

# Vejledning

- til Kulturmetropolens kommuner om tiltag til udbredelse af kulturaftalen



## Formål med vejledningen

Formålet med følgende vejledning er at inspirere Kulturmetropolens kommuner til, hvilke tiltag de hver især kan gøre sig for at udbrede fortællingen om Kulturmetropolen. Vejledningen præsenterer derfor en række gode råd og idéer til, hvordan Kulturmetropolens kommuner kan styrke ejerskabet lokalt - både politisk og i forvaltningen. Kulturmetropolens kommuner fastlægger selv, hvilke tiltag og hvordan disse tiltag kan tages i brug i deres lokale kontekst. Dette er gjort med henblik på at imødekomme hver enkelt kommunes præferencer. Vejledningen består af fire tiltag i vilkårlig rækkefølge, og er udformet på baggrund af Kulturmetropolens politiske styregruppes forslag på styregruppemødet den 12. december 2019.

## 1. Citatboks / Facebook-opslag

Sekretariatet kan på opfordring af Kulturmetropolens kommuner udarbejde en kort tekst om den enkelte kommunes status i Kulturmetropolen. Denne tekst vil indeholde en skriftlig fortælling om den givne kommunes deltagelse i Kulturmetropolens aktiviteter inden for de(n) seneste måned(er).

- Eks.: "I denne måned har Halsnæs Kommunes borgere haft glæde af disse aktiviteter i Kulturmetropolen...".
- Sekretariatet og projektcheferne kan udforme en tekst umiddelbart op til et udvalgs møde.
- Teksten kan deles til udvalgs møder, på politikernes Facebook-sider, i nyhedsbreve eller med de lokale kulturinstitutioner.
- Den enkelte politiker eller kulturchef kan bede sekretariatet om en status umiddelbart op til et udvalgs møde.

Dette tiltag er med til at sørge for en konsekvent opdatering af Kulturmetropolens arbejde og skabe større ejerskab lokalt - både hos borgere, politikere og forvaltninger.

# Vejledning

- til Kulturmetropolens kommuner om tiltag til udbredelse af kulturaftalen



## 2. Udvalgsmøder - Sæt Kulturmetropolen på dagsordenen

Med fordel kan Kulturmetropolens gode historier formidles på udvalgsmøder. Dette kan gøres i forskellig omfang, og kan være alt fra et oplæg om et af indsatsområdernes arbejde, om en god lokal historie, der relaterer sig til Kulturmetropolen eller en deling af ovennævnte citatboks/korte tekst med udvalget. Det vigtigste er, at kommunerne bruger tiltaget som inspiration til at sætte Kulturmetropolen på dagsordenen. Det er en god idé at undersøge, hvor ofte Kulturmetropolen kommer på dagsordenen, og vurdere om Kulturmetropolen skal på dagsorden et fast antal gange om året.

- Hvordan kan I skabe ejerskab i jeres udvalg? Det er ikke ens for alle, så gør jer nogle overvejelser om, hvordan dette kan skabes hos jer.
- I kan indføre en passende fast kadence for en præsentation af kommunens status fra Kulturmetropolen. Det kan f.eks. være hver tredje måned eller oftere.
- I kan tage kontakt til projektcheferne eller sekretariatet og bede om materiale til et oplæg i et format, der så vidt muligt er tilpasset jeres kommunes ønsker.
- Undersøg gerne de lokale historier tilknyttet Kulturmetropolen, der f.eks. kan præsenteres af udvalgsformændene, Kulturmetropolens politiske formand eller en projektchef.
- Det er ligeledes nyttigt at inddrage de lokale kulturinstitutioner i forbindelse med et oplæg, der kan have relevans for dem.

Dette tiltag skal være med til at skabe et stærkere ejerskab hos det enkelte udvalg samt styrke kommunikationen mellem projektchefer, sekretariat og hver kommunes udvalg.

## 3. Kontakt mellem projektchefer, kulturchefer og politikere

Det kan være en fordel og styrkende for den interne kommunikation i Kulturmetropolen, at der er tættere kontakt mellem projektcheferne, kulturcheferne og politikerne. Dette er med særligt henblik på at tydeliggøre de gode historier i den enkelte kommune. Kulturcheferne fungerer som bindeled mellem politikerne og projektcheferne. Kulturcheferne kan til hver en tid kontakte projektcheferne og omvendt. Udover telefonisk og skriftlig kontakt, kan dialogen mellem parterne også styrkes gennem personlige møder. Rammerne og kadencen for disse møder aftales internt mellem projektchef, kulturchef og politiker. Kontakten kan foregå løbende igennem kulturaftalen.

Dette tiltag skal være med til delvist at skære kommunikationsled væk, og dermed styrke dialogen og vidensdelingen mellem projektchef, kulturchef og politiker i den enkelte kommune.

# Vejledning

- til Kulturmetropolens kommuner om tiltag til udbredelse af kulturaftalen



## 4. Markedsføring

Kommunerne kan selv være med til at markedsføre Kulturmetropolen. En større synliggørelse af Kulturmetropolens arrangementer og aktiviteter kan øge kendskabet til kulturaftalen i kommunerne. Særligt deling af Kulturmetropolens aktiviteter i både lokale medier og på de sociale medier er med til at skabe større bevidsthed om kulturaftalens arbejde og borgernære projekter. Således kan man som politiker eller kulturchef også hjælpe sine borgere med at finde frem til projekter skabt af Kulturmetropolen - f.eks. via Kulturmetropolens sociale medier eller gennem pressemeddelelser i lokale medier. Link til Kulturmetropolens Facebook og Instagram finder I her:

Facebook: <https://www.facebook.com/Kulturmetropolen>

Instagram: <https://www.instagram.com/kulturmetropolen/>

- Kulturmetropolens sekretariat hjælper til hver en tid med at sende færdigt materiale til udgivelse på diverse kommunikative kanaler f.eks. pressemeddelelser og materiale til sociale medier.
- KMP og KMK kan følge Kulturmetropolen på henholdsvis Instagram og Facebook for hurtige opdateringer og gode historier om Kulturmetropolens arbejde.
- Deling af opslag fra Kulturmetropolens sociale medier på politikernes egne profiler - særligt Facebook og Instagram - er med til at skabe større trafik og opmærksomhed på Kulturmetropolens arbejde.
- KMP og KMK kan tilmelde sig Kulturmetropolens nyhedsbrev, og således holde sig opdateret. Det kan man gøre på Kulturmetropolens hjemmeside: <http://www.kulturmetropolen.dk/>.
- Sekretariatet og projektcheferne udarbejder løbende artikler til kulturaftalens hjemmeside, og disse kan også med fordel deles på kommunernes platforme.

Dette tiltag skal være med til at gøre Kulturmetropolen mere synlig for den enkelte borger, skabe større ejerfølelse hos Kulturmetropolens politikere og generelt øge det lokale kendskab til kulturaftalens aktiviteter. Tiltaget kan derudover være med til at øge rekrutteringen til indsatsområdernes projekter, og derved får flere borgere og kulturinstitutioner øget gavn af kulturaftalen.