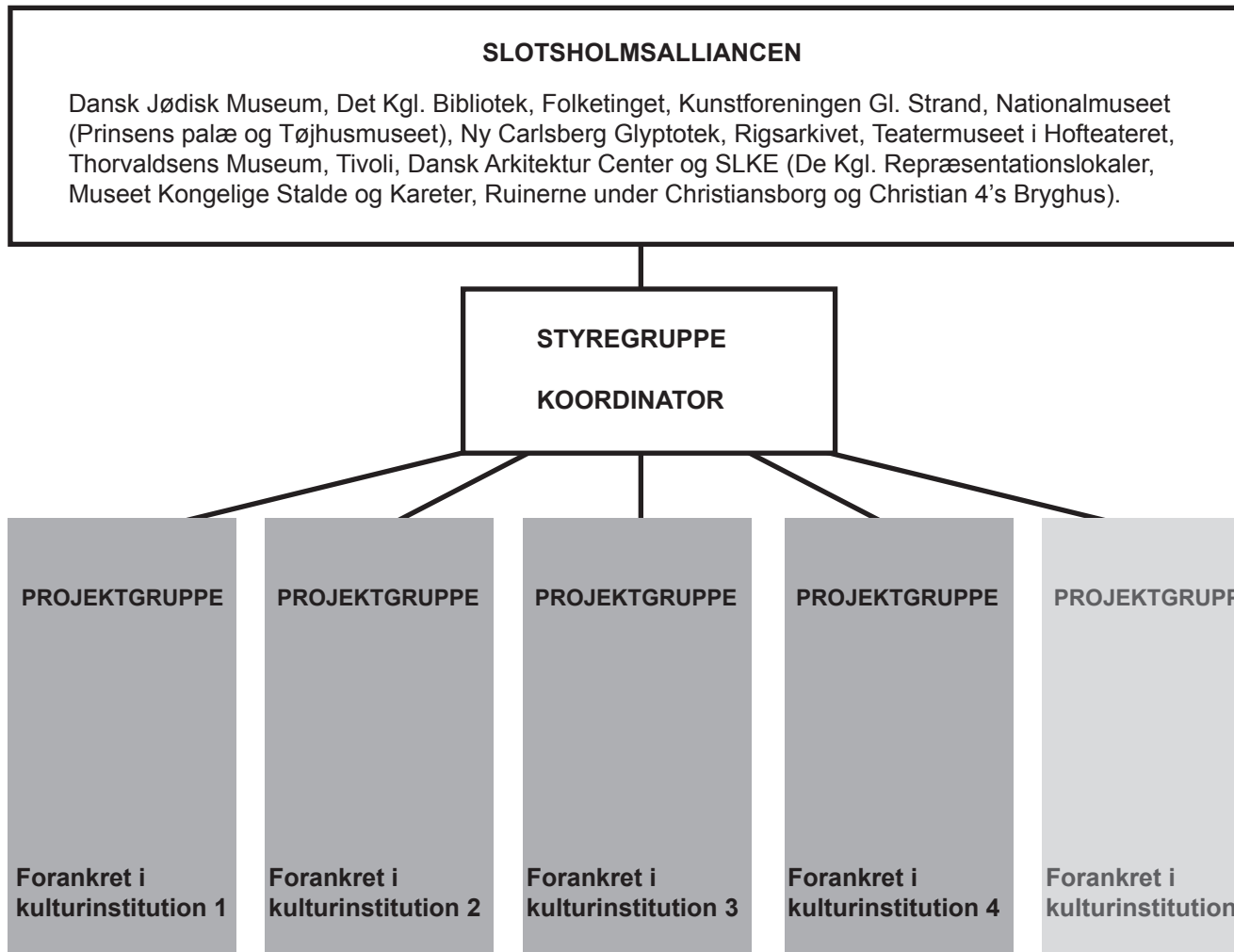


ORGANISERING

Der er blandt deltagerne enighed om, at et fremtidigt samarbejde bør kendetegnes ved en let og handlekraftig organisering, der forankrer samarbejdet i de deltagende institutioner, og som tillader størst muligt fokus på de vedtagne projekter frem for på driftsapparatet.

FORSLAG TIL ORGANISERING:

Slotsholmsalliancen udpeger en styregruppe, der med hjælp fra en koordinator driver samarbejdet frem gennem konkrete projekter. Projekterne forankres og ledes i de enkelte institutioner i samarbejde med en projektgruppe, der kan sammensættes på tværs af organisationer.



Slotsholmsalliancen - organisationsdiagram

SLOTSHOLMSALLIANCEN

Slotsholmsalliancen består af alle deltagende institutioner, repræsenteret på direktørniveau. De deltagere, som har flere institutioner under samme organisation (Nationalmuseet og SLKE) har mulighed for at lade repræsentanter for hver enkelt institution deltage efter ønske. Slotsholmsalliancen sætter den strategiske retning for samarbejdet og prioriterer, hvilke samarbejdsområder og fælles projekter, der skal sættes på de efterfølgende 1-2 år. Det foreslås, at samtlige direktører mødes ca. to gange om året. Møderne giver samtidig mulighed for at dele større nyheder fra de enkelte institutioner med alliancen.

STYREGRUPPE

For at sikre en handlekraftig organisation udpeger Slotsholmsalliancen en styregruppe bestående af repræsentanter i alliancen, hvor både store og små institutioner samt institutioner på og uden for Slotsholmen er repræsenteret. Det er styregruppens opgave at sikre, at Slotsholmsalliancens vision,

strategi og samarbejdsområder bliver omsat til resultater gennem konkrete projekter. Styregruppen har også til opgave at involvere centrale aktører i forhold til Slotsholmsrådets udvikling, herunder kommune, finansieringspartnere m.fl. Styregruppen er på valg med faste mellemrum, fx hver andet år. Styregruppen har en visionær og dedikeret formand, der er Slotsholmsalliancens primære ansigt udadtil ift. presse, finansieringspartnere, mm.

Styregruppens første opgaver bliver at tilrettelægge en finansieringsproces til opstart og lancering af alliancens arbejde, samt at igangsætte de grundlæggende projekter.

KOORDINATOR

Det er forventeligt, at det kan være tidskrævende for styregruppen at sikre koordinering og fremdrift af Slotsholmsalliancens projekter. Hertil kommer løbende fundraising, pressehåndtering, dialog med interessenter samt forberedelse af møder i

Slotsholmsalliancen og styregruppen. Derfor foreslås det, at styregruppen har en koordinator, der kan sikre fremdrift og overblik i alliancens arbejde.

ORGANISERING AF PROJEKTER

Slotsholmsalliancens primære aktivitet udmønter sig i de besluttede projekter. Hvert projekt forankres hos et medlem af Slotsholmsalliancen og drives frem af en projektleder herfra i samarbejde med en projektgruppe, der kan sammensættes på tværs af institutioner.

FAGLIGE NETVÆRK

Ud over grundstrukturen i Slotsholmsalliancen anbefales det at nedsætte faglige netværk på tværs af institutioner, hvor eksempelvis undervisningsledere eller arrangementschefer mødes på tværs med mulighed for at dele ideer og erfaringer samt koordinere aktiviteter og strategier.

BILAG
FORSLAG TIL SAMARBEJDSOMRÅDER OG PROJEKTER

FORSLAG TIL SAMARBEJDSOMRÅDER OG PROJEKTER

Afsnittet rummer forslag til projekter under de tre samarbejdsområder og beskriver, *hvad* Slotsholmsalliancen konkret vil gøre for at fuldføre sin mission og indfri visionen for Slotsholmsområdet. Indholdet er udviklet på baggrund af workshop 2 og videreudvikles på workshop 3, hvor projekterne diskuteres og kvalificeres.



SAMARBEJDSOMRÅDER

Ved at gennemføre konkrete projekter inden for tre samarbejdsområder vil Slotsholmsalliancen realisere den fælles vision for udviklingen af Slotsholmsområdet.

/ BRANDING

Slotsholmsområdet skal være synligt og formidles som en samlet kulturel destination med international gennemslagskraft. Det er afgørende, at der udvikles et fælles brand med en stærk identitet, der samtidig kan understøtte kulturinstitutionernes meget forskellige profiler. Derudover skal en række fælles kommunikationstiltag sikre, at Slotsholmsområdets historie, identitet og mangfoldige oplevelsestilbud formidles til nuværende såvel som kommende brugere.

Der skal derfor fokuseres på tiltag, der iscenesætter Slotsholmsområdet og gør brugere opmærksomme på områdets og dets oplevelsestilbud forud for et besøg, eksempelvis fælles logo og fælles annoncering.

/ OPLEVELSESTILBUD

Slotsholmsområdet skal være en kulturdestination, hvor borgere og turister har mulighed for at opleve Danmarks fortid, nutid og fremtid på levende og oplevelsesrige måder.

Der skal derfor fokuseres på at udvikle markante oplevelsestilbud, der skaber liv, giver anledning til besøg og profilerer Slotsholmsområdet som en samlet kulturdestination. Herunder konkrete, publikumsrettede aktiviteter, der tilbyder forskelligartede oplevelser på tværs af kulturinstitutionerne og dermed giver en større gennemslagskraft end de enkelte kulturinstitutioner selv kan opnå, som eksempelvis fælles temaevents, pop-up udstillinger og oplevelsesruter.

/ BYRUM

Slotsholmsområdet skal være en levende, attraktiv og integreret del af byen, og det skal være nemt at orientere sig i.

Der skal derfor fokuseres på at skabe bedre forbindelser og mulighed for at orientere sig, både internt i området og i relation til den omgivende by. Desuden skal der fokuseres på aktiviteter og indgreb, der skaber bedre rammer for byliv og ophold. Konkrete tiltag kan eksempelvis være skiltning, belysning og indbydende møblering.

PROJEKTTYPER

De tre samarbejdsområder kan rumme projekter af forskellig karakter, omfang og varighed. Projekterne spiller forskellige strategiske roller i udviklingen og realiseringen af Slotsholmsalliancens samarbejde. Det følgende er et indledende forslag, som kvalificeres på de kommende workshops. Der skelnes mellem følgende projekttypen:

GRUNDLÆGGENDE PROJEKTER (A)

Handleplaner og strategiske projekter, der udgør fundamentet for Slotsholmsalliancens samarbejde. De grundlæggende projekter skaber vidensgrundlag, sætter rammen om den videre udvikling og udstikker en kvalificeret kurs for de konkrete publikumsrettede aktiviteter (hovedprojekter). De grundlæggende projekter igangsættes derfor tidligt i Slotsholmsområdet udvikling.

HOVEDPROJEKTER (B)

Større, publikumsrettede projekter, der udgør det langsigtede, egentlige indhold i Slotsholmsalliancens samarbejde. Projekterne udvikles og realiseres løbende over de kommende år, med afsæt i det fundament, der skabes gennem de grundlæggende projekter.

PILOTPROJEKTER (C)

Mindre, midlertidige projekter, der har til formål at kickstarte Slotsholmsalliancens samarbejde, skabe opmærksomhed i offentligheden og teste mulige retninger for Slotsholmsalliancens hovedprojekter. Pilotprojekterne kan igangsættes sideløbende med de grundlæggende projekter.

DE LAVTHÆNGENDE FRUGTER

Derudover anbefales det, at alle involverede institutioner nu tager initiativ til at udveksle viden på tværs og søge efter mulige synergieffekter mellem de respektive parter eksisterende projekter. Sådanne initiativer vil kunne skabe øjeblikkelige effekter i det små, samtidig med at det vil gøde jorden for fremtidige, større samarbejder, hvis kulturinstitutionernes medarbejdere allerede nu begynder at vende blikket mod hinanden.

GRUNDLÆGGENDE PROJEKTER (A)

1/ Byrumshandlingsplan 2/ Brandplatform

▼ SAMARBEJDSOMRÅDE 1 :
BRANDING

FORMÅL

/ At formidle og synliggøre Slotsholmsområdet som en samlet kulturel destination.

FOKUS

/ Tiltag der øger kendskabet til Slotsholmsområdet og gør brugere opmærksomme på dets oplevelsestilbud, især forud for et besøg.

HOVEDPROJEKTER (B)

/ Fælles markedsføring

▼ SAMARBEJDSOMRÅDE 2 :
OPLEVESESTILBUD

FORMÅL

/ At udvikle oplevelsestilbud, der skaber liv, giver anledning til besøg og profilerer området som en samlet destination.

FOKUS

/ Konkrete, publikumsrettede aktiviteter, der tilbyder forskelligartede oplevelser på tværs af institutionerne.

HOVEDPROJEKTER (B)

/ Fælles events
/ Oplevelsesruter

PILOTPROJEKT (C)

/ Fælles aftenarrangementer

▼ SAMARBEJDSOMRÅDE 3 :
BYRUM

FORMÅL

/ At gøre Slotsholmsområdet til en levende, attraktiv og integreret del af byen.

FOKUS

/ Tiltag, der fremmer orienteringen i området, samt indgreb, der skaber bedre rammer for byliv og ophold.

HOVEDPROJEKTER (B)

/ Skiltning og formidling
/ Byrumsinventar og belysning

PILOTPROJEKT (C)

/ Midlertidigt siddeinventar og lysinstallationer

PROJEKTBEKRIVELSER

Det følgende rummer beskrivelser af de enkelte projekters formål og indhold samt et overslag over den nødvendige økonomi.



GRUNDLÆGGENDE PROJEKT: BYRUMSHELHEDSPAN

FORMÅL

Formålet er at skabe grundlag for beslutninger om fysiske ændringer i Slotsholmsområdet, så publikums mulighed for at orientere sig og lyst til at bevæge og opholde sig i området kan fremmes i ét samlet greb. Helhedsplanen skal ligge til grund for, at der specifikt kan træffes beslutninger om placering af skilte, belysning og møblering i området.

INDHOLD

Helhedsplanen fokuser på Slotsholmsområdet og forbindelserne til den omgivende by. En helhedsplan for områdets fysiske udvikling bør rumme:

- / En byrumskarakteranalyse af Slotsholmsalliancens eksisterende kvaliteter, forbindelser og flows med fokus på, hvilke byrumlige karakteristika, forbindelser og fortællinger, der bør styrkes for at fremme forskellige typer af ophold og bevægelse.
- / Konkrete, løsningsorienterede anbefalinger til tiltag, herunder placering af skilte, møblering og servicefunktioner som offentlige toiletter, cafétilbud etc.
- / En plan for realisering og forventet anlægssum.

ØKONOMI

Forventes at koste 0,5 mio. kr. i honorar til en ekstern konsulent.



GRUNDLÆGGENDE PROJEKT: BRANDPLATFORM

FORMÅL

Et fælles brand er et grundelement i at synliggøre Slotsholmsområdet som en samlet destination. En stærk og genkendelig identitet – i eksempelvis byrum, markedsføring og ved fælles events – er afgørende for at kunne omsætte Slotsholmsalliancens strategi til virkelighed. Formålet med projektet er at udvikle et fælles brand med en stærk visuel identitet, der samtidig kan understøtte institutionernes forskellige profiler, så Slotsholmsområdet bliver formidlet og synliggjort som en samlet kulturel destination.

INDHOLD

Der udvikles et fælles brand, der rummer:

- / En visuel identitet i form af logo og designmanual.
- / Fælles kommunikationsprincipper og "tone-of-voice", der tager udgangspunkt i Slotsholmsalliancens værdigrundlag.

ØKONOMI

Forventes at koste ca. 0,8 mio. kr. i honorar til en ekstern konsulent.



Smithsonian

HOVEDPROJEKTER - BRANDING

PROJEKT: FÆLLES MARKEDSFØRING

FORMÅL

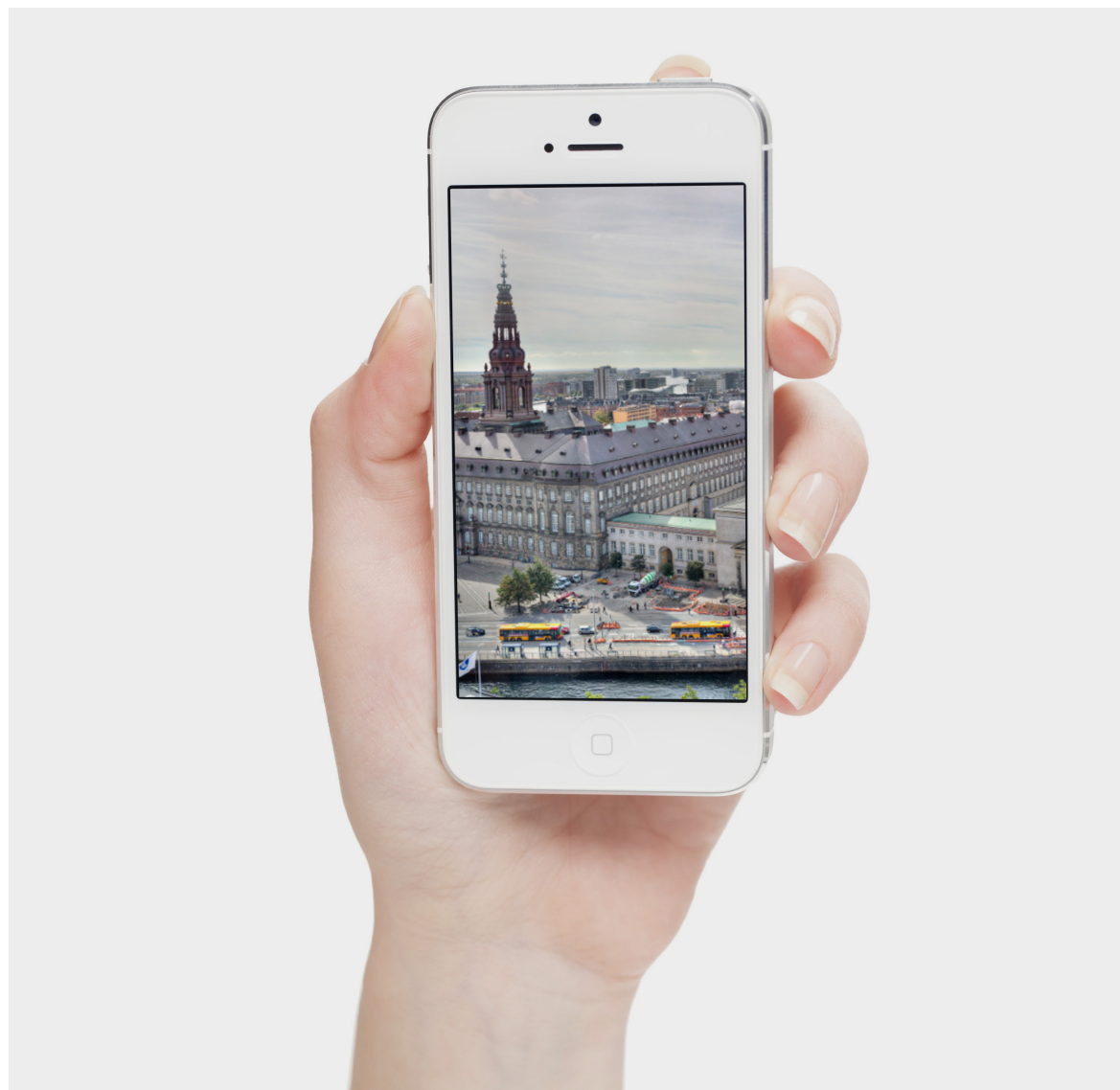
At trække flere besøgende til området og øge cirkulationen af gæster mellem områdets institutioner. Slotsholmsområdet skal kommunikeres som en samlet destination med mangfoldige oplevelsestilbud både forud for og under et besøg i området.

INDHOLD

På baggrund af brandplatformen igangsættes en række konkrete indsatser, der kommunikerer området og institutionernes tilbud via fælles og individuelle platforme og via relevante medier og andre kommunikationskanaler målrettet borgere og turister.

ØKONOMI

Omfanget skal besluttes.



HOVEDPROJEKTER - OPLEVESESTILBUD

PROJEKT: FÆLLES ÅRLIG EVENT

FORMÅL:

En eller flere tilbagevendende Slotsholmen-events kan skabe opmærksomhed omkring Slotsholmsområdet, understøtte den samlede destinationsoplevelse og give anledning til at besøge området.

INDHOLD:

Tilbagevendende events kan tage udgangspunkt i Slotsholmens identitet og kernefortælling og kan eksempelvis have karakter af:

/ Udendørs event om sommeren, i stil med New Yorks Museum Mile, hvor alle institutioner har aftenåbent og samarbejder om aktiviteter og tilbud udendørs, fx skattejagt, marked, udstilling, lysevent, koncert mv.

/ Indendørs event om vinteren, hvor institutionerne eksempelvis holder aftenåbent og afvikler tematiske arrangementer, udstillinger eller særlige rundvisninger.

ØKONOMI:

Omfanget skal besluttes.



HOVEDPROJEKTER - OPLEVESESTILBUD

PROJEKT: OPLEVESESRUTER

FORMÅL

Slotsholmsområdet kan åbnes og bindes sammen gennem formidlingen af de mange fortællinger, der knytter sig til dets byrum og institutioner. Etableringen af oplevelsesruter vil tydeliggøre, hvordan de enkelte steder er en del af en større historie. Ruterne kan binde institutioner og byrum sammen og skabe cirkulation og oplevelse af sammenhæng i området.

INDHOLD

Formidlingsruterne kan være et permanent tilbud for publikum og evt. tænkes sammen med planlagt skiltning i området. De kan eksempelvis have karakter af:

- / Digitale tilbud som apps, skattejagt eller interaktive kort, der formidler viden om området.
- / Guidede byvandring
- / Fysiske spor på belægningen, der fører den besøgende fra sted til sted.

ØKONOMI

Omfanget skal besluttes.



HOVEDPROJEKTER - BYRUM

PROJEKT: SKILTNING OG FORMIDLING

FORMÅL

At forbedre publikums mulighed for at orientere sig i området og finde vej fra den omgivende by. Herved styrkes Slotsholmsområdet som samlet destination, og den helhed og historie, som institutionerne bidrager til, formidles til publikum.

INDHOLD OG AKTIVITETER

Der udvikles et formidlings- og skilteprogram med relation til den fælles brandplatform og byrumshedsplanen, og med afsæt i det igangværende skilteprojekt. Programmet kan eksempelvis rumme fysiske skilte, asfaltmarkeringer, bykort og apps.

ØKONOMI

Forventes at koste ca. 2 mio. kr.



HOVEDPROJEKTER - BYRUM

PROJEKT: BYRUMSINVENTAR OG BELYSNING

FORMÅL

At skabe levende og indbydende rammer for ophold i Slotsholmsområdet og synliggøre det som en samlet kulturel destination med et fælles udtryk.

INDHOLD OG AKTIVITETER

Der udvikles byrumsinventar, for eksempel i form af stole og bænke, med et sammenhængende, identitetsskabende udtryk, der designes i overensstemmelse med områdets karakter, den fælles brandplatform og planlagt skiltning i området. Det samlede byrumsinventar fungerer som identitetsmarkør for området og fremmer samtidig lysten til ophold. Der kan udvikles bedre belysning i Slotsholmsområdet, herunder eksempelvis belysning af bygningerne og generelt forbedret belysning af de gennemgående veje og langs kanalen, så området bliver mere inviterende og trygt efter mørkets frembrud. Midlertidige lysinstallationer og lysevents kan skabe anledning til besøg og sætte fokus på nye sider af området.

ØKONOMI

Omfanget skal besluttes.



PILOTPROJEKTER

PROJEKTIDÉ - OPLEVELSESTILBUD

Aftenarrangementer i Slotsholmsområdet, eksempelvis på Søren Kierkegaards Plads eller hos de enkelte institutioner, der hver for sig eller i samarbejde arrangerer en række koordinerede tilbud.

PROJEKTIDÉ - BYRUM

Midlertidige siddemiljøer og lysinstallationer i udvalgte byrum, der iscenesætter området på nye måder og fordrer til ophold og interaktion.



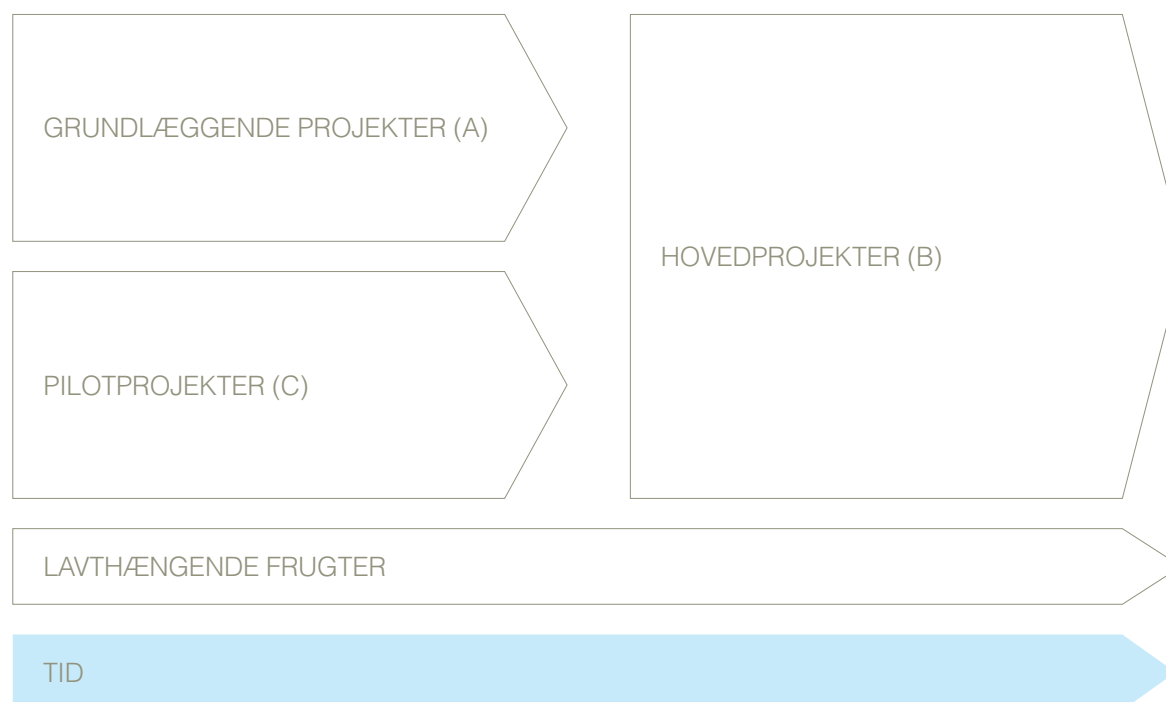
ETAPEPLAN

De grundlæggende projekter og pilotprojekterne igangsættes som det første, mens der samtidig kan arbejdes på at konkretisere og evt. fundraise til hovedprojekterne.

Pilotprojekterne bidrager til at afprøve ideerne og samarbejdet i praksis, og de grundlæggende projekter hjælper til at prioritere bl.a. markedsføringstiltag og byrumsudvikling.

Høst af "de lavthængende frugter" igangsætter kulturinstitutionerne selv fra start.

Senere i forprojektet foreslås en konkret tidsplan for gennemførelsen af projekter.



Samarbejde med turist-informationer fx. synlighed i lufthavnen

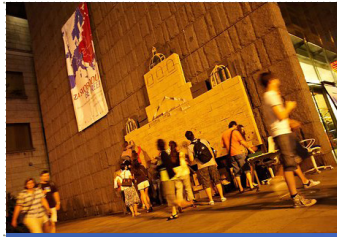


Slotsholmen app - en fælles app, der formidler områdets historie

Genkendeligt fysisk objekt fx. en stor krone eller andet i tråd med nyt logo – placeres i området for at skabe opmærksomhed



Fælles synlig eventkalender



Åben mandag – fælles aftenåbning én gang om ugen



Fælles gratis wifi i på hele Slotsholmen

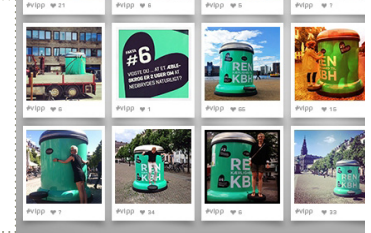


Sammenkæde digital kommunikation hvor hver kulturinstitution linker til fælles website



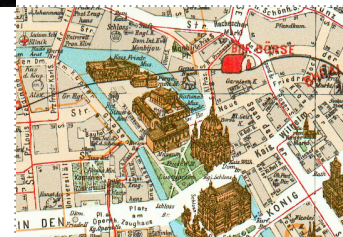
Anbefalinger kulturinstitutionerne imellem

Abonnementsordninger og billetssamarbejde fx. DK på 1 time/ 1 dag



Idékatalog Branding

Fælles logo og visuel identitet



Et samlet kort over området



Løbende samarbejde om markedsføring (busselskaber, krydstogtselskaber mv)

Fælles annoncering



"Slotsholmen Card" som samlet årskort.



Fælles formidling på sociale medier

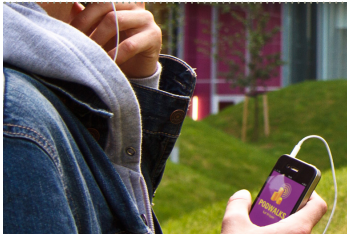
Oplevelsesruter:
Digitale fortællinger,
formidlingsspor og
byvandring



Pop-up udstillinger



Udendørsbiograf



Temabaserede endags-
sevents fx. Danskernes
Dag, Demokratiets dag



Fælles events og koor-
dinerede udstillings-
temaer



Slotsholmsdag:
Årligt tilbagevendende
event, med særarrange-
menter i det fysiske
byrum



Idékatalog

Oplevelsestilbud



Slotsholmen d 5. juni
(fællesarrangement)

Tilbud til børn og unge,
fx fælles skoletjeneste



Åbent hus på alle institu-
tioner på en forårsdag

Musikevent på
Slotsholmen

Markedsdage,
fx. historiens Dag 2.0



Slotsholmen rundt på
vandet (Svøm Slotshol-
men rundt)

Årlig begivenhed, fx.
familieløb hvor
familierne skal løse
opgaver



En skattejagt på tværs
af institutioner fx.
Magten og dens
konsekvenser

Pop-up skilte
fx. foodprints



Midlertidig café,
fx. cafévogn



Markerede stier rundt i
området



Udstillinger i de fælles
byrum



Midlertidige siddepladser



Byrumsinventar som
identitetsmarkør fx.
lygtepæle og stole



Idékatalog

Byrum

Belysning af bygninger
og/eller undervands-
belysning i kanalen



Lysevent



Formidlingsstruktur
med hovedfortælling,
byrumsfortælling og
tværgående temaer

Kort over området



Inviterende rammer
for ophold, fx. med
strandstole om
sommeren



Skiltning

