

Handleplan og budget 2011 - 2012

kultur
samarbejdet

Handleplan og budget 2011 - 2012

Kultursamarbejdet i Midt- og Vestjylland

Kultursamarbejdets medlemmer er pt. Lemvig Kommune, Struer Kommune, Holstebro Kommune, Herning Kommune, Ikast-Brande Kommune, Ringkøbing-Skjern Kommune og 53 kulturinstitutioner, der er hjemmehørende i de 6 kommuner.

Forslag til ny vision: *Kultursamarbejdet i Midt- og Vestjylland er et kulturelt netværk, som formidler en direkte kommunikation mellem alle kulturinstitutioner og kommuner i området med henblik på at skabe udfordrende kultur af høj kvalitet for alle.*

Det er Kultursamarbejdets overordnede formål at bidrage til områdets strategiske udvikling, skabe ramme for et rigt kulturliv, synliggøre de kulturelle tilbud og placere området på det nationale og internationale landkort.

Kultursamarbejdets konkrete mål er - ifølge foreningens vedtægter:

- at støtte og rådgive kulturstederne,
- at informere om og markedsføre regionens kulturtilbud,
- at forene de kulturelle kræfter i regionale netværk,
- at inspirere og udvikle tværgående kulturprojekter,
- at koordinere større strategiske satsninger.

Kultursamarbejdet arbejder i 2011 videre med 6 indsatsområder.

1. Fortsat udvikling af netværket.
2. Kulturfestival 2013
3. Strategisk udvikling i forhold til turisme, erhverv og uddannelse
4. Kultursamarbejdet i et internationalt perspektiv
5. Markedsføring
6. Kompetenceudvikling

Handleplanen er opbygget således at de enkelte indsatser er beskrevet enkeltvis med resultatmål og en detaljeret handleplan for 2010, samt skitse til handleplan for 2011 - 2013. For 2012 og 2013 gælder at, der kun er beskrevet kvalitative, konkrete resultatmål.

Der er et budget for 2011 og 2012 bagerst i handleplanen.

1. Fortsat udvikling af netværket

Resultatmål	Handleplan 2011	Handleplan 2012	Handleplan 2013	Handleplan 2014
De faglige og personlige relationer mellem medlemmerne skal styrkes.	Medlemsaktiviteter i form af kurser, internatkurser, fyraftensmøder m.v. Generalforsamlingen holdes i Ringkøbing-Skjern Kommune	Medlemsaktiviteter i form af kurser, m.v. Generalforsamlingen holdes i Herning Kommune	Generalforsamlingen holdes i Ikast-Brande Kommune	Generalforsamlingen holdes i Struer Kommune
Styrke og videreudvikle netværket.	Implementering af ny vision.			
Afsøge mulighederne for udvidelse af medlemskredsen	Være opsøgende overfor potentielle nye medlemmer.	Være opsøgende overfor potentielle nye medlemmer.	Være opsøgende overfor potentielle nye medlemmer.	Være opsøgende overfor potentielle nye medlemmer.
Ny større fælles satsning	Igangsætning af Kulturfestival 2013. Beskrevet under indsatsområde 2	Forberedelse af fælles satsning	Forberedelse og gennemførelse af fælles satsning	

Netværket mellem Kultursamarbejdets medlemmer er den centrale indsats og er en forudsætning for at kunne realisere kultursamarbejdets vision og mål.

Udviklingen af netværket sker gennem de fælles aktiviteter:

- kursus- og kompetenceudvikling,
- faglige seminarer,
- fælles markedsføring
- udvikling af en fælles større satsning samt de strategiske indsatsområder.

Der skal fortsat gøres en aktiv indsats i forhold til potentielle nye medlemmer, der opfylder kriterierne, men som pt. ikke er medlem af kultursamarbejdet.

2. Kulturfestival 2013.

Resultatmål	Handleplan 2011	Handleplan 2012	Handleplan 2013	Handleplan 2014
Der gennemføres en festival i 2013	Fastlægge tema og tids periode for festivalen. Igangsætte projektet	Videreudvikle festivalen	Festivalen gennemføres	Evaluering af festival
Der er klare mål for festival	Udarbejde mål for festivalen.			
Budget og retningslinier for festivalpulje	Udarbejde budget og retningslinier for Festivalpulje. Udmelde retningslinier ultimo 2011			
Festivalen skal øge det gensidige kendskab til og samarbejdet mellem medlemmerne.	Der holdes idéudviklingsmøder og andre fællesmøder.	Der holdes projektudviklingsmøder og andre fællesmøder.		
10 % af aktiviteterne har en international dimension	Identificere potentielle partnere. Idéudviklingsmøder med fokus på det internationale			
Der er en særskilt markedsføringsplan for Festivalen.		Markedsføringsstrategi for festival koordineres med den generelle markedsføringsstrategi		

Kultursamarbejdet vedtog på Generalforsamlingen i 2010 at gennemføre en større fælles satsning/ festival i 2013.

Kultursamarbejdets festival indgår i den regionale kulturaftale for 2011-2014 med fokus på den internationale dimension.

Med internationalt menes der primært deltagelse af ikke-danske kunstnere/kulturaktører. Den internationale dimension skal afspejles i

- **arrangementerne** - internationale kunstnere og kulturinstitutioner inviteres til at deltage og samarbejde med lokale aktører og i lokalsamfundene.
- **udveksling og samarbejde** mellem internationale og lokale kulturaktører
- **netværksudvikling** af Kultursamarbejdet som organisation og model.

Udviklingsmålet er at 10 % af aktiviteterne har en international dimension (jf. ovenstående definition). Derved har flere kulturaktører fået konkrete erfaringer med at arbejde med ikke-danske kunstnere og indgå i internationale samarbejder

3. Strategisk udvikling i forhold til turisme, erhverv og uddannelse

Resultatmål	Handleplan 2011	Handleplan 2012	Handleplan 2013	Handleplan 2014
Samarbejds- og markedsføringsflader med turistsektoren.	<p>Afdækning af netværk og udvikling af kontaktflader med turistaktører (foreninger, råd, mv.)</p> <p>afdækning af fælles interessefelter og strategiske samarbejdsmuligheder i fht Kulturfestival 2013</p> <p>samarbejde med turistaktører, Kulturspot og KultuNaut om udvikling af Kultursport</p> <p>Turisme fokuseret kompetenceudvikling.</p>			
Kontakt- og samarbejdsflader med erhvervslivet	<p>Igangsætte gruppe.</p> <p>Fokus på vidensindsamling blandt medlemmer, kommunale, nationalt og regionalt</p>			
Samarbejdsflader med uddannelsesområdet	<p>Afklare om der er interesse for at arbejde med strategi for konkrete aktiviteter/projekter med uddannelsesområdet.</p>			

Der er udpeget 3 strategiske indsatsområder: turisme-, erhverv og uddannelse. Målet for turismegruppen er at udfolde allerede identificerede emner. Målet for erhvervsgruppe er at igangsætte det indledende afklaringsarbejde. Målet for uddannelsesgruppen er at undersøge, om der er interesse for at arbejde videre med emnet.

4. Kultursamarbejdet i et internationalt perspektiv

Resultatmål	Handleplan 2011	Handleplan 2012	Handleplan 2013	Handleplan 2014
Finde regionale/tematiske samarbejdspartnere	Samarbejde med Central Denmark EU Office			
Understøtte kulturstederne i forhold til det internationale	Arrangere temamøder, m.v.			
Synliggøre Kultursamarbejdet som model	Udvikle en ny hjemmeside: Udvikling af det engelske lag Etablere et tysk og lag af hjemmesiden Repræsentere Kultursamarbejdet i relevante internationale sammenhænge	Evt tablere en fransk version af hjemmesiden		
Markedsføring af arrangementer	Udvikling af den tyske og engelske platform på kulturspot.dk			

Indsatsen i forhold til den internationale dimension skal ses som flerstrengt. Den er tværgående og berører såvel fremtidige Kulturfestivaler, turismeområdet, kompetenceudvikling m.m.

Indsatsen omfatter:

- et internationalt perspektiv på Kultursamarbejdet som organisation/model
- servicering af de enkelte kultursteder i relation til internationale emner
- kulturregional markedsføring af arrangementer
- evt. indgå i konkrete internationale aktiviteter

5. Markedsføring.

Resultatmål	Handleplan 2011	Handleplan 2012	Handleplan 2013	Handleplan 2014
Fælles markedsføring gennem www.kulturspot.dk og aktivitetskalender i ugeaviserne i Midt- og Vestjylland.	Udvikle Kulturspot i samarbejde med KultuNaut	Iværksættelse af ny aftale. Afklaring af fremtidig markedsføringsstrategi. Koordineres med markedsføringsstrategi for festival 2013		
Kultursamarbejdet skal være synligt for medlemmer, borgere og omverdenen, herunder udlandet.	Ny hjemmeside for www.kultursamarbejdet.dk Herunder udvikling af den engelske version, etablering af en tysk version. Udsendelse af min 2 elektroniske Nyhedsbreve. Kultursamarbejdet på Facebook Anledningsvist præsentere Kultursamarbejdet Uddeling af Kulturpriser.	Videreudvikling af elektroniske markedsføringsmuligheder Evt etablering af en fransk version. Udsendelse af min 3 elektroniske Nyhedsbreve Vedligeholde på Facebook Anledningsvist præsentere Kultursamarbejdet Uddeling af Kulturpriser.	Udsendelse af min 4 elektroniske Nyhedsbreve	

Kultursamarbejdets fælles markedsføring sker gennem www.Kulturspot.dk og den ugentlige aktivitetskalender, der husstandsomdeles gennem Ugeaviserne. Der er indgået en aftale med Herning Bibliotekerne, der løber i perioden 2011 – 2012 om drift og udvikling af den internet- og papirbaserede markedsføring. Den fremtidige markedsføringsstrategi skal afklares i 2012.

For at styrke synligheden af Kultursamarbejdet er der en række indsats, der skal vedligeholdes og udvikles.

- Kommunikations- og pressestrategi
- Løbende opdatering af hjemmesiderne www.kultursamarbejdet.dk og www.kulturspot.dk
- Nyhedsbreve
- Kultursamarbejdets to kulturpriser: KulturPrisen og KulturVækstPrisen.

6. Kompetenceudvikling

Resultatmål	Handleplan 2011	Handleplan 2012	Handleplan 2013	Handleplan 2014
Tilbyde redskabs- og temakurser, foredrag og temadage	Der gennemføres min. 15 kursusdage 1 -2 temaarrangementer/fyraftenmøder	Der gennemføres min. 15 kursusdage 1 -2 temaarrangementer/fyraftenmøder	Der gennemføres min. 10 kursusdage	Der gennemføres min. 15 kursusdage
Kurstilbud til særlige målgrupper	Videreudvikling af kulturlederkursets modul 11			
Tilbyde relevante og kvalitetsbetonede kurser til alle medlemmer	Alle kurser evalueres skriftlig efter afslutning.	Alle kurser evalueres skriftlig efter afslutning.		
Medlemmerne skal inddrages i udvikling af nye kurstilbud	Forslag til kurser til 2012 sendes i høring i foråret 2011. Brugerundersøgelse blandt medlemmer. Implementering af flerårig strategi for kursus- og kompetenceudvikling. Udvidelse af arbejdsgruppe 5, der medvirker til videreudvikling af kursusdelen.	Forslag til kurser 2013 sendes i høring i foråret 2012.		

For at sikre at det er relevante kurser, der tilbydes, bliver Kultursamarbejdets medlemmer på forhånd spurgt om deres interesse i forhold til konkrete tilbud. Der gennemføres hvert år en spørgeskemaundersøgelse blandt alle medlemmer, der er udformet som en interessetilkendegivelse og udformning af ønsker.

Det tilstræbes at kurser, temaarrangementer og fyraftensmøder skal foregå rundt i medlemsregionen.

De fleste kurser henvender sig til alle eller en bred kreds af medlemmer. Derudover vil der blive eksperimenteret med udvikling af kurstilbud til særlige målgrupper.

En arbejdsgruppe er nedsat med henblik på at videreudvikle kurstilbuddet. I 2011 er målet at udvide deltagerkredsen.

Budget 2011 – 2012:

	Budget 2011	Budget 2012
Udgifter		
Kurser, foredrag og temadage	420.000	420.000
Netværksmøder	18.000	13.000
Strategisk Udvikling (aktiviteter)	30.000	30.000
Professionel bistand	55.000	50.000
Fremtidig fælles satsning	420.000	250.000
Generalforsamling	50.000	50.000
Befordring sekretariat	15.000	15.000
Diverse	35.469	37.945
Host	20.000	17.500
Kulturpris	30.000	30.000
Kulturspot	821.380	821.380
KultuNaut	74.520	74.520
I alt udgifter	1.989.369	1.809.345
Indtægt:		
Overgangsordning	1.397.795	1.397.795
Kommunalt tilskud	195.050	195.050
Kultursteder	216.500	216.500
Overført fra 2010	180.024	
I alt indtægter	1.989.369	1.809.345