



SEPTEMBER 2024 - VERSION 1

# 2024 Kulturanalyse

## Forord

Kultur- og Fritidsudvalget i Kalundborg Kommune arbejder ud fra fem pejlemærker, hvoraf et centralt pejlemærke er: "Hvordan arbejder vi med at udvikle tilbud for aldersgruppen 18-55 år?" Dette pejlemærke har som mål at sikre, at de kultur- og fritidstilbud, som Kalundborg Kommune tilbyder, også er attraktive for de målgrupper, man ønsker at tiltrække, herunder studerende og indpendlere. Der er i forvejen mange kvalitetstilbud, som retter sig imod børn og seniorer.

### Kulturanalysen: Baggrund og formål

I oktober 2023 iværksatte Kultur- og Fritidsudvalget en omfattende kulturanalyse i samarbejde med Kulturens Analyseinstitut. Formålet med denne analyse var at skabe et solidt vidensgrundlag for det strategiske arbejde med Kalundborg Kommunes kulturliv – med særligt fokus på behovet for nye tilbud til aldersgruppen 18-55 år. Analysen skulle undersøge kulturtilbuddenes udbud, efterspørgsel og borgernes deltagelse for at styrke sammenhængskraften, fastholde nuværende borgere og tiltrække nye.

Den første fase af analysen bestod af dataindsamling og undersøgelse af eksisterende kulturaktiviteter. Dette blev gennemført via spørgeskemaundersøgelser og kvalitative interviews med centrale aktører på kulturområdet, herunder foreninger, kulturinstitutioner og private arrangører. Resultaterne fra disse undersøgelser, som blev afsluttet i januar 2024, resulterede i ca. 1.300 besvarelser – et antal der sikrede validitet i de indsamlede data.

Denne rapport opsummerer analysens resultater, konklusioner og fremtidige strategiske anbefalinger for kulturlivet i Kalundborg Kommune.

Kultur- og Fritidsudvalget har løbende arbejdet med analysens scenarier og SWOT-analysen.

### Kulturkonferencen

Konferencen markerer afslutningen på et års arbejde med kulturanalysen. Med bidrag fra borgere, kulturinstitutioner, foreninger og erhvervsliv, vil der gennem paneldebatter og interaktive elementer blive skabt en fremadskuende dialog om, hvordan kommunens kulturtilbud kan udvikles. Formålet er at sikre, at kommunen fremover kan tilbyde aktiviteter, der imødekommer borgernes behov og understøtter Kalundborg Kommunes vision om at være et attraktivt sted at bo og leve.

Denne rapport indleder arbejdet med disse scenarier og opsummerer analysens resultater. Den vil fungere som et centralt værktøj til både kulturpolitisk udvikling og tilrettelæggelse af fremtidige kulturtilbud. Resultaterne danner grundlag for kulturkonferencen, hvor konklusioner og strategiske anbefalinger bliver præsenteret.

*Kultur- og Fritidsudvalget*

## Indhold

<b>De tre scenarier</b> .....	<b>4</b>
<b>Profilløft af kulturlivet</b> .....	<b>6</b>
<b>Kalundborgs særlige styrkepositioner</b> .....	<b>8</b>
<b>Kultur som strategisk løftestang</b> .....	<b>12</b>
<b>SWOT opsummering</b> .....	<b>14</b>
<b>SWOT-analyse</b> .....	<b>16</b>
<b>Tværgående anbefalinger</b> .....	<b>18</b>

## De tre scenarier & anbefalinger

1

### Profilløft af kulturlivet

**Tematiser og synliggør** den allerede eksisterende kulturaktivitet.

**Lav incitamenter for at skabe deltagelse** og medvirken – ikke alene opleve, også være med.

**Understøt flere samarbejder** mellem private og civilsamfundsaktører.

**Støt og styrk de frivillige** fællesskaber.

2

### Kalundborgs særlige styrkepositioner

**Løft Kalundborgs** historiske bymidte med begivenheder. I det hele taget – **styrk Kalundborg Bys rolle** i kulturlivet.

**Byg åbne kunstmiljøer**, med kunstnere med tilknytning til Kalundborg området.

**Åbn de eksisterende foreninger** og kulturmiljøer op for flere og nye deltagere.

**Få koblet natur og kultur** i aktivitet og oplevelser.

**Lav generationsmøder** med familierne i centrum.

Lav samarbejder med **særligt fokus på uddannelsessøgende og tilflyttere.**

3

### Kultur som strategisk løftestang

Træk på andre kommuners erfaringer med at bruge **kultur som strategisk løftestang** for hele kommunen.

