

København, Aalborg og Kolding d. 20.11.2007

Til
Kulturminister Brian Mikkelsen
og Økonomi- og erhvervsminister Bendt Bendtsen

Interesstillæg vedr. Kulturministeriets og Økonomi- og Erhvervsministeriets center for kultur- og oplevelsesøkonomi

Vi har med stor tilