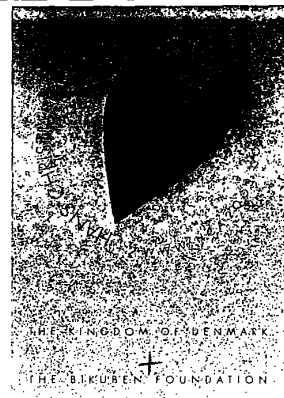


Kulturudvalget
KUU alm. del - Bilag 136
Offentligt

Folketingets Kulturudvalg
Folketinget
Christiansborg
1240 København K



Det Adelige Jomfrukloster
Albani Torv 6
5000 Odense C
Denmark
Phone: +45 6613 7206
Fax: +45 6613 5806
Website: www.hca2005.com
E-mail: mail@hca2005.com

12. februar 2007

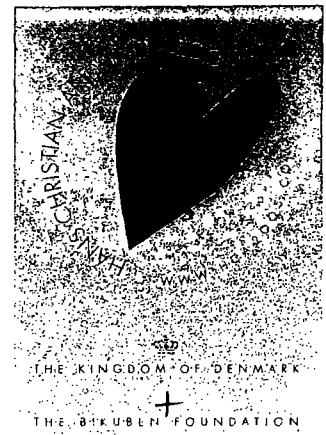
Til Folketingets Kulturudvalg.

Ifølge aftale med formanden for H. C. Andersen 2005
Fondens bestyrelse, Poul Bache, fremsendes hermed
Syddansk Universitets evaluering af fejringen.

Med venlig hilsen


Karin Krohn Sarris
Projektadministrator





Det Adelige Jomfrukloster

Albani Torv 6

5000 Odense C

Denmark

Phone: +45 6613 7206

Fax: +45 6613 5806

Website: www.hca2005.com

E-mail: mail@hca2005.com

Pressemeddelelse

H.C.Andersen-fejringen i 2005 er blevet evalueret

H.C.Andersen-året gav et betydeligt udbytte både nationalt og internationalt i form af kunst, kultur, undervisning og værker - og var derfor overordnet en succes. Det konkluderer Syddansk Universitet i ny evaluering.

Fejringen af H.C.Andersens 200-års fødselsdag, som H.C.Andersen 2005 Fonden stod bag, er den største kulturelle satsning, der hidtil er set i Danmark. I dag offentliggør Syddansk Universitet ny evaluering "Nu skulle vi høre!", som via sammenfatning og analyser af H.C. Andersen 2005 skaber overblik over mulige sammenhænge, omkostninger og gevinster ved den slags store kulturelle satsninger.

Om baggrunden for evalueringen udtaler formand for H.C. Andersen 2005 Fonden Poul Bache:

- Med H.C. Andersen-fejringen har vi betrådt helt ny jord, da det er første gang, der i Danmark afholdes en kulturel begivenhed af denne dimension. Derfor har et væsentligt sigte med evalueringen været at se fremad og komme med anbefalinger, som man kan drage nytte af og bygge videre på ved kommende omfattende kulturprojekter. Vi håber derfor, at de erfaringer, der her er opsamlet vil blive til gavn for kommende kulturprojekter.

I evalueringen sammenfatter rapportens hovedredaktør, institutleder Johannes Nørregaard Frandsen, Syddansk Universitet, de overordnede konklusioner på denne måde:

A world-wide celebration made possible by:

The City of Odense • The County of Funen • The Birkublen Foundation • The Danish Ministry of Culture



"De helt overordnede tendenser, der kan udledes af nærværende faglige evaluering, som primært er foretaget af forskere ved Syddansk Universitet, er (Side 11 i rapporten):

- Året gav et betydeligt udbytte, nationalt og internationalt, i form af kunst, kultur, undervisning og værker, heraf meget af blivende værdi, og var derfor overordnet en succes.
- Der var og blev skabt forudsætninger for H.C.Andersen-relateret turisme om end mindre systematisk end håbet
- Der blev skabt betydelig, positiv opmærksomhed om H.C.Andersen ude i verden
- Adskillelsen i profileringen af H.C.Andersen som seriøs kunstner og som midtpunkt for en oplevelsesøkonomisk satsning burde have været skarpere.
- Den overordnede positive fortælling om H.C.Andersen blev i nogen grad ramponeret af skyggerne fra begivenhederne omkring åbningsshowet i Parken.
- Organisationen omkring HCA 2005 var næppe optimal til så stor en fejring. HCA 2005-fejringen har givet erfaringer, som kan og bør bruges i fremadrettet."

"Til slut må vi sige tak for festen! Men næste gang vi holder fest, bør den erfaring stå lysende klar, at fest er en alvorlig sag. Det betyder ikke, at vi ikke bør og skal holde den slags fester. Det viste HCA 2005 Fonden os, at vi skal."

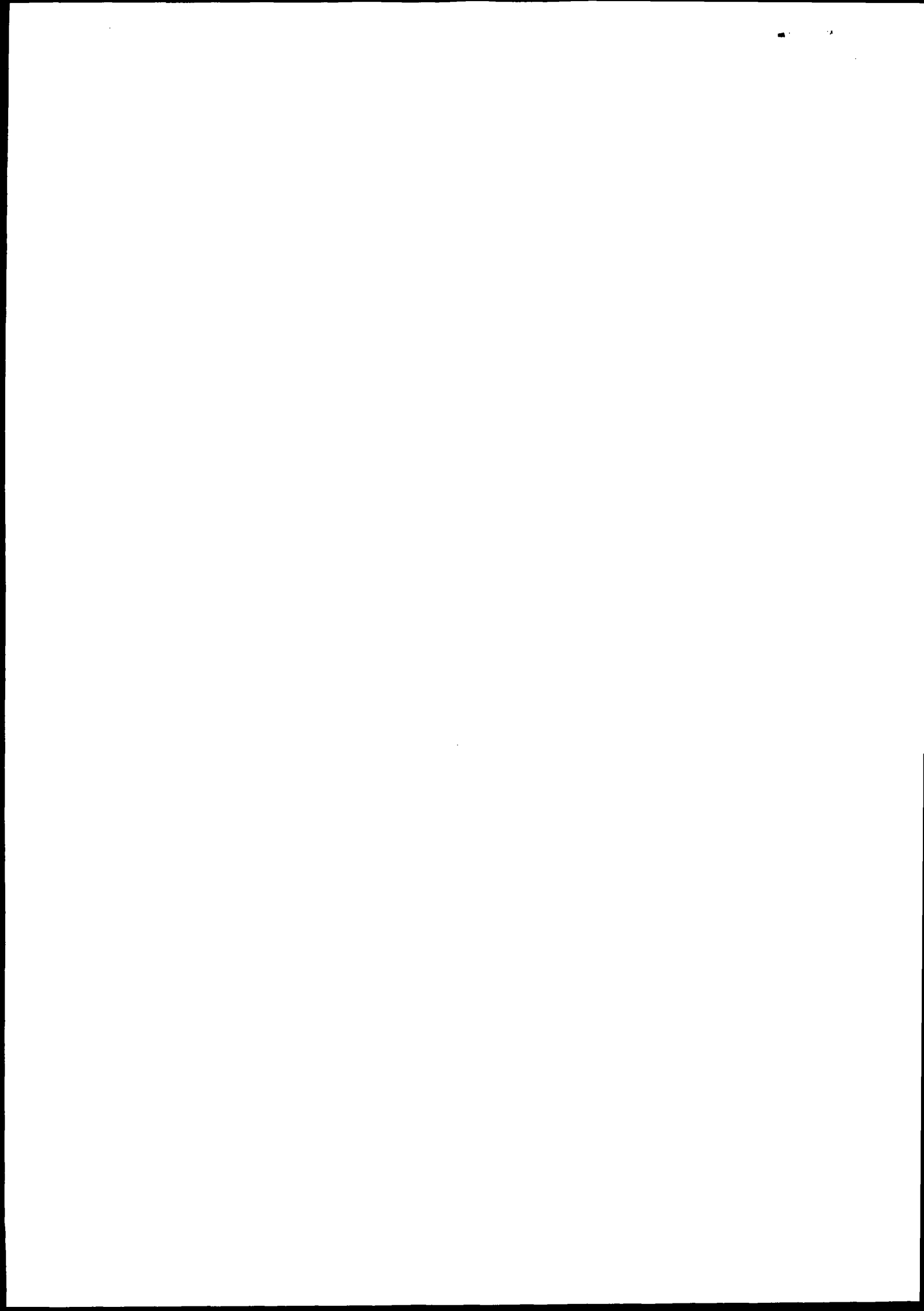
Formand for H.C. Andersen 2005 Fonden Poul Bache udtaler:

- Evalueringen bekræfter, at HCA-Fonden i vid udstrækning har opfyldt de mål, vi i bestyrelsen har fastlagt i fondens strategiplan. Evalueringen påpeger de negative konsekvenser, som det store underskud fra åbningsshowet har haft for fejringen i Danmark – men heldigvis ikke ude i verden - og peger på en række svagheder i fejringens organisation, tilrettelæggelse og strategi.
- Men samtidig fremhæver rapporten også en række af de positive resultater, der blev nået, bl.a. at "de øremærkede midler til nye turismeinitiativer og international markedsføring opnåede den tiltænkte internationale synlighed."
- Fondens bestyrelse tager Syddansk Universitets konklusioner til efterretning. Vi er overordnet enig i de synspunkter, som kommer til udtryk i rapporten, selvom der naturligvis er en række forhold, som vi mener, kan diskuteres. Samlet set er der tale om en kompetent, relevant og nuanceret analyse af H.C.A.-fejringen.

10 gode råd

Evalueringsrapporten indeholder en række nyttige anbefalinger til kommende kulturprojekter. På baggrund af evalueringen og HCA Fondens erfaringer i øvrigt giver fondens bestyrelse de ansvarlige for kommende store kulturprojekter følgende 10 gode råd med på vejen:

1. Ledelsen for projektet skal være helt på plads, inden strategi og handlingsplaner fastlægges.
2. Ved udpegning af bestyrelsesmedlemmer bør der lægges mere vægt på hvilke kompetencer, bestyrelsen har brug for, end på repræsentation fra diverse interessenter.
3. Projektet skal sikres en kulturfaglig og juridisk rådgivning, som kan supplere de kompetencer, der findes i bestyrelse og sekretariat.



4. De kulturfaglige rådgivere skal have en klart defineret rolle i beslutningsprocessen.
5. Projektet og dets målsætninger skal profileres klart og præcist, herved lattes ledelsesopgaverne og evalueringskriterierne bliver åbenbare.
6. Prioriteringen af kultur over for formidling og af events over for kunstneriske produkter af blivende karakter skal tydeligt kommunikeres.
7. Et sekretariat skal sikres tilstrækkelig kapacitet til at magte opgaven.
8. Placer produktionen af konkrete kulturprodukter hos nøje udvalgte, kompetente samarbejdspartnere.
9. Bestyrelsen og den daglige ledelse skal have en klar mediestrategi og klare aftaler for, hvordan den skal praktiseres.
10. Der bør arbejdes for, at den danske turismesektor bringes i frugtbart samspil med kultursektoren - og vice versa.

**Kontaktperson: Formand for H.C. Andersen 2005 Fonden Poul Bache,
telefon 3374 4505 eller 2286 9586**

FAKTA

- Syddansk Universitet har udarbejdet en evaluering - "Nu skulle vi høre!" - sammenfatning og analyser af H.C. Andersen 2005 - af den fejring af H.C.Andersens 200 års fødselsdag, som H.C.A. 2005-fonden forestod i 2005. Evalueringen er gennemført efter aftale med fonden, som har givet et tilskud på 200.000 kr. til dækning af en del af universitets udgifter i forbindelse med arbejdet. Fondens har endvidere stillet sit arkiv til rådighed for universitetet.
- Rammerne for evalueringen er fastlagt i en samarbejdsaftale mellem fonden og universitetet, hvoraf det fremgår, at evalueringen gennemføres som en analyse af en række udvalgte temaer i forbindelse med H.C.Andersen-fejringen, at evalueringen skal være afsluttet ved årsskiftet 2006/07, og at det alene er universitetet der har ansvaret for tilrettelæggelse og gennemførelse af evalueringen og for udarbejdelsen af evalueringsrapporten.
- H.C. Andersen Fondens bestyrelse udgøres af: Poul Bache (formand), Jan Boye, Lars Blicher-Hansen, Peter Højland, Niels Jørgen Langkilde, Poul Weber, Kay Dam Steffensen og Kaspar Rostrup.
- Evalueringen udgives under titlen: *Nu skulle vi høre!* på Syddansk Universitetsforlag, hvorfra den kan rekvireres for 99,- kr. Evalueringen er tilgængelig på hjemmesiden www.hca2005evaluering.sdu.dk.



Nu skulle vi høre!

Sammenfatning og analyser af H.C. Andersen 2005

Redaktion: Johs. Nørregaard Frandsen

Syddansk Universitetsforlag
2007

Nu skulle vi høre!

www.hca2005evaluering.sdu.dk

© Forfatterne og Syddansk Universitetsforlag 2007

ISBN 11 • 87-7674-206-7

ISBN 13 • 97-887-7674-206-5

*University of Southern Denmark
Studies in Scandinavian Language and Literature vol. 75*

Omslagstegning H.C. Andersen
Springende Pjerrot 22x16,5 cm
Copyright tilhører H.C. Andersens Hus/Odense Bys Museer

Omslagsdesign Anne Charlotte Mouret, Unisats
Tryk Narayana Press

Forlagsredaktion og sats Maria Davidsen
Tryk Syddansk Universitets Trykkeri

Mekanisk, fotografisk, elektronisk eller anden mangfoldiggørelse
af denne bog er kun tilladt med forlagets tilladelse eller
ifølge overenskomst med Copy-Dan.

Syddansk Universitetsforlag
Campusvej 55
5230 Odense M

www.universitypress.dk

Indhold

Forord <i>Johs. Nørregaard Frandsen</i>	5
Men ude fløi endnu smaa Glasstumper om i Luften Sammenfatning og evaluering af H.C. Andersen 2005 <i>Johs. Nørregaard Frandsen</i>	7
H.C. Andersen 2005 Fonden <i>Niels Ejersbo</i>	21
Den alt for lange optakt og den alt for lange fejring <i>Anders Wedel Berthelsen</i>	25
Co-branding som kommunikationsstrategi <i>Karen Hvidtfeldt Madsen</i>	30
H.C. Andersen 2005 og turismen i Danmark <i>Janne J. Liburd</i>	36
Mere Afrika! Teater og dans i H.C. Andersen-året <i>Monna Dithmer</i>	45
Udstillinger vi fik og ikke fik. Billedkunst i H.C. Andersen-året <i>Mogens Davidsen</i>	54
Den pæne ælling – om HCA på webben <i>Bo Kampmann Walther</i>	65
Fondsstøttede initiativer i forhold til grundskolen <i>Lars Handesten</i>	69
De gymnasiale uddannelser <i>Ulrik Lehrmann</i>	74
Antusheng – og andre slags Andersen. Udgivelser og oversættelser <i>Johan de Mylius</i>	83
You think you have problems? Shakespeare-fejringens genvordigheder ... <i>Tom Pettitt</i>	93

H.C. Andersen 2005 i Tyskland <i>Annelise Ballegaard Petersen</i>	105
En sammenligning af H.C. Andersen-jubilæet og Schiller-året 2005 <i>Christian Benne</i>	109
På sporet af H.C. Andersens nye klæder i Frankrig <i>Maurice Wagner</i>	114
Jeg er kun skindød. Eller: Kan kunst betale sig? <i>Lars Qvortrup</i>	122
Grundlag for evalueringen <i>Maria Davidsen</i>	139
Bidragyderne	145

Forord

Denne publikation rummer en analyse og evaluering af den fejring af H.C. Andersens 200-års fødselsdag i 2005, som fandt sted i regi af HCA 2005 Fonden. Evalueringen er rekvireret af fondens bestyrelse ved formanden, direktør Poul Bache, Kunststyrelsen, og udført af en gruppe forskere og kulturjournalister under ledelse af institutleder Johs. Nørregaard Frandsen, Institut for Litteratur, Kultur og Medier, Syddansk Universitet.

Fokus i den fremlagte evaluering er analysen af forholdet mellem HCA 2005 Fondens egne målsætninger for fejringen og det faktiske udbytte i form af kulturelle begivenheder og produkter, kunstneriske nyproduktioner, Andersen-relateret turisme, undervisningsmateriale, forskning, værkudgivelser, oversættelser samt mere generel branding af og opmærksomhedsskabelse om Andersens navn, betydning og nationale herkomst. Det er således dels udnyttelsen af digteren og ikonet H.C. Andersens 200-årsdag, dels forsøget på at kommunikere et mere nuanceret og vidtspektret billede af forfatteren og hans betydning, der har været fondens mål med tildeling af støtte til den lange række af nationale og internationale projekter.

Evalueringen søger at indkredse væsentlige styrker og problemer i udfoldelsen af den store begivenhed. Forskergruppen har desuden set det som et betydeligt mål at pege frem mod de nye kulturøkonomiske og -politiske satsninger, der må og bør forventes i et moderne samfund, hvor det kultur- og oplevelsesøkonomiske område får stadig større betydning.

Den fremlagte evaluering rummer derfor – efter aftale med opdragsgiver – først og fremmest:

- En række kulturanalyser, som tilsammen har til formål at belyse væsentlige sider af fejringens samlede kultur- og oplevelsesfaglige betydning inden for udvalgte kunstneriske og kulturelle genrer samt inden for forskning, formidling og undervisning.
- En analyse af den Andersen-relaterede turisme og dens vilkår.
- En analyse af de forskellige kommunikations- og brandingstrategier, som blev bragt i anvendelse, samt undersøgelser af nogle af de medier, fejringen er formidlet igennem. I den forbindelse bringes et interview med direktør Christian Have, der havde hovedansvaret for den samlede presse- og kommunikationsstrategi.
- En redegørelse for sider af den organisation, som skulle styre og formidle fejringen.
- Redegørelser for fejringens nedslag i Tyskland og Frankrig samt sammenlignende analyser af andre, måske tilsvarende personfejring: Henrik Ibsen i Norge, Friedrich Schiller i Tyskland og William Shakespeare i England.
- Analyser og refleksioner over den kulturøkonomiske håndtering i forbindelse med denne fejring, der hører til de største satsninger af sin art i Danmark nogensinde. Samlingens afsluttende bidrag er således et forsøg på at skabe målings- og værdibegreber eller måske endda omregningsfaktorer i forhold til kultur- og oplevelsesøkonomi.

Evalueringen beskæftiger sig derimod ikke i væsentlig grad med pengestrømme, bevillingsforudsætninger og lignende.

Evalueringen bygger på H.C. Andersen 2005 Fondens arkiv, der indeholder en omfattende dokumentation af fondens arbejde. En række af evalueringens enkeltresultater har, som det vil fremgå af de enkelte bidrag, været drøftet dels med internationale eksperter, dels med en række af aktørerne.

Jeg har som evalueringens leder anmodet i alt 14 forskere og 2 kulturjournalister om at bidrage med analyser og synspunkter inden for felter, hvor de har en særlig ekspertise. Oplysninger og resultater i de enkelte bidrag er derfor dels den enkelte bidragsydners ejendom, dels dennes ansvar, mens jeg som evalueringens leder naturligvis bærer det overordnede ansvar for projektet og dets resultater.

Jeg skal takke arkivleder og tekstredaktør, mag.art. Maria Davidsen, som har haft det daglige ansvar for alle papirerne undervejs, og som på fremragende vis har holdt skuden på kursen. Sammen skal Maria og jeg takke bestyrelsesformand Poul Bache for det gode samarbejde. Vi vil også takke HCA 2005 Fondens sekretariat ved projektadministrator Karin Krohn Sarris, tidligere administrationschef Mette Sigaard og assistent Ane Dorthe Bachmann Stockmarr for beredvillig assistance.

Der skal også lyde en tak til eventturismechef i VisitDenmark Lars Blicher-Hansen og eventchef i EventHouse Odense Claus Koch. Tak til lektor Dag Heede, ph.d.-stipendiat Lars Bo Jensen og professor Anne-Marie Mai, Syddansk Universitet, der har bistået med relevante oplysninger, samt cand.mag. Tina Hou Christensen og cand.mag. Pernille Holmskov, Århus.

Desuden takker vi professor, dr.phil. Ole Martin Høystad, Telemark/Syddansk Universitet; professor, director Leo Jago, Research Centre for Sustainable Tourism, Victoria University, Melbourne; dr. Dragan Klaić, Leiden Universiteit; professor, dr.phil. Henk van der Liet, Universiteit van Amsterdam; førsteamanuensis, lektor Elisabeth Oxfeldt, Universitetet i Oslo samt professor, dr.phil. Vigdis Ystad, Universitetet i Oslo.

Johs. Nørregaard Frandsen

Men ude fløi endnu smaa Glasstumper om i Luften

Sammenfatning og evaluering af H.C. Andersen 2005

Johs. Nørregaard Frandsen

See saa! nu begynde vi. Naar vi ere ved Enden af Historien, veed vi mere, end vi nu vide, for det var en ond Trolde! det var een af de allerværste, det var "Dævelen"!

H.C. Andersen 2005 Fondens fejring var tænkt som et stort, eventyrligt tryllespejl, der skulle få verden, indland og udland, store og små, til at få syn for sagn og begejstres over digteren og mennesket Hans Christian Andersens kunst og geni på en måde, så lyset fra det store spejl kastedes over det ganske land og det danske folk. Der blev kastet meget lys, men også skygger, fordi der gik noget djævelskab i fejringen, som måske var indbygget i konceptet.

Fejringen af H.C. Andersens 200-års fødselsdag var planlagt som – og blev også – den største kultur- eller oplevelsesøkonomiske satsning af sin art i Danmark til dato. De helt overordnede tendenser, der kan udledes af nærværende faglige evaluering, som primært er foretaget af forskere ved Syddansk Universitet, er:

- Året gav et betydeligt udbytte, nationalt og internationalt, i form af kunst, kultur, undervisning og værker, heraf meget af blivende værdi, og var derfor overordnet en succes.
- Der var og blev skabt forudsætninger for H.C. Andersen-relateret turisme om end mindre systematisk end håbet.
- Der blev skabt betydelig, positiv opmærksomhed om H.C. Andersen ude i verden.
- Adskillelsen i profileringen af H.C. Andersen som seriøs kunstner og som midtpunkt for en oplevelsesøkonomisk satsning burde have været skarpere.
- Den overordnede positive fortælling om H.C. Andersen blev i nogen grad ramponeret af skyggerne fra begivenhederne omkring åbningsshowet i Parken.
- Organisationen omkring HCA 2005 var næppe optimal til så stor en fejring.
- HCA 2005-fejringen har givet erfaringer, som kan og bør bruges fremadrettet.

Der blev meget at se, meget at glæde sig over, men der kom også glassplinter, som enten flyver rundt eller har sat sig i øjnene, der skal se.

Vi har tilrettelagt evalueringen som en række principielt enkeltstående analyser, der tilsammen skal søge at skabe overblik over mulige sammenhænge, omkostninger og gevinster ved den slags store kulturelle satsninger. Analyserne forholder sig især til tre niveauer i fejringen, der griber ind i hinanden og betinger hinanden. Det gælder: 1.

det kultur- eller kunstfaglige indhold, 2. kommunikations- og formidlingsprincipperne og 3. det organisatoriske.

Det er sigtet med min sammenfatning at søge et mønster og skabe en form for syntese med konklusioner og anbefalinger, men jeg vil gerne understrege, at sammenfatningen naturligvis ikke overflødiggør de enkelte bidragsyderes analyser og fremstillinger – snarere tværtimod! Jeg skal desuden understrege, at min sammenfatning, ligesom det samlede evalueringsarbejde, har som et hovedformål at se frem mod nye kulturbegivenheder.

I

Kunst og kulturområdet blev prioriteret højest af de forskellige områder, da udmøntningen af de 221 mio. feststemte kroner tog fart. Man ønskede sig fra fondens side en række nytolkninger af H.C. Andersens kunst, og det fik man ikke mindst i et overflødighedshorn af nyskabende teater- og danseforestillinger, som aldrig har set mæge i dette land. Teaterredaktør Monna Dithmer, som fulgte området tæt gennem hele 2005, dokumenterer i sin redegørelse, hvordan dansk og international scenekunst mødtes og skabte nye frugter på tværs af både nationale og bevidsthedsmæssige grænser. Monna Dithmer kan således efter sin gennemgang af indholdet i scenekunstens overflødighedshorn konkludere dette om den internationale dimension, den tværkunstneriske dimension og skabelsen af nye dimensioner i Andersens univers:

En lang række markante internationale instruktører har med deres bud på ikke bare Andersens værk, men på teatrets muligheder i dag stimuleret behovet for kunstnerisk udveksling hen over grænserne.

Andersens værker har appelleret til, at teatret i højere grad åbner for det visuelle, fysiske og sansekonkrete udtryk. Det er sket i form af en potensering af teatrets egne midler til at skabe magi og kunstnerisk synergi og i form af lån fra andre kunstarter som dans og film.

Andersens værk og liv har for første gang fået et omfattende og mangfoldigt liv på scenen og det i form af en række fabulerende, billedstærke bud på Andersens værk og liv, der især har sat spot på de dunkle sider.

Dithmer giver således den scenekunstneriske mangfoldighed en karakter, der ligger særdeles højt, ligesom hun flere steder dokumenterer, at den Andersen, der oprindeligt begærede så stærkt at skrive scenekunst, og som skrev omkring 50 stykker for scenen, her endelig kan se sit navn og sin kunst illumineret på passende vis på den scene, han elskede, men ikke blev særlig anerkendt for i sin samtid. Således skabte H.C. Andersen 2005 Fonden med sine tilskud og gennem sekretariatets ihærdige arbejde med at igangsætte instruktører og kunstnerkompagnier fra det meste af verden en meget bemærkelsesværdig og betydelig nyproduktion af stor kunstnerisk værdi inden for teater og øvrig scenekunst. Analysen og gennemgangen dokumenterer sammen med den række af anmeldelser, omtaler og karakteristikker fra ind- og udland, som findes i arkivet, at Andersen og Andersens kunst virkelig blev eksponeret og levendegjort i en række nye, spektakulære fortolkninger.

Nå ja, siger Dithmer, der var enkelte fejlskud eller mindre vellykkede sager, dels forestillingen *Peberrods Suppe og fyldt Kaalhoved*, som opførtes på Det Kongelige Teater i forbindelse med åbningshøjtideligheden, dels den manglende logistik i kinesiske Chen Shi-Zheng's *My Life as a Fairy Tale*. Men der var fantastiske kunstneriske oplevelser skabt af unge danske dramatikere som eksempelvis Claus Beck-Nielsen

med *The National Brand* og ældre dramatikere som Sven Holm med "*Kender du Svimmel?*" Der var Kirsten Dehlholm/Hotel Pro Formas *Jeg er kun skindød*, der ligesom Beck-Nielsens stykke med flere fik turpas til store europæiske scener. Således blev Hotel Pro Forma det første danske teater, der fik adgang til at gæstespille ved Venedig Biennalen.

De nævnte eksempler er blot hjørner i de kunstneriske oplevelsers store have det år. De danske scener fik besøg af, hvad Dithmer kalder *en imponerende række af internationale gæstespil* af rigtig store navne. De var her på grund af Andersen-fejringen og opførte kunst, der fortolkede Andersens fortællinger og fortalte univers. Inden for den scenekunstneriske virksomhed levede HCA 2005 Fonden altså helt op til egne målsætninger og ambitioner. Andersen blev "genoplivet". Monna Dithmer peger i øvrigt på, at succesen på det scenekunstneriske område, ret entydigt kan tilskrives tidligere generalsekretær Lars Seebergs viden på området, hans professionelle integritet og store kontaktnet. Der var således et enestående match mellem viden og professionel håndtering på dette område, der kommer tæt på prædikatet ubetinget vellykket.

Et andet betydeligt område, som blev virkeliggjort ved tilskud fra jubilæumsårets fondsmidler, knytter sig til den billedkunstneriske og museale udstillingsvirksomhed. Lektor Mogens Davidsen opregner i alt atten projekter og samarbejder, der blev støttet, heraf flere store udstillinger, hvoraf nogle enten blev skabt internationalt eller sendt på vandring i vore nabolande eller til fjernere destinationer. Davidsen ser nærmere på tre af projekterne, som ved deres forskellighed i udgangspunkt, forløb, økonomi og succes kan ses som eksemplariske for helheden. Statens Museum for Kunst gennemførte således på professionel vis udstillingen *Her i Italien ... H.C. Andersen og guldaldermalerne*, der var planlagt af Hans Edvard Nørregård-Nielsen, i samarbejde med de øvrige kunstmuseer og samlinger i det storkøbenhavnske område samt med internationale partnere. Udstillingen blev desuden tilrettelagt i samarbejde med og med bidrag fra fotografen Janne Klerk og koordineret med filmen *Jeg saae det Land*. Alt og alle klappede! Arrangementet, pressen, publikum! Den store udstilling af perler fra guldalderen, som skildrede Andersens første rejse til Italien i 1833-34, hvor han fandt sig selv, fik 1,5 millioner kroner tildelt, og disse midler gav det sidste nøk til realiseringen af et projekt, der sagtens kunne have været gennemført uden fondens støtte, men som klart fik synergi ud af, at Andersen var på dagsordenen dette år.

Det andet eksempel, Davidsen belyser, blev til gengæld lidt af en skandale, nemlig Teit Ritzau og United Exhibits Group's projekt *Den største fortælling*, der blev støttet med 6 mio. kr., og som havde et samlet budget på mere end 30 mio kr. Det eksperimenterende udstillingsprojekt, der ville mikse autentiske artefakter med interaktive dele, tabte fuldstændig pusten, især fordi åbningen efter stærke forsinkelser blev kaotisk. Det tredje og sidste projekt, Davidsen trækker frem, er AROS-udstillingen *Fairy Tales Forever*, som havde trukket en lang række store internationale kunstnere til, og som sugede publikum til sig i strømme, ligesom pressen var meget velvillig og meget aktiv omkring udstillingen, der også blev begunstiget med kongeligt besøg. Projektet på AROS spillede flot sammen med Århus Festuge og lå i solide, professionelle rammer, der kunne udnytte den ekstragevinst, H.C. Andersen-året var for formidlingen.

Mogens Davidsen kan således konkludere på sine undersøgelser og overvejelser, at *den fondsstøttede H.C. Andersen-fejring, som havde relation til billedkunst, i langt overvejende grad var særdeles vellykket. Fondsstøtten har sikret en bredde og en*

dybde i udstillingerne, der ikke burde efterlade besøgende i tvivl om H.C. Andersens rækkevidde, men Davidsen fortsætter om baggrunden for det, der ikke lykkedes: *Den væsentligste lære af United Exhibits Group's og fondens samarbejde bør være, at man ved fremtidige initiativer sikrer en konsulentbistand på højt fagligt niveau.* De store institutioner kunne udnytte den økonomiske hjælp til at yde det absolut fremmeste, mens nogle af de eksperimenterende selvfølgelig havde det sværere. Det vidste man naturligvis alt om i HCA 2005 Sekretariatet, og der blev arbejdet hårdt på at yde moralsk og praktisk støtte især til netop de nye og eksperimentelle, men det er lige så klart, at sådan som sekretariatet var skruet sammen, var det ikke muligt at yde den professionelle konsulentbistand, der skulle til for at give væsentlig og afgørende hjælp.

Det væsentligste medie overhovedet, når det gælder formidlingen og fastholdelsen af Andersen og hans værker: eventyrene, romanerne, digtene, rejseskildringerne, dramaerne, de selvbiografiske skildringer og så videre, er naturligvis bogen. Der var vel især to store udfordringer at tage op i forbindelse med fejringen, dels at (medvirke til at) skabe nye og bedre oversættelser til en række af verdens sprog, dels at overveje, hvordan en udgivelse af samlede værker kunne se ud.

Analysen af fondens virksomhed på dette område er foretaget af docent Johan de Mylius, der grundigt redegør for mængden og arten af oversættelser, der dels for de flestes vedkommende blev genereret af fondens virksomhed, dels for nogles vedkommende måske var kommet alligevel. Mylius gør det klart, at de litterære markeder for Andersen er yderst forskellige verden over. I Tyskland er Andersen således og har hele tiden været en særdeles værdsat og mangefacetteret digter, mens Andersen i England snarere er "for børn". Mylius kan på oversættelsesområdet konkludere, at *man er kommet vidt omkring med de fondsstøttede (eller i nogle tilfælde fondsfinansierede) initiativer.* Der har været fejlskud, men alt i alt er der skabt fine oversættelser og potentielt en (lidt) bedre forståelse for bredden og dybden i Andersens kunst.

Fonden støttede også en række formidlingsprojekter, hvoraf de fleste blev særdeles vellykkede som eksempelvis Jens Andersens *Andersen. En biografi* og Thorkild Borup-Jensens *H.C. Andersens eventyr i billeder. En illustrationshistorie*, der begge har fået betydelige roser og stort gennemslag. Derudover foreligger en række originale og gode udgivelser. Det er imidlertid karakteristisk for den del af støttevirksomheden, at der ikke – eller i hvert fald kun i ringe grad – ses forsøg på at tænke systematisk i forskningsstøtte. Det skal så indskydes, at man heller ikke i fondens grundlagsskrivelser peger på systematisk forskningsstøtte, men da der faktisk gives støtte til enkeltprojekter af forskningsmæssig karakter, er det rimeligt at spørge, om ikke netop en systematisering af den indsats kunne have givet jubelåret afkast i længere levetid.

Man støtter altså forskningsbaserede projekter, men uden at have en formuleret strategi for denne støtte, hvorved projekterne kan virke tilfældigt udvalgte, deres kvalitet i øvrigt ufortalt. Der spores i det hele taget en stærk ambivalens i støtte-tildelingene på bog- og oversættelsesområdet. Måske fordi der aldrig blev truffet egentlige beslutninger om, hvorvidt bogudgivelser, fremstillinger, oversættelser med videre primært var en del af de oplevelsesøkonomiske events, eller om denne aktivitet burde ses som led i en forsknings- og formidlingsstrategi, der havde til hensigt at forny H.C. Andersens betydning på den nationale og internationale litteratur-arena.

Det er meget væsentligt at forstå, at de to aktivitetsformer, forskning og oplevelsesøkonomisk eventmaking, begge er professionelle gebeter, men at de kræver hver

deres form for professionel håndtering. Det ene behøver kompetence i kulturel formidling; det andet kræver viden om forskning og forskningsmetodik.

De to niveauer blev ofte blandet sammen i én pærevælling. Johan de Mylius siger det på den måde, at *på det område, der hedder udgivelser og oversættelser, er fondens grundlæggende dilemma meget tydeligt. Dobbeltigheden af kommercielt/turistmæssigt sigte og en erklæret vilje til at udbrede Andersens berømmelse [...] og ikke mindst nytolke Andersen [...] har fået denne del af fejringen til at placere sig grundigt mellem de to berømte stole.* Dilemmaet mellem ønsket om stor ståhej og faglig dybde samt mellem forskningsfaglighed og medietække er også til stede i beslutningen om at tildele en mand som den amerikanske professor Harold Bloom, hvis meriter nok mest er fortidige, et eksorbitant beløb for et forsknings- og udgivelsesarbejde, han ikke havde lavet og heller ikke vil komme til at udføre. Blooms besøg og pris gav absolut ingen Andersen-forskning, men det gav tilhørere og opmærksomhed.

Noget helt afgørende i H.C. Andersen-året måtte være udgivelsen af samlede værker, der nemlig paradoksalt nok senest fandt sted i Andersens egen levetid. Ved forlaget Gyldendals og Det danske Sprog- og Litteraturselskabs (DSL) mellemkomst blev der truffet beslutning om den udgivelse, som netop nu er tæt på sin afslutning i form af 18 store pragtbind i *Andersen. H.C. Andersens samlede værker* under redaktion af Klaus P. Mortensen. Johan de Mylius havde, som han understøtter og argumenterer for det, meget hellere set en videnskabelig udgave i lighed eksempelvis med den, som er projekteret til at skulle fastholde Henrik Ibsens livsværk i 100-året for hans død. Men DSL og Gyldendal valgte altså, hvad jeg vil kalde en spektakulær "folkeudgave" under kyndig redaktion og i flot udstyr, og fondens støtte har især været at bidrage til at holde prisen nede. Det er et værk, som formentlig vil få stor udbredelse og blive stående i mange år. Det kan DSL og Gyldendal godt være bekendt, men det er jo ganske vist, at Danmark stadig ikke har ydet H.C. Andersen en videnskabelig, kommenteret udgave på samme niveau som den, hans samtidige, Søren Kierkegaard, er ved at få.

Fonden ydede en betydelig indsats med sin støtte til undervisningsmaterialer af forskellig art rettede mod børn og unge i undervisningssektoren både herhjemme og i udlandet. Lars Handesten beskriver og sammenfatter i sit indlæg indsatsen i forhold til grundskolen og opregner syv områder, som fik støtte. Det gælder illustrationer af børn og for børn, en række udgivelsesarbejder, plakatkurrencer samt nogle ambitiøse undervisningsportaler og websites. Det gælder desuden en række pædagogiske og Andersen-faglige konferencer for lærere, og endelig omfatter denne del også støtte til forskning i børns viden om digteren samt til opsamlinger af erfaring med og om undervisning i Andersens forfatterskab.

Det mest markante projekt var foræringen af en bog med 29 eventyr til alle danske skoleelever i 6. klasse, ligesom 77.000 eksemplarer blev kolporteret til Sydslesvig, Færøerne, Island og Grønland. Til dette projekt knytter sig en portal, som er finansieret af Gyldendal og Undervisningsministeriet. Desuden udkom og udsendtes en række glimrende værker, herunder eksempelvis en letlæst udgave af *H.C. Andersens liv* samt Louis Jensens *Tinhjerte og ællingefjer*, der på spektakulær vis fører ind i digterens univers. Det karakteristiske ved store dele af indsatsen i forhold til (den danske del af) grundskolen var en høj grad af professionalitet, hvilket i analysen ikke mindst tilskrives Center for Børnelitteratur ved Danmarks Pædagogiske Universitet, og at projektets leder, professor Torben Weinreich, de facto afsatte forskningstid og fuld opmærk-

somhed på formidlingen og forskningen i Andersen for børn. Det er altså værd at mærke sig, at (også) her kunne HCA 2005 Fonden notere sig valuta for pengene, fordi projektet var lagt i hænderne på en institution og et hold med specialindsigt og høj kompetence på det specifikke felt. Desværre blev til gengæld det ambitiøse forsøg på at kolportere oversættelser af udvalgte eventyr til børn i alverdens lande lidt af et flop, dels fordi oversættelserne og materialet enten forelå sent på året eller blev ramt af den dårlige økonomi, dels fordi HCA 2005 lukkede sin hjemmeside ned ved årets udgang. Der var hverken vilje eller økonomi til at føre dette site videre. Det ambitiøse forsøg på at give børn i alle dele af verden adgang til Andersens eventyr, blev simpelthen noget rod, der druknede i diskussioner om rettigheder, ansvar og teknik. Men den fagligt set tunge del herhjemme på den nationale arena blev udført dygtigt og endda til punkt og prikke.

På det gymnasiale område fik Dansk Institut for Gymnasiepædagogik ved Syddansk Universitet en betydelig rolle med undervisningsprojektet "Andersen PÅ TVÆRS", som også rummede en didaktisk forskningsdimension. Ulrik Lehrmann, som foretager analysen af dette område, må imidlertid konkludere, at der opstod en række komplikationer og forsinkelser undervejs. Til den samlede plan hørte således udgivelsen af en særudgave af Politiken og Gyldendals *Undervisningsavisen* med uddrag af Andersen-tekster og perspektiverende materialer, men skønt avisen blev redigeret og gjort klar, så nåede den aldrig ud over rampen, fordi distributionen tilsyneladende ikke var aftalt ordentligt mellem parterne. Samtidig lagde medarbejdere ved Dansk Institut for Gymnasiepædagogik et betydeligt arbejde i at placere et undervisningsmateriale på nettet, så alle landets gymnasieelever kunne nyde godt heraf. Ulrik Lehrmann siger om materialet, at det *fremstår [...] som en guldgrube for undervisning i H.C. Andersens forfatterskab og hertil knyttede områder*, og at det er *et særdeles godt tilbud til undervisning i H.C. Andersen i de gymnasiale uddannelser*. Desværre er det overskyggende problem, at det faktisk ikke er tilgængeligt og knap nogensinde har været det, fordi det ligger gemt langt væk i et hjørne af instituttets hjemmeside og savner udbredelse. Hvorfor? Fordi HCA 2005 Fonden med stor hast nedlukkede alle kanaler, og således ligger der mange gode svaneæg gemt i adskillige andegårde. Her er der åbenbart tale om et unikt undervisningsmateriale, som gymnasieelever ikke kender, og som deres lærere for resten stort set heller ikke har hørt om.

Turisme havde særligt fokus i HCA 2005 Fonden. Den gamle digter og hans høje hat skulle trække besøgende til Danmark. Det lille land skulle blive synligt *world wide* som et eventyrligt sted. Af fondens strategiplan fremgår en række målsætninger, som skulle opfyldes inden for områderne: 1. udvikling af produkter med turisme som hovedsigte, 2. kulturelle aktiviteter og attraktioner med afsmitning på turismen samt 3. international markedsføring.

Janne Liburd, der leder Syddansk Universitets højprofilerede turismeforskningsenhed, behandler området i sin artikel og opregner rækken af konkrete projekter og indsatsområder, ligesom hun redegør koncentreret for en række faktiske data og resultatmålinger. Hun viser, at feståret – og fortællingen om det – havde klare og målbare virkninger på den indgående turisme, således kunne Fyn og København, som de to centre for fejringen, opleve *en ganske signifikant vækst i antallet af hotelovernatninger på henholdsvis 10,5 og 12 %*. Hun kan også dokumentere, at synligheden i udenlandsk presse var ret markant, så disse sider af Have PR & Kommunikations strategi er lykkedes.

Liburd kan således qua en række kilder påvise en betydelig effekt både i fejningsåret, men også potentielt på længere sigt. Hendes væsentligste pointe er imidlertid, at der var masser af omtale, masser af goodwill og mange muligheder, men at udnyttelsen ikke var optimal, primært fordi "modtageapparatet" ikke var udviklet og ikke var klar til at omsætte den udenlandske interesse i passende produkter på højt kvalitativt niveau. Liburd skriver: *Med dansk turismes internationale fejring af H.C. Andersen bevægede man sig således ind på et jomfrueligt terræn, også i forhold til intern organisationskultur og eksterne samarbejdspartnere.*

Der var flere samvirkende faktorer, som betød, at turismen ikke blev udnyttet optimalt. For det første var de enkelte turistorganisationer ikke vant til samarbejdet om store satsninger, ligesom der måske endda var tale om manglende vilje – eller evne – til samarbejde specielt mellem hovedstadens og provinsens agenter for turistbranchen. Modsætningen mellem København og provins var med til at blokere for et frugtbart samarbejde i branchen, der ikke har været vant til at løfte opgaver sammen. Liburd siger: *Turistbranchens små og mellemstore virksomheder markedsfører generelt et enkelt, til tider veldefineret produkt, men mangler ofte kapacitet til at foretage de investeringer og udvikle den del af virksomheden, der kan indgå i dialog med organisationerne.*

Det er jo et tankevækkende analyseresultat, at turismen mangler organisatorisk modenhed til at løfte Danmark ind i kultur- og oplevelsesøkonomiens æra. Turisthvervet var simpelthen ikke i stand til at identificere sig tilstrækkeligt med H.C. Andersen og løfte de værdier, som har vundet gehør i udlandet. Liburd kan så at sige identificere en slags Bermuda-trekant, som fik det ellers ret storslåede potentiale til at gå nedad i en hale af negativitet. Det var altså for det første turistbranchens manglende organisation og parathed. For det andet var det de danske mediers ulidelige sang om budgetoverskridelserne, der i en periode blev *the greatest story ever told* til enorm skade for eventyrets muligheder. Den tredje spids i den omtalte – negative – trekant var/er det fænomen, at store dele af kulturlivet, kultur- og kunstinstitutionerne ikke ser sig selv som medspillere i eller for turisme, men måske endda stritter imod for ikke i egen selvforståelse at profanere sig. Der synes at være et stykke vej, før kultur- og kunstlivet og turismens virksomheder er klar til at danse elverdans sammen.

II

Man kan næppe håndtere en kulturevent og en fejring af de dimensioner, som HCA 2005 havde, hvis man ikke grundlæggende gør sig helt klart, at der er tale om et narratologisk projekt. Den overordnede kode og metode er *fortælling*, og den eller de, som står med taktstokken, må forstå sig selv som skabere af et symfonisk værk med mange stemmer, der må bringes i samme toneart, så hvert instrument kan finde sin plads og sin berettigelse. Det er svært at se bort fra, at HCA 2005 Fonden iscenesatte et stort værk, som kom til rumme skærende disharmonier. Måske var det indbygget i selve orkestreringen af fortællingen.

Institutleder Niels Ejersbo belyser i sin artikel en række af de problemer med hensyn til legitimitet og interesse, der kan opstå i bestyrelser, som forvalter blandinger af offentlige og private midler, og som dermed potentielt repræsenterer blandinger af interesser, som er fondens egentlige formål uvedkommende. Private fondsmidler og offentlige, skattebaserede kroner kan ikke håndteres ens, og mens fondsformen principielt ikke er underlagt demokratiske spilleregler om offentlighed i beslutningen, så er

offentlige kroner netop per definition altid underlagt det yderste, strenge krav om indsigt og kontrol. Det er den ene side af denne sag; den anden er, at medlemmer af private fondsstyrelser legitimt kan formulere og pleje interesser, når de ellers er inden for fundats, mens offentlighedens repræsentanter er underlagt strenge objektivitetskrav og altså ikke-interesse.

Ejersbo henviser i sin fremstilling blandt andet til Kulturministeriets publikationer, *Samspillet mellem private fonde og den offentlige kulturpolitik* fra 2004 og *Anbefalinger for god ledelse af større kulturprojekter* fra 2006 og skriver med reference til 2006-publikationen: *Sammensætningen af bestyrelser drøftes ligeledes i publikationen. Her hedder det bl.a., at "Uanset hvordan et bestyrelsesmedlem er valgt, skal medlemmet alene varetage kulturprojektets interesser og ikke f.eks. den udpegende organisations eller sine egne faglige interesser." Konkret anbefales det, "at politikere som udgangspunkt ikke indgår i bestyrelser alene i kraft af deres politiske poster."* Se, det er jo klart nok, at en politiker eller for den sags skyld enhver anden ikke må pleje andre interesser end kulturprojektets, men hvordan i alverden lader det sig gøre at afgøre, hvad der er hvad? For kulturprojekter af Andersenske dimensioner er jo store spektakulære fortællinger med enorme episke kræfter, som let kan vælte ellers stærke positioner i andre spil. Det var jo præcist sådan, H.C. Andersen for alvor blev levende som historiefortæller i 2005, for "Skyggen" blev jo på det nærmeste gendigtet og genopført i den tragikomedie, der kom til at udspille sig i forbindelse med åbningsshowet i Parken den 2. april.

Åbningsshowet *Once Upon a Time* i Parken var lagt i hænderne på det engelske bureau Initial, som ikke kunne levere det relevante A-navn, og i hast greb daværende generalsekretær og bestyrelsesformand til at købe Tina Turner for en pris, der ifølge internationale booking-agenturer måske næppe er uhørt, men showet gav ikke det ønskede overskud, hverken økonomisk til den velgørende ABC Fonden eller kunstnerisk. Det, som imidlertid virkelig interesserede pressen, var den principielt fortrolige oplysning om budgetoverskridelsen, der åbenbart var blevet kolporteret til medierne, der elskede den og brugte den!

Problemet ved en fondsbestyrelse som HCA 2005 er, at den på et øjeblik kan dreje fra at have en veldædig mæcenrolle til at blive en scene for blodig interessekamp. Niels Ejersbo siger med reference til 2006-publikationen: *I forlængelse heraf er det muligt at fremhæve en række beslægtede problemstillinger, der også kan gøre sig gældende, når folkevalgte politikere indgår i den type fondskonstruktioner.*

For det første kan der rejses spørgsmålet, om deres deltagelse er i kraft af deres position eller i kraft af særlige kompetencer, som de uafhængigt af deres position drager med ind i bestyrelsen. Når sammensætningen af H.C. Andersen 2005 Fondens bestyrelse ses i dette lys, er det helt tydeligt, at der i høj grad er tale om repræsentation i kraft af position og ikke i særlig udstrækning på grund af andre særlige kompetencer. En praksis, der går på tværs af anbefalingerne fra Kulturministeriet, der netop fremhæver, at bestyrelsesmedlemmer "vælges på baggrund af deres personlige egenskaber og kompetencer".

Bestyrelsen for HCA 2005 Fonden er, når der ses bort fra enkelte, ikke i særlig grad karakteriseret ved sine kunstneriske, litterære eller kulturfaglige kompetencer, men nok ved høj politisk og økonomifaglig indsigt.

Vi ved, og offentligheden ved, at der skete et udslip til pressen om en budgetoverskridelse på 13 millioner kroner, der naturligvis var uacceptabel, også selv om den ikke var ganske unik, når man sammenligner med andre overskridelser af budgetter

som eksempelvis i forbindelse med nogle af de store byggerier af togvogne og radiohuse, der foregår omkring os. Oplysningen om overskridelsen kom imidlertid på afgørende vis til at ændre den historie, der kunne have været fortalt om glæde og kunstnerisk inspiration fra den gamle digter af dage, men som nu blev til en historie om budgetoverskridelse og dårlig ledelse. Fra nu af – og det vil sige fra og med maj 2005 – blev historien om H.C. Andersen forvandlet fra historien om en fest til historien om Skyggen, der havde overtaget sin herres kappe, stok, vaner, stemme og høje hat. Denne drejning af eventyret har formentlig kostet meget mere i tabt medløb end de millioner, der udgjorde budgetoverskridelsen. Historiefortælling er en særdeles alvorlig sag i et moderne, hyperkomplekst informationssamfund, hvor mediernes historiefortælling er den gældende repræsentation af virkeligheden. Vidste vi det ikke før, så lærte vi det under den såkaldte Muhammed-krise! Det gælder om at fastholde sin historie på sporet, ellers vil den leve sit eget liv og gå ad egne veje, præcist som Skyggen i Andersens historie.

Den siddende bestyrelse for HCA 2005 Fonden håndterede næppe sin del af historiefortællingen på bedste vis, idet man lod medierne overtage styringen af det, der skulle fortælles. En spektakulær fyring af generalsekretær Lars Seeberg og rokader i bestyrelsen med daværende borgmester Anker Boyes afgang som formand virkede ikke som den mest befordrende historie, hverken i troldspejlet eller i det kloge bakspejl. Set i en samlet kulturfaglig evaluerings optik ligner det et resultat af en dårlig kommunikation om de egentlige hovedmål for fejringen. Eventyret om den store digter i det lille land blev til historien om et opgør og om glasstumper, der stadig flyver over det ganske land.

Den overordnede kommunikationsstrategi var lagt i hænderne på firmaet Have PR & Kommunikation, der i samarbejde med generalsekretæren og bestyrelsen fik til opgave at brande og "sælge" Andersen som *the greatest story ever told*. Strategien og dens resultater er belyst flere steder i nærværende analyser, men især i Anders W. Berthelsens interview med Christian Have og i Karen Hvidtfeldt Madsens diskussion af den såkaldte co-branding som redskab og betydning. I interviewet gør Have rede for de værdier og succeskriterier, hans firma arbejdede med, og han peger på nogle af de forhold, han mener, kunne have været bedre. Han ser for eksempel såvel optaktens som selve fejringens tidsmæssigt meget lange udstrækning som et problem, fordi det var en jættesvær opgave at holde dampen oppe i forløbet. Det fremgår af interviewet, at Have ikke var begejstret for alle sider af samspillet med bestyrelsen, som han ikke synes ydede den faglige eller professionelle sparring, han og andre af de ansatte kunne have ønsket.

Måske var det slet ikke den samme historie, de forskellige parter omkring H.C. Andersen ville fortælle. Karen Hvidtfeldt Madsen dykker ned i problemerne i sin analyse af co-brandingstrategien og viser, hvor tvetydig denne måde at fortælle historier på kan være. Co-branding er jo, kort fortalt, dette at udnytte et kommunikativt medløb ved at knytte to brands sammen i fælles løft, eller mere konkret: at bede en verdensberømt fodboldstjerne være ambassadør for H.C. Andersen-navnet, så Andersen og Pelé udgør et slags fælles værdi-ikon. Karen Hvidtfeldt Madsen sætter ikke spørgsmålstegn ved, om strategien lykkedes, for det gjorde den i høj grad. Den var endda fantastisk effektiv, men hun spørger, hvad det egentlig var, der lykkedes: *Den modstand, som HCA 2005 Fonden mødte i offentligheden i årets løb, kan i høj grad forstås som knyttet til fondens måde at brande sig selv på. Det var usædvanligt og på*

mange måder provokerende, at HCA 2005 i højere grad syntes at behandle H.C. Andersen som et produkt eller en vare end som en national litteraturhistorisk arv.

Hun fortsætter med at fastslå, at strategien virkede, endda så navnet blev slået fast langt ud over Danmarks grænser, men prisen for denne måde at fortælle på var også stor. Når den dårlige historie om Parken, valget af Tina Turner som hovednavn og budgetoverskridelsen fik så stor magt, var det måske fordi en række medier og kulturpersoner så at sige lurede på anledning til at hugge kniven i det, de anså for at være en noget oppustet ballonsag, nemlig hele måden, fejringen var sat op på. Et større problem, siger Karen Hvidtfeldt Madsen, der ligger indbygget i denne co-brandingstrategi, er dette, at overførslen af værdier jo naturligvis går begge veje. Det er langt fra sikkert, at en stor popstjerne kun formidler brandet "Andersen" med alt, hvad det måtte indebære af for eksempel kvalitetsværdier; hun eller han kolporterer også altid allerede egne pop-værdier, som dermed klistres på Andersen. For nu at sige det meget mere firkantet: Når H.C. Andersen skulle formidles for enhver pris, så løb selve prisen ofte af med identiteten, præcist igen som den slemme Skygge, der til sidst lignede sit menneskelige ophav så meget, at man antog ham for at være den rigtige – og måske også var blevet det.

Kommunikationen af Andersen og om Andersen er således præget af tvetydighed og manglende konsekvens. Hvad var det for en Andersen – eller nogle Andersen'er, der skulle formidles? Den samme tvetydighed bliver sporet af Bo Kampmann Walther, der i en lille analyse prøver at finde rundt på webben.

III

Vi har i denne analyse og evaluering ikke haft ressourcer til at foretage den helt store undersøgelse af nedslaget af "H.C. Andersen" i udlandet. Det ville eksempelvis være et fantastisk interessant forskningsprojekt i sig selv at undersøge, hvordan Andersen faktisk landede og foldede sig ud i det Kina, som han allerede længe har været kendt i, men som fejringen gjorde yderligere interessante fremstød i.

Vi har imidlertid foretaget enkelte vurderinger, dels med Annelise Ballegaard Petersens gennemgang af materialerne om Tyskland, hvor Andersen som forfatter altid har været et lige så stort navn som herhjemme – om ikke større, og hun kan registrere klare indikationer på, at fejringen kastede lys på forfatteren, ikke mindst gennem en række af de store kulturarrangementer, Tyskland rummer og er kendt for. Det er dog i tilfældet Tyskland, hvor han allerede var kendt, svært at afgøre, om kendskabet til ham er vokset pga. fejringen, men det står fast, at Andersen var rigt repræsenteret ved en række store arrangementer, midtpunkt for bogudgivelser og teaterforestillinger.

På samme måde gennemgår Maurice Wagner sider af årets forløb i Frankrig, hvor Andersen også allerede var kendt, om end måske mest som eventyrfortæller for børn. Wagner opregner en række arrangementer og tiltag, som potentielt kunne styrke et kvalitetssyn på kunstneren Andersen, men han tvivler på, om opfattelsen af Andersen hær ændret sig væsentligt i forbindelse med fejringen. Wagners konklusion er, at man fik gang i en lidt større kultur-eksport, men at varen egentlig ikke blev forædlet.

Vi har set det som en særlig vigtig opgave at lade denne evaluering og kulturanalyse pege frem mod nye indsatser på et område, som utvivlsomt bliver mere og mere væsentligt på de fleste parametre, både økonomisk, identitetsmæssigt og kulturelt. Derfor

har vi søgt at belyse fejringen af H.C. Andersen i forhold til andre, lignende person-
fejringer. Et resultat af disse sammenligninger foreligger i Tom Pettitts veloplagede
gennemgang af det, han kalder "Shakespeare-fejringens genvordigheder" gennem et
par århundreder fra The Great Stratford Jubilee i 1769 til Shakespeare's Birthday Fun
Run i 1989. Bortset fra de grotesk humoristiske momenter, Pettitt belyser i sin frem-
stilling af de historiske fejringers fantastiske forskelligheder i motiv og målsætninger,
så trænger hans analyse præcist derned i materien, hvor han må spørge, om Shake-
speare var *anledningen* eller *årsagen* til fejringerne. Det paradoksale i den slags fej-
ringer, mener Pettitt, er blandt andet ambivalensen i bestemmelsen af, hvad der er
autentisk, og hvad der er dyrkelse af autenticitet: [...] *det er netop i forbindelse med
begrebet autenticitet, at der kan spores gnidninger mellem Globe-projektets forskel-
lige grene. Projektet er affødt af den Shakespeare-dyrkelse, der også inspirerede de
tilbagevendende jubilæer, og deler således deres indbyggede ambivalente forhold til
fejringens genstand – en usikkerhed om, hvorvidt det drejer sig om ham eller os, om
dengang eller nu.*

På samme måde som Pettitt har læst Andersen-fejringen versus Shakespeare-
fejringer, så har lektor Christian Benne i sit bidrag belyst fejringen og hædringen af
Friedrich Schiller, som den mest fejrede digter i Tyskland. Benne viser, hvorledes
Schiller har været centrum for kultagtig beundring, og hvordan hans ikonstatus har
kunnet fungere i forhold til mange forskellige sociale lag. Samtidig peger Benne på
det interessante fænomen, at man i Tyskland er langt mere vant til personfejringer end
her i Danmark, og at eksempelvis Schiller-fejringer som regel har været lokaliserede
til steder, byer og områder, der umiddelbart kan identificeres med digterens liv og
virke. Det er tydeligt, at en række af de tyske kultur/person-fejringer er systematiske
begivenheder, der gribes an med stor professionalitet, og hvor det kultur- og oplevel-
sesøkonomiske aspekt som regel altid er forankret i en meget høj forsknings- eller
faktabaseret faglighed.

Måske kunne Schillerjahr 2005 (200-året for Schillers død) have været udnyttet
langt bedre med noget i retning af de store nationale kanonsalutter for H.C. Andersen
i Danmark, siger Benne, men man har til gengæld aldrig tabt den litterære og faglige
Schiller af sigte: *Man kan konkludere, at Schillerjahr 2005 ikke greb chancen for at
udmønte succesen til en markedsføring af tysk kulturliv i udlandet. HCA 2005 Fonden
har til gengæld ikke været god nok til at sætte Andersen og hans værk i centrum ved
jubilæet. På baggrund af sammenligningen kan man stille det spørgsmål, om oplevel-
sesøkonomien i virkeligheden har en fremtid, og hvorvidt branding/kommunikations-
management/consultancy-kulturen på den ene side og litteratur/kunst/videnskabs-
kulturen på den anden overhovedet er forenelige. Det er de måske kun, hvis det står
meget klart fra begyndelsen af projekteringen, at indholdet har forsteret over formid-
lingen.*

Det er den centrale vanskelighed, ikke bare i HCA 2005 Fondens fejring af H.C.
Andersen, men i kultur- og oplevelsesøkonomien som sådan. Der er en glubende
interesse for kulturarven, for geniet og det unikke og for oplevelsen af kunstneriske
produkter og kunstnerisk skaben, så derfor har der aldrig været mere brug for kultur
og kunst og – for den sags skyld – humanistisk forskning heri end netop nu. Proble-
met er imidlertid, hvad der sker med denne kulturarv og autenticiteten, når den bliver
gjort til midtpunkt og dynamo i store fortællinger, der principielt er ude i helt andre
ærinder, nemlig at tjene penge, skabe goodwill, image og politiske eller økonomiske

markedsandele. Nu er det ikke noget nyt, at kunsten og kunstnere bruges i en anden sags tjeneste. På H.C. Andersens tid var mæcenerne skam også godt klar over, at der var prestige i at vedligeholde og dyrke kunstnerne.

Det nye er snarere, at oplevelsesøkonomien nu sammen med en beslægtet vidensøkonomi gennemfører fundamentet for det rige samfund, vi lever og ånder i. Der er derfor brug for en forskningsdiskussion af, hvordan vi kan sætte disse værdidannelser i tale på en måde, så vi kan vide, hvad vi taler om. Det er et sådant projekt, Lars Qvortrup åbner for ved i sit bidrag her til samlingen af analyser og evalueringer at stille spørgsmålet: Kan kunst betale sig? Svaret på det kan være enkelt, for eksempel: Nej! men det er jo noget vrøvl, for ejede man en ægte Jorn, ville man vide, at kunst sagtens kan betale sig (at eje). Her hænger det jo imidlertid sammen med det fænomen, at vi oversætter Jorns geni – med meget mere – til et andet medium, en anden ækvivalent, nemlig penge, og så handler vi Jorns billede. Svaret kunne således også være: Ja! Kunst kan betale sig! men hvad er det så for en ækvivalent, der regnes i? Dannelse og kreativ tænkning ville nogen svare – og det er jo en ganske anden ækvivalent. Det er tilsyneladende disse to områder, pengeækvivalenten og dannelseselementet, der ikke rigtig kan blandes. Men hvorfor egentlig ikke, hvis vi havde et sprog at gøre det i? Lars Qvortrup prøver at gøre viden og forskellige videnskategorier til den mulige vekselkurs, som kunne danne udgangspunkt for fortsat diskussion om videns- og oplevelsessamfundets særlige genetik og fysiologi. Det er en væsentlig diskussion, for om vi nu vil det eller ikke vil det, så folder videns- og oplevelsessamfundet sig ud omkring os med udfordringer, vi ikke må sidde overhørigt. Til dem hører at kunne håndtere kategorier som oplevelse og viden på mange niveauer.

IV

Det er ikke min hensigt at runde af i én forkromet konklusion, men at trække nogle spor og mønstre frem, som i hvert fald lyser gennem det store materiale, vi i den samlede gruppe har gennemgået.

Et første udsagn må være, at HCA 2005 Fonden igangsatte og leverede en lang række store og unikke kunstneriske og kulturelle oplevelser, der ikke mindst på scenekunstens område var ret så overbevisende. Det var formentlig kun ganske få af disse produktioner, der ville være blevet til eller havde fundet vej til Danmark uden fondens mellemkomst. En række store udstillingsprojekter lykkedes også særdeles godt og ville næppe have opnået samme antal, kvalitet og volumen uden støtten. Her har det været de etablerede, professionelle institutioner, som har logistikken i orden, der kunne tage udfordringen op. Når det gælder bogudgivelser og oversættelser må man konkludere, at der (snart) foreligger en imponerende bindrække med Andersens samlede værker, ligesom der blev oversat på livet løs på en lang række sprog. Det er imidlertid et gennemgående træk for dette område som for de fleste andre, at der som regel var masser af energi og en mængde tordnende visioner, men at der ofte synes at have manglet strategisk planlægning, målsætning og professionelt overblik, hvorfor tilfældigheder, tvetydige beslutninger og usikkerhed har spillet en betydelig rolle. På uddannelsesområdet, hvor man ønskede *at fremme og udvikle det pædagogiske arbejde med ældre, litterære tekster i skoler og andre undervisningssammenhænge*, kan man netop også udpege en række meget flotte indsatser og udspil, men blandt andet den hovedkulds nedlukning af websider og sekretariatets funktion som "edderkop" har betydet, at investeringen i de langsigtede projekter er gået tabt.

Det er på alle områder uden for enhver diskussion, at HCA 2005 Fondens fejring af Andersen levede op til sit formål, for så vidt som det lykkedes at sætte digteren, mennesket og danskeren H.C. Andersen på dagsordenen både nationalt og internationalt, sådan som vi har redegjort omfattende for det her. Der er nogle områder, vi slet ikke eller kun sporadisk har berørt, som for eksempel skabelsen og formidlingen af film, der i øvrigt blev ret vellykket, men ellers har vi vendt mange arkivbunker inden for de fleste storgenerer. Det er overordnet set klart og uimodsigeligt, at den store satsning og de mange støttekroner faktisk bidrog til skabelsen og udfoldelsen af en mægtig fest med mange og meget store oplevelser.

Det er imidlertid lige så klart, at den samlede krans af erfaringer ikke kun blev en strålekrans, for under fejringen ulmede der fra starten en lang række latente modsætninger og spændinger, som måtte bryde ud. De forskellige hovedaktører havde tydeligvis ikke samme målsætninger og samme kvalitetsforestillinger. Firmaet Have PR & Kommunikation kan således se tilbage på en formidling, som ud fra markedsføringsparametre var en klar succes. Problemet er bare, at set med andre optikker, for eksempel en kunstnerisk eller videnskabelig optik, var co-brandingen ikke vellykket, fordi den forfladigede og poppede billedet af digteren og kunstværket. Her opstår det gigantiske skisma, som de fleste af denne fremstillings analyser berører, at der simpelthen ikke var enighed om, hvad fejringen var for noget.

Bestyrelsen har, så vidt man kan se det ud af de tilgængelige materialer, ikke diskuteret dette dilemma mellem oplevelse og kulturarv til bunds, hvorved samtalen med både Have PR & Kommunikation, der troede, de gjorde det rigtige, og med kunst-, videnskabs- og kulturfagligheden, som råbte forfladigelse, blev utydelig.

Det er ikke usandsynligt, at ledelsen af fejringen, generalsekretær Lars Seeberg og Christian Have, skabte en vis modstand mod sig selv ved på en række områder at spille op med en selvsikkerhed, som det provinsielle Danmark i byer som København og Odense ikke bryder sig om. Så må de som bekendt kanøfles! Det kan man mene meget om, jantelov, andegård, men det er dog en realitet, at det lokale, brede kulturliv i for eksempel Odense følte sig svigtet og miskendt.

Det har været denne evalueringens mål at se fremad, og derfor slutter vi med en række anbefalinger. Når næste store fejring skal løbe af stabelen:

- bør der være en langt tungere repræsentation af folk med professionalitet og kompetencer fra kunst- og kulturlivet i bestyrelsen, så bestyrelsen også på det faglige plan kan yde passende mod- og medspil;
- bør bestyrelsens strategiske værktøj, herunder målbeskrivelser og succeskriterier, være langt skarpere og langt mere konkrete og præcise som køreplaner, end det var tilfældet i HCA 2005 Fonden;
- bør bestyrelsen være fuldstændig afklaret om, hvilke kvalitetsmål man har dels på det skabende, kunstneriske område, dels på det kommunikative og kulturformidlende område;
- bør bestyrelsen på forhånd være mere sikker på, hvordan man ønsker kommunikationen med medierne, og hvem der skal forestå den. Ved så store satsninger som HCA 2005 kunne man forestille sig en medierådgiver og kommunikator ansat til formålet;

- bør det være sikret, at der kan ydes professionel bistand og rådgivning på højt fagligt niveau til kunstneriske og kulturelle projekter. Det er således afgørende, at alle områder er professionelt dækkede;
- bør det være sikret, at nedsatte kunstråd og andre konsulentfunktioner får et egentligt ansvar og opgaver, som de hæfter for – gerne gennem en type kontrakter, der aftaler fælles forventninger;
- bør man sikre sig langt tættere samspil med vidensinstitutioner, eksempelvis universiteter og museer, som kan indgå i et forpligtende rådgivningsarbejde;
- bør der være sikkerhed for, hvem man henvender sig til og hvordan på det lokale, det nationale og det internationale niveau, så der ikke opstår kiv om fokus;
- bør der arbejdes hårdt for, at den danske turismesektor udvikles og bringes i frugtbart samspil med kultursektoren – og vice versa.

Til slut må vi sige tak for festen! Men næste gang vi holder fest, bør den erfaring stå lysende klar, at fest er en alvorlig sag. Det betyder ikke, at vi ikke bør og skal holde den slags fester. Det viste HCA 2005 Fonden os, at vi skal.

– Naar et Aar er omme skal jeg sige Dig hvad de Tolv have bragt Dig, mig og os Alle-sammen. Nu veed jeg det ikke, og de veed det nok heller ikke selv, – for det er en underlig Tid vi leve i!

H.C. Andersen 2005 Fonden

Niels Ejersbo

Da overvejelserne om fejringen af H.C. Andersens fødselsdag begyndte, var det ønsket, at fejringen sikrede en optimal eksponering af H.C. Andersen både som forfatter og som person, og at Odense som by også fik sin del af opmærksomheden. Derfor havde Odense byråd også en naturlig interesse for at påtage sig en meget aktiv rolle i fejringen og det videre arbejde hen imod 2005.

Til det formål blev H.C. Andersen 2005 Fonden stiftet. Den blev skabt gennem en aftale mellem offentlige og private parter. Det offentlige var repræsenteret ved Kulturministeriet, Økonomi- og Erhvervsministeriet, Fyns Amt og Odense Kommune. Bikubenfonden gik ind som den private part med et hidtil uhørt stort sponsorat.

Ifølge fondens vedtægter skal den ledes af en bestyrelse med repræsentanter fra Odense Kommune, Staten, Fyns Amt og Bikubenfonden. I de oprindelige vedtægter er det tillige fastsat, at borgmesteren i Odense Kommune og kommunens Kultur- og Socialrådmænd er fødte medlemmer med borgmesteren som fondens formand. Dette ændres dog senere, således at fondens bestyrelse selv vælger sin formand. Amtsborgmesteren i Fyns Amt var også sikret en plads i bestyrelsen. Fondens daglige arbejde ledes af generalsekretæren, der er ansat af fondens bestyrelse.

Fondens møder er lukkede og forretningsordenen pålægger bestyrelsens medlemmer tavshedspligt. Det er ifølge samme fondens formand, der tegner fonden over for pressen, og andre medlemmer må kun udtale sig til pressen om fondens arbejde efter aftale med formanden.

Fonden rejser mere end 200 millioner kr. til fejringen af H.C. Andersens fødselsdag. Bikubenfonden støtter med 80 millioner, mens resten af fondens midler kommer fra forskellige offentlige myndigheder (ud over ovennævnte myndigheder, der var medstiftere af fonden, støtter bl.a. Århus Kommune og Københavns Kommune fondens arbejde). Forudsætningen for Bikubenfondens sponsorat var, at der var tale om et eksklusivsponsorat, hvor de støttede projekter ikke måtte få anden privat finansiering.

Samarbejdet mellem det offentlige og det private i forhold til løsning af forskellige samfundsmæssige opgaver har fået større opmærksomhed de seneste år. Forskellige regeringer de seneste 20 år har haft øget offentligt-privat samarbejde på dagsordenen, og der har været iværksat forskellige policy initiativer til at fremme netop denne type af samarbejde. Også inden for kulturområdet genfindes denne trend, og særligt gennem en række spektakulære satsninger har samspillet mellem offentlige og private parter fået øget opmærksomhed. Selv om der altid har været private midler inden for kulturområdet, er der tilsyneladende sket en stigning i deres betydning for kulturelle satsninger. En undersøgelse af fonde og private virksomheders støtte til det danske kulturliv viser, at disse har fået en større betydning. De private midler fra Bikubenfonden til fejringen af H.C. Andersens fødselsdag er således ikke noget særsyn. Den særlige konstruktion omkring H.C. Andersen 2005 Fonden er heller ikke nogen nyskabelse i forhold til løsning af konkrete kulturprojekter. Fondskonstruktion-

nen er set i en række tidligere tilfælde inden for kulturområdet som for eksempel Københavns Kulturby Fond 96.

Samspelet mellem offentlige myndigheder og private virksomheder er ikke uproblematisk. Ganske vist giver det nogle åbenlyse muligheder for tilførsel af yderligere ressourcer til konkrete områder, ligesom det kan tilføre nye kompetencer, men det resulterer også jævnligt i kontroverser og diskussioner. Spørgsmål om legitimitet, demokrati, gennemsigtighed, ansvarlighed, kontrol mm. rejses ofte i forbindelse med offentligt-privat samarbejde. De rejste problemstillinger gælder såvel generelt som i forhold til privat støttet kultur.

At denne problematik ikke er ukendt, vidner publikationen *Anbefalinger for god ledelse af større kulturprojekter* fra Kulturministeriet om. Her drøftes en lang række problemstillinger i forbindelse med organisering og ledelse af kulturprojekter. I omtalen af fondsformen nævnes også, at fonde per definition ikke er demokratiske (s. 27). Sammensætningen af bestyrelser drøftes ligeledes i publikationen. Her hedder det bl.a., at "Uanset hvordan et bestyrelsesmedlem er valgt, skal medlemmet alene varetage kulturprojektets interesser og ikke f.eks. den udpegende organisations eller sine egne faglige interesser." (s. 42). Konkret anbefales det, "at politikere som udgangspunkt ikke indgår i bestyrelser alene i kraft af deres politiske poster." (s. 44). Det slås også fast, at "En politiker er udsat for et særligt pres fra det bagland, som politikeren er valgt af, og der er en særlig opmærksomhed på politikere og deres handlinger." (s. 44). Ganske vist er der tale om en ny publikation fra Kulturministeriet (2006), men de overvejelser og anbefalinger, der fremhæves, kan ikke komme som en overraskelse for erfarne politikere, erhvervsfolk og embedsmænd.

En fondskonstruktion som H.C. Andersen 2005 Fonden vil med andre ord være potentiel skydeskive i forhold til den gængse kritik af organisationer, hvor der sker en sammenblanding af offentlige og private midler, og hvor folkevalgte politikere indtager en central placering. I det efterfølgende drøftes nogle af de problemer, der knytter sig til denne type af konstruktioner, og disse relateres eksplicit til forholdene omkring H.C. Andersen 2005 Fonden.

Odense Kommunes store interesse i fejringen af H.C. Andersens fødselsdag og dens aktive rolle i forhold til etableringen af fonden har uden tvivl givet fonden et "offentligt præg". Hertil har også fondens fysiske placering bidraget. I den første tid var den placeret på Odense Rådhus og efterfølgende tværs over gaden fra rådhuset. Som privat fond er den ikke underlagt kravene til offentlig forvaltning om åbenhed og gennemsigtighed i sagsbehandlingen mm. Alligevel har den tætte tilknytning til Odense Kommune uden tvivl fremmet forventningen om en vis åbenhed vedrørende arbejdet i fonden. Det er netop et af de kritikpunkter, der er blevet rejst mod fonden.

Kombinationen af offentlige midler og private sponsorater stiller særlige forventninger til fondens funktionsmåde. Bikubefonden bidrog med ca. 80 millioner kroner med det krav, at det offentlige donerede det dobbelte. Odense Kommune og Fyns Amt afsatte tilsammen godt 40 millioner kroner. Allokeringen af så store offentlige midler giver en begrundet forventning om, at det vil være muligt at følge brugen af disse penge. Selve beslutningen i Odense Kommune og Fyns Amt om at bevilge pengene giver ingen problemer, da det er muligt at stille politikerne til regnskab ved det efterfølgende valg. Derimod vil forventningen som nævnt være, at det vil være muligt at få indsigt i den måde, hvorpå disse midler så rent faktisk anvendes. Der kan

eksempelvis være en berettiget forventning om, at der er en vis gennemsigtighed i forhold til de principper, der gælder for uddeling af midler til diverse projekter, som fonden beslutter at støtte. Dette er ikke muligt med den lukkethed, der er omkring fondskonstruktionen og forretningsgangene i fonden.

I publikationen fra Kulturministeriet med anbefalinger for god ledelse af kulturprojekter fremhæves betydningen af bestyrelsens sammensætning og i særdeleshed de konflikter, som politikere kan komme i, når de sidder i en fondsbestyrelse. I forlængelse heraf er det muligt at fremhæve en række beslægtede problemstillinger, der også kan gøre sig gældende, når folkevalgte politikere indgår i den type fondskonstruktioner.

For det første kan der rejses spørgsmålet, om deres deltagelse er i kraft af deres position eller i kraft af særlige kompetencer, som de uafhængigt af deres position drager med ind i bestyrelsen. Når sammensætningen af H.C. Andersen 2005 Fondens bestyrelse ses i dette lys, er det helt tydeligt, at der i høj grad er tale om repræsentation i kraft af position og ikke i særlig udstrækning på grund af andre særlige kompetencer. En praksis, der går på tværs af anbefalingerne fra Kulturministeriet, der netop fremhæver, at bestyrelsesmedlemmer "vælges på baggrund af deres personlige egenskaber og kompetencer." (s. 43).

For det andet vil politikere være genstand for en helt særlig opmærksomhed. Deres handlinger vil blive gransket ganske særligt, og det vil ikke nødvendigvis alene være i forhold til de funktioner, de er sat til at varetage i fonden.

For det tredje er der adskillelsen af roller. Det er ikke muligt at afgøre, hvorvidt multiple roller har påvirket fondens arbejde i det daglige. Det blev dog meget klart, at der var flere interesser på spil i forbindelse med kritikken af åbningsshowet og den efterfølgende afgang af bestyrelsens formand, borgmester i Odense Kommune Anker Boye. Mere generelt kan det være vanskeligt at afgøre, hvornår en politiker er medlem af en fonds bestyrelse og skal varetage netop dennes interesser, og hvornår en politiker agerer som politiker med et folkeligt mandat og forventes at stå til regnskab over for vælgerne.

For det fjerde kom det særlige politiske opgør mellem to af fondens centrale medlemmer uforvaret til at indtage en central placering. Ved fondens oprettelse var det muligvis ikke kendt, at der ganske få år senere ville komme en direkte politisk kamp mellem Anker Boye og Jan Boje, og derfor er det også vanskeligt at tilskrive fondskonstruktionen disse problemer. Ikke desto mindre er det almindeligt kendt, at politiske kontroverser kan dukke op på vilkårlige tidspunkter, hvorfor denne type af problemer ikke på forhånd kan afskrives.

Noget af den kritik, som fonden er blevet udsat for, og nogle af problemstillingerne rejst i ovenstående er ganske sikkert blevet forstærket af de konkrete hændelser omkring afviklingen af det store åbningsshow. Det er rimeligt at hævde, at dette vanskeligt kunne være forudset, og at det ikke vedrører fondskonstruktionen som sådan. Til lige har der også været kritik, der ikke synes umiddelbart begrundet. Andre af kritikpunkterne er dog uafhængige af uforudsete hændelser og kunne have været forudset. Kombinationen af et højt profileret projekt, en synlig borgmester som formand, betydelige offentlige midler og en mangel på åbenhed kunne have tændt advarselsslamper hos de centrale beslutningstagere. Det konkrete forløb omkring H.C. Andersen 2005 Fonden viser med al ønskelig tydelighed nogle af de problemer, der kan opstå i for-

bindelse med fondskonstruktioner med såvel privat som offentlig deltagelse. Samlet er vurderingen, at en fondskonstruktion af denne type har en række problemer indbygget. Som tidligere nævnt kan ønsket om en højprofileret satsning have været med til at fremhæve disse problemer og få dem til at indtage en uforholdsmæssig central placering.

Referencer

Kulturministeriet: *Samspillet mellem private fonde og den offentlige kulturpolitik*, 2004.

Kulturministeriet: *Anbefalinger for god ledelse af større kulturprojekter*, 2006.

Tina Hou Christensen & Pernille Holmskov: *Fonde i fokus. En undersøgelse af fondes rolle i kulturlivet med udgangspunkt i H.C. Andersen 2005 Fonden*. Upubliceret speciale, Institut for Æstetiske Fag, Aarhus Universitet, 2006.

Derudover er der benyttet arkivmateriale.

Den alt for lange optakt og den alt for lange fejring

Anders Wedel Berthelsen

For firmaet Have PR & kommunikation var H.C. Andersen-fejringen i 2005 den største opgave i firmaets 22-årige historie. Firmaet har tidligere haft pr-opgaver for det europæiske Melodi Grand Prix og for store Michael Jackson-koncerter, men ingen af disse opgaver har krævet 8-10 fuldtids-medarbejdere og en optaksperiode på to år.

Direktør Christian Have evaluerer i dette interview pr- og kommunikationsindsatsen i forbindelse med Andersen-fejringen.

- Der er tre ting, der bør gribes anderledes an ved lignende fremtidige fejring: varigheden, optaktsfasen og bestyrelsens sammensætning, mener Christian Have.

- Fejringen varede alt for længe, siger han om HCA 2005-programmet, der strakte sig fra april til december 2005.

- Længden bør være som ved De Olympiske Lege eller VM i fodbold. Man skal give den én på hatten i 4-6 uger og derefter lukke ned. Hellere færre begivenheder og en klarere profil.

- Desuden var opkørselstiden for lang. Man skal undgå for meget omtale for tidligt. Vi burde have opdelt kommunikationsstrategien i tre forskellige faser, først det store udland, så nabolandene og til sidst Danmark. Så havde vi undgået at trætte det danske publikum og de danske medier allerede inden åbningen.

- Men problemet i det konkrete tilfælde var, at vi skulle nå ud til ca. 60 lande i hele verden. Derfor var vi nødt til at starte optaktsfasen meget tidligt. Desuden blev vi mødt med et stort forventningspres fra de danske medier, som naturligt nok kæmpede om at komme først med nyhederne og dermed pressede optaktsfasen i gang for tidligt.

- Den tredje vigtige lære, vi kan drage efter Andersen-året, handler om bestyrelsens sammensætning, mener Christian Have.

- En bestyrelse af den type bør være fagligt funderet med hensyn til international projektledelse og drift, og den skal kunne vurdere kunst, kultur og kommunikation professionelt. De spidskompetencer bør være mere udtalt til stede i en bestyrelse for et projekt, der er så stort og internationalt, siger Christian Have.

Men bortset fra de nævnte kritikpunkter er Have tilfreds med fejringen. Over hans skrivebord på kontoret på Frederiksberg hænger et diplom, der giver hans firma titlen "Europas bedste kommunikationsbureau".

- Diplomet fik vi på grund af Andersen-året, og det er jeg glad for. Jeg påstår ikke, at alt, hvad vi gjorde, var rigtigt. Men diplommet beviser, at de ude i Europa kunne se, at der trods alt var noget, der var i orden. Det var stort set kun i Danmark, der var mislyde.

- Men det er naturligvis utroligt ærgerligt for fejringen herhjemme, at kritikken af åbningsfesten 2. april 2005 blev så markant.

Christian Have mener, at kritikken af åbningsfestens underskud var ude af proportioner.

- Festens underskud udgjorde 13 mio. kroner i et samlet budget på 230 mio. kroner.

- Efter showet i Parken ringede de store internationale telegrambureauer. De havde hørt om de 13 millioner. Men da beløbet var i kroner og ikke euro, som de åbenbart troede, sagde bureauerne: Herregud, så er der jo ingen historie.

Ambassadørerne

Til succeserne i H.C. Andersen-året henregner Christian Have alliancestrategien co-branding.

- Vi valgte strategien med co-branding først og fremmest, fordi det ville være umuligt at markedsføre sig til synlighed i hele verden. Det ville kræve et markedsføringsbudget på over 100 mio. kroner. I de fokusgrupper, som var nedsat inden Andersen-året, var alle enige om, at co-branding var løsningen, fortæller Christian Have.

Co-brandingen bestod i, at HCA 2005 gik i samarbejde med kendte organisationer og virksomheder med det formål at opnå gensidig synlighed.

For at opnå international opmærksomhed udnævnte HCA 2005 200 ambassadører fra 52 lande, en metode, der kendes fra humanitære organisationer som UNICEF og UNESCO.

Danske ambassader, kulturinstitutter og markedskontorer i hele verden samt HCA 2005 Fondens indstillede personligheder, som de mente kunne generere synlighed for Danmark og for Andersen-året. Navnene skulle derefter godkendes af HCA 2005 Fondens bestyrelse.

Christian Have er forsigtig i sin vurdering af, om alle ambassadørerne var "kloge" valg.

- Nogle kan diskuteres, siger han uden at ville sætte navne på.

Han afviser dog kritikken af fodboldspilleren Pelé og forfatteren Isabel Allende som HCA-ambassadører, selv om de to afslørede et vist ukendskab til den danske eventyrdigter. Pelé mente, at H.C. Andersen var skomager. Isabel Allende ytrede offentligt, at hendes Andersen-yndlingseventyr var "Rottefængerens fra Hameln", skønt dette eventyr er udgivet af brødrene Grimm.

- Pelé var et fremragende valg, siger Christian Have. - Han er netop ikonet og historiefortælleren i sit land, Brasilien. Jeg betragter det som mangel på respekt for Brasilien, hvis man nedgør valget af Pelé. Det er et strålende eksempel på, hvordan et veludviklet land som Danmark trækker på skuldrene ad et land, som ikke er på samme niveau uddannelsesmæssigt. Mange kommunikationsfolk i udlandet betragtede valget af Pelé som et scoop. Jeg mener ikke, at det skadede fejringen, at Pelé kom til at kalde H.C. Andersen for skomager i stedet for skomagerson. Hvor mange danskere ved, om H.C. Andersen var skomager?

Hvilken virkning havde det, at Isabel Allende forvekslede H.C. Andersen og brødrene Grimm?

- Ingen skadelig virkning. Jeg betragter Isabel Allende som en fantastisk forfatter. Hun havde læst både H.C. Andersens og Grimms eventyr. Der findes også danske forfattere, der er kommet til at bytte om på udenlandske forfatterskaber. Det var ikke noget, der fik mine øjenbryn til at rynke. Men det var selvfølgelig synd for hende.

- Det værste inden for pr og kommunikation er dog at møde ligegyldighed. Så har man virkelig problemer. Andersen-fejringen mødte bestemt ikke ligegyldighed. Den mødte kritik, og sådan vil og skal det altid være.

Fik H.C. Andersen-året generelt nok ud af de 200 ambassadører?

- Ideen var, at ambassadørerne skulle kaste synlighed på H.C. Andersen i de pågældende lande og føre til interesse for hans forfatterskab. Det lykkedes langt hen ad vejen. Omtale i presse, på tv og på internettet levede helt op til forventningerne. Men det er H.C. Andersens fortjeneste og ikke min.

- I Kina var mediedækningen exceptionelt stor. Også i Japan, Tyskland, Skandinavien, Rusland og hele Østeuropa var opmærksomheden overvældende. Resten af Europa, Sydamerika, USA og en del asiatiske lande var godt med. Afrika satsede vi ikke nævneværdigt på, bortset fra Verdensbiblioteket i Alexandria i Ægypten, som blev platform for udbredelsen af H.C. Andersen i de arabiske lande. Jeg glæder mig allermest over, at H.C. Andersen som undervisningsmateriale og som emne for stilekonkurrencer nåede ud til skoler og børnehaver i mange lande.

Synligheden

Fik verden et mere nuanceret kendskab til H.C. Andersen?

- Jeg er sikker på, at synligheden af Andersen-fejringen har ført til, at mange flere er begyndt at læse H.C. Andersen, også hans dagbøger. Men om billedet af ham er blevet mere nuanceret, er umuligt at afgøre. Så skulle man have foretaget en måling af folks viden om H.C. Andersen før og efter fejringen. Mit gæt er, at i nogle lande er kendskabet til ham blevet mere nuanceret, men ikke i alle lande.

Brugen af berømt heder som HCA-ambassadører er blevet kaldt "overfladisk medieleflen". Hvad siger du til den kritik?

- Det er fint nok. Der var nogle af ambassadørerne, der – set i bagklogskabens klare lys – ikke sendte de signaler, de skulle, svarer Have – igen uden at ville nævne personnavne.

Hvor stor pr-skade gjorde beslutningen om at hyre Tina Turner som topnavn til åbningsshowet?

- I Danmark gjorde den stor skade for profilen af fejringen. Men den skader ikke H.C. Andersens forfatterskab, siger Christian Have.

Det skal understreges, at Haves firma ikke havde indflydelse på åbningsshowets program. Arrangementet af showet i Parken var lagt i hænderne på det engelske eventbureau Initial.

Kom tv-dækningen af åbningsshowet langt nok ud?

- Om showet blev vist direkte eller forskudt, havde ingen kommunikationsmæssig betydning. Men 1,6 mio. danskere så showet direkte. Det er et meget højt tal, på niveau med Matador og Melodi Grand Prix. Derudover blev showet solgt til 29 lande. Når der ikke var mere at byde på, kunne vi ikke forvente, at det blev vist i flere lande. Showet manglede stjernestøvet og magien. Der var ingen, der efter showet sagde: Det var dog helt fantastisk.

- I dag kan alle se, at showet i Parken ikke var den optimale start på fejringen. Men det lykkedes ikke at få de navne, der stod øverst på ønskesedlen. Alle kunne se, at Tina Turner blev hyret i sidste øjeblik og var en nødløsning.

- Showet burde mere entydigt have haft en stemning af H.C. Andersens magiske verden. Men alle gjorde deres bedste, og kunstens væsen er jo, at alt ikke går som planlagt.

- I øvrigt skal man huske på, at andre udsendelsestyper var absolut lige så vigtige som åbningsshowet. Vi fik tv-billeder ud i mange lande fra gaderne i Odense og

København. Det unikke var blandt andet dronning Margrethes gåtur på brostenene i Odense. Da viste vi Danmark fra en anden side end fra et stadion.

Da uvejret brød lys efter åbningsshowet – med kritik af underskuddet og af Tina Turners honorar – var det vel en kommunikationsmands fornemste opgave at foretage damage-control. Gjorde du det?

- Det skulle være mærkeligt, hvis jeg ikke havde foreslået det. Mere kan jeg desværre ikke sige om det.

Bruddene

HCA 2005 Fondens bestyrelse var udpeget af Kulturministeriet, Økonomi- og Erhvervsministeriet, Odense Kommune, Fyns Amt og Bikubenfonden. Den bestod af Odenses borgmester Anker Boye (i maj 2005 afløst som formand af direktør Poul Bache, Kunststyrelsen), rådmand Jørgen Lund (V), Odense, amtsborgmester Jan Boye (K), Fyns Amt, informationschef Niels J. Langkilde, MTG, adm. direktør Peter Højland, Bikubenfonden, direktør Kay Dam Steffensen, Bikubenfonden, film- og sceneinstruktør Kaspar Rostrup og eventturismechef i Danmarks Turistråd, Lars Blicher-Hansen. Da fonden kom i stormvejr efter åbningsfesten, trådte formanden Anker Boye ud af bestyrelsen.

Christian Have ønsker ikke at kommentere de omstændigheder, som førte til Anker Boyes afgang som formand og Lars Seebergs afgang som generalsekretær.

- Fonden var min kunde, og en kunde skal vide, at når han eller hun hyrer mig, er jeg loyal. En kunde skal kunne regne med min professionalisme. Derfor er der spørgsmål om H.C. Andersen-fejringen, som jeg ikke kan kommentere, siger Christian Have.

Han vil dog gerne bekræfte, at disse personopgør voldte Andersen-fejringen stor imagemæssig skade.

Jan Boye (K) erobrede i november 2005 borgmesterkæden i Odense efter et næsten dødt løb med Anker Boye (S), som i offentligheden blev fremstillet som den skyldige i åbningsfestens underskud og kontrakten med Tina Turner samt dennes omdiskuterede honorar. Anker Boye havde på egen hånd sagt ja til engagementet med Tina Turner uden at indkalde den øvrige bestyrelse.

Gik der kommunalpolitik i bestyrelsesarbejdet?

- Det ønsker jeg ikke at kommentere.

Balancen

Blev H.C. Andersen-året generelt præget af for mange events og for få blivende værdier?

- Beslutningen om den balance blev taget af bestyrelsen. Men der kunne godt have været mere forskning, flere symposier og mere fokus på uddannelsesaspektet.

- At få skolemateriale ud i verden via hjemmesider var dog en af de største kommunikationssucceser i Andersen-året. Vi fik materiale ud på mere end 20 sprog.

Hvilken karakter vil du give dit eget firma for løsningen af kommunikationsopgaven for Andersen-året?

- Jeg giver aldrig mig selv karakter. Det må andre gøre. Men det var en spændende og lærerig udfordring. Vi bevægede os ud, hvor andre ikke har været. Vi mødte

kunstnere, forfattere og kinesiske forskere, og vi fik venner og netværk i hele verden. Det er et privilegium.

- Men det var synd, at danskerne ikke fik mere glæde af det. Det var kedeligt og ærgerligt. Den åbning, der skulle have været en fest, som alle danskere burde være stolte over, blev i stedet noget, vi gik rundt og var flove over. Det svarer til, at en vært inviterer til fest, bruger en masse penge og energi, og stort set alle gæster er glade, men værten er flov og ked af det.

- Det er i øvrigt ikke nogen nem opgave – i en verden af billeder – at skabe synlighed om et forfatterskab, tilføjer Christian Have.

- Danske og udenlandske medier skrev i starten, at H.C. Andersen-fejringen ville blive et rent nationalt anliggende, og at vi godt kunne opgive en fejring på verdensplan. Men det lykkedes. Og æren skal tilfalde H.C. Andersen. Han var en fantastisk kommunikator.

- Jeg tror ikke, at H.C. Andersen ville have haft problemer med, at fejringen indeholdt mange events. H.C. Andersen var jo moderne. Han elskede selviscenesættelse.

Co-branding som kommunikationsstrategi

Karen Hvidtfeldt Madsen

I forbindelse med fejringen af H.C. Andersens 200-års fødselsdag i 2005 varetog firmaet Have PR & Kommunikation al pr, markedsføring og kommunikation såvel i Danmark som internationalt. Firmaet formulerede på forhånd en kommunikationsstrategi for begivenheden i form af et internt notat med titlen *Kommunikationsstrategi for H.C. Andersen 2005*. I det følgende er dette notat udgangspunkt for en vurdering af brugen af branding som strategi for Andersen-fejringen.

Kommunikationsstrategien

Kommunikationsstrategi for H.C. Andersen 2005 lagde især vægt på to områder: dels pr og kommunikation og dels co-branding. Markedsføring, derimod, var bevidst nedtonet. Co-branding beskrives som en alliancestrategi, der bygger på etableringen af et meget bredt netværkssamarbejde, dels med danske institutioner i udlandet, dels med nationale samarbejdspartnere. Desuden skulle en række "ambassadører" udnævnes: et større antal offentligt kendte personer, primært fra kunstens verden, der skulle indvillige i at støtte projektet gennem repræsentativt arbejde.

Det overordnede formål for Andersen-fejringen blev formuleret som, "at HELE verden delagtiggøres i projektet og er med til at fejre Danmarks nationaldigter", og at det snævre billede af H.C. Andersen som eventyrfortæller skulle "vige pladsen for det fulde menneskelige portræt af H.C. Andersen [...] en mand med dæmoner, længsler og drømme [...] et menneske af kød og blod." (s. 4). Målet var således at skabe global opmærksomhed og interesse om H.C. Andersens person og i forlængelse heraf, om Danmark.

Det var ikke økonomisk realiserbart med en verdensomspændende markedsføring af HCA 2005, og det var derfor tanken, at alliance-strategien co-branding skulle kompensere for de manglende markedsføringsressourcer. Co-branding "bygger på en meget bred vifte af samarbejdspartnere, som målretter deres egne aktiviteter imod H.C. Andersen 2005 ved at indgå i den samlede kommunikationsstrategi på en meget effektiv måde." (s. 9).

Det centrale element i co-brandingstrategien var det officielle HCA 2005-logo, som blev udført til formålet af Per Arnoldi. Tanken bag logoet var, at "H.C. Andersens univers kombineret med hele projektets formål og værdier tilfører logoet en stor værdi, der gør det attraktivt at blive associeret med" (s. 10). Således forventedes det, at en lang række internationale samarbejdspartnere ville medvirke til at markedsføre H.C. Andersen 2005 ved at indgå en aftale om co-branding og synliggøre logoet på projekter og i forbindelse med produktioner.

Kunstneriske samarbejdspartnere blev tilbudt at benytte det officielle HCA 2005-logo på salgs- og informationsmateriale. Derudover kunne de blive optaget i den offi-

cielle programbog og havde desuden mulighed for at blive markedsført på forskellig vis igennem fondens web-portal, nyhedsbreve og pressekontakter.

Det overordnede mål blev formuleret som, at H.C. Andersen 2005 skulle opnå en international gennemslagskraft som "intet tidligere dansk projekt". De kvalitative mål gik på hhv. samarbejdspartners, det lokale publikums, det nationale publikums, det internationale publikums, de finansielle partners samt kommunikationssamarbejdspartners tilfredshed med projektet og med at være en del af HCA 2005. De kvalitative mål rettede sig således ikke direkte mod brandingstrategien. Co-brandingstrategien er "meget afhængig af et gnidningsløst og positivt samarbejde med samarbejdspartnere både i Danmark og internationalt", hedder det i det interne notat, hvorfor der løbende vil blive foretaget "klima-målinger" på samarbejdsrelationerne (s. 29).

Begrebet branding

Udtrykket branding kommer egentlig fra traditionen for at brændemærke kvæg, hvorved man kunne adskille fritgående dyrebestande fra hinanden. I nutidig markedsøkonomisk forstand er et brand et varemærke, hvortil der knytter sig forskellige såvel håndgribelige som uhåndgribelige egenskaber. At brande vil sige at tilføre sin vare en symbolsk værdi og således forbinde den med noget andet eller mere end sig selv. Et godt brand "betyder" noget, og måden, hvorpå en vare får sin betydning, er ofte, at varemærket har knyttet en eller flere fortællinger til sig.

I den forstand var H.C. Andersen jo i forvejen et brand: en forfatter med et verdenskendt navn og direkte forbundet med en række fortællinger, herunder især eventyr. Så det, der mere præcist skulle brandes i denne forbindelse, var H.C. Andersen-jubilæet, HCA 2005 Fonden og digterens tilknytning til Danmark. HCA 2005 Fondens pr-strategi var at brande fonden med værdier relateret til H.C. Andersens univers, herunder f.eks. æstetiske værdier, international orientering og fokus på børnekultur.

Formålet med branding var at opnå synlighed. I strategisk forstand var H. C. Andersen således ikke målet, men snarere midlet til at skabe stor opmærksomhed omkring Danmark med henblik på at øge turismen og salget af danske produkter.

Samarbejdsstrategien: begrebet co-branding

Co-branding betyder, at to i forvejen kendte brands går sammen med det formål gensidigt at drage nytte af hinandens symbolske betydninger. Co-branding kan ifølge Blackett og Boad (1999) forstås i relation til andre samarbejdsstrategier som *joint promotion*, *alliance* og *joint venture*. Co-branding er i denne sammenhæng typisk karakteriseret ved at have en varighed, der er længere end joint promotion (eksempelvis når Disney og Mac Donald's i fællesskab markedsfører aktuelle film), men kortere end en alliance eller en joint venture. De to parter, der co-brander, har til gengæld et sammenfald af værdier, der er næsten i top, alene overgået af joint venture.

Co-branding is a form of co-operation between two or more brands with significant customer recognition, in which all the participants' brand names are retained. It is usually of medium-to long-term duration and its net value creation potential is too small to justify setting up a new brand and/or a legal joint venture.

(Blackett and Boad 1999: 7)

Bortset fra at den enkelte co-branding-proces typisk har en varighed på under et år, kan samarbejdet forstås som analogt til et ægteskab: "One can see the parallels: the careful selection and wooing of the marriage partner; the marriage contract, the consummation; the offspring; a happy and lasting union based on mutual compatibility, shared ideals and ambitions". (Blackett and Boad 1999: 20). Som i et ægteskab kræver co-branding personlig investering af hver af parterne og succesen forudsætter, at begge er indstillet på at investere tid og energi i forholdet. Hver af parterne bevarer sin egen identitet, men forventer at få symbolsk/økonomisk "merværdi" som udbytte af relationen.

Verdensomspændende opmærksomhed

I kraft af co-branding-strategien har HCA 2005 opnået en verdensomspændende opmærksomhed omkring H.C. Andersen-jubilæet, som ellers havde været utænkelig. Man har initieret og/eller støttet en lang række projekter og knyttet fondens logo og navn til endnu flere. Co-brandingstrategien har givet plads til, at de enkelte projekter har kunnet udvikle sig på egne betingelser: Det har været muligt at bevare delprojekternes autonomi, samtidig med at man har skabt sammenhæng mellem projekterne og fonden gennem logoet. I kraft af opmærksomheden omkring udnævnelsen af de meget kendte ambassadører har HCA 2005 opnået en stor pressedækning.

I *Første opgørelse af synligheden af HCA2005 fejringen* opregnes en række projekter, som har nyfortolket Andersens værker i anledning af jubilæet, og det angives, at synligheden har været stor, og opmærksomheden har været positiv. En række internationale bogudgivelser vurderes at have givet bred og positiv opmærksomhed om H.C. Andersen i vidt forskellige verdensdele, ligesom adskillige undervisningsforløb rundt omkring i verden er blevet muliggjort.

Fonden havde et budget på godt 221 mio. kr. til rådighed, hvoraf man anvendte ca. 25 mio. kr. på pr og kommunikation, og Have PR anslår, at alene den opnåede mediedækning ville have beløbet sig til over 3 mia. kr. (*HCA2005 Hvordan gik det?*). Om end der er tale om et skøn, er der ingen tvivl om, at den pr- og kommunikationsstrategi, som HCA 2005 har benyttet sig af, har medført en meget større opmærksomhed i store dele af verden, end man havde kunnet opnå med en traditionel markedsføringspraksis. Det har uden tvivl været et korrekt skøn, at der ikke var økonomisk grundlag for at iværksætte f.eks. annoncering i trykte medier på globalt plan. Ligeledes ville tv- eller radio-reklameindslag have været særdeles kostbare og ville sandsynligvis ikke have givet et tilsvarende afkast. Således er der god grund til at vurdere, at co-branding i dette tilfælde har været en velvalgt pr-strategi.

Samarbejde eller overfladiske relationer?

Alligevel har der dog været en række problemer i forbindelse med HCA 2005 Fondens arbejde, som på forskellig vis kan knyttes til kommunikationsstrategien og måske netop til udmøntningen af co-brandingstrategien.

I forlængelse af Blackett og Boads begrebsafklaring af co-branding som samarbejdsstrategi kan man sige, at i relation til mange af de verdensomspændende projekter, hvor HCA 2005 Fonden har ydet logo og hjælp til markedsføring, er der snarere tale om joint promotion end om co-branding, idet fonden ikke har haft ressourcer til at gå ind i et egentligt samarbejde med de mange parter. HCA 2005 har opnået den

umiddelbare målsætning, nemlig at få meget markedsføring for få penge. En egentlig co-branding-relation havde dog krævet et større engagement både i udvælgelse og samarbejde, end fonden havde mulighed for at indgå i. Hvilket resultat de løbende klimamålinger på forholdet til samarbejdsrelationerne gav, foreligger der ikke nogen redegørelse for.

I tilfældet med åbningsshowet, *Once Upon a Time. A Celebration*, den 2. april 2005 i Parken i København, der på mange måder blev fatalt for HCA 2005 Fonden og fondens brand på grund af den meget negative presseomtale, kan der siges netop at være blevet begået en af co-branding-strategiens fejltagelser: Man har valgt sine ægteskabspartnere for lemfældigt. Valget af hovednavne som Tina Turner og Olivia Newton John var problematisk, idet offentligheden ikke oplevede, at kunstnerne i tilstrækkelig grad gik ind i samarbejdet med Andersen-projektet, og det forekom ikke troværdigt, at disse kunstnere delte værdier og målsætninger med HCA 2005-projektet. Mens en række af de øvrige optrædende leverede interessante Andersen-relaterede bidrag, blev disse i medierne totalt overskygget af kritikken af hovednavnenes performance og især af størrelsen på kunstnerhonorarerne. Åbningsshowet var lanceret som et velgørenhedsarrangement, hvorfra overskuddet skulle gå til bekæmpelse af analfabetisme. At arrangementet endte med at give underskud betød, at Andersen-fejringen kom rigtig uheldigt fra start.

Ligeledes havde de 200 udnævnte Andersen-ambassadører i mange tilfælde for lidt forbindelse til H.C. Andersens univers, og de tilførte derfor HCA 2005-brandet et skær af overfladisk jagt på medieopmærksomhed. Mange af ambassadørerne havde en kunstnerisk eller anden forbindelse til H.C. Andersen, men i mange tilfælde forekom det ikke begrundet, hvorfor en sportsmand eller -kvinde, en politiker, en erhvervsperson eller en kongelig skulle udnævnes til ambassadør. Mens ideen med at co-brande med et verdensomspændende netværk af allerede kendte HCA-ambassadører er god, blev det i alt for mange tilfælde ikke tydeligt, om der var et sammenfald af værdier mellem fondens arbejde og den enkelte ambassadør.

Man kan konkluderende sige, at co-branding-strategien som udgangspunkt var velvalgt og også langt hen ad vejen har fungeret for HCA 2005 Fonden. Dog er strategien i mange tilfælde ikke gennemført, fordi det at dele logo og programbog ikke kan gøre det ud for co-branding. Man har sandsynligvis haft fælles værdier med de fleste af de forskellige små projekter, men der har været for lidt samarbejde. I en række af de tilfælde, hvor fonden gik ind i et egentligt co-branding-samarbejde var det problematisk, at man netop ikke delte værdier, eller i hvert fald ikke opnåede at kommunikere et eventuelt værdifællesskab til offentligheden, som tilfældet var med en del af de kunstnere, der var engageret til åbningsshowet i Parken. Det havde sandsynligvis været hensigtsmæssigt i højere grad at værne om det oprindelige brand, nemlig H.C. Andersens person og liv og de allerede meget kendte og elskede værker, som han repræsenterer.

I hjertet af Andersen

Det er samtidig nærliggende at spørge, hvilken rolle Per Arnoldis logo har spillet i co-branding-processen. Logoets enkle foldede røde hjerte ligger i forlængelse af dansk designs tradition for enkelhed uden unødig ornamentering, som Arnoldi også er kendt for i andre sammenhænge. I symbolsk forstand leder hjertet på en gang tankerne mod flyvende vinger eller en sommerfugl og til Andersens evner for papirklip. Desuden er

hertet det enkle symbol for kærlighed og her yderligere foldet i en form, der gør det plastisk. Derved opstår et symbol for både krop og psyke.

Ifølge fondens målsætning var det netop viden om H.C. Andersen som et menneske "af kød og blod", der skulle udbredes. Det kunne et logo med et lettere genkendeligt, naturalistisk billede af Andersen måske også have gjort, men i Arnoldis symboliske hjerte får det samme budskab lethedens metaforik. Symbolikken i Arnoldis hjerte-logo er således velvalgt og meningsfuld i forhold til Andersen-fejringen, dog kan det diskuteres, om logoet i højere grad har konnoteret nutidige danske værdier og mulige eksportprodukter, end det har medvirket til at uddybe digterens mangefacetterede personlighed.

Så mange som muligt

I den første evaluerende rapport, *Første opgørelse af synligheden af HCA2005 fejringen* frem til november 2005, hedder det nu ikke længere som i *Kommunikationsstrategien*, at formålet er, at "HELE verden delagtiggøres i projektet og er med til at fejre Danmarks nationaldigter", men mere moderat, at fondens overordnede mål har været, at "så mange som muligt i Danmark og i udlandet opnår et større og mere nuanceret kendskab til digteren." (s. 2). Således formuleret er det et mål, der ville være vanskeligt ikke at opfylde, og i den forstand har HCA 2005 Fonden uden tvivl opnået, hvad man satte sig for.

Den modstand, som HCA 2005 Fonden mødte i offentligheden i årets løb, kan i høj grad forstås som knyttet til fondens måde at brande sig selv på. Det var usædvanligt og på mange måder provokerende, at HCA 2005 i højere grad syntes at behandle H.C. Andersen som et produkt eller en vare end som en national litteraturhistorisk arv. Denne pr-strategi har fungeret i den forstand, at budskabet er nået langt ud over Danmarks grænser, men prisen for det store fokus på medieomtale har dels været den negative presseomtale, der er fulgt med, og samtidig en høj grad af flygtighed. Det forekom f.eks., som om en stor del af ambassadørerne i højere grad var valgt, fordi de i forvejen var kendte mediepersonligheder, end fordi de havde nogen tydelig relevans i forhold til formidlingen af H.C. Andersens liv og værk. Den medieopmærksomhed, som følger med udnævnelsen af en fodboldspiller som H.C. Andersen-ambassadør, er kortvarig – i øvrigt ligesom fondens generelle prioritering af events frem for blivende forskningsresultater. Man prioriterede teater og dans i højere grad end litteratur, og altså også de kunstarter, der eksisterer i tid, frem for de blivende.

Således har HCA 2005 på forhånd truffet nogle på mange måder kontroversielle beslutninger i forhold til pr- og markedsføringsstrategien for HCA 2005-fejringen, og det er påfaldende, at den måde, man har valgt at tænke i branding og co-branding på, har været central i fondens arbejde. Metoden har været velvalgt, men det må anbefales, at man fremover arbejder mere omhyggeligt med co-branding-processen, både hvad angår udvælgelsen af samarbejdspartnere og selve samarbejdsprocessen. Alt i alt har fejringen af Andersen-jubilæet demonstreret en på mange måder succesfuld ny måde at promovere kunsten og kulturen på, og fremtidige nationale og regionale fejring af denne art vil kunne lære både af de erfaringer, man har gjort sig, og de fejltagelser, man har begået.

Referencer

Marianne Krogh Andersen: "Kejserens nye klæder", *Weekendavisen* 14. oktober 2005.

Tom Blackett, Bob Boad (ed.): *Co-Branding. The Science og Alliance*, Macmillian Press LTD 1999.

HCA2005/Have PR: *Kommunikationsstrategi for H. C. Andersen 2005*, Internt notat, udateret.

HCA2005: *Første opgørelse af synligheden af HCA2005 fejringen*, november 2005.

HCA2005: *HCA2005 – hvordan gik det?* Have PR, 5. december 2005.

(http://www.hca2005.dk/havepr/HCA2005_micro/HCA2005_hvordan%20gik%20det.pdf).

Peter Nielsen: "Kommentar: A/S Dansk Kulturformidling lukker og slukker", *Information*, 7. december 2005.

Jørgen Rye: "FESTLIGHEDERNE: Folk er mætte af Andersen", *JP Århus*, 1. juni 2005.

Allan Østbjerg, Kenn Thorsen: *Succeskriterier for Co-Branding*, Kandidatafhandling, Copenhagen Business School, Institut for afsætningsøkonomi 2003.

H.C. Andersen 2005 og turismen i Danmark

Janne J. Liburd

Turisme blev af H.C. Andersen 2005 Fonden udpeget som et særligt indsatsfelt til at fremme international synlighed og til at tiltrække flere besøgende til Danmark i anledning af fejringen af H.C. Andersens 200-års fødselsdag. Igennem de seneste år er der blevet sat stadig større fokus på, hvorledes særlige begivenheder eller events kan medvirke til at gøre et område mere attraktivt som turistdestination og samtidig skabe nye muligheder for herboende borgere. For regeringer og nationale organisationer indgår events i stigende grad som et strategisk middel til international markedsføring og synliggørelse af et bestemt image. Og for lokale interessegrupper og borgere giver eventen anledning til at dyrke særlige, tematisk relaterede passioner, hvorved der også genereres nye økonomiske vækstmuligheder. Udbyttet af en event omfatter således både unikke sociale, kulturelle og økonomiske aspekter, hvori også naturmæssige forhold kan inkluderes, hvor effekterne afhænger af størrelse, indhold og eventens hyppighed. Der kan eksempelvis være tale om en lokal, tilbagevendende festival med begrænset tematisk appel, eller det kan være en enkeltstående national event med international kulturel og kunstnerisk relevans, som det var tilfældet med fejringen af H.C. Andersen i 2005.

Nærværende analyse beror på en uafhængig vurdering af sekundære data i form af afrapporteringer, tilfredshedsundersøgelser, økonomiske analyser og pr-materiale til trykte og elektroniske medier. Der er gennemført et dybdeinterview med bestyrelsesmedlem af H.C. Andersen 2005 Fonden og formand for Turismekoordineringsgruppen, Lars Blicher-Hansen, samt telefoninterview med Mette Sigaard, sekretariatschef for H.C. Andersen 2005 Fonden og eventchef Claus Koch, tidligere Odense Bys Museer. Ved at sammenholde de oprindelige målsætninger, der løbende blev justeret undervejs, med indsamlingen af opnåede resultater er det hensigten at synliggøre eventens resultater og dokumentere de centrale erfaringer for at sikre, at både arrangører, samarbejdspartnere og andre interesserede kan få gavn af erfaringerne på et senere tidspunkt. Dette er især væsentligt, når der er tale om turismens rolle i implementeringen af en fælles, længerevarende strategi, som ofte er resultatet af flere års forberedende arbejde.