**Tænk kultur tværgående i sundhed, regional udvikling, erhvervsudvikling og uddannelse.**

**Lav et strategisk samarbejde** med nabokommunerne.

Realisér **udviklingsplanerne for Kalundborg by.**



## Profilløft af kulturlivet

*Analysen af Kalundborg Kommunes kulturliv viser en stor aktivitet i hele kommunen. Især i landområderne står det lokale kulturliv stærkt – båret af et stort lokalt civilsamfunds-engagement. Omvendt tegner der sig et mere – fra borgerperspektiv - utydeligt kulturliv i Kalundborg by, hvor der samtidig viser sig en forventning til, at der her er noget som skaber synlighed, profil og "fyrtårne", der kan lyse på det samlede kulturliv i kommunen.*

*Scenariet her tegner et potentiale for at løfte det eksisterende kulturliv ved at synliggøre det markant. Alene en tydeliggørelse og synliggørelse vil øge deltagelse og tilfredsheden med udbuddet af kultur, da der er en del at bygge på. Kalundborg by vil være det naturlige omdrejningspunkt og trækraft for denne synliggørelse, hvorfor der er behov for et løft af udbud her.*

### Tematisering – og deltagelse

Mange arrangører laver et mindre antal arrangementer, hver især, rundt om i kommunen. Det giver et potentiale for et tættere samarbejde ift. programlægning, synliggørelse, fundraising m.m. Et værktøj kunne være fælles "festivaler" på tværs af mange arrangører med samlet tema, årligt tilbagevendende traditioner på tværs af kommunen etc. Det vil kræve et faciliteringsarbejde med at skabe dialog og samarbejde imellem de mange arrangører – og dermed skabe mulighed for at samle indsatser og aktiviteter i tid – koordineret og fordelt over året, i fælles kommunikation og billetsalg, i samtænkt programlægning, og i samtænkt fundraising evt. sponsorarbejde.

I en del kommuner er der held med at bibliotekerne tager den faciliterende og koordinerende rolle. Erfaringerne fra indsatsen "Liv i forsamlingshusene" kan med fordel bruges her – og tænkes ind i flere sammenhænge og ift. aktører i Kalundborg By.

Lykkes ovenstående kan det yderligere styrkes ved at tænke i "deltagelse" – altså at skabe centrale aktiviteter og traditioner, der indeholder elementer, der skabes af borgerne selv, ved deres indsatser, markeringer og deltagelse. Dette skal igen faciliteres, så det udvikles i fællesskab mellem arrangører, der samarbejder. "Ikke alene opleve – også være med".

Et godt eksempel er Horsens by som i forbindelse med flere store koncerter, er lykkedes med, at få mange arrangører og borgere til at gå sammen om udsmykning, markeringer, etc.

### Mårettede kommunikationskanaler

Analysen viser ganske tydeligt, at forskellige borgere bruger meget forskellige kommunikationskanaler. Dette peger på at synliggørelse skal ske via en fler-kanalstrategi. Lokalavisen er perfekt for nogen, sociale medier er bedst for andre.

Optimalt arbejdes det ikke alene med "pull kommunikation", men også med at have f.eks. fælles nyhedsbrev, man kan tilmelde sig – så man kan "pushe" beskeder ud. Dette kan oplagt koordineres med fælles billetsalgsmuligheder.

En delmængde af kommunikationen bør målrettes tilflyttere, samtænkt med introduktionsarrangementer / introduktion til lokalområdet. Her kan ligeledes arbejdes med sprogversionering – minimum en udgave på engelsk. I nogle kommuner er bibliotekerne omdrejningspunkt for både at facilitere fælles samarbejde, og stå for den målrettede kommunikation.

### Støt og styrk de frivillige fællesskaber

Hovedparten af kulturaktiviteterne er båret af et engageret civilsamfund og frivilligt engagement. Det er godt men også sårbart. Ofte er der udfordringer med at fællesskaberne lukker sig om dem, der er med. Generationsskifte er svært og brug af nye metoder, teknologi og kommunikationskanaler kræver ofte hjælp. Et løbende fast blik på frivillige fællesskaber og deres nøglepersoner – og hjælp og understøttelser, der matcher deres forskellighed og situation vil være fornuftigt.

### Kalundborg by – understøt de private aktører

Meget af kulturudbuddet i Kalundborg by er båret af privat-økonomiske aktører. De arbejder mindre sammen og er mere konkurrencebetonede i deres adfærd. Markedet for kulturoplevelser er et atypisk marked, da det er en stor blanding af privatudbud, offentlige understøttede tilbud og frivilligt/civilsamfundsdrivne tilbud. Blandingen sker på tværs af genrer og formater for oplevelser. Det er et svært marked for private aktører at skabe en god forretning i.

Et løft af kulturbuddet i Kalundborg by kan derfor ske ved en vellykket understøttelse af de private aktører. En model, der er brugt mange steder, er en slags "kombinationsstruktur", hvor foreningsdrivne aktiviteter samarbejder med de private aktører – det sker allerede lidt i Kalundborg by. Hvis det kan løftes mere, kan det styrke alle. Knæk denne nød og der er stort potentiale. Bliv inspireret af tænkning fra turistsamarbejder, hvor dette ofte er vellykket – og skaber mere omsætning og interesse for alle.

En oplagt målsætning i dette scenarie er at øge tilfredsheden – fra ca. 25% tilfredse i dag til i fremtiden 40% tilfredse. Det er en stor ambition, men en oplagt mulig ambition. Forbruget af kultur ligger 5-10% under landsgennemsnittet (forskelligt indenfor genrer) – potentialet er her at de 5-10% er et uudnyttet "lavthængende potentiale", som forbrug/deltagelse kan øges ved alene at synliggøre de nuværende tilbud mere og bedre.

Mange borgere forholder sig ikke til kulturlivet jf. analysen (over 50% samlet i kategorierne "hverken/eller" og "ved ikke" ift. tilfredshed med kulturlivet). Det er oplagt at få disse engageret ved at inddrage dem – en lavthængende frugt. Spørg dem hvad de savner mere af - vær opsøgende. Opfordr dem til at deltage i, og bakke op om tematiseringer lokalt hvor de bor etc. Lav evt. incitamenter ved støttetiltag – der hvor der er mest engagement, understøttes mest, så de lokale aktører har en stor interesse i at skabe mere lokal opbakning.

Dette scenarie tager hovedudgangspunkt i de eksisterende kulturtilbud og bedømmes at kræve den mindste investering af ressourcer og have hurtigst effekt på den kortere bane. Scenariet er mere usikkert på lang sigt, da det især fokuserer på at høste de mere "lavthængende frugter", og skal forventeligt genbesøges, når der opnås en effekt for at evaluere på næste skridt.



## Kalundborgs særlige styrkepositioner

*Kulturudbuddet i Kalundborg kommune er vellykket ift. at have en bred folkelig profil. Ser man på deltagelse i kultur, er interessen lige så stor som f.eks. idræt og outdoor-aktiviteter. Det er særligt tydeligt omkring scenekunsten – hvor teater, standup, revy, musicals, cirkus, børneteater og lokal/amatørteater spiller virkelig godt sammen. Det skaber en stor interesse, stor deltagelse og større tilfredshed med udbuddet.*

Det mere specialiserede og nichefokuserede er ikke noget Kalundborg behøver at tilbyde på alle områder. Her kan skabes formidling af muligheder mod Roskilde, Helsingør og København. Guide til styrkepositioner i den nære eller lidt fjernere geografi – København er ikke langt væk, med den gigantiske oplevelsespalette.

Kulturudbuddet bæres meget markant af frivillige fællesskaber og engagement. En stor styrke, som samtidig har den udfordring, at det er stærkest til at inkludere dem, der i forvejen er i berøring med fællesskaberne. Det betyder, at der er brug for hjælp til at åbne fællesskaberne op – at kommunikere hvad der foregår. Helt i tråd med det første scenarie om at kommunikere, det der i forvejen foregår, stærkere og bedre.

Civilsamfundsfællesskaber er meget ofte ikke gode til selv at løfte denne opgave uden hjælp. "Liv i forsamlingshusene" er et godt initiativ, der allerede viser gode erfaringer i denne retning, hvor bibliotekerne benyttes som facilitator og formidler. Det er oplagt at udvikle den indsats yderligere, og fremfor alt få Kalundborg Bys centrale aktører med.

Særskilt har den dybe civilsamfundsforankring den bagside, at den er en stor udfordring ift. tilflyttere – især ift. udenlandske tilflyttere som sjældent har kendskab til foreningsliv og lokale fællesskaber, som er en stærk dansk ting. Analysen har vist nogle oplagte styrkepositioner, som kan løftes og udvikles.

**Kunst og kunsthåndværk** står godt men ikke markant stærkt frem. På overfladen ser det ikke ud til at Kalundborg Kommune er bosted og virkested for kunstnermiljøer. Men ved samtaler med aktører peges der på, at sommerhusområderne er bosted for mange kunstnere i store dele af året. Her er et stort potentiale, som kan sammenlignes med det, man er lykkedes med f.eks. på Møn og Bornholm. Her er der skabt synlighed og kendskab til de mange kunstnere, der bor og arbejder i områderne. Involvér dem i lokale tiltag og indsats.

Dette kan yderligere udbygges med den meget stærke trend, der vokser omkring selv at lære og deltage i kreative aktiviteter (selv lave kunsthåndværk, selv strikke, selv opgradere sit tøj, sine møbler, lære at male og lave skulpturer osv.). Det kan give kunstnerne en lokal mer-indtjening og god rolle – og skabe attraktive miljøer for deltagelse og læring. Bornholms indsats "makers island" kan være til god inspiration. Analysen har ikke kunnet kortlægge hvor stort potentialet er, da vi ikke ved hvor mange kunstnere, der reelt bor og virker i sommerhusområderne – men samtalerne har skabt fornemmelse af gode muligheder.

Den eksisterende indsats med Bispegården, som base for billedkunst er oplagt at bruge som base og bygge videre på.

**Den historiske bymidte** er særlig og har nationalt potentiale. I dag opleves den lidt som et "add on" på Kalundborg By, men ikke et meget integreret kulturtilbud. Potentialerne er i forvejen foldet ud i helhedsplaner for bymidten og højbyen. Disse planer virker meget gennemtænkte og grundigt bearbejdede.

Vi vurderer, at der er stort potentiale i at udfolde den historiske bymidte som en del af tematiserede festivaltiltag – oplagt flere gange om året. Middelalderfestivalen er et virkelig godt eksempel på dette, hvor samarbejdet på tværs af flere kommuner via Museum Vestsjælland løfter kvalitet og synlighed. Fokus på håndværk, kunsthåndværk og materialer er en anden stærk trend, der kunne udfoldes. Med inspiration i f.eks. Den Gamle By i Århus eller Vikingeskibsmuseet i Roskilde, som har opbygget kæmpe interesse for håndværksmæssige oplevelser – igen selvfølgelig omsat til den rette historiske kontekst.

Kalundborg bys etablering fra 1.100-1.300 under Valdemarerne er en historisk kontekst, der kan bruges til at skabe særlighed og differentiering.

**Natur og kultur** i samspil er en voksende trend. Kalundborg kommune stikker frem med meget stort potentiale her, som allerede er udbygget og står på et stærkt fundament. Områder som Røsnæs, Bregninge, Åmosen, Munkesøen, Tissø og hele kyststrækningen er i forvejen i fokus ift. at styrke outdoor-profilen i Kalundborg Kommune. Der kan hentes erfaringer fra de mange nye nationalpark-initiativer, der er i gang landet over. Her samles idræts-, natur- og kulturaktører til fælles samarbejde og indsats.

Vandreture bliver til kulturelle oplevelsesture. O-løb, mountainbiking og løb kombineres med kulturelle særligheder. De eksisterende erfaringer fra Tour De France er oplagt at bygge videre på. Kunstneren Thomas Dambos trolde er en god inspiration, hvor kunst, natur, leg og bevægelse kobles.

**Familie målgruppen i centrum** – båret af engagement fra de modne borgere. De mest engagerede frivillige og deltagere i kulturlivet er de modne borgere over 56 år. Denne styrkeposition kunne bruges

til at skabe engagement på tværs af generationer – så den modne generation vil stå i centrum for at skabe gode oplevelser for familie-segmentet.

Især mødet mellem "bedsteforældre generationen" og alt hvad den kan og ved, kan oplagt kobles med familierne. Historier, håndværk, oplevelser fra dengang. Samtidig kan der skabes en vellykket lyst til at bære videre til de yngre generationer med det store engagement, der allerede er. Igen vurderer vi at scenekunsten er et oplagt startsted – involvering i lokalteater, stå for teaterforestillinger, der inviterer familierne i centrum etc. Museumsoplevelser er et andet oplagt sted at tage tilsvarende fat. Til inspiration har Århus Kommune haft stort held med at engagere de modne generationer i at guide til oplevelser, være vært for events og tiltag mv.

### Særligt fokus på unge og udenlandske tilflyttere

To grupper stikker ud i analysen, som værende ikke mødt spot on ift. deres forventninger og ønsker til kulturudbud – de unge og de udenlandske tilflyttere. Det peger på at der er behov for særindsatser, hvis disse grupper skal opleve kulturlivet mere relevant og have en øget tilfredshed.

Unge er generelt den svære målgruppe at møde. En helt generel problematik landet over, da målgruppen ændrer sig interesselæst, i situation og kontekst over få år. Derfor er opbyggede tilbud til unge, der er vellykkede i en periode ofte kortvirkende, da "den næste gruppe unge", oftest har andre behov og interesser.

Det mest oplagte indsatsområde, som matcher udviklingstakten i Kalundborg Kommune, er at fokusere på uddannelsessøgende. Her vil opbygning af et samarbejde på tværs af relevante uddannelsessteder (Gymnasium, Campus Kalundborg, Arkitektuddannelsen i Kalundborg mfl.), hvor der arbejdes med at koble lokale kulturarrangører sammen



med uddannelser og laver relevante tilbud til de studerende, samt involverer de studerende i at skabe relevante tilbud på uddannelsesinstitutionerne – på tværs af institutionerne for at opnå "kritisk masse" af interesserede studerende. Det kan være tænkt som et fleksibelt studenterhustilbud i form af arrangementer og mødesteder, fremfor et fast sted. Der kan hentes inspiration til aktiviteter og indsatser hos f.eks. Studenterhuset i Odense og Aalborg.

Udenlandske tilflyttere viser en kulturprofil i retning af mere traditionel scenekunst, klassisk musik, billedkunst mv. Den oplagte indsats er her at lave tæt samarbejde med de største, relevante arbejdspladser – allerbedst som et tværgående "kulturklub"-tilbud på tværs af flere arbejdspladser. Sådan kan der opnås en større mængde af interesserede og skabes en stærkere base for en bedre palet af tilbud. En arbejdspladsorganiseret kulturklub er der generelt ikke mange erfaringer med i Danmark, men er noget der er velkendt i udlandet. Mindre tiltag findes formentlig allerede på flere relevante arbejdspladser (kunstklub, klub der tager på kulturudflugter etc.), som der vil kunne bygges ovenpå. Arbejdspladserne bør være medfinansierende og drivende for at kommunikere om mulighederne, hvis det skal lykkes – de skal således deltage aktivt og føle et tæt ejerskab til initiativet. Indholdet er oplagt en kombination af oplevelser, der arrangeres lokalt og udflugter til oplevelser, af mere særlig karakter, f.eks. i Københavnsområdet.

**Generelt trækkes der to erfaringer frem** i de kvalitative input i analyserne: Transportforhold internt i Kalundborg Kommune fremhæves som en særlig udfordring, hvis man skal deltage i kulturoplevelser og især med sociale aktiviteter omkring. Det kan være svært at få transport hjem, hvis man ikke selv kan køre bil. Der peges på muligheder for særtransport med bus, taxiløsninger mv. Byfest-elementer og sociale tiltag, der skaber samvær har stor attraktion. Gode kulturoplevelser beskrives ofte som værende vellykkede, hvis den sammenhæng er til stede. Samspil mellem flere aktører er her oplagt, så der f.eks. kan være spisningsmulighed før en kulturel oplevelse, og muligheder for hygge og socialt samvær efter en kulturel oplevelse

Dette scenarie vurderes at kræve en længerevarende indsats, især med ressourcer til at skabe samarbejde, og facilitere fælles udviklingstiltag, med relevante aktører. Effekterne vil derfor først kunne vise sig når samarbejder og tværgående indsatser er skabt. I scenariet kan der udvælges enkelte styrkepositioner, som dem der satses på.



## Kultur som strategisk løftestang

*Kultur har potentiale til at medvirke til løsning af centrale samfundsudfordringer – sundhed og trivsel, sammenhængskraft, demokratisk styrket dialog, balance imellem by og land, tiltrækning og fastholdelse af borgere samt styrket inklusion og dannelse i uddannelse.*

*Erfaringerne er mange, men også sporadiske og begrænset evalueret landet over – men effekterne, der opnås er generelt gode. Viborg kommune er et eksempel på en kommune hvor kultur indtænkes på tværs af politikområder, og dermed medvirker som samlet strategisk løfte stang. Hent f.eks. inspiration der.*

I "Kalundborg Kommunes udviklingsstrategi frem mod 2030" nævnes en række fokusområder – her er en række eksempler:

- Tiltrække kvalificeret arbejdskraft
- Udvikle detailhandel og turisme til gavn for beskæftigelse og byliv
- Livsduelighed og et solidt fundament for det gode børne-, voksen- og ældrelev.
- Læring og trivsel for alle børn
- Mestring af eget liv
- Det gode og værdige ældrelev
- Udvikle et attraktivt studiemiljø i takt med at flere uddannelser kommer til

- Give flere unge lyst til at arbejde, bo og leve i Kalundborg kommune efter endt uddannelse

- Et attraktivt byliv

I "Kalundborg kommunes udviklingsstrategi frem mod 2035 - Fremgang får flere med i fællesskabet" er det sammenfattet til en overordnet vision: "Kalundborg kommune er et godt sted at bo og leve, uddanne sig, arbejde og drive virksomhed".

Andre kommuner har held med at inddrage kultur som løsning på ovenstående udfordringer og forløse en sådan samlet vision. Kalundborg kan høste og bygge på disse erfaringer, men det vil kræve en langsigtet indsats for at hæve mængden af kulturtilbud, skabe partnerskaber med stærke kulturinstitutioner, og styrke inddragelsen i dem af langt flere borgere. Indsatsen bør oplagt skabes sammen med nabokommunerne, så der kan fokuseres på at bygge styrkepositioner, indsatser og erfaringer sammen.

Region Midtjylland har understøttet et sådant kommunalt samarbejde på tværs af kommuner ganske vellykket, og er især lykkedes med meget gode resultater omkring kultur, trivsel og sundhed.

Potentialet til at kulturlivet kan løfte Kalundborg Kommune på rigtig mange parametre bedømmes at være til stede.

### Det kræver fyrtårne der stikker op

En meget stærk og synlig kulturprofil vil kræve store kulturelle fyrtårne. Med fyrtårne menes ikke her enkeltstående kulturinstitutioner, men aktivitetsprogrammer, der stikker op, inddrager mange og giver stor synlighed. En fornuftig økonomisk drift i sådanne tiltag kræver et stort opland og en grundig tænkt differentieringsstrategi, så man ikke gør det samme, som findes i forvejen i tæt eller lidt fjernere relevant geografi.

Større kulturtilbud kræver et stort marked, og konkurrencesituationen er derfor geografisk bred. For at skabe stærkere kulturelle fyrtårne skal efterspørgslen være til stede. Det er ikke nok at etablere kulturtilbud med offentlig støtte alene, efterspørgslen kommer ikke af sig selv. Derfor skal marked og efterspørgsel oplagt ses i tæt samspil med nabobyer, og nabokommuner. København i sig selv trækker i forvejen meget efterspørgsel til sig.

De stærkeste kulturelle fyrtårne, som har et økonomisk stærkt marked ligger næsten alle sammen i feltet "rytmisk musik", kombineret med messer, konferencer eller større idrætstiltag. Desto tættere man bevæger sig imod København, desto stærkere er konkurrencesituationen og mængden af mulige kulturelle tilbud stiger voldsomt. Det ligger udenfor denne analyse at lave en egentlig og grundig markedsafdækning af muligheder for at skabe sådanne kulturelle fyrtårne.

Den oplagte anbefaling er at gå tæt sammen med nabo-kommunerne, identificere fælles styrkepositioner, og løfte en fælles langsigtet handlingsplan. Kulturregionssamarbejdet kunne rumme et løft af nogle fælles kulturelle tilbud og indsatser i Vestsjælland. Det står dog uklart hvordan kulturregionerne prioriteres statsligt fremad.

De sønderjyske kommuner har bevaret et stærkt samarbejde på kulturområdet efter amternes nedlæggelse, og arbejder fokuseret med at skabe kulturtilbud på tværs af kommunegrænserne. Det skaber samtidig en god basis for dialog med større fonde om et løfte et område fremfor enkelttiltag. Sønderjyllands kulturtiltag kunne være et oplagt sted at hente konkret inspiration fra.

### Kalundborg by er nøglen som driver

Afdækning og analyse viser at landområderne har fået gode løft af kulturlivet med indsatser overfor f.eks. forsamlingshusene mv. For at løfte kommunen samlet, står Kalundborg by frem som nøglen. Der ligger allerede grundige helhedsplaner for udvikling af Kalundborg by – med en fortætning af bymidten, stærkere bymidte og handelsliv og en udviklingsstrategi for højbyen med fokus på de særlige historiske og oplevelsesmæssige kvaliteter, som har national rækkevidde. Havneparkens udvikling er i fuld gang, og planerne om et nyt samlende kulturhus på havnen ser ud til at have potentiale.

Anbefalingen er at søge realisering af disse udviklingsplaner, så Kalundborg bys kulturelle potentiale i højere grad forløses.



## SWOT - Opsummering

### Hvad er en SWOT-analyse?

SWOT-analysen er et værktøj som bruges til at vurdere styrker, svagheder, muligheder og trusler. En SWOT-analyse hjælper med at forstå, hvordan man kan styrke og forbedre kulturudbuddet, så det bliver mere effektivt og relevant for alle borgere.

Kulturens Analyseinstitut har udarbejdet nedenstående analyse over kulturudbuddet i Kalundborg Kommune. Den giver et klart billede af hvordan udbuddet står lige i øjeblikket og er et nyttigt redskab til at planlægge, forbedre og træffe beslutninger på en grundig vurdering af forskellige faktorer.

### Generelt er borgerne i Kalundborg Kommune pænt engagerede i kulturlivet.

Det er meget forskelligt hvad der forbruges. Kulturforbruget ligger generelt 5-10% under landsgennemsnittet især scenekunst/teaterområdet stærk stærkt frem. Det frivillige engagement er også generelt højt.

Cirka halvdelen af borgernes kulturforbrug ligger udenfor kommunen. Hver 4. borger i Kalundborg Kommune er tilfreds/meget tilfreds med kulturlivet i Kalundborg kommune. Det betyder, at 3 ud af 4 enten er indifferente, utilfredse eller ikke ved, hvad de skal synes om kulturlivet.

Det giver umiddelbart en kommune med et stort potentiale for at forbedre borgernes tilfredshed med kulturlivet. Kulturlivet står generelt stærkt for dem, der kender det – mens dem der ikke kender det så godt, herunder tilflyttere ikke har høj tilfredshed eller kendskab.

### De 18-55 årige

De 18-55 årige ligner gennemsnitligt den samlede population i kommunen. Deler vi gruppen op ses nogle forskelle i kulturaktivitet på de forskellige områder.

- De yngste 18-24 årige er markant mere aktive til koncerter og musikfestival. På museum er de mest aktive i Hovedstadsområdet og i udlandet.
- De 25-30 årige ligger generelt blandt de lavest aktive.
- De 31-39 årige er pænt aktive – ligger dog lavest på biograf.
- De 40-49 årige er pænt aktive – flittigst i biografen.
- De 50-55 årige ligger gennemsnitlig lavest af alle aldersgrupper.

På samme måde ses forskelle på f.eks. frivilligområdet. De unge laver langt mindre frivilligt arbejde og den ældre del af målgruppen laver mest frivilligt arbejde

### Tilflyttere

Der er cirka 16% af deltagerne i kortlægningen, som er tilflyttere. Motivationen for at flytte til Kalundborg varierer afhængig af hvor du kommer fra og hvor gammel du er.

De unge 18-24 årige har en markant anden profil end totalen. Blandt de unge er grunden til at flytte til Kalundborg primært familie, venner, uddannelse og job. Det handler i mindre grad om bolig, huspriser og naturen.

Blandt udlændinge, der udgjorde 3% af tilflytterne, ses et ønske om kulturtilbud, som foregår på andet end dansk. Generelt er der færre tilflyttere som er tilfredse med kulturlivet i Kalundborg. Blandt udlændinge er der flere som ikke ved hvad de skal synes om kulturlivet. Det kan både skyldes at de er nytilflyttet eller at Kalundborg ikke har formået at gøre kulturlivet tilstrækkelig synligt for denne målgruppe.

### Udbud

I Kalundborg Kommune er der et bredt udbud af kulturoplevelser for de mange. Der er mest for det mere modne publikum, og mindst for de unge. Udbuddet er generelt kendetegnet ved at være let tilgængeligt og mainstream. Der præsenteres kultur rundt om i hele kommunen, med mest i Kalundborg by. Der mangler umiddelbart nogle kulturinstitutioner/kulturtilbud, der stikker ud og løfter fokus, kvalitet og synlighed. Mange kulturtilbud er "tæt på hinanden", så det er de samme steder der kan opleves billedkunst, scenekunst, musik, film mv. Det er en styrke at de forskellige kulturområder tiltrækker til hinanden.

Kulturudbuddet bæres meget markant af frivillige fællesskaber og engagement. En stor styrke, som samtidig har den udfordring, at det er stærkest til at inkludere dem, der i forvejen er i berøring med fællesskaberne. Mange arrangører laver hver især et mindre program, hvert sit sted i kommunen.





# SWOT

## STYRKER

- Kulturtilbud og -brug kommer bredt rundt i kommunen, og står på et højt frivilligt engagement. Deltagelsen er god, især omkring scenekunst, og især for de aldersmæssigt mere modne.
- I Kalundborg by er der en del private aktører med engagement på kulturområdet.
- Der ses gode erfaringer med at skabe turnerende tilbud rundt til de mange mindre lokalsamfund, og tilbuddene bliver brugt.
- Nye tiltag omkring børne- og familieaktiviteter ser ud til at komme godt fra start og være eftertragtede.
- Kulturtilbud ser umiddelbart ud til at være en del centreret omkring fælles steder på tværs af genrer – det giver en styrke ift. at tiltrække brug på tværs, og undgå genresiloer.

## SVAGHEDER

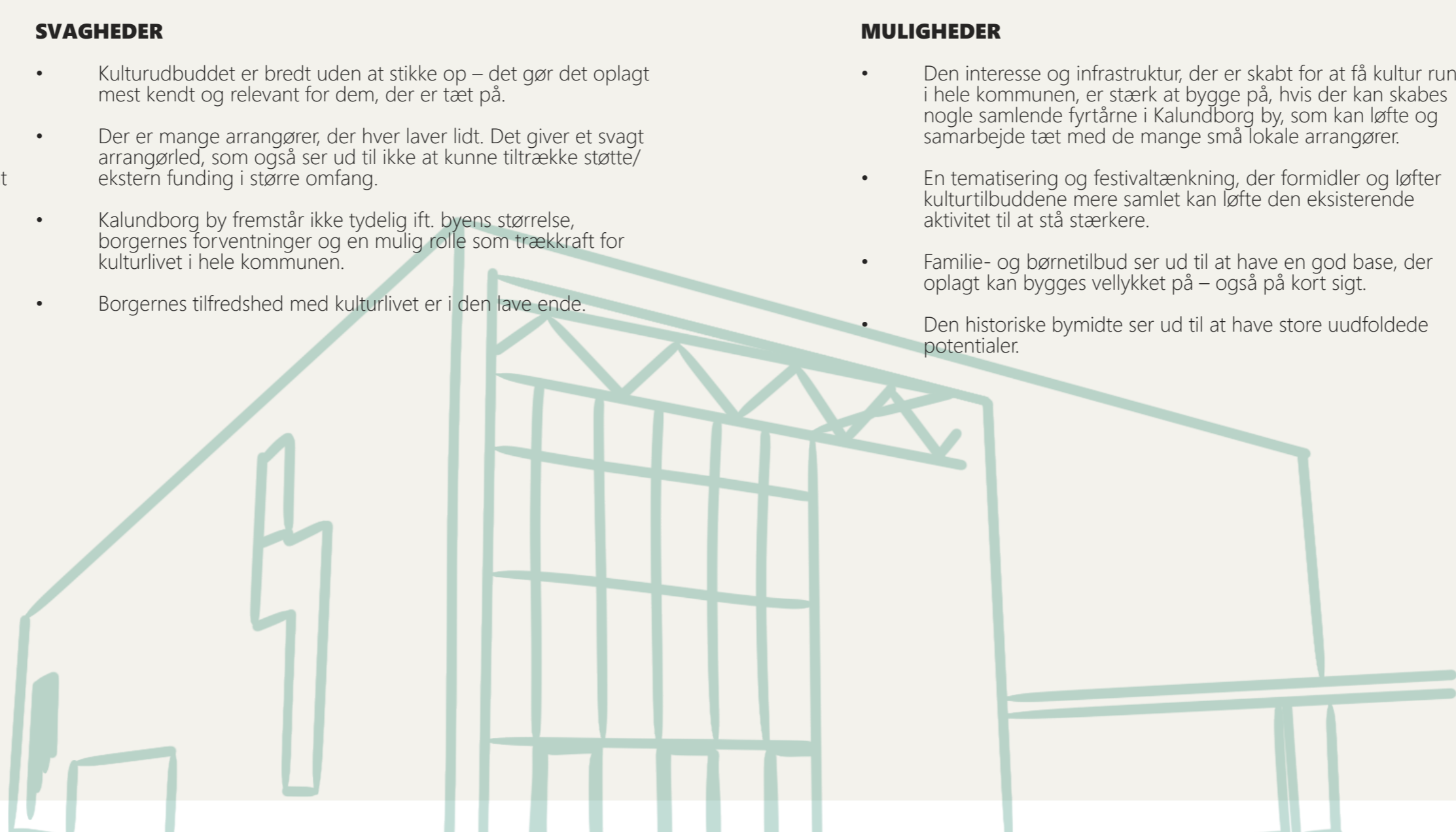
- Kulturudbuddet er bredt uden at stikke op – det gør det oplagt mest kendt og relevant for dem, der er tæt på.
- Der er mange arrangører, der hver laver lidt. Det giver et svagt arrangørled, som også ser ud til ikke at kunne tiltrække støtte/ekstern funding i større omfang.
- Kalundborg by fremstår ikke tydelig ift. byens størrelse, borgernes forventninger og en mulig rolle som trækraft for kulturlivet i hele kommunen.
- Borgernes tilfredshed med kulturlivet er i den lave ende.

## MULIGHEDER

- Den interesse og infrastruktur, der er skabt for at få kultur rundt i hele kommunen, er stærk at bygge på, hvis der kan skabes nogle samlende fyrtårne i Kalundborg by, som kan løfte og samarbejde tæt med de mange små lokale arrangører.
- En tematisering og festivaltænkning, der formidler og løfter kulturtilbuddene mere samlet kan løfte den eksisterende aktivitet til at stå stærkere.
- Familie- og børnetilbud ser ud til at have en god base, der oplagt kan bygges vellykket på – også på kort sigt.
- Den historiske bymidte ser ud til at have store uudfoldede potentialer.

## TRUSLER

- Kultur er en tydelig udviklingsparameter for flere kommuner tæt på Kalundborg (Holbæk og Slagelse især) – det kan give en konkurrencesituation, men omvendt også være et potentiale for samarbejde.
- Kulturlivet fremstår i dag ikke så attraktivt for især unge, studerende og tilflyttere. Kulturlivet har betydning, og kan give et fravalg af kommunen ift. bosætning, omsætning, fastholdelse mm.
- Samarbejdet mellem mange mindre aktører, herunder private kulturaktører, er forholdsvis lille – det kan give en lokal konkurrencesituation, hvor man i stedet for at løfte hinanden, kæmper imod hinanden.



## Tværgående anbefalinger

På baggrund af analyserne, SWOT og scenarierne er udarbejdet følgende kortfattede tværgående anbefalinger:

**1**  
Tematisér og synliggør den allerede eksisterende kulturaktivitet

**2**  
Understøt flere samarbejder mellem private og civilsamfundsaktører

**3**  
Støt og styrk de frivillige fællesskaber

**4**  
Bibliotekerne og musikskolen er stærke drivkræfter – fortsæt det

**5**  
Indsatserne for kultur i landområderne virker – få Kalundborg by med i indsatserne

**6**  
Lav tværgående arrangør-samarbejder med de mange små arrangører

**7**  
Understøt skabelsen af kulturklubber på tværs af de store arbejdspladser

**8**  
Mød de unge hvor de er. F.eks. På uddannelsessteder eller i biografen. Involver dem

**9**  
Indarbejd kultur på tværs i jeres politikområder

**10**  
Opstart faste og stærke samarbejder med nabokommunerne

**11**  
Lav børne-/familiekulturklubber - brug erfaringerne fra "Liv i forsamlingshusene"

**12**  
Lær kunstnerne at kende, også i jeres sommerhusområder. Inddrag dem



*Analysen er udarbejdet af Kulturens Analyseinstitut  
Layout af Kultur og Fritid, Kalundborg Kommune*