

Referat af Kulturudvalgets studierejse til London den 28. september til 1. oktober 2005.

Temaet for studieturen var samarbejdet mellem kultur og erhvervsliv, og udvalget besøgte en række institutioner samt virksomheder, der redegjorde for samarbejdet inden for deres område:

Arts and Business blev etableret i 1976 af en række erhvervsledere, som ønskede at støtte det britiske kunst- og kulturliv. Colin Tweedy har været leder af organisationen/ virksomheden siden 1983. Formålet er at hjælpe forretningsfolk med inddragelse af kunstnere i erhvervslivet. A&B har 120 ansatte i 16 kontorer på tværs af England. I begyndelse var organisationen alene finansieret af private midler. I dag modtager A&B £8 mio. årligt fra det britiske kulturministerium, og den offentlige finansiering er tre gange større end den private. Midlerne bruges til A&B administration, til at finansiere kampagner, priser, støtte konkrete projekter og andre aktiviteter som at støtte partnerskabsmodeller og på rådgivning.

A&B samarbejder også med danske institutioner, og på mødet fremhævede Colin Tweedy Kaospiloterne, Copenhagen Business School og Learning Lab som foregangsinstitutioner, der arbejder med kunstnere i erhvervslivet. Ifølge Colin Tweedy *taler* alle business-schools i USA om kunstnere i erhvervslivet. I Danmark *tænker* vi det. Englænderne *gør* det! I Danmark har vi overset sponsorships hos f.eks. Kaospiloterne, mener Colin Tweedy. Vi bør i højere grad inddrage forretningselementet i kreativiteten. Colin Tweedy fremhævede dansk design, som englænderne kunne lære mere af, og han nævnte danske virksomheder som Unilever og Price Waterhouse, som arbejder med kunstnere i produktion og lederskab.

Udvalget besøgte **The Design Museum**, som er Storbritanniens væsentligste udstillingsvindue for nyt design. Museet har et tæt samarbejde med erhvervslivet om generering og finansiering af udstillinger. Museet har forskellige individuelle sponsorshipstilbud, som de tilbyder virksomhederne i form af deltagelse i udstillinger, aftenarrangementer for virksomheders kunder o.s.v. Hertil kommer indtægter fra butikken, caféen og offentligt støtte. Målet for museet er gennem sponsorering at kunne tilbyde fri entré til museet.

The Really Useful Theatres er en del af The Really Useful Group, som er en underholdningsvirksomhed grundlagt af Andrew Loyd Webber i 1977. Gruppen producerer og distribuerer teaterforestillinger, film, tv-programmer, koncerter, merchandising, musik m.m. The Really Useful Theatres består af 8 teatre i Londons West-end. Teatrene drives som en kommerciel forretning og modtager ikke offentlige tilskud i nævneværdigt omfang.

André Ptaszynski, som er Chief Executive, undrede sig over Kulturudvalgets fokus på private teatre, som ifølge ham var ganske naturligt. The Really Useful Theatres er en kommerciel virksomhed, der professionelt driver teatre i London. De driver restaurant m.v. og ifølge AP er teatret en forretning i sig selv, idet publikum spiser, drikker og pløjer, når de først er kommet ind. The Really Useful Theatres forsøger altid at have en Andrew Loyd Webber forestilling på et af teatrene, idet dennes copy rights kommer hele gruppen til gode. ALW er dog ved at være stenalder i London – folk under 40 år gider ikke se Cats, som AP nævnte. De unge vil hellere se Mamma Mia. ALW's forestillinger fungerer derimod glimrende i Sydamerika og Asien.

Det britiske Kulturministeriums embedsmænd redegjorde for ministeriets strategiske mål om at gøre kunsten mere forretningsmæssig og bringe mere kommerciel tænkning i kunstverdenen. Ministeriet arbejder på at øge den private investering som supplement til Kunstrådets direkte

subsidiering af kunsten. Ministeriet er i dialog med aktørerne i den kreative industri og støtter netværk i branchen. Ministeriet arbejder ligeledes for en større forståelse i befolkningen for kunstners vilkår og rettigheder. Det er en stor udfordring i britisk kulturpolitik at skabe større publikumsinteresse og bevidsthed om kunst. Interessen for kultur vokser, dog er der en tendens til, at de, der i forvejen benytter sig af kulturen, bruger den mere, mens der omvendt er en meget stor gruppe, der aldrig benytter kunstbuddet.

Tate Britain er finansieret omkring 50/50 af offentlige og private midler. Museet har fordoblet sin egenfinansiering over de sidste 7 år. Der er forskellige typer fundraising: Gaver & donation, kampagner, events, sponsorship m.m. Sponsorerne får særlige fordele som VIP-forevisninger for andre, særlige billetter m.v.

Udvalget besøgte en række kreative virksomheder:

IDEO er en design/konsulentvirksomhed, som arbejder med innovationsprocesser. IDEO arbejder med design og PR for nogle af verdens største firmaer. Udvalget blev præsenteret for nogle af deres kampagner.

Tomato Interactive holdt til i en gammel fabriksbygning og arbejdede ligeledes med avanceret og kreativt design og PR. Også her blev udvalget præsenteret for en række af deres kampagner for bl.a. Adidas og Mobile.

The Future Laboratory illustrerede gennem et billedshow, hvordan utraditionelle farvevalg, sammensætning m.v. parrer vores forestillinger om moderne arkitektindretning.

LGR