Turistmæssige målsætninger og aktiviteter

I december 2002 etablerede Danmarks Turistråd (nu: VisitDenmark) en Turismekoordineringsgruppe med repræsentanter fra Fonden FynTour, Wonderful Copenhagen, Odense Turistbureau (nu: VisitOdense), VisitDenmark, H.C. Andersen 2005 Fonden, Have PR & Kommunikation, Destination Odense og senere Odense Bys Museer. Denne turismegruppe udarbejdede omgående et strateginotat vedrørende den internationale turismemarkedsføring til fejringen af H.C. Andersens 200-års fødselsdag (Blicher-Hansen 2002). Notatet dannede grundlag for gruppens handlingsplan og

aktiviteter, som vil blive beskrevet nærmere i det efterfølgende. Det blev også grundlaget for en særbevilling fra Økonomi- og Erhvervsministeriet på 10 mio. kr., der var øremærket til international turismemarkedsføring. Bevillingen indgik ikke i H.C. Andersen Fondens godt 220 mio. kr. store budget, men blev overgivet til forvaltning hos VisitDenmark. Af tilsagnets betoning fremgik det, at tilskuddet ikke kunne anvendes til at dække eksisterende omkostninger eller aktiviteter, der alligevel ville være forekommet, men udelukkende skulle benyttes til at fremme nye initiativer og skabe ekstra synlighed på udvalgte internationale markeder.

De konkrete mål for turismeindsatsen blev i H.C. Andersen Fondens strategiplan for 2005 fastsat inden for følgende tre hovedområder:

- A) Udvikling af produkter med turisme som hovedsigte.
- B) Kulturelle aktiviteter og attraktioner med turistmæssig afsmitning.
- C) International turismemarkedsføring.

Da A) udviklingen af produkter med turisme som hovedsigte og B) kulturelle aktiviteter og attraktioner med turistmæssigt potentiale griber ind over hinanden, vil de i det efterfølgende blive behandlet under et. Dette er dog ikke ensbetydende med, at alle kunstneriske og kulturelle aktiviteter har international turistmæssig appel, ligesom aktiviteterne ej heller er lig med det kunstneriske produkt. Ofte bruges eventen til at fortælle om det kunstneriske produkt, der gennem formidlingen gøres oplevelsesmæssigt tilgængelig for publikum (Have 2006). Ligeledes er det ikke alle kulturelle aktiviteter og attraktioner, der udvikles med internationale dimensioner for øje, selv om disse i positivt fald kan bidrage til kvaliteten af oplevelsen for de turister, der gæstede Danmark af andre årsager end fejringen. Af projekter, der i særlig grad medvirkede til at fremhæve attraktionsværdien hos internationale besøgende, kan følgende fremhæves:

- Tivolis Eventyrshow.
- Projekterne under Odense Bys Museer, herunder moderniseringen af H.C. Andersens Hus i Odense, aktiviteterne i Den Fynske Landsby og etablering af "filialen" i H.C. Andersens loftsværelse i Vingaardsstræde i København.
- *Andersen Was Here* med eventyrspor rundt i det øvrige Danmark.
- Fejringen af Den Lille Havfrues fødselsdag ved statuen i Københavns Havn.
- Tilføjesen af Eilschous boliger i Den Gamle By i Århus.
- H.C. Andersen Paradens forestillinger i Odense.
- Julemarkedet i Odense.
- Eventyr-tematiseringen af den årlige blomsterfestival i Odense.
- Musicalen Den Lille Havfrue i Københavns Havn.
- *Golden Days'* fodsporsprojekt i København.
- Den Internationale Parade i København.

Af ovenstående projekter er det kun de sidste tre, der ikke har eller har opnået mere permanent karakter og fortsættes ud over 2005. Dette antages at have positiv betydning for værdien af fejringen og imageskabelsen af H.C. Andersens Danmark i udlandet, hvilket vil blive behandlet i det efterfølgende afsnit.

Blandt de kulturelle projekter, der forventedes at have en direkte turistmæssig afsmitning, var også udstillingen *Den største fortælling* ved Rosenborg Slot. Desværre

var den et mindre vellykket eksempel, da udskydelsen af åbningsdatoen for udstillingen i flere omgange fra den oprindelige dato i maj til medio oktober 2005 betød, at den vigtigste del af den danske turistsæson var forbi. Mere positivt skal det nævnes, at der i et enkelt tilfælde blev koblet en international turistvinkel til undervisningsområdet. Skoleprojektet *Den Flyvende Kuffert* blev anvendt i 5.-klasser i Benelux-landene, Storbritannien og Irland. Undervisningsmaterialet omfattede blandt andet en skriv konkurrence, hvor der blev udlovet rejser til Danmark, hvilket skabte både dansk og udenlandsk pressedækning.

Da VisitDenmarks primære opgave er at markedsføre Danmark i udlandet, foreligger der en forholdsvis omfattende dokumentation fra perioden 2003-2005 af den internationale turismemarkedsføring på ti udvalgte markeder (Sverige, Benelux, Storbritannien, Irland, Italien, USA, Tyskland, Kina, Spanien og Japan). Eksempelvis beskrives strategien for fire målgrupper (salgsled, mødeplanlæggere, presse og konsumenter) og sammenkoblingen til de hovedforretningsområder, som turistorganisationerne og deres erhvervspartnerne arbejder med (Kystferie, Aktiv/Temaferie, Citybreak, Erhvervsturisme), samt paletten af anvendte markedsføringsaktiviteter. Strategioplægget fremhæver vigtigheden af, at "der udvikles en vifte af egnede værktøjer og koncepter", herunder en form for kvalitetssikring, og at "det danske turisterhverv skal motiveres til at udvikle produkter" og anvende "fælles redskaber fra værktøjskassen" (Blicher-Hansen 2002: 7). Disse redskaber omfatter blandt andet en såkaldt pressekit, billedmateriale og billeddatabase, Video News Releases (VNR), et særligt logo, der supplerer fondens officielle logo (idet dette alene måtte anvendes i forbindelse med aktiviteter støttet af fonden), mobile udstillingsenheder, en såkaldt HCA Agent-manual samt web-services.

Den særlige portal for H.C. Andersen-fejringen på VisitDenmarks hjemmeside, www.visitdenmark.com/hca2005 var sprogligt tilpasset de ti ovennævnte markeder og disses målgrupper. Ud over en nyhedsside indeholdt portalen oplysninger om turismerelevante events, H.C. Andersen-ambassadører, links til arrangører og relevante hjemmesider. Der blev endvidere produceret en dansksproget sektion på www.danskturisme.dk med en række værktøjer og informationer (billedmateriale, logoer, eventoversigter, kontaktinformation) for det danske turisterhverv. Med andre ord kunne individuelle aktører i den danske turistbranche anvende H.C. Andersen som bærende tema til at nytænke og forstærke deres markedsføringsaktiviteter, hvor det måtte være relevant og ønskeligt.

På baggrund af ovennævnte handlingsplaner blev de konkrete mål for den fælles, nationale turismeindsats fastsat for internationale overnatninger i de reviderede handlingsplaner (H.C. Andersen Fonden 2004, 2005). Heraf fremgår det, at Turisme-gruppen i 2005 forventede en stigning i antallet af internationale overnatninger på 465.000, svarende til i alt 2 %. I de løbende evalueringer af markedsføringsaktiviteterne nedjusteredes dette tal samme år til 200.000 med en samlet direkte afledt turistomsætning på 100-150 millioner kr. Justeringen for den landsdækkende effekt blev endvidere geografisk udspecificeret, idet delmålene for Københavns og Fyns Amter fastholdtes med henholdsvis 75.000 og 30.000 flere overnatninger svarende til 2,5 %, mens den forventede effekt for resten af landet følgelig blev nedsat.

Opnåede resultater og effektmåling

Nedenstående dokumentation af de opnåede resultater og kvantitative effekter for dansk turisme af H.C. Andersen-jubilæet beror på analyser udført af Observer Danmark A/S, som er del af en overordnet analyse af VisitDenmarks egne markedsføringsaktiviteter i 2005. Det skal bemærkes, at de udregnede annonceværdier er opgjort af VisitDenmark og ikke revideret af Observer. Endvidere indgår VisitDenmarks (2006) evalueringsrapport til Økonomi- og Erhvervsministeriet vedrørende særbevillingen på 10 millioner kr. til international markedsføring af H.C. Andersen 2005 samt dataoplysninger fra Danmarks Statistik i årsopgørelsen af Turismens Økonomiske og Beskæftigelsesmæssige Betydning (TØBBE) i 2005.

TØBBE-analysen fra 2005 indeholdt en særlig undersøgelse af jubilæets effekter på den internationale turisme i Danmark, hvor en repræsentativ stikprøveundersøgelse blev gennemført af SFI-Survey blandt 3.303 udenlandske hotel- og feriehusturister i hele landet. Undersøgelsen, der blev gennemført som face to face-personinterview, omfatter udenlandske turisters forhåndskendskab til jubilæet, hvilket især er markant for turister fra Danmarks nærmarkeder: Tyskland, Sverige, Norge og Holland. I alt havde 79,25 % af hotelgæsterne fra disse nærmarkeder og 67 % af feriehusturisterne forud for besøget i Danmark hørt om fejringen, hvilket i alt svarer til 69 % af de udenlandske hotelgæster og 59 % af de udenlandske feriehusgæster. Det estimeres herudfra, at den nationale turistøkonomiske effekt af H.C. Andersen-jubilæet, der er bestemt af den turistmæssige meromsætning i Danmark i 2005 kan anslås til ca. 1,2 milliarder kr. Dette beror på, at knap 6 % af de udenlandske turister angav fejringen som medvirkende årsag til deres valg af Danmark som rejsedestination, mens ca. 1 % angav denne som hovedårsag til deres rejsebeslutning. Sidstnævnte turistgruppe repræsenterer en estimeret meromsætning på 107 millioner kr. Knudepunkterne for fejringerne, Fyn og København, oplevede en ganske signifikant vækst i antallet af hotelovernatninger på henholdsvis 10,5 og 12 % mod forventede 2,5 %. Og selv om disse ikke direkte kan henføres til fejringen, må stigningen anses som en plausibel indikation af den positive effekt, som jubilæet måtte have haft. Væksten i antallet af udenlandske overnatninger i resten af landet var mere beskedne 3,1 %.

Synligheden i udenlandsk presse og tv dokumenteres delvist i Observers (2006) analyse af VisitDenmarks egne markedsføringsindsatser. Der blev produceret i alt 1619 artikler, hvor 33 % af samtlige artikler i udenlandsk presse omhandlede fejringen i 2005. Tilsvarende for 2004 vurderes denne til 18 %. Annonceværdien for 2005 estimeres af VisitDenmark til 109,3 millioner kr. Endvidere skal produktionen af 13 Video News Releases (VNR's), der blev varetaget af Wonderful Copenhagen, også nævnes. Disse korte indslag blev vist i nyhedskanaler og som del i temaudsendelser på kulturprogrammer og estimeres til at være nået ud til potentielt 557.291.946 seere på verdensplan (eksklusiv USA og Kina, hvor der også var visninger, men ikke blev foretaget målinger af økonomiske årsager). Ifølge Wonderful Copenhagen kan den omregnede annonceværdi for de 13 VNR's opgøres til 57.378.736 kr.

Den akkumulerede effekt af de internationale markedsføringsaktiviteter skal ses i perspektiv af samarbejdet mellem Have PR & Kommunikation, der var presseansvarlig for H.C. Andersen 2005 Fondens, VisitDenmark og involverede turismeorganisationer. Have PR & Kommunikation forestod fondens overordnede pressestrategi, herunder særlig bearbejdning af kunst- og kulturmedier, hvor turistorganisationerne og VisitDenmarks markedskontorer arbejdede intensivt med den internationale rejsepresse. De kvantitative hovedresultater er sammenfattet i Box 1.

Box 1. Kvantitative hovedresultater

	Hovedresultater
Kendskab	69 % af de udenlandske hotelgæster og 59 % af de udenlandske feriehusturister i 2005 havde forud for deres besøg hørt om fejringen.
Rejsemotiv	6 % af de udenlandske hotel- og feriehusturister angav fejringen som direkte medvirkende årsag til deres valg af feriedestination. 1 % af hotelturisterne angav fejringen som hovedårsag, mens dette var mindre hos feriehusturisterne.
Økonomi	Omsætningen fra de turister, der havde fejringen som hovedmotiv estimeres til 107 millioner kr. Medregnes de, der havde fejringen som medvirkende motiv, estimeres omsætningen til 1,179 milliarder kr.
Presse og TV	33-39 % af samtlige artikler i udenlandsk presse omhandlede fejringen i 2005*. Tilsvarende for 2004 vurderes denne til 18 %. Annonceværdien for 2005 opgøres til 109,3 millioner kr. Godt en halv milliard udenlandske tv-seere så VNR-indslag om fejringen, med en anslået annonceværdi på 57.378.736 kr.
Overnatninger	København og Fyn oplevede en vækst i antallet af udenlandske overnatninger på henholdsvis 10,5 og 12 %. Væksten i resten af landet var 3,1 %.

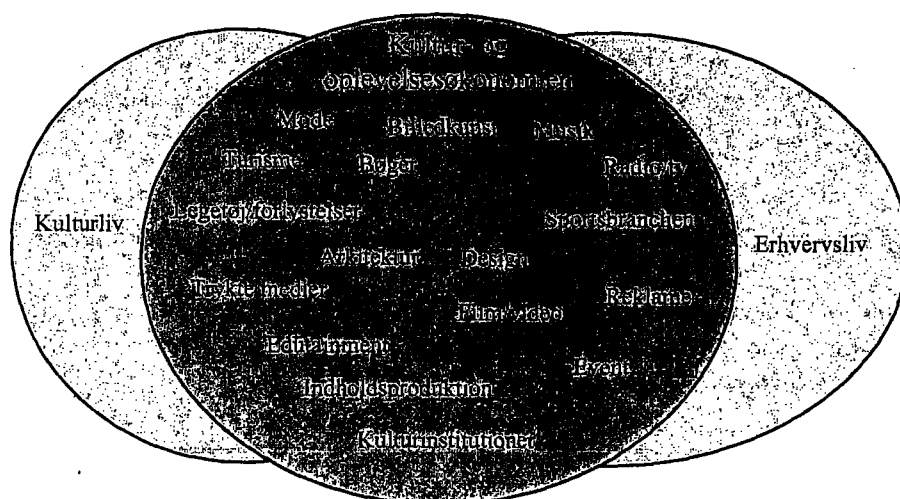
Tilpasset fra VisitDenmark (2006) og Observer (2006).

* Forskellen skyldes en diskrepans mellem Observers 2005-rapport (p. 6) og VisitDenmarks afrapportering til Økonomi- og Erhvervsministeriet (VisitDenmark 2006: 2).

Målinger og resultaterne af en event bør, som nævnt i indledningen, ikke blot reduceres til økonomi og betragtninger omkring tilfredsstillende "Return of Investment" i international turismemarkedsføring, hvilket ovennævnte tal viser værdien af. Kulturelle og sociale aspekter skal ligeledes indtænkes i en samlet helhedsvurdering, hvilket specielt er påkrævet i en international kunst- og kulturevent, som fejringen af H.C. Andersen netop var udtryk for. Da dette er ganske omfattende og ville have påkrævet specifik dataindsamling og kvalitative interview i løbet af eventen, vil dette aspekt i det efterfølgende blive begrænset til betragtninger omkring samarbejdet mellem, hvad der groft kan opdeles i kultur- og turismesektoren, herunder ejerskab af fejringen blandt danske turismeaktører og serviceudbydere, samt potentialet i den æstetiske merværdi, når oplevelser bliver mellemlid mellem sansning og erfaring.

Det vil ikke være nogen overdrivelse at hævde, at dansk turismes aktører og organisationer ikke har nogen lang tradition for at samarbejde. Ligeledes er der få eksempler på vellykkede forsøg med at sammenkoble erhvervs- og kulturektoren i den nye oplevelsesøkonomi (Figur 1), der har haft et internationalt perspektiv for øje.

Figur 1. Kultur- og oplevelsesøkonomien



Tilpasset fra: *Danmark i Kultur- og oplevelsesøkonomien. Vækst med vilje* (Regeringen 2003).

Med dansk turismes internationale fejring af H.C. Andersen bevægede man sig således ind på et jomfrueligt terræn, også i forhold til intern organisationskultur og eksterne samarbejdspartnere. Hvorvidt den i strategien planlagte agentmanual, som FynTour og Wonderful Copenhagen ville udarbejde, men som ikke blev realiseret, kan ses som et udtryk for interne organisatoriske vanskeligheder, er der ingen dokumentation for. Det er derimod sandsynligt, at der mangler gensidigt kendskab mellem dansk turismes organisationer og kultursektoren. Sidstnævnte er præget af mange forskellige brancher, som trods det fælles kulturelle fundament ikke nødvendigvis ser sig selv som en del af et større oplevelsesmæssigt potentiale i hverken dansk eller internationalt perspektiv. I praksis betyder det, at en kulturbegivenhed ikke planlægges med særlig interesse for kommunikationen før forestillingen, hvorved internationale turistoperatører og andre salgsled for dansk turisme ikke har kendskab til hverken tidsramme eller indhold. I givet fald vil det være en umulig opgave at producere en agentmanual, da forskellen på den tidsmæssige produktionshorisont kan være adskillige år.

Ligeledes kan det være vanskeligt for en kunstner, der ønsker at kommercialisere en kulturel produktion, at vide, både til hvem henvendelsen bør rettes i rækken af lokale, regionale og nationale turistorganisationer, og hvordan man skaber synlighed på et turistmarked, der er præget af global konkurrence. Det særlige ved de kulturbårne oplevelser er endvidere, at de tilvejebringer en unik værdi for den enkelte forbruger/turist, der eksempelvis udspringer af kvalitet, holdning, sanselighed, æstetik, autenticitet og historie. Kulturel kreativitet bidrager således direkte ved at skabe særlige og gode oplevelser, der kan få os til at erkende omverdenen på nye måder. Oplevelserne anvendes også aktivt i den enkeltes selvforståelse og identitet ved at tale til både vores intellekt og følelser og kan potentielt medvirke til at øge status og social anerkendelse (Liburd 2005). Med andre ord handler kulturbårne oplevelser i høj grad om koblinger og transformationer – både mellem udbydere, virksomheder, orga-

nisationer og offentlige myndigheder – således at oplevelsestilbuddet kan bindes sammen med andre produkter og services. Og det handler i lige så høj grad om, at turister og borgere kan identificere sig med oplevelsens tema (Jantzen og Jensen 2006).

Fejringen af H.C. Andersen gav dansk turisme et nyt tematisk baseret oplevelsesprodukt. Systematiseringen af H.C. Andersen-relaterede oplevelser, med løbende opdateringer af informationer i en fælles portal, tilgængeliggjorde budskabet om H.C. Andersens liv og værker for et internationalt publikum. Den blivende effekt af H.C. Andersen-relaterede attraktioner såsom *Andersen Was Here* og projekterne under Odense Bys Museer forventes derfor at kunne bidrage til en oplevelsesmæssig merværdi for fremtidige turister, der rækker ud over målbare opgørelser for 2005-fejringen.

Samtidig bør det fremhæves, at produktudvalget er begrænset, og at der ikke på nuværende tidspunkt er grund til at tro, at aktørerne i dansk turisme vil tage yderligere ejerskab af H.C. Andersen-temaet. Koblingen mellem aktørerne i dansk turisme, der er kendetegnet ved små og mellemstore virksomheder, og organisatorerne i København og Odense har haft en mindre effekt. Turistbranchens små og mellemstore virksomheder markedsfører generelt et enkelt, til tider veldefineret produkt, men mangler ofte kapacitet til at foretage de investeringer og udvikle den del af virksomheden, der kan indgå i dialog med organisationerne. Det vil dog være fejlagtigt at se H.C. Andersen-fejringen som årsag til denne afstand mellem København og resten af turist-Danmark, da denne blot skal ses som endnu et symptom på en dybere funderet distance. Kort sagt har det danske turisterhverv i bred forstand ikke identificeret sig med H.C. Andersen og tilegnet sig nogle af de værdier, der har vundet gehør i udlandet. Den nationale, negativt ladede mediefokusering på budgetoverskridelserne i forbindelse med åbningsshowet i Parken har i dette perspektiv ej heller ansporet til mere innovativ adfærd i den danske turistbranche, hvor det også her blev et anliggende om at adskille "os" fra "dem".

Konklusion

Fejringen af H.C. Andersen i 2005 var en enestående kultur- og kunstbegivenhed med internationale dimensioner. Det var derfor både oplagt og visionært at skabe rammerne for en særlig indsats, der kunne fremme opmærksomheden og tiltrække flere internationale turister til Danmark. Ofte tilføjes turisme blot som en pendant til allerede igangværende forretningsaktiviteter, et mindre væsentligt "add on", hvorved der ikke blot mistes internationalt momentum, men risikoen for kortsigtede løsninger øges markant, hvilket glædeligvist ikke var tilfældet med denne event. Det kan følgelig konkluderes, at de af Økonomi- og Erhvervsministeriet øremærkede midler til nye turismeinitiativer og international markedsføring opnåede den tiltænkte internationale synlighed. Turistgruppens iværksatte strategi blev i stort omfang realiseret med mange målbare effekter af markedsføringsaktiviteterne i 2005. Den blivende effekt skal også relateres til fondens overordnede promovning af Danmark som kulturdestination. Synergien mellem en øget international opmærksomhed og de tilbagevendende H.C. Andersen-relaterede projekter kan forventes at være af længere varighed og attraktivitet for såvel danske som udenlandske gæster.

Samtidig må det siges, at målsætningen om at motivere det danske turisterhverv til at tage ejerskab og bruge fejringen til at nyudvikle tematisk relaterede produkter og markedsføringsstrategier var en mere begrænset succes. Umiddelbart kan den allerede

eksisterende distance mellem turisterhvervet og dets organisationer i København versus provinsen tilskrives en del af årsagen til den manglende kobling, som i denne kontekst blev forstærket af de nationale mediers ret ensidige fokusering på fondens budgetoverskridelser. Dybere set handler det dog om, at de mange små og mellemstore aktører i dansk turisme mangler kompetencer til at skabe oplevelsesmæssige transformationer, hvor netop indholdsproduktionen er et helt afgørende konkurrenceparameter i den nye oplevelsesøkonomi.

Levende kunstneriske og kulturelle oplevelser, der både skal formidle og underholde, udfordrer vores forståelse af kultur: Hvordan udvælges, repræsenteres og genopfindes kunst, kultur og kulturarv, og hvordan kan autentiske oplevelser af bestemte steder og produkter indgå i den globale kommerialisering uden samtidig at miste betydning? Som et eksempel fra fejringen kan de offentlige museers og kulturinstitutioners tredelte forpligtelse til formidling, forskning og kulturarvssikring fremhæves, idet disse institutioner samtidig skal tilpasse sig en international konkurrencesituation, hvor oplevelsesindhold er blevet et kvalitetsparameter. Mødet med H.C. Andersens originale pen skal i dette perspektiv iscenesættes, så der skabes et magisk rum for oplevelsen af det ægte og autentiske, samtidig med at den besøgende bliver inspireret til at ville vide mere, hvilket kunne motivere til genbesøg i Danmark.

Der er stadig store udfordringer i at skabe de nødvendige sammenkoblinger mellem kultur- og turistsektorerne for netop at kunne skabe merværdi for både den enkelte og samfundet generelt. Her er det afgørende, at turismens organisationer indgår i ligeværdig dialog med kunst- og kultursektorernes repræsentanter og omvendt, således at de tiltænkte synergier kan opstå på baggrund af gensidig forståelse og respekt for faglige kompetencer. Endvidere vil det være påkrævet, at løbende evalueringsmetoder af afledte økonomiske, kulturelle, sociale og naturmæssige effekter dokumenteres gennem objektive og internationalt sammenlignelige målinger. En mulighed er event-evalueringstværværktøjet *Encore*, der dog først i sommeren 2006 er gjort kommercielt tilgængeligt fra det australske *Sustainable Tourism Cooperative Research Centre*.

Det vurderes, at Turismekoordineringsgruppens implementering og dokumenterede erfaringer udgør et godt grundlag for begyndelsen til en øget professionalisering og egentlig opbygning af et professionelt beredskab til at gennemføre store, internationale events. I den videre proces anbefales det følgelig at opprioritere videndeling mellem forskellige offentlige videninstitutioner og private virksomhedstyper samt læring fra internationale eksempler på den kreative og rekreative industri, specielt med henblik på innovativ netværksdannelse, iværksætteri og unik indholdsproduktion for den danske kulturbårne oplevelsesøkonomi.

Referencer

- Blicher-Hansen, L.: *Notat. Strategi for international turisme markedsføring af HCA 2005*. Danmarks Turistråd. København, Danmark 2002.
- Hans Christian Andersen 200 Anniversary 2005*. Celebration Video Cavalcade DVD. Wonderful Copenhagen. København, Danmark.
- H.C. Andersen 2005 Fonden: *Handlingsplan*, Version 6, marts. Status på turismeområdet, 2004.
- H.C. Andersen 2005 Fonden: *Handlingsplan*, Version 7, maj. Status på turismeområdet, 2004.
- Have, C.: *Synlighed er eksistens. Eller synlighed bliver eksistens i de kommende år*. I Jantzen og Jensen (red.): *Oplevelser: Koblinger og Transformationer*. Ålborg Universitetsforlag 2006: 131-144.
- Jantzen, C. og Jensen, J.F. (red.): *Oplevelser: Koblinger og Transformationer*. Ålborg Universitetsforlag 2006.
- Liburd, J.J.: *Den kulturbårne oplevelsesøkonomi*. Ekspertnotat til Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling. København, Danmark 2005.
- Observer Danmark A/S: *Gulliver. Danmark i de internationale medier*. København, Danmark 2006.
- Regeringen: *Danmark i Kultur- og oplevelsesøkonomien. Vækst med vilje*. Schultz Grafisk, København, Danmark 2003.
- VisitDenmark: *HCA 2005 International Turismemarkedsføring. Evaluering og afrapportering vedrørende Økonomi- og Erhvervsministeriets særbevilling til den internationale markedsføring af HCA 2005*. København, Danmark 2006.

Mere Afrika!

Teater og dans i H.C. Andersen-året

Monna Dithmer

Alle skal de dunkes på maven! Som taget ud af eventyret "Nattergalen" var det gennemgående den besked, der lød fra medierne til HCA 2005 Fonden, da Andersenfejringen i april 2005 blev skudt i gang på scenen med en dobbeltsalut på to spektakulære forbieri. Først bød Det Kongelige Teater på den stort anlagte *Peberrods Suppe og fyldt Kaalhoved*, der med en vifte af teater, dans, opera og cirkusakrobatik, styret af succesinstruktøren Lars Rudolphsson, skulle være en farverig Andersenfantasi, men hvor det bedste viste sig at være titlen (samt de luftakrobatiske indslag). Som den kluntet afviklede suppedas det var og så tilmed i tv-transmitteret nationalsceneregi, blev det en opreklameret fiasko.

Derpå fulgte åbningsshowet *Once Upon a Time* i Parken med bl.a. Renée Fleming, Jean Michel Jarre, Olivia Newton-John og ikke mindst den siden hen så famøse Tina Turner med den pæne gage. Showet viste sig nok at kunne stå sin prøve som bredt appellerende mainstream-event orienteret mod de internationale tv-kanaler, men sigtede med sit koncept forkert i forhold til den folkelige live-begivenhed, der også var lagt op til. Det var kort sagt for uandersensk, lutter kunstig nattergale-effekt. Hvis det skulle være den måde, hvorpå HCA 2005 Fonden ville udbrede kendskabet til digteren herhjemme og ude i verden, var det i demonstrativ grad en bekræftelse på alle de bange anelser og al den skepsis, der for længst var blevet luftet i medierne. De negative forventninger handlede især om risikoen for overmætning og oppustet eventmageri, om fejringen som én stor kanon-flinkeskole, hvor alle større og mindre institutioner, der ville være noget ved musikken, pligtskyldigst skulle yde deres bidrag til "vor store digter", uden at der reelt kunne stemples nogen som helst fornemmelse af kunstnerisk nødvendighed op af jorden. Desværre havde disse forventninger det med at blive selvopfyldende profetier, uanset hvad der foregik ude i det virkelige liv på scenerne. "Og det kom i Avisen og det blev trykt og det er ganske vist: *en lille Fjeder kan nok blive til fem Høns!*"

Men som året skred frem, og et bredt spektrum af forestillinger, gæstespil og kunstnere foldede sig ud på scenerne, blev det klart, at mediernes anslåede selvbekræftende mantra "duer ikke" efterhånden blev overdøvet af mødet med de scenekunstneriske præstationer i praksis. Ved afslutningen på året stod det i hvert fald klart, at hvis nogen eller noget skulle dunkes på maven, så var det ikke de ansvarlige for scene-kunstprogrammet eller de involverede kunstnere.

Med til at fastholde et lidt negativt billede bidrog dog de hjemlige, bredtfavnende, store produktioner, som der ikke var mange af, og som viste sig at være de sværeste at få til at lykkes ud fra en kunstnerisk betragtning. Det gælder lige fra den førnævnte kgl. suppedas over Odense Teaters Sebastian-musical *Kærlighedens Farve* til Glad-saxe Teater *Mit Livs Eventyr*. Til den mere populære, letbenede underholdnings-

afdeling hører masseoptrin som Bent Fabricius-Bjerres og Niels Brunses nette stunt med *Den lille havfrue*, hvor 700 medvirkende amatører stod frem på en flydepram i Københavns Havn, og den farverige paradeopvisning *Et Tivoli Eventyr*, skabt af bl.a. showproduceren Gary Paben, med fascinerende kæmpedukker, men uden samlende ide.

Overordnet var udbuddet af forestillinger løfterigt, såvel hvad angår spændvidde som kvalitet. Her kan det foreløbig fastslås, at Andersen-året ikke alene betød et ambitiøst og omfattende spektrum af især teater, men tilmed i et vist omfang formåede at flytte grænserne for den hjemlige scenekunst.

Når man skal vurdere, hvad sådan et jubilæumsår reelt har betydet for teatret og dansen, er det første spørgsmål, man må stille, selvsagt: ud fra hvilke kriterier og i forhold til hvilke overordnede mål?

Ud fra det proklamerede mål for H.C. Andersen-fejringen om, at "så mange som muligt i Danmark og i udlandet opnår et større og mere nuanceret kendskab til digteren", blev der ligeledes fra fondens side udstukket følgende delmål for de kunstneriske projekter:

- At skabe mange forskelligartede billeder af H.C. Andersen med henblik på at stimulere interessen for Andersens forfatterskab.
- At skabe en bredtfavnende begivenhed, som både indeholder de helt store produktioner og initiativer, der har afgørende international gennemslagskraft og en række mindre begivenheder.
- At iværksætte projekter med både bred folkelig appel samt mere specielle produktioner, der henvender sig til bestemte målgrupper.

Her skal det indledningsvis pointeres, at denne evaluering ikke vil gå ind på økonomiske forhold, produktionsbetingelser, støttekriterier og mere eller mindre brede målgrupper. Det gælder såvel spørgsmålet, om bevilgede støttemidler er faldet i de rigtige lommer, om de har givet det tilsigtede afkast i form af publikumstal og medieomtale, eller om der har været tilstrækkelig spredning både i forhold til bredden af udbuddet samt geografisk.

Hvad angår de forestillinger, der her undervejs vil blive refereret til, tages der ikke hensyn til, om de hører til de officielt støttede – hvilket dog er tilfældet med hovedparten – eller ej. Den optik, som de vil blive behandlet med, er udelukkende baseret på en ren æstetisk vurdering ud fra kriterier som kunstnerisk kvalitet, nytænkning og bæredygtighed, hvilket dog også indbefatter overvejelser om f.eks. kunstnerisk befrugtende samarbejder på tværs af landegrænser. Oven i vil spørgsmålet om at skabe nye billeder på Andersens forfatterskab indgå i evalueringen. Endelig skal det pointeres, at når der tales om scenekunst, indbefatter det her kun teater og dans.

Ud fra helt enkle kriterier: hvad godt og hvad nyt, hvad skabte ny indsigt og generede ny kreativitet, vil Andersen-året på scenen blive anskuet ud fra tre overordnede indgangsvinkler: den internationale dimension, den tværkunstneriske dimension samt nye dimensioner i Andersen-universet.

Det vil selvsagt undervejs indebære en del overlapninger og gentagelser, men vi kommer hele raden rundt.

Den internationale dimension

En afgørende faktor i konceptet for Andersen-året, som fonden selv havde betonet det, var den internationale skala. Det skulle ikke bare være en hjemmebanefest, men en fejring af Andersen verden over – helt i stil med at han selv var en dansk verdensborger, og at han i kraft af sin vidtrækkende udbredelse er alt andet end dansk ejendom.

Udveksling på tværs af landegrænser er – og vil i stigende grad – blive en vigtig dynamo for udviklingen i det danske teaterlandskab, der har det med at blive en provinsiel udørk dels pga. sproglige barrierer, dels fordi forestillinger nu engang er særdeles omkostningstunge at turnere rundt med. Her var der virkelig mulighed for, at Andersen-året kunne pege fremad.

At bibringe input udefra såvel som at lade danske kunstnere optræde på udebane lykkedes da også i et vist omfang for scenekunstprogrammet.

Først og fremmest har en imponerende række af internationale gæstespil præget billedet, skabt af koryfæer som canadiske Robert Lepage, belgiske Jan Fabre og tyske Frank Castorf. Hertil kommer navne som den London-baserede danske koreograf Kim Brandstrup, columbianeren Enrique Vargas, den engelske gruppe Tiger Lilies og kinesiske Chen Shi-Zheng. Sidstnævntes forestilling *My Life as a Fairy Tale* fra Lincoln Center endte dog som en af årets kunstneriske skandaler, fordi gæstespillet under Århus Festuge – pga. producenters og arrangørers (herunder HCA-sekretariatets) interne uklarhed om logistik og afvikling – blev opført uden den visuelle del af forestillingen, som ellers er instruktørens særkende.

Men den plet på gæstelisten ændrer ikke ved den iøjnefaldende værdi, der ligger i at få markante internationale kunstnere til at skabe forestillinger med Andersen som afsæt og blikket rettet mod en international horisont. At det i den grad lykkedes, kan i øvrigt tilskrives tidligere generalsekretær Lars Seeberg og hans vidtrækkende, kunstneriske kontaktnet. Vigtigheden af at have en person i spidsen med kunstnerisk indsigt, integritet og kontakter skal ikke undervurderes, når et megaforetagende som denne Andersen-fejring skal sættes i verden.

Som et af de skelsættende gæstespil skal Volksbühne og teaterchef og instruktør Frank Castorfs *Meine Schneekönigin* fremhæves. I sig selv var det en vitaminindsprøjtning at få besøg af et af de banebrydende teatre i Europa, som aldrig før havde gæstet Danmark. Konfrontationen med denne særlige, tyske specialitet skabte markant resonans, fordi det var lige præcis den udfordring, dansk teater trængte til, og det gjaldt både publikum og teaterfolk.

Et var det karakteristiske Volksbühne-anarki på scenen, hvor spillerne indimellem kastede sig ud på tilsyneladende frihjulskørende kamikazetrip. Noget andet – og ikke mindre vigtigt – var den kontroversielle tilgang til teksten, hvor der blev sprunget rundt mellem stumper af eventyr og dagbøger, med en dramaturgi som en nedad- og indadgående spiral, der borede sig langt ned i det, som Castorf kaldte den andersenske kælder af ubevidst og overraskende grumt materiale. Lige dele grotesk humor, rabiater energi og brutal vitalitet. Syrede syner tog form på scenen, ledsaget af en snekanon, levende geder, afhuggede benstumper og mobilsnakkende blomster. Som Castorf beskrev det i et interview (*Politiken* 4.9.2005): "Man ser ind gennem et lille nøglehul og bagved ligger Afrika".

Mens det således myldrede ind med prægnante gæstespil, gav Andersen-året også anledning til en vis trafik henover grænserne med danske produktioner. Kirsten Deholm og Hotel Pro Formas *Jeg er kun skindød* spillede undervejs på sin Europaturné

bl.a. på Venedig Biennalen som det første danske gæstespil nogensinde. En af årets store succeser Kaleidoskops *Havfruen* skabt af instruktøren Katrine Wiedemann og scenografen Martin Tulinius i samarbejde med det svenske Cirkus Cirkör turnerede i bl.a. Sverige og Tyskland i 2005, dertil kom et gæstespil i London i december 2006. Også Claus Beck-Nielsens *The National Brand* (skabt i samarbejde med Kaleidoskop, Svalegangen og Das Beckværk) kom på turné til bl.a. Finland, mens Gruppe 38's installationsforestilling *Du må være en engel*, Hans Christian skal til New York i maj 2007.

Men den forestilling, der utvivlsomt får det længste turnéefterliv er Eugenio Barbas kalejdoskopiske *Andersens Drøm*, for som altid med Odin Teatrets produktioner cirkulerer den allerede flittigt via de internationale udvekslingskanaler, som teatret gennem årene har udviklet i kraft af det tværkulturelle netværksarbejde (turen er bl.a. gået til Italien og Brasilien).

Muligheden for at invitere scenekunstnere udefra til at skabe en forestilling i samarbejde med danske kolleger var der desværre ikke mange tilfælde af. Mest spektakulært overbevisende var instruktøren Katrine Wiedemanns og teatret Kaleidoskops samarbejde med det svenske nycirkus Cirkus Cirkör om *Havfruen*. Det Kongelige Teater inviterede på sin side den svenske instruktør Lars Rudolfsson til at stå for den tidligere nævnte festforestilling, ligesom teatret frem for alt sikrede sig en af årets mest markante produktioner ved at få veteranen John Neumeier fra Hamburg Balletten, der tidligere havde haft et exceptionelt samarbejde med Den Kongelige Ballet, til at skabe helaftensballetten *Den lille Havfrue*. Der går vel at mærke år imellem, at der bliver skabt en ny helaftensballet. Og her fik Neumeier, der også digtede med scenografi og kostumer skabt et værk, som i sig selv var et dragende poetisk dansende væsen, udstyret med en hale af billedskønne scenerier og godt tænkte dramatiske optrin.

At balletten stivnede, når den kom op på landjorden, og at selve H.C. Andersen-figuren var noget uforløst, ændrer ikke ved, at der med havfruen blev skabt en figur af skæbnedimensioner, der kunne måle sig med en Tornerose eller en Svanepriksesse. Dertil kommer, at denne undervandsballet med hele den graciøst slyngede og farefuldt glidende vandplante-underskov af bevægelser blev et unikt bud på fantasiens hypnotiserende underverden, som den udfolder sig hos Andersen.

Neumeiers *Havfrue* gav i øvrigt et tiltrængt boost til et lidt svagt HCA-program på hjemmefronten med kun to andre danske produktioner. Her blev Det Kgl.'s børneballet *Papirklip*, skabt af svenske Pär Isberg, en nydelig, men tam og ikke videre børnevenlig billedbog, mens koreografen Tim Feldmann og instruktøren Rolf Heim heller ikke havde det store held med sig i deres ufokuserede, fræsede tværkunstneriske performance *Fodreise*.

Den tværkunstneriske dimension

Andersens værk og liv kom på mange måder til at udfordre teatrets evne til at skabe billedmagi, sanseligt nærvær og tværkunstnerisk synergi. Det har for det første betydet en genorientering mod teatrets egen evne til at trylle med rum og figurer, hvor netop scenens konkretion og enkelthed er en god match for Andersens sans for den konkrete, fysiske detalje. For det andet har det betydet en potensering af teatrets kropslige dimension, og for det tredje har teatret fået et yderligere skub i retning af at inddrage nye visuelle, filmiske udtryksmidler. "Teater og film kradser på hinandens dør", sagde den canadiske mester i visuelt teater, Robert Lepage, i forbindelse med et

af årets store hit på gæstespilsscenen *The Andersen Project*. I det hele taget kan man sige, at Andersen-året kan ses som led i og bidrag til en generel nyorientering inden for teatret, i retning af et mere tværgående, visuelt og fysisk teater.

Set i det lys kommer selv den kgl. peberrodssuppe til at pege kunstnerisk fremad med sin ambitiøse blanding af teater, ballet, opera og cirkusartisteri på linje med andre små og store forestillinger i årets løb. Her var det især gæstespillene, der førte an. Som en absolut mester tryllede Lepage på forførende vis i Turbinehallerne med rum, dimensioner, filmiske projektioner og sig selv som snart wannabe tekstforfatter, snart dryade eller tvekønnet Andersen m.m. i sit suveræne metateater om, hvordan man får en Andersen-forestilling op at stå i den business-tromlende kulturindustri, som teatret er udartet til. En lige højre til selve Andersen-fejringen.

Med sin forjættende, rumlige udfordring *Skyggens overraskelser* lod columbianeren Enrique Vargas tilskuerne vandre rundt i en sanselabyrinth af små, interaktive tableauer i Kanonhallen. Den engelske kultgruppe Tiger Lilies styrede med deres morbidt bevægende kabaret *The Little Matchgirl* ind i kønnets dunkle landskab i et syret samspil mellem sang, musik, tale og et scenisk tableau, hvor den ene scene viste sig at dække over en mindre scene, der igen dækkede over en endnu mindre osv. Kønnets afgrund er tydeligvis bundløs hos den gode Andersen.

Das Meininger Theater og Stefan Wei, der gæstede Taastrup Kulturcenter, fortalte historien om *Den standhaftige tinsoldat* ved at trylle med rum og en lille bitte tinsoldat i en grad, så en dyne med en sovende Andersen-fortæller kunne vokse til et kuglerundt kæmpetelt, som tilskuerne kunne gå ind i og opleve tinsoldaten som skygge- og dukketeater i stort format. Selv et lille, uprætentøst gæstespil kan altså bane nye veje.

En række hjemlige produktioner udfordrede også på nyskabende vis teatrets måde at skabe billeder på samt kroppens muligheder for at transformere sig. Børneteateret Gruppe 38 satte nye standarder for opfindsomhed med teaterinstallationen *Du må være en engel, Hans Christian*. Her var der dækket op på et kæmpebord med et eventyr på hver plads, lige fra Havfruen, der kunne sende bobler op i tallerkenen, til Kejseren, der kunne få bestikket til at stå ret.

Som et lysende eksempel på teater hen over grænserne skabte instruktøren Katrine Wiedemann og svenske Cirkus Cirkör *Havfruen*, hvor luftakrobater og slangemennesker indfangede eventyrets anden verden. Med blandingen af skuespillere og artister blev der skabt en fascinerende spændvidde af liv og værensformer, til vands, til lands og i luften, forstærket af en nærmest vægtløs scenografi.

I Odense Teaters "*Kender du Svimmel?*" (ved Sven Holm, Henrik Sartou og Jesper Corneliussen) fremstod et visuelt fabulerende drømmespil centreret om en gigantisk Andersen-hat midt på scenen. Herfra duvede og strømmede det frem med personer fra eventyrene og fra Andersens liv og, som noget ret enestående for årets udbud af forestillinger, med en stærk dramatisk tekst.

Med Claus Beck-Nielsens *The National Brand* på Kaleidoskop kunne man via et miks af dokuvideo og situationer på scenen følge i hælene på Andersen alias Beck-Nielsen, sådan som han med høj hat rejste rundt og blev smidt ud fra både Volksbühne i Berlin og New Yorks Lincoln Center i sit groteske reality teater-show om, hvordan man får et miskendt Andersen-projekt til at floppe.

Mulighedsfeltet mellem film og live-optræden blev også undersøgt i Det Danske Teaters *Fyrtøjet*, en *laterna magica*-musical, hvor personer på scenen finurligt fusionerede med film på bagtæppet. Noget langtrukken, men en animerende tværkunstnerisk leg med eventyr og virkemidler, skabt af Thomas Malling og Jane Wessely. I

Gladsaxe Teaters stort anlagte, højteknologisk oprustede musical *Mit Livs Eventyr* (Flemming Enevold og Stephen Schwartz) kunne eventyrdigteren f.eks. *live* gå ind og ud af kvælertaget med sin megastore, filmiske skygge på bagvæggen. Der gik dog her alt for meget teknologispektakulær billedbog i den, og historien og dramaet fortabte sig. Interessant var det i øvrigt, at de levende mennesketræer på scenen var noget af det mest fascinerende i forestillingen. Det peger på et typisk karakteristikon ved de vellykkede cross over-forestillinger: at brugen af filmiske virkemidler ofte modsvares af en potent brug af teatrets egen "primitive" magi.

Øjne så store som tv-skærme har tilskuerne således kunnet få, i den grad har spændvidden i det visuelle udtryk og lysten til at lege med ny teknik – samt gode gamle teatertrick – været markant.

Nye dimensioner i Andersen-universet

Når nu den erklærede ambition bag Andersen-året har været at vise de vidt forskellige og ikke mindst ukendte sider af eventyrdigterens univers, så er det pauvert, at det ud af en beholdning på 156 eventyr groft sagt har været de samme kendinge, de forskellige scenekunstnere er gået løs på. Det ville imidlertid heller ikke have været en kunstnerisk farbar vej at gå, hvad angår raden af fondsstøttede projekter, hvis man på forhånd var gået ind og havde forsøgt at styre udvælgelsen af eventyr. Samtidig blev selve spændvidden i valget af eventyr mindre vigtig, fordi de sceniske bud på dem viste sig at være så forskellige.

Hvad angår konvergensen i valg af eventyr, skal det dog fremhæves, at Odense Teater vovede sig ud i de ukendte grænseegne med valget af Andersens femakters romantiske drama *Mulatten* som basis for Sebastian-musicalen *Kærlighedens Farve* – Andersen skrev trods alt 51 dramatiske arbejder, så det var en tiltrængt ekskursion, men desværre ikke en videre vellykket forestilling. Robert Lepage valgte at basere *The Andersen Project* på det lille eventyr om Dryaden, og Rolf Heim og Tim Feldmann gik i lag med Andersens debutroman *Fodreise fra Holmens Kanal til Østpynten af Amager*. Flere mindre kendte eventyr var dog også i spil, som regel i et miks med andre eventyr, f.eks. "Kjærestefolkene" (bedre kendt som "Toppen og Bolden") i Holbæk Egnsteaters *Milde Himmel*, en noget kluntet rundtur i Andersen-universet, hvor digteren blev kanølet af både sine egne eventyrfigurer og sine samtidige som f.eks. Søren Kierkegaard. Til gengæld tog Anemoneteatret sig af "Hvad Fatter gør", så der voksede en herlig, brægende og vrinskende bondegård frem med stædige kuffertkøer, hoppeboldsfår og tehættehøns.

Årets favorit blandt eventyrene var den passionerede forvandlings- og kærligheds-historie "Den lille Havfrue", der blev brugt af folk som Johann Kresnik, John Neumeier og Kim Brandstrup, samt Katrine Wiedemann og Jan Fabre.

I sin billedstærke danseteaterforestilling *History of Tears* under Århus Festuge tog den belgiske teatermand Jan Fabre udgangspunkt i alle tårerne i Andersens og Den lille havfrues univers (herunder også Snedronningens) for overordnet at fortælle historien om kroppens fortrængte væsker og sekreter. Han installerede på fascinerende Fabre-facon undervejs sine nøgne dansere i glasskåle, med skåle i skridtet, under armene og over hovedet – et sigende havfrue-agtigt signal om den menneskelige skrøbelighed. At en af danserne også tissede på scenen, var en sigende kommentar til den pinlighedsfaktor, der spiller en vigtig rolle i Andersens liv.

Hvor vidt forskelligt et eventyr – eller et eventyrligt univers – kan tone frem hos to kunstnere, fremgår af en sammenligning med Johann Kresniks *Hans Christian Andersen*, der gæstespillede på Det Kgl., og som leverede årets mest brutale bud på en havfrueforvandling. Hun dukkede op af en kuffert for at blive slæbt rundt med sine overskårne, blodige benstumper viklet ind i en plastikpose. I forhold til Fabres stramt orkestrerede tableauer dyrker Kresnik overbuddets politik, hvor tableau på tableau hældes ud på scenen for at signalere Andersens indre rodebutik, hvor dæmonerne hersker – desværre alt for demonstrativt og mekanisk postulerende. Sigende nok blev det akkompagneret af barnegråd og ophobede ligbunker af plasticbørn, som til sidst også begravede Andersen-figuren selv. Det korresponderer med, at Fabre lod sine dansere græde og sprælle som hjælpeløse børn, der til sidst fik en pude over ansigtet af deres desperate forældre. Alt i alt barske billeder på barnets skæbne i Andersens univers.

Det var symptomatisk for Fabres og Kresniks forestillinger – ligesom det var tilfældet med en række andre produktioner, at de ikke alene gik i kødet på et eller flere eventyr, men også forsøgte at give et bud på Andersens univers eller eget liv i det hele taget.

I forlængelse heraf var Andersen *himsel* topscoreren, når man ser på, hvilket "eventyr" der var mest i omløb i årets løb. Han dukkede op som figur i mindst et dusin forskellige udgaver, i rollen som den evige outsider, der forgæves bankede på døren til det pæne selskab, men samtidig var omgivet eller rettere nærmest blev overmandet af sine eventyrfigurer.

Spændvidden i denne form for Anderseniana går lige fra den realistisk portrætterende og finurlige *Gæsten*, produceret i samarbejde mellem Odsherred Teater og Jomfru Ane Teatret, hvor Andersen besøger og tvangsgæster Charles Dickens og videre til Hotel Pro Formas stramt fabulerende *Jeg er kun skindød* i Christiansborg Ridehus, der blev et isnende dyk ned i forfatterens absolutte natside. Som var forestillingen én lang døds-kamp og -procession, blev den lille, spinkle Andersen-figur trængt ud til siden af hvide væsener, der som levende gengangere og skakbrikker tonede statuarisk frem på scenen. Et billede på Andersens indre persongalleri som kuldslåede dæmoner, der endte med fuldstændig at tage magten fra ham. Deres langsomme processioner hen over scenen blev modsvaret af musikkens stillestående, men spirituelt opadstræbende klangflader, så tilskueren, helt fysisk, selv følte sig trængt inde i en dødlignende, limboagtig kanal.

På tilsvarende vis fik den London-baserede koreograf Kim Brandstrup i *The Anatomy of a Storyteller*, der gæstespillede på Det Kgl., givet en overvældende fysisk fornemmelse af den dødstematik, der omgiver såvel Andersen som hans eventyr. Det formåede han via et basalt greb, hvor danserne optræder bag et transparent fortæppe, der indimellem tjener som lærred for videoprojektioner. Ligesom Andersen på scenen kæmper under liglagenet, skaber fortæppet hos tilskuerne både en kvælende fornemmelse og en drømmeagtig afstand. Form og teknik blev således indholdslessens og fik forestillingen til at træde frem som et dødshallucinerende mareridt – i blød indpakning.

Generelt kan det således konstateres, at der fra mange sider blev taget fat om centrale nervebundter i Andersens vide verden. Vi er på enhver måde langt fra det harmløse harmonibillede af nationalklenodiet og børnenes eventyrdigter i kraft af alle disse ekskursioner ind i især den andersenske natside med dens seksuelle underskov, brutalitet og dødsfascination. Dermed blev der især sat spot på de mere dunkle og mindre

kendte dimensioner i Andersen-universet. Så ikke alene fik vi for første gang muligheden for at opleve en mangfoldig scenisk præsentation af Andersens værker, men vi fik dem tilmed udkrystalliseret i billedstærke, fabulerende former for scenekunst.

Andersen Finale

I forhold til alle gentagne indvendinger gennem Andersen-året mod stopfodring og eventmageri kan det på scenekunstmrådet nedfældes som en vigtig erfaring, at det med så langvarig en fejring er afgørende ikke at lancere eller forholde sig til året som en begivenhed, men snarere som en tilstand. Selvsagt blev året markeret af en lang række begivenheder, der for visses vedkommende skulle lanceres som event – her kneb det afgørende med lanceringen, så publikum let kunne komme i tvivl om, hvad der var stort, og hvad der var småt, og hvordan det egentlig hang sammen.

Men ellers gælder det nok snarere om med henblik på fremtidige store jubilæumsår eller -fejringer at stimulere til en holdningsændring: ikke tænke i megaevent, men betragte fejringen som en strøm af muligheder, som man med jævne mellemrum kan dykke ned i for at få en på opleveren, trænge dybere ned i et kunstnerisk univers eller få øje på nye muligheder for scenekunsten. Fra arrangørernes side kunne man måske have gjort det mere tilgængeligt for publikum ved at operere med undertemaer, der kunne belyses på tværs af kunstarterne. For problemet med en sådan tilstandstankegang er jo, at det kan være svært at skabe det fornødne fokus.

Hvad kunne så publikum og i bedste fald dansk teater få ud af hele denne alenlange række af forestillinger? Egentlig ramte Volksbühnes Frank Castorf hovedet på sømmet, da han beskrev Andersens univers således: "Man ser ind ad et nøglehul, og bagved ligger Afrika". Generelt har året på flere måder skubbet til de udviklingstendenser, der lå i teaterlandskabet, og til de mindre udfoldede sider af Andersens univers og har således været med til at lukke op for et nyt kontinent. Det vil i forhold til de tre overordnede synsvinkler: den internationale dimension, den tværkunstneriske dimension og nye dimensioner i Andersens univers sige følgende:

- En lang række markante internationale instruktører har med deres bud på ikke bare Andersens værk, men på teatrets muligheder i dag stimuleret behovet for kunstnerisk udveksling hen over grænserne.
- Andersens værker har appelleret til, at teatret i højere grad åbner for det visuelle, fysiske og sansekonkrete udtryk. Det er sket i form af en potensering af teatrets egne midler til at skabe magi og kunstnerisk synergi og i form af lån fra andre kunstarter som dans og film.
- Andersens værk og liv har for første gang fået et omfattende og mangfoldigt liv på scenen og det i form af en række fabulerende, billedstærke bud på Andersens værk og liv, der især har sat spot på de dunkle sider.

"Mere Afrika!" kunne man således ønske, at dansk teater kunne tage med sig som resultat af Andersen-året, selv om det ikke er Hans Christians nøglehul, vi fremover skal kigge igennem. Mere Afrika, i betydningen mere fabuleringen og radikalitet i form, indhold og udsyn, nu hvor Andersen-året har accentueret, hvor mange nye udtryks-

midler der er at lege med. Dansk teater har i hvert fald fået øjnene op for, hvor meget der kan fortælles på tværs af de kunstneriske grænser, ikke mindst uden ord.

Endelig kunne "Mere Afrika!" også indebære, at teatret herhjemme får et mere internationalt perspektiv i form af en langt livligere trafik hen over landegrænserne. Det indebærer ikke alene et niveau på højde med Andersen-fejringens kvote af prominente gæstespil (oven i købet skabt på dansk initiativ), men også en større efterspørgsel efter gæstekunstnere udefra og samarbejder på tværs af grænserne. Det var jo et væsentligt sigte med hele Andersen-året: ikke bare at være en hjemmebanefest, men en vidtrækkende kunstnerisk og kulturel manifestation med internationalt perspektiv. At føre disse ambitioner videre ud i livet vil være den bedst mulige slutning på det store Andersen-eventyr.

Udstillinger vi fik og ikke fik

Billedkunst i H.C. Andersen-året

Mogens Davidsen

I det følgende skal foretages en evaluering af udstillingsvirksomheden i H.C. Andersens jubilæumsår 2005 i relation til den billedkunst, som var støttet af H.C. Andersen 2005 Fonden.

Forventelig appel og rækkevidde

Andersen-fejringen var udkastet som en begivenhed af internationalt format. Derfor kunne man på forhånd forvente, at udstillingsvirksomheden, der varetog forvaltningen af "billedet" – en hel central størrelse i H.C. Andersens liv og virke, sikrede en passende bredde og dybde af de billedkunstneriske aspekter i forhold til det andersenske univers.

Bredden af den formidlede billedkunst kunne forventes at spænde fra oplagte Andersen-relaterede billeder som illustrationer til eventyrene og digterens egen billedkunst med en bred folkelig appel til en fri, "kunstnerisk" brug af billedet, som praktiseret af Andersen selv.

Denne praksis – H.C. Andersens egen billedbrug – hans helt centrale fascination af det litterære grundbillede som en slags fortællingens myte eller ufortolket visuelt potentiale, der kommer før den egentlige historie, er behandlet i nyere forskning af bl.a. Johan de Mylius og undertegnede.

Dybden af udstillingsvirksomhedens formidling repræsenterer det kvalitative niveau af det udstillede. Dette kunne forventes at spænde fra en repræsentation af umiddelbart Andersen-relaterbar kunst fra hans samtid af bedste guldalderbeskaffenhed til en eksperimenterende nutidskunst af internationalt niveau med afsæt i det andersenske univers i videste forstand.

Umiddelbart synes der at være god overensstemmelse mellem den skitserede forventelige appel og rækkevidde af den billedkunstneriske satsning og fondens egen målsætning, idet det i publikationen *Strategier og mål* om kunst og kultur hedder:

Målet er, at HCA 2005 og fondens aktiviteter i løbet af året opleves som en aktiv drivkraft og en medvirkende initiativfaktor for en række markante professionelle produktioner på om ikke alle så en meget bred front af kunst- og kulturområdet. Udgangspunktet er H.C. Andersens værk og person, og det er målet, at opførelserne skal have et højt internationalt niveau, som via opførelser i både Danmark og internationalt når ud til et meget bredt publikum. Det er samtidig en del af målet, at der igangsættes mere breddeorienterede projekter, som involverer ikke-professionelle aktører i målrettede projekter, hvorved kendskabet til og oplevelsen af H.C. Andersen

og hans livsværk samlet vil give en meget aktiv oplevelse til et meget stort publikum via de mange forskellige aktører og aktiviteter. (s. 13)

Der ligger således i fondens målsætning – idet der tales om såvel ”niveau” som ”bredde” – potentiale til at opfylde den forventelige fordring til udstillingsvirksomhedens appel og rækkevidde, om end det er vagt formuleret, hvad fonden mere konkret forestiller sig, målsætningen skulle udmønte sig i.

Endvidere bør det bemærkes, at fonden ud over en forventelig rammesætning for udstillingsaktiviteterne tilsigter at iværksætte projekter, der involverer ikke-professionelle aktører. Bredden for udstillingsvirksomheden udvides dermed betragteligt med den åbenbare følge, at denne mere marginale aktivitet retter sig mod et ikke-professionelt felt, og initiativet må hovedsagelig formodes at være af egentligt udbytte for de direkte involverede, idet dybden af aktiviteterne samtidig må formodes at blive så beskeden, at det ikke vil være af interesse for et større Andersen-interesseret publikum. Det bør således overvejes, hvordan – og om – et initiativ af den karakter lader sig forene med en overordnet ”højprofilering” af fejringen.

Udstillinger

Følgende udstillinger blev støttet af H.C. Andersen 2005 Fonden:

01. AROS: *Fairy Tales Forever*.
02. Brandts Klædefabrik: *Skyggespil* og Vestsjællands Kunstmuseum: *Skyggen*.
03. Gammel Strand: Steven Scott: *H.C. Andersens Eventyrlige Labyrinth*.
04. Nikolaj Udstillingsbygning: Ilya og Emilia Kabakov: *The Enchanted Night*.
05. China Academi of Fine Arts (100 Kunstnere, del af Kina-pakke).
06. Rosenborg Slot: Teit Ritzau: *Den største fortælling*.
07. Tidens Samling, Odense: *H.C. Andersen i øjenhøjde*.
08. H.C. Andersens Hus (vandredstilling om Andersens liv og digtning).
09. British Library (udstilling om H.C. Andersen-receptionen i England, og hvordan hans digtning influerede den victorianske opfattelse af børn og barndom).
10. Keramisk poesi (symposium for keramikere fra ind- og udland samt udstilling).
11. Holbæk, Koldinghus og Altona Museer (legetøjet og barndommens verden på Andersens tid set i lyset af nutidens legetøjskultur).
12. Statens Museum for Kunst: Hans Edvard Nørregård-Nielsen: *Her i Italien ... H.C. Andersen og guldaldermalerne*.
13. Det Kongelige Bibliotek, Fotomuseet: *Skygebilleder*.
14. Det Kongelige Bibliotek, Hovedudstilling: *Digterens teaterdrømme*.
15. Græsk Museum (vandredstillinger og andre initiativer om Andersens liv og værk).
16. Billedskolen i Tvillingehallen (2000 børn illustrerer Andersens eventyr).
17. Børnekulturhuset Fyrtøjet: *I hjertet af Andersen*.
18. Thorvaldsens Museum: Anne Sophie Becker: *At skrive er en kærligheds-handling*.

Evalueringen vil foretage tre nedslag i den samlede udstillingsaktivitet, der skønnes at belyse bredde og dybde i udstillingsinitiativet såvel i forhold til forventeligt niveau som til fondens konkrete målsætning. Der er tale om følgende udstillinger: *Her i Italien ... H.C. Andersen og guldaldermalerne* på Statens Museum for Kunst, *Den største fortælling* på Rosenborg Slot m.fl. samt *Galleri Andersen* på AROS.

Her i Italien ... H.C. Andersen og guldaldermalerne

Statens Museum for Kunst, 12. februar - 12. juni 2005

Projektbeskrivelse

Udstillingen skildrede den unge H.C. Andersens første rejse til Italien i 1833-34, hvor han ifølge projekt materialet "fandt sig selv som menneske og kunstner". Udstillingen viste Statens Museums egen righoldige samling af guldalderkunstens malerier, suppleret med indlån fra bl.a. Davids Samling, Den Hirschsprungske Samling, Nivaagaards Malerisamling, Ny Carlsberg Glyptotek, Thorvaldsens Museum m.fl. Malerierne uddybede og kommenterede tegninger samt tekstcitater fra H.C. Andersens værker. Endvidere viste udstillingen ældre fotografier af guldalderens motiver og nye optagelser af fotografen Janne Klerk.

Udstillingen var planlagt af Hans Edvard Nørregård-Nielsen, som optræder i Andersens fodspor i Jacob Jørgensens film *Jeg saae det Land*, der dannede en slags ramme for udstillingen som afsæt for de "stoppesteder", udstillingens genstande udforskede. I forbindelse med udstillingen udgav Hans Edvard Nørregård-Nielsen også bogen *Her i Italien ... H.C. Andersen og guldaldermalerne* (Gyldendal 2005).

H.C. Andersen 2005 Fonden støttede udstillingen med 1,5 mio. kr. (af udstillingens samlede budget på 2,765 mio. kr.). Endvidere støttedes Jacob Jørgensens film med Hans Edvard Nørregård-Nielsen med 0,5 mio. kr.

Vurdering

Statens Museums udstilling var en udbygning og fuld orkestrering af tidligere initiativer i forbindelse med H.C. Andersens pennetegninger fra rejserne og hans billedkunst i øvrigt. Hans Edvard Nørregård-Nielsen udgav i 1990 bogen *Jeg saae det Land* om Andersens tegninger i forbindelse med dennes første dannelsesrejse til Italien, ligesom Fyns Kunstmuseum i 1996 med udstillingen *H.C. Andersen som billedkunstner* viste en lang række af tegningerne fra rejserne (sammen med papirklip og kollager).

Statens Museums udstilling var imidlertid meget berigende i forhold til tidligere initiativer, idet den udredte og eksponerede den forbindelse, der reelt var mellem forfattere og billedkunstnere i Italien i guldalderen – et forhold, der ikke tidligere har været påvist så klart, som fejringens udstilling magtede.

Samtidig var udstillingen elementær flot og overvældende med opbuddet af vidunderlige værker (udstillingen viste i alt omkring 600), der indirekte måtte få beskueren til at undre sig over, at den tid, som i økonomisk, politisk, social og militær henseende markerede et nulpunkt i danmarkshistorien, samtidig var den tid, der fostrede en kunstnerisk og kulturel blomstring, vi ikke siden har set mage til. Udstillingen var opdelt i tre rum med hver sit tema: Rom, byens landlege omgivelser og Andersens rejse

videre sydpå, og alle de store og kendte guldaldermalerier var med, fra Rom f.eks.: Constantin Hansens berømte kunstnerselskab, Eckersbergs mange byprospekter og detailstudier, Skovgaards berømte udsigtsbillede fra Monte Pincio og Carl Blochs osteri med de flirtende romerinder.

Selv om udstillingen på Statens Museum på sin vis var forventelig og forudsigelig, så beror udstillingens succes i høj grad på, at præsentationen af det meget store materiale og materialets forbindelseslinjer var i hænderne på fagfolk. Såvel Hans Edvard Nørregård-Nielsen som museumsfolkene med Allis Helleland i spidsen havde nøje udvalgt og motiveret samtlige værker i forhold til en relativ stram struktur og fortælling i udstillingens forløb. Indsigt og faglighed sikrede med andre ord, at den indlysende spektakulære beskaffenhed af såvel guldaldermalerier som Andersens farverige personlighed blev styret, så det store opbud af indtryk, som udstillingen tilbød, ikke blot efterlod en rodet farvelade i beskuerens bevidsthed.

Endelig skal ideen med at perspektivere guldalderstoffet til nutidige fotografier bemærkes. Det bidrog med en overraskende effekt af nærvær og tidløshed til de i alle henseender museale værker, og fotografierne gjorde tidens og H.C. Andersens insisteren på "evighed" mere forståelig, i hvert fald når talen er om Italien.

Museumsinspektør og kurator for udstillingen Elisabeth Cederstrøm svarer på en forespørgsel, at støtten fra HCA 2005 Fonden var en vigtig brik for udstillingens realisering.

Presse

En enig presse roste udstillingen og var generelt opmærksom på, hvordan organiseringen af det vældige materiale var en væsentlig årsag til den besøgendes lykkelige oplevelse. Preben Winthers omtale den 28. februar 2005 i *Kunstavisen* under overskriften "Med en billedkunstners øjne" er i den henseende symptomatisk: "Der er lidt litterært selskab og dagligstue over både ophængning og montrere, lidt eventyrstøv og et pust nostalgisk leven-sig-ind i fordums dage, og det er fint nok. Aha-oplevelserne er ikke tænkt til at ligge i mødet med de enkelte billeder – mest museets egne – men i sammenhængen, og her ikke mindst i den nye synsvinkel man kan få på Andersen ved at læse ham ind i billedkunstnernes kreds i stedet for blot som en del af den danske litteraturhistorie. Det er ganske givende."

Den største fortælling

Historik

Det, der endte med at blive udstillingen *Den største fortælling*, startede som to adskilte projekter: ét (a), der relaterede sig til billedkunst: moderne kunst fra Andersens samtid og frem i almindelighed og Andersens eget forhold til kunsten som udøvende og bruger, og ét (b), som beskæftigede sig med Andersens liv i en kulturhistorisk ramme.

H.C. Andersen 2005 Fonden havde bedt firmaet United Exhibits Group ved Teit Ritzau om at projektere de to separate udstillinger. Koncepterne revideredes imidlertid på grund af kunstmuseers mulige interesse i projektet, således at den billedkunstneriske del blev integreret i den kulturhistoriske. Endelig revideredes udstillingen ultimo september 2003, så det oprindelige budget for den samlede udstilling på 21,5

mio. kr. blev forøget til 32,7 mio. kr. Fondens støtte var på 6 mio. kr., hvorved udstillingen blev støttet med det andetstørste beløb (efter udgivelsen af de samlede værker).

Den oprindelige åbningsdag for udstillingen ved Rosenborg Slot, 2. april 2005, blev udsat flere gange og endte med først at åbne den 12. oktober, bl.a. til gene for turistbranchen, der havde forventet, at udstillingen ville blive et trækplaster i sæsonen.

Åbningen var katastrofal. Flere af de interaktive dele af udstillingen virkede ikke, og lydniveauet fra de forskellige oplæsninger dannede en sådan kakofoni af indtryk, at det var meget besværligt at opfatte noget for bare larm. Endelig var den del af udstillingens satsning, der fordrede fremvisning af originale artefakter fra Andersens liv – en porcelænskop, teaterbilletter, en almanak, en hårlok mv. – ramt af manglende sikkerhedsforanstaltninger. Falck Securitas, som skulle sørge for sikringen omkring udstillingen, havde udbedt sig en bankgaranti, som imidlertid ikke indløb rettidigt. Dette fik det farceagtige forløb for åbningen af udstillingen, at da HKH Prins Joachim havde besigtiget de pågældende genstande, blev de omgående fjernet fra deres monter af repræsentanter for Odense Bys Museer og Det Kongelige Bibliotek, som naturligvis ikke turde have kulturarv i deres varetægt liggende uden sikring. Følgelig blev medieomtalen i forbindelse med åbningen meget domineret af de mange uheldige hændelser, og en objektiv vurdering af udstillingen blev efterfølgende nærmest umuliggjort af åbningsstunten.

Det var blevet stillet i udsigt, at *Den største fortælling* skulle på verdensturne til betydelige museer efter udstillingsforløbet i Danmark. Indtil videre er det imidlertid kun blevet til en udstilling i Edinburghs City Art Centre 1. februar - 23. april 2006.

Projektbeskrivelse

Det er påfaldende, hvor vanskeligt det er at danne sig et indtryk af, hvad udstillingen egentligt skulle rumme, og hvad målet med den overhovedet var. Der tales fra den tidlige fase, hvor projektet indeholder to udstillinger, om:

1. En kunst- og kulturhistorisk udstilling, der viser H.C. Andersen som kunstner, også illustreret af kunstværker udført af andre store kunstnere i hans samtid.
2. En historiefortællende, interaktiv udstilling, der fortæller om H.C. Andersen og hans eventyr. Denne udstilling, der tager udgangspunkt i H.C. Andersens eventyr og H.C. Andersen som person, bliver en udstilling, der både appellerer til det store familiepublikum og samtidig en udstilling, der kan bruges aktivt af skolebørn m.m.

Denne kortfattede beskrivelse fra United Exhibits Gruppen synes i det store og hele at have været det egentlige udspil i forhold til fondens bestilling af udstillingerne.

Materiale i HCA 2005 Fondens arkiv afslører da også, at flere potentielle samarbejdspartnere har udtrykt skepsis over for projektet, ligesom udstillingsoplægget er blevet vurderet utilstrækkeligt som grundlag for et samarbejde. Man kunne have forventet, at HCA 2005 Fonden ville have reageret på alarmklokkerne, men det ser ud, som om fonden fra starten har besluttet sig for at investere et meget stort beløb i et udstillingsprojekt, som man reelt kendte meget lidt til indholdet af. Ydermere forpligtede fonden sig til ikke at støtte andre større udstillingstiltag.

Denne fremgangsmåde kan kritiseres. Især er det foruroligende, at projektets sigte aldrig blev klart, idet støtteerklæringer helt frem til juli 2005 fra generalsekretæren og sekretariatschefen på både dansk og engelsk taler om, at mange nye tilgange til H.C. Andersen ville blive muliggjort med udstillingen. Generalsekretæren bruger i sin støtteerklæring den 5. januar 2004 til United Exhibits Group følgende formulering: "This exhibition is considered by the Hans Christian Andersen 2005 Foundation to be one of the most significant dimensions of the celebration of Hans Christian Andersen in that it will enable new perspectives on the author and convey a novel understanding of his present magnitude."

Der loves således nye perspektiver på H.C. Andersen og bidrag til en ny forståelse af digterens store betydning. Det kan kun med meget god vilje siges at være blevet opfyldt af de papirklipsautomater, interaktive billedprojiceringer og anden tivolisering, som reelt var substansen i udstillingens "nye" syn på Andersen.

Overordnet kan man karakterisere det foruroligende i uklarheden med udstillingens sigte med, at det ikke kan afgøres, hvorvidt projektet skal forstås ud fra en oplevelsesøkonomisk eller kulturøkonomisk optik.

Kulturøkonomi

I sit kulturøkonomiske studie af Det Kongelige Teater skriver cand.polit. Trine Bille Hansen, at:

Kulturøkonomi er en underdisciplin af industriøkonomien – den del af den økonomiske videnskab, der beskæftiger sig med et enkelt marked. (s. 30)

Kulturøkonomi handler om, hvordan man får mest kultur for pengene, og "man" er i dette tilfælde den almindelige borger i velfærdssamfundet. Den enkeltes velfærd formodes således at hænge sammen med det generelle kulturelle "stade" i samfundet, og det er en pointe i Trine Bille Hansens studie, at det ikke er afgørende, om man er primær konsument af den pågældende kultur. Hun argumenterer i den henseende for den kulturøkonomiske fornuft i, at indbyggerne i Jylland eksempelvis bidrager til driften af Det Kongelige Teater, selv om de ikke direkte måtte benytte sig af teatret, fordi der er tale om et varigt kulturelt gode, som dels opretholder betydelig beskæftigelse, dels bidrager til at forøge og vedligeholde vores allesammens kulturelle arv og selvforståelse.

Hvis vi overfører det kulturøkonomiske perspektiv til indsatsen i Andersen-året 2005, så vil det være afgørende for, at man kan tale om en kulturøkonomisk indsats, at den investering, man foretager i en aktivitet, (også) giver udbytte i form af en kulturel gevinst – enten som en bestyrkelse af den almene kulturelle bevidsthed eller ny erkendelse (typisk noget, som indvindes ved "forskning" i videste forstand) eller som kulturel "materialitet" (f.eks. som kunstværker med afsæt i Andersen).

Oplevelsesøkonomi

Oplevelsesøkonomi er ikke en så entydigt veldefineret størrelse som kulturøkonomi. Der synes imidlertid at være enighed om, at oplevelsesøkonomi i alt væsentligt er en afsætningsstrategi, hvor den vare, der skal afsættes (formidles/sælges), eksponeres i relation til en "oplevelse".

Oplevelsen er typisk ikke en kvalitativ afledning af varen selv, men "noget andet", og den behøver således ikke at have andet med varen at gøre end den begivenhed, som oplevelsens "reklame" reelt er. Fra et oplevelsesøkonomisk synspunkt er det selvsagt afgørende, at "man" er til stede ved begivenheden, som er det primære udbytte af afsætningsstrategien.

Som et meget succesfuldt eksempel på et oplevelsesøkonomisk tiltag i Odense kan nævnes bogladen Arnold Buscks indretning af en læsecafé på første sal i forretningen i Vestergade. Det er meningen med caféen (som har sit forbillede i lignende tiltag i USA), at boghandlens kunder kan tage en bog fra butikken og orientere sig i den på første sal, mens de drikker en kop kaffe i samvær med andre læsere. Opmærksomheden og fokus for begivenheden er således den oplevelse, man får – ikke så meget fra den bog, man måtte læse – men fra hele aktiviteten omkring læsehandlingen. Læserens interesse forskydes fra bogen til atmosfæren omkring den og hele den måde, som fænomenet læsning "brandes" på som nydelse, afslapning og velvære. Dette har givet et markant mersalg af bøger i den amerikanske satsning, der fungerer som forbillede for Arnold Busck.

Med ovenstående afklaring for øje skal det pointeres, at der principielt ikke er noget i vejen for at vælge den ene investering frem for den anden. Det bliver først betænkeligt, hvis en oplevelsesøkonomisk satsning markedsføres som et kulturøkonomisk tiltag og omvendt.

I forbindelse med HCA 2005 Fondens prioriteringer bør der naturligvis være en grænse for den tivolisering af fødselaren, man bør inddrage sig på. Det bidrager selvsagt ikke til nuanceringen af Andersen-forståelsen at forstørre hans papirklip op til to gange tre meter eller få læst eventyr op under en overdimensioneret høj hat, som var en del af *Den største fortællings* koncept.

Det ulykkelige er, at H.C. Andersen 2005 Fonden udmærket kunne have forvisset sig om United Exhibits Group's oplevelsesøkonomiske hensigter med udstillingen. I firmaets generelle selvbeskrivelse står der ligefrem, at det sigter på "den gode oplevelse", og UEG har før Andersen-udstillingen lavet glimrende udstillinger om dinosaurer, Dali og mellemøstlige juveler, som mange tilskuere har haft stor fornøjelse af. Ingen har mistænkt disse udstillinger for at levere væsentlige videnskabelige bidrag til palæontologien eller kunsthistorien.

Problemet opstår, når HCA 2005 Fonden i samråd med UEG lægger op til at indfri nogle ambitioner, som UEG's koncept ikke er beregnet på at leve op til. UEG forsøger således at legitimere udstillingens dybere lødighed ved at involvere "H.C. Andersen-eksperter som Johannes Møllehave og Niels Birger Wamberg" (de excentriske kriterier for et således anvendt ekspertbegreb fortoner sig i projektets øvrige superlativiske omtale af sig selv), og UEG spiller med på en markedsføring, der lover ny indsigt i og viden om H.C. Andersen. Det kan man måske ikke fortænke udstillingsgruppen i, men man bør i høj grad kritisere H.C. Andersen 2005 Fonden for at promovere noget, der i bedste fald er af rent spektakulær karakter, som egentligt indsigtsgivende.

Presse

Pressen var nærmest sønderlemmende efter den voldsomt forsinkede åbning på Rosenborg Slot. *Politiken* indleder sin anmeldelse den 12. oktober 2005 således:

”Velkommen til Disneyland, velkommen til den store eventyrdigter Hans Christian Andersen in Disneyland, lige her i den skønne Rosenborg Slotshave. Træd indenfor i Andersens *fairytales*, vi har samlet alle hans store og vidunderlige fortællinger i meterhøje bøger, lysende i rødt, grønt, gult og blå. Se hans flyvende kuffert, hans høje hat og svaneægget i andegården, se også hans dejlige papirklip, savet ud i pap og plade, aldrig har man set noget så stort – ja, aldrig har man set Andersen serveret så gennemført opblæst og bombastisk.” *Politiken* fortsætter med at konkludere, at man givetvis ville have fået mere ”for pengene i det rigtige Disneyland eller for den sags skyld i Tivoli eller på Experimentarium i Hellerup, hvor Ritzaus udstilling havde været bedre placeret end i et telt på slottets græsplæne.”

Politikens anmeldelse er symptomatisk for pressens reaktion på *Den største fortælling*: Det er en underlig hybrid, der både er noget og ingenting, fordi den aldrig melder rent flag. Begejstringen for de tekniske fiksfakserier er til at overse, især i lyset af den monstrøse pris på 35 mio. kr. for foretagendet. På intet tidspunkt har H.C. Andersen 2005 Fonden eller United Exhibits Group med Teit Ritzau i spidsen fortalt, at det, publikum ville få, ”bare” var endnu en tur i H.C. Andersen-karusellen, og det hævner sig naturligvis i et skuffet publikums reaktion.

Galleri Andersen Fairy Tales Forever

AROS, Århus, 26. august – 30. december, 2005

Projektbeskrivelse

Det var projektets hensigt at fejre Andersens fødselsdag med et udstillingsprojekt med deltagelse af 20-25 internationalt anerkendte kunstnere. Det var meningen, at alle værker skulle være fremstillet specielt til udstillingen, og at alle tog udgangspunkt i H.C. Andersens liv, i et af hans eventyr eller i et eksistentielt tema, der relaterede til hans værk.

Udstillingen skulle vise, hvordan temaer i et litterært forfatterskab kan fortolkes i en visuel sammenhæng, og udstillingen skulle endvidere pege på, at Andersens kunstneriske virke finder samklang i æstetiske og indholdsmæssige overvejelser inden for samtidskunsten.

Ideen og målsætningen med projektet udtrykkes meget klart i et bilag til tilskuds-aftalen:

Idéen med udstillingen er at vise, hvilke eksistentielle spørgsmål og kunstneriske problematikker – private som universelle – digteren og hans eventyr rejser hos moderne kunstnere med forskellige baggrunde og forskellige tilgange til kunst. Alle medier – maleri, skulptur, fotografi, video og installation – må tages i anvendelse for dermed at give udstillingen bredde og dynamik.

Målet med udstillingen er at skabe en fantastisk rumlig oplevelse med massive sanseindtryk i billeder, lys og lyd, der vil kaste lys over den store betydning som H.C. Andersens særlige univers stadig – globalt set – har for det moderne menneske.

H.C. Andersen 2005 Fonden støttede projektet med 3 mio. kr.

Der endte med at deltage 24 anerkendte kunstnere fra ind- og udland; fra "superstjerner" som Jeff Koons til unge danske lovende kunstnere som Julie Nord og Kirstine Roepstorff.

Vurdering

Overordnet må *Fairy Tales Forever* betegnes som meget vellykket. Skønt målsætningen med, at alle værker skulle være skabt til udstillingen, ikke helt kunne efterleves, så blev det tilfældet for en meget stor dels vedkommende, og alle de udstillede værker må siges at have været relevante for udstillingens overordnede målsætning.

Samtlige værker – i alle de medier, projektet ønskede repræsenteret – var af internationalt format og af en "åben" beskaffenhed, som fornemt spiller op til en andersensk "uafgjorthed" i de bedste tekster. For at konkretisere den kunstneriske kvalitet skal her ses nærmere på et enkelt værk, nemlig Christian Lemmerz' *Mermaid*.

På to podier udhugget i marmor har Lemmerz anbragt sin marmorskulptur, der forestiller kroppen af en død, lettere opløst pige. Hun ligger langstrakt, henholdsvis på ryggen og på maven på de to podier. Skulpturens titel henviser selvfølgelig til eventyret om den lille havfrue. Lemmerz' skulptur minder mest af alt om en strandvasker; hun bærer tydeligt præg af at have ligget for længe i vandet (de rynkede hånd- og fodsåler er udhugget med imponerende håndværksmæssig perfektion), og tanken melder sig, om det er den lille havfrue, der er druknet efter at have opnået sin så højt ønskede menneskeskikkelse.

På den måde skærer Lemmerz lige til benet af den tematik hos H.C. Andersen, der handler om forvandling og denne forvandlings omkostninger. Mange af Andersens tekster kredser om ønsket om at blive noget andet, at fjerne sig kvalitativt fra det, man er rundet af. Ud over "Den lille Havfrue" kan nævnes "Den grimme Ælling", "Dydekongens Datter" og "Grantræet" som kendte eventyr, der kredser om en forvandlings-tematik. Lemmerz' *Mermaid* spidsformulerer et dystert aspekt af hele denne tematik, nemlig at forvandlingen kan medføre, at det medium eller element, der definerer én (hos havfruen havet), kan blive dødeligt for én i det omfang, forvandlingen fuldbyrdes (Lemmerz' havfrue er druknet). Man bliver da i egentligste forstand hjemløs i hjemstavnen, så at sige, og det er vel på mange måder en eksistentiel karakteristik af Andersen selv og digteren som sådan i hans romantistiske univers.

Samtidig er Lemmerz' skulptur en kærlig/ironisk kommentar til Edvard Eriksens Lille Havfrue på Langelinje i København, ligesom det paradoksale ved at skildre opløsning og forgængelighed i det "evige" marmor kommenterer en traditionel kunstnerisk forvaltning af Andersens univers.

Man må sige, at Lemmerz' personlige optagethed af forrådnelsens æstetik (vel bedst kendt fra hans skandaleudstilling med sammensyede svinekroppe) har fundet en lykkelig forløsning i Andersens fortælling, der tilfører kunstnerens forehavende en retning og prægnans, den ikke indlysende har haft før.

Det skal understreges, at samtlige udstillede værker kunne gøres til genstand for en lignende frugtbar perspektivering som den ovenstående, og derfor må udstillingen på AROS nok betegnes som den lykkeligste kulturøkonomiske investering, den fondsstøttede udstillingssektor frembragte. Såvel de overraskende konsekvenser af en generel andersensk tematik, værkerne udtrykker, som værkernes materialitet – udstillingen har simpelt hen bragt god kunst til verden – er varige kulturelle gevinster, som det tjener fonden til ære at have bidraget til med et væsentligt beløb. Ydermere svarer

museumsinspektør og kurator for udstillingen Mona Jensen på min forespørgsel, at udstillingen ikke var kommet i stand uden støtte fra HCA 2005 Fonden.

Presse

Pressedækningen af AROS' udstilling var meget omfattende – ikke mindst pga. kongelige besøg (Dronningen og Kronprinsen med svigerforældre) og det delvise sammenfald med Århus Festuge.

Pressen forstod generelt den kulturelle betydning af, at så mange værker af internationalt format var blevet skabt til udstillingen. Som en følge af kunstens høje kvalitet kan man endog sige, at den fik det sidste ord, idet dens kompleksitet og appel var betydeligt større end dagbladenes generelle gehør for den. Pressen dokumenterede, at det lykkedes udstillingen at brænde igennem på trods af, at der var ved at indfinde sig en almindelig H.C. Andersen-mæthed hos den "stopfodrede Strassburgergåås", som en enkelt kritiker formulerede det.

Sammenfatning

Konkluderende kan det siges, at den del af den fondsstøttede H.C. Andersen-fejring, som havde relation til billedkunst, i langt overvejende grad var særdeles vellykket. Fondsstøtten har sikret en bredde og en dybde i udstillingerne, der ikke burde efterlade besøgende i tvivl om H.C. Andersens rækkevidde.

Den eneste eklatante undtagelse fra ovennævnte vurdering – *Den største fortælling* – bør primært være anledning til principielle spørgsmål. Den væsentligste lære af United Exhibits Group's og fondens samarbejde bør være, at man ved fremtidige initiativer sikrer en konsulentbistand på højt fagligt niveau (også selv om man kun måtte ønske at sende farvede balloner op). Endvidere skal ide og målsætning for udstillingsprojekter stå lysende klare før en større – og bekostelig – iværksættelse af egentlige udstillingsforanstaltninger. Herunder bør man gøre sig klart, om man ønsker at afvikle et givent projekt i oplevelses- eller kulturøkonomisk regi.

H.C. Andersen og fremtiden – en savnet udstilling

Undervejs i evalueringen af de enkelte projekter er det blevet stadigt mere tydeligt, at en meget væsentlig udstilling i relation til H.C. Andersen manglede i udbuddet. Det er den udstilling, der skulle pege fremad i forhold til guldalderen og digterens samtid.

H.C. Andersen var måske mest af alt fremtidens og fremskridtets mand og digter. Eventyr som "Om Aartusinder", "Dryaden", "Den store Sølslange" og adskillige andre, hvor digteren kredser om moderne tider med telegraf, flyvemaskiner og lyntransport, viser i hvor høj grad, H.C. Andersen var fremadskuende. Påfaldende få af eventyrene er "Der var engang"-fortællinger, og både socialt, politisk, teknisk/videnskabeligt, erkendelsesmæssigt og æstetisk markerer Andersen sig på en fremtidsvendt måde, som det ville have været velgørende at få perspektiveret og klarlagt med et udstillingsinitiativ.

En sådan udstilling kunne også have eksponeret og præciseret den vage famlen med Andersen i relation til modernistisk kunst, som lå gemt i det oprindelige udspil til det, der senere blev *Den største fortælling*.

Thi det er en kendsgerning, at H.C. Andersen såvel i sin egen billedkunst som i sine tekster foregriber den ombrydning af en kunstnerisk syntaks og konvention, som vi normalt tilskriver det 20. århundredes kunst. De erkendelsesmæssige implikationer heraf, som knapt er gået op for nutiden, kan påvises hos Andersen, og hans rette format ville således træde frem på baggrund af meget seværdigt og udstillingseget materiale som kubistisk, ekspressionistisk og surrealistisk billedkunst og artefakter fra det 20. århundredes naturvidenskabelige og teknologiske historie.

Referencer

Mogens Davidsen: "Hans Christian Andersen and the Image" i Johan de Mylius, Aage Jørgensen og Viggo Hjørnager Pedersen (red.): *Hans Christian Andersen. A Poet in Time*, 1999.

Trine Bille Hansen: *Det Kgl. Teater – et kulturøkonomisk studie*, 1991.

Trine Bille Hansen: *Danskernes værdisætning af Det Kgl. Teater*, 1996.

Trine Bille Hansen: *Billedkunstens økonomiske rum – Markedets samlede størrelse*, 1998.

H.C. Andersen 2005 Fonden: *Strategier og mål*, Version 3, marts 2004.

Johan de Mylius: *Forvandlingens pris. H.C. Andersen og hans eventyr*, 2004.

Den pæne ælling – om HCA på webben

Bo Kampmann Walther

HCA-webbens elementer

Når man forsker i nye medier, har man ofte brug for at gå lidt mere i flæsket på internetsider. Så er det ikke nok, at de ser smarte ud, eller at de er gode til at kommunikere et indhold. For at få styr på www-teksters forskellige dimensioner, skelner jeg således analytisk mellem følgende elementer:

Den tekniske dimension

Er der f.eks. brugt frames? Benytter sitet sig af Schockwave-teknologi (Flash), og kræver vedligeholdelsen af sitet et klassisk arbejde med html-kode, eller er den snarere koblet til nyere ASP- eller PHP-agtige content management-systemer?

Brugsmæssig funktionalitet og layout

Hvordan er navigationen og interaktionen på sitet? Hvordan finder man rundt? Og hvad med selve informationsmængden? Er information noget, brugeren primært "trækker" (pull) ud af sitet, eller er information snarere noget, medieudbyderen "skubber" ud til brugeren (push)? Er der lukkede områder på hjemmesiden, dvs. steder, som man kun kan tilgå med password?

Grader af konvergens og multimedialitet

Hvor mange medier inddrages, og hvilke af disse understøtter evt. informationen? Er de forskellige medier overhovedet nødvendige? Er sitet som helhed visuelt eller tekstligt forankret?

Den æstetiske og designmæssige dimension

Her taler vi om noget så diffust (og højt besunget) som oplevelse. (H.C. Andersen-festivitassen bliver således ofte anført som et fremragende eksempel på "oplevelses-økonomi"). Hvordan er farve- og billedsammensætningen? Hvilke konnotationer skaber sitets design og kunstneriske udtryksformer? Gør sitet brug af ikoniske normer, dvs. nogle mere eller mindre vedtagne æstetiske standarder for f.eks. skrifthåndtering og symbolvisning?

Brugskonteksten

Hvilket ærinde er sitet ude i? Taler vi om information? Er det underholdning, eller er det snarere, som det ofte er tilfældet, en blanding af begge, nemlig infotainment?

Den hermeneutiske og kulturelle dimension

Hvilken bruger er forventelig? Hvilken "kulturel kapital" er god at have med i bagagen, hvis man skal have den ideelle kulturoplevelse af det pågældende site?

Et kig på kildekoden til www.hca2005.dk afslører, at hjemmesiden indeholder Flash-elementer i form af den lille film, der kører, mens siden loades. Ganske fikst, så-mænd. Det ser godt ud. Dernæst er der benyttet såkaldte style sheets ("css" er den tekniske forkortelse, hvormed der holdes styr på fonte, linjeafstande, farvekoder og den slags), og tagsene er lavet sådan, at siden har en stor chance for at figurere øverst, når folk rundt omkring i verden, via Google, søger på "Andersen", "HCA", og hvad de ellers kan finde på: `<LINK REL="StyleSheet" HREF="/havepr/styles.css" type="text/css">`

Rent design- og layoutmæssigt er www.hca2005.dk ligeledes et gedigent miks af noget traditionelt, nærmest gammeldags, og en nutidig stil, som favoriserer lag, visuelitet og brugerens aktive rolle. Den simple html-opsætning er krydret med det mere hippe og moderne. Et element fra sidstnævnte er selvfølgelig filmen, som giver sitet et dynamisk præg, men som dog stadig er et stykke vej fra "Sony-normen", dvs. et designvalg, som klart vægter brugerudforskning, det spilagtige eller den ligefrem kryptiske navigation højt. Farverne er røde, hvide, grå og sorte, og det kan man mene om, hvad man vil, rent smagsmæssigt, men de er med til at skabe ro og orden, samtidig med at de fungerer som et poleret afsæt for de forholdsvis begrænsede interaktivitetsmuligheder, brugeren har.

Genremæssigt lægger sitet sig tæt op ad, hvad Ida Engholm kalder "bankdesign-normen". Den karakteristiske blå farve er fraværende, men som helhed er layoutet traditionelt grid- og kolonnebaseret og de grafiske elementer neutrale og afdæmpede (Engholm 2004: 68). Som Engholm bemærker om genren, ligger variationerne mest i logoer og billeder, der signalerer små forskelle i værdier – i www.hca2005.dk's tilfælde altså i form af Flash-konceptet.

Det diskrete designvalg er næppe helt tilfældigt. For det giver også et vink om den indholdsmæssige dobbelthed, som er på spil. www.hca2005.dk gemmer på en viden, som ikke mere er tilgængelig – showet er overstået – samtidig med, at det stadig skal holde liv i gildet. Sådan da. Der er endnu historier at fortælle. Også selv om festen er forbi. Som besøgende er man en del af fællesskabet – "Join the World-Wide Celebration!" – om end man må formode, at de, der for alvor søger at komme ind bag HCA-markedsandelens polerede overflader eller interesserer sig for mere end et gratis kig i fondens organisatoriske konstruktion, finder den nødvendige information og viden andetsteds.

I forhold til det oprindelige HCA-site, som kørte fra 2002 til 2005, er nemlig en mængde, ikke mindst interaktive, elementer forsvundet på www.hca2005.dk, og hele webbens volumen er som følge heraf voldsomt reduceret. Især sub-sider som "Undervisning", "Liv og værk" og "Q&A" (spørgsmål og svar) er enten helt væk eller barberet ned til en lille håndfuld passende henvisninger. I den aktive, treårige periode, hvor det tidligere site figurerede, har webben tydeligvis været tænkt som et inspirerende og dynamisk supplement til formidlingen af H.C. Andersen, og man har villet kickstarte det hele inden for en ramme, der på én og samme tid tilgodeså "turisterne" og de videnshungrende gymnasielever (og deres lærere). Sitet skulle være vidensbank og -portal og interaktiv læringsressource i ét.

Den kulturelle dimension, som nu står tilbage, er derfor temmelig flosset. Vrag-gods fra et oprindeligt vidensoverskud toner frem i ikke altid gennemskuelige glimt på det eksisterende site. www.hca2005.dk kommer dermed til at fremstå som et pænt designet "hverken-eller". Det er hverken et rigtigt mausoleum – HCA-fejringens død bliver aldrig set skarpt i øjnene her – eller en fuldblods revitalisering af de kræfter,

som for år tilbage har været med til at forme sitets kulturelle ide. [Www.hca2005.dk](http://www.hca2005.dk) ender med at blive noget midt imellem og derfor næsten ingenting.

Umiddelbart ser det fint og fordrageligt ud med de informationer, som dog er overvintret i det nye format – eller som det hedder med den rigtige jargon: feeds, news og tags. Bag det aktuelle site, altså www.hca2005.dk, står Det Officielle Danmark repræsenteret ved en række prominente ministre, som hver har fået lov at udpege ambassadører i den gode sags tjeneste, Det Danske Kongehus samt, ikke mindst, The Bikuben Foundation. Det kan man alt sammen læse om under menu-punktet ”Støtter”. Sjovt nok er dette punkt placeret umiddelbart efter, dvs. lidt til højre for, et punkt om ”Synligheden”, der særligt fokuserer på den positive værdi af mediedækningen.

Det er et stærkt makkerpar. Fede tider i medierne og rygdækning fra både penge-mænd, royale traditioner og, som vi skal se, forskningen.

Den pæne ælling

Og sådan fortsætter det, næsten lidt for positivt. Men så, klemt inde i siden bag menu-en ”Nyheder”, i en trang passage mellem de semantisk set noget pauvre historier om den mexicanske præsidentfrue og pay off i forbindelse med diverse tv-rettighe-der m.m., finder vi omsider internetadressens egentlige legitimeringsærinde.

Det lyder sådan her: ”HCA-kritikken: H.C. Andersen og formskærerlauget – en genopførelse”. Her tages der, som der forklarende står, ”til genmæle mod den journalistiske ’gruppevoldtægt’”. Og her nuanceres kritikken prisværdigt i relation til den selvfele – og ”dovne” – enighed i det danske kulturvalg fra Jylland til København om 2005-årets fejring af den folkekære digter. Som en slidt grammofonplade fortsatte kritikken nemlig i samme rille. Resultatet var, skriver forfatterne, at de negative historier skrev sig ind i en evindeligt selvavlende journalistik, samt at de ironiserende og ofte sarkastiske røster mod HCA 2005 gjorde åbningsshowet i Parken til en pakkeløsning, der på forhånd var dømt til at briste. Dels fordi det, hvis det lykkedes, blot cementerede den ”dårlige smag”, som allerede var blevet gennemheglet af kritikerlauget, og dels fordi arrangørerne i sin forsigtighed over for netop at få bemeldte kritik med på vejen aldrig kom til at tone rent flag – nemlig at et show i Parken naturligvis er beregnet på pop, pragt og pangfarver.

Indlægget er en kronik af Lars Qvortrup og Anne-Marie Mai, som begge har siddet i HCA 2005 Fondens kunstneriske råd i årene 2002-2005. På det indholdsmæssige plan er kronikken, som blev bragt i *Information* 2. januar 2006, et tankevækkende indspark til en HCA-kulturkritik, som oftest har båret præg af selvsmagende og selv-motiverende konsensus, og man noterer sig også det fine i overhovedet at anråbe åndens kraft som våben mod den vulgærjournalistiske seksualpraksis, forfatterne hentyder til i deres titel.

Således konkluderer Qvortrup og Mai:

Andersen var helt på det rene med, at det moderne liv som kunstner og forfatter kunne indebære at blive udsat for publikums gnaven. Han tålte oplevelserne og frydede sig. Han elskede både publikums interesse, kongehusets ordener og den litterære anerkendelse.

Han noterede, at man i Odense i forbindelse med hans æresborgerskab i 1867 var begyndt at strides om, hvor hans fødehjem egentlig lå. Der var og er nok at tale om,

og Andersen selv arbejdede visionært og langsigtet i med- og modvind på sin egen moderne myte. Nutidens kunstnere har givet masser af herlige og utrolige svar på udfordringerne i hans værk. Journalisterne nøjedes med at lytte til sig selv.

På det indholdsmæssige plan er der ingen tvivl om, at kronikken er en skarp hudfletning af den endimensionale skråsikkerhed, der i vidt omfang har præget 2005-kritikkens journalistiske opportunisme. Kronikken retter som sagt også den kritiske vinkel mod HCA-arrangørerne selv, idet de alt for ofte har ladet sig besnakke af den massive censur og derved følt sig tvunget til at udhule de på papiret fine kulturfremstød såvel som de mere opulente events. Det sidste gælder selvfølgelig især det grandiose show, som jo nærmest på forhånd var en dødssejler. En af de dyre af slagsen, forstås.

Men hvad nu med det diskursive plan? Hvad sker der, hvis vi ændrer optikken, således at indlægget må forstås i sammenhæng med www.hca2005.dk's overordnede informationsbehov og betydningsideal?

Her må teksten, alle dens kvaliteter til trods, siges at være noget af en paria. En skæv taleboble omgivet af voksen-tegneserier. Her er noget grimt midt i al pænheden. Her er en hermeneutisk dissonans, der synes at tale med vindstyrke orkan midt i den i øvrigt blidt turnerede samling af informative links og harmløse registreringer lige fra fondsoplysninger til underligt fraværende, didaktiske referencer. Alt sammen, som vi bemærkede ovenfor, indrammet af et diskret layout holdt i tidens farver, lidt hurlumhej i toppen og ganske få "pull"-elementer. Ja, faktisk kan det synes ufrivilligt komisk med den importerede kroniks lidt maste tilværelse, sådan som den er trængt inde mellem mexicansk afrapportering af den servile slags og diskret selvjubel i form af royalties, der skæpper i digterens posthume tv-pengekasse.

Reference

Ida Engholms artikel: "Webgenrer og stilarter" findes i Ida Engholm og Lisbeth Klastrup (red.): *Digitale verdener. De nye mediers æstetik og design*, København: Gyldendal 2004.

Fondestøttede initiativer i forhold til grundskolen

Lars Handesten

Al den stund H.C. Andersens forfatterskab også er henvendt til børn, har det været selvindlysende, at der skulle gøres en særlig indsats for at formidle kendskabet til ham i forhold til denne læsergruppe. Mens Dansk Institut for Gymnasiepædagogik tog sig af H.C. Andersen-året i forhold til de gymnasiale uddannelser, har en anden række institutioner – og forlag – taget sig af formidlingen og forskningen på grundskoleområdet.

Følgende projekter henvendt til grundskoleområdet fik fondsmidler:

- 1) Billedskolen i Tvillingehallen. 50 skoler blev inviteret til at illustrere eventyr. Nogle af illustrationerne blev udstillet i Rundetårn og skulle turnere til Sverige og Odense. Nethenvisningen www.billedskolenitvillingehallen.dk er ikke længere tilgængelig.
- 2) Nye illustrationer af kunstnere til to eventyr – plus landsdækkende udstilling af dem. Findes i bogen *Det er ganske vist! Læreren bog om H.C. Andersen* og på nettet på Center for Børnelitteratur (CfB) hjemmeside www.cfb.dk.
- 3) En landsdækkende plakatkonkurrence for skoleelever arrangeret af Amtscentralerne for Undervisning og efterfølgende vandreudstilling.
- 4) Bogudgivelser: H.C. Andersen-eventyrudvalg for 6. klasse, Louis Jensens biografi for børn og unge, en letlæsningsbiografi for elever med dansk som andetsprog og inspirationsbøger fra Center for Børnelitteratur.
- 5) Undervisningsportaler og undervisningsmaterialer, som endnu ligger på CfB og Gyldendal/Undervisning samt den "undervisningspakke" oversat til 24-25 sprog, der lå på HCA 2005's hjemmeside.
- 6) Konferencer, seminarer og kurser for konsulenter og lærere til udbredelse af ny forskning i og omkring forfatterskabet og til pædagogisk inspiration.
- 7) Forskning i børns viden om H.C. Andersen og opsamling af erfaring om undervisning i hans forfatterskab.

Resultatet af disse projekter forelå alle i HCA-året og flere af dem er stadig tilgængelige og har altså betydning ud over fejringen af H.C. Andersen. Af disse aktiviteter vil jeg især kommentere bogudgivelserne, undervisningsportalerne samt de forsknings- og efteruddannelsesinitiativer, der har været programsat – altså punkt 3-7.

Gratis eventyr og undervisningssite

Det mest markante bogprojekt var foræringen af en bog med 29 H.C. Andersen-eventyr til alle skoleelever i 6. klasse. Formålet med udgivelsen var både at udvide kendskabet til H.C. Andersens værk og give eleverne lyst til at læse for derigennem at øge deres læsekompetence. 77.000 eksemplarer blev givet gratis til børn i Danmark,

Sydslesvig, Færøerne, Island og Grønland. Bogen indeholder nye illustrationer og er bearbejdet med nudansk retskrivning. Til bogen føjer sig en undervisningsportal, finansieret af Gyldendal og Undervisningsministeriet – www.hcandersen.gyldendal.dk – som stadig er tilgængelig og vil være det, indtil bogen er slidt op, oplyser Gyldendal. På hjemmesiden kan man finde leksikalske oplysninger om H.C. Andersen, undervisningsideer samt elevopgaver til fri kopiering. Der er henvisning til oplysninger på www.hca2005.dk, som ikke findes mere. Portalen er altså ikke ajourført efterfølgende og vil heller ikke blive det, idet Gyldendal anser projektet for afsluttet.

Med henblik på undervisning på grundskoleniveau støttede fonden to bøger med H.C. Andersens biografi. Det gjaldt en letlæst udgave af *H.C. Andersens liv* (2004), som Specialpædagogisk Forlag ved Kirsten Ahlburg og Karl Aage Kirkegaard stod for. Den blev brugt – og kan stadig bruges – på kurser i dansk som andetsprog og til folkeskolens specialundervisning og FVU (folkeskolens voksenuddannelse). Den opnåede at komme i to oplag og sælge 3000 eksemplarer, hvilket er fint ifølge forlagets direktør.

Louis Jensens biografi *Tinhjerte og ællingefjer – en bog om H.C. Andersen* (2004) blev trykt i 15.000 eksemplarer og givet gratis i to eksemplarer til landets grundskoler, og samtidig kunne alle skoler i landet gratis låne klassesæt fra landets Amtscentre for Undervisning og kommunernes pædagogiske centraler. Projektet er støttet med 500.000 kr. Bogen var oprindeligt tænkt som en "folkegave" til landets 6.-klasser og med et oplag på mellem 40 og 60.000 eksemplarer, men økonomien gjorde, at det endelige antal ifølge kontrakten blev på mere beskedne 15.000 eksemplarer. Den udkom august 2004. Bogen har spillet en væsentlig rolle for formidlingen af H.C. Andersen på Amtscentre og pædagogiske centraler og dermed videre ud i skolesystemet. Louis Jensen har desuden været foredragsholder på kurser sammesteds.

Center for Børnelitteratur

Den største aktør inden for grundskoleområdet var Center for Børnelitteratur ved Danmarks Pædagogiske Universitet. Centret fik en bevilling på 2,6 mill. kr. Fra centret deltog fire medarbejdere med professor Torben Weinreich som leder. CfB var desuden konsulent for HCA 2005 Fonden i forbindelse med ansøgninger inden for undervisningsområdet og vurdering af Louis Jensens biografi, både hvad angår økonomi og bogens kvalitet. CfB's projekt var først og fremmest af formidlingsmæssig art, mens den videnskabelige undersøgelse af unges kendskab til H.C. Andersen og hans digtning kun udgjorde en lille del.

Den undersøgelse, som CfB – ved ph.d.-stipendiat Anette Øster – lavede om børns viden om H.C. Andersen i 2004, lå i forlængelse af tre pilotprojekter om H.C. Andersen i skolen. De blev iværksat på de tre skoler med bistand fra centret, men således at skolerne selv havde ansvar for undervisningen. Det kom der to rapporter ud af, som i populær udgave er publiceret i *Det er ganske vist! Lærers bog om H.C. Andersen*. Bogen indeholder artikler om H.C. Andersens værk og liv, og den blev uddelt med et gratis eksemplar til landets grundskoler og skulle fungere som inspirationsmateriale (oplag: 3000 eks. plus 1000 til salg – alle er givet bort eller solgt). CfB stod desuden for Vibeke Stybes *Børnene kyssede mig kærligt! H.C. Andersen og børnene* (2004, er udkommet i 2. oplag) og *Pen og Blækhuus. Nye og gamle tingseventyr* (2004, er udkommet i 3. oplag), der rummer tingseventyr af H.C. Andersen, nyskrevne tingseven-

tyr af elever på Forfatterskolen for Børnelitteratur, samt en forskningsbaseret efter-skrift om tingseventyret som genre ved adjunkt Anna Karlskov Skyggebjerg.

CfB arrangerede eller bidrog med foredrag til 25 seminarer med et samlet delta-gerantal på ca. 2000. Seminarerne var gratis, ligesom centrets medarbejdere holdt gratis forelæsninger – dvs. var betalt af HCA 2005 Fondens midler. Seminardeltagerne var medarbejdere på amtscentre, pædagogiske centralers fagkonsulenter, skolebi-bliotekarere, seminarielærere og lærere på små skoler. Seminarerne havde CfB's egne ansatte som foredragsholdere, men hentede også ekspertise udefra, idet blandt andre Johan de Mylius, Jens Andersen, Katrine Lilleør og Bente Scavenius bidrog. Hensig-ten var via amtscentre, konsulenter m.fl. at give de lærere, som skulle undervise i H.C. Andersens liv og værk, en grundig og nuanceret viden. Meningen var således, at den viden, som blev formidlet på seminarerne, skulle forplante sig som ringe i vandet ud til de enkelte skoler og de enkelte lærere.

Oplysningsprojektet blev ud over bøger og seminarer også ført ud på nettet, idet CfB oprettede en undervisningsportal, hvor man kunne – og stadig kan, idet portalen endnu er tilgængelig – finde artiklerne fra *Det er ganske vist! Lærerens bog om H.C. Andersen* samt adskilligt andet. Kendskabet til portalen blev udbredt på seminarerne, og der var direkte link til den fra både HCA 2005 samt Amtscentrenes egne H.C. Andersen-hjemmesider.

CfB lavede desuden en såkaldt undervisningspakke, som med store økonomiske omkostninger for fonden blev oversat til 24-25 sprog og for størstedelens vedkom-mende lagt ud på HCA 2005 Fondens hjemmeside. Alene oversættelserne beløb sig til 1,5 mio. kr., og dertil kom udgifter til at få teksterne redigeret på hjemmesiden. Oversættelserne blev dog først fuldført ind i september 2005 (ifølge oplysninger fra CfB), og de sidste oversættelser nåede af økonomiske grunde ikke at komme ud på nettet. Undervisningspakken havde en forholdsvis kort levetid, da den blev nedlagt sammen med HCA 2005 Fondens hjemmeside med udgangen af jubelåret. Der var diskussioner mellem fonden og CfB om, hvad der skulle ske med undervisnings-pakken ved afslutningen af 2005, men det kom der ingen løsning på, hvorfor pakken til alles utilfredshed ikke mere er tilgængelig. CfB oplyser, at undervisningspakken blev mest anvendt i de lande, hvor den danske ambassade på stedet gik aktivt ind i formidlingsarbejdet, som det f.eks. var tilfældet i Spanien.

CfB stod desuden til rådighed for forespørgsler om H.C. Andersen og fik spørgs-mål fra både ind- og udland. Centret fik mange henvendelser igennem året om alt fra H.C. Andersens skonummer til hjælp med ideer til undervisningsforløb.

Endelig iværksatte CfB en vandredstilling med nye illustrationer af to eventyr. Den besøgte 20 danske folkebiblioteker, som havde forpligtelse til at samarbejde med lokale skoler.

Som afsluttende rapport havde man oprindeligt tænkt sig en bogudgivelse i CfB's skriftserie, men undlod denne større form, da artikler fra projektet allerede forelå i bogform i f.eks. *Det er ganske vist!* En væsentlig opregning af projektet findes imid-ler tid i hæftet *H.C. Andersen i skolen* (2005). Heri findes en kortfattet opgørelse over centrets arbejde og resultaterne af det.

Vurdering af projekterne

Projekterne er med undtagelse af den oversatte del af "undervisningspakken" gen-nemført uden fatale problemer. De er blevet realiseret i god tid op til HCA-året og har

fungeret efter hensigten, nemlig at udbrede kendskabet til H.C. Andersen og inspirere lærere og elever til at læse ham. Tilsammen gjorde bogudgivelserne H.C. Andersens liv og eventyr tilgængelig for en stor skare elever på grundskoleniveau. Der har således været værker af H.C. Andersen selv og om ham tilgængelige i stor stil. Dertil kommer de bøger om H.C. Andersen i undervisningen, som CfB har stået for. Ud over det, som seminarer og konferencer har bidraget med, kan de blive kilde til varig inspiration. Alle bøger udgivet i fondens regi har fået en fin modtagelse i den pædagogiske fagpresse.

Den store aktør var Center for Børnelitteratur, der både fungerede som selvstændig projektansvarlig og som rådgiver for HCA 2005 Fonden. Det var en dobbeltrolle, som kunne give, men ikke gav anledning til de store problemer, selv om f.eks. Amtscentrene følte sig forbigået med deres ansøgning om midler til deres egen Andersen-hjemmeside. Det havde dog sine fordele, at fondens største bevilling til grundskoleområdet gik til en institution, der på forhånd havde kapacitet og faglig og pædagogisk erfaring til at løfte opgaven. Center for Børnelitteratur under Danmarks Pædagogiske Universitet havde – med professor Torben Weinreich i spidsen – både ekspertise med hensyn til læserundersøgelser og udarbejdelse af undervisningsforløb, ligesom der også var en forskningsbaseret viden om H.C. Andersens eventyrgenre og hans tid til stede på centret, hvor der i forvejen var forskningsprojekter i gang om børnelitteratur på H.C. Andersens tid. Centrets arbejde kom i gang i så god tid, at det meste var klar til 2005, og det gælder både bogprojekter og undervisningsportalen, der også blev løbende opdateret.

Kun oversættelserne til udlandspakken trak ud, og hele forløbet omkring denne pakke er stærkt kritisabelt. Dels var de sidste oversættelser først i hus hen i september (årsagen hertil er mig ikke bekendt), dels var der i efteråret 2005 ikke økonomi til at få de sidste oversættelser bearbejdet til netudgaven, dels blev pakken utilgængelig over nettet, da HCA 2005 lukkede sin hjemmeside ned. Den findes nu kun i en ufuldstændig udgave på dvd. Hermed har man mistet et stærkt resursekrævende arbejde, der kunne have værdi langt ud over H.C. Andersen-året. Problemet var blandt andet, at ingen af de involverede instanser var eller følte sig forpligtet til at "hoste" hjemmesiden ud over 2005 og at bruge de nødvendige midler til i første omgang bare at have den liggende, i anden omgang at vedligeholde den. Desuden var der uafklarede kontraktlige forhold om rettigheder og om frigivelse af materialet efter 2005.

Det må derfor anbefales, at man i fremtidige projekter får nøje angivet i kontrakter og aftaler, hvem der efterfølgende har ansvar for og rettigheder til de netbaserede produkter, hvorvidt de løbende skal vedligeholdes, hvor længe de skal være tilgængelige, og hvor de skal kunne findes på nettet. I en tid hvor eleverne i grundskolen arbejder mere og mere med netbaseret information er det af yderste vigtighed, at man efterfølgende kan finde oplysninger, sådan som man i dag kan finde et H.C. Andersen-undervisningssite på både Gyldendals og Center for Børnelitteraturs hjemmeside.

CfB's arbejde har haft en stor effekt direkte på deltagerne i konferencer og seminarer. De har skullet videreformidle H.C. Andersen og har fået del i den nyeste forskning og har således følt sig "godt klædt på". Disse pædagogiske konsulenter har efterfølgende haft fat i et overordentligt stor antal lærere, som har fulgt kurser på amtscentre og lokale pædagogiske centraler, enten på dagkurser eller hele ugekurser. Amtscentrene har også haft deres egen H.C. Andersen-hjemmeside, som har refereret til CfB's hjemmesider. Og så har de gennemført deres egen plakatkonkurrence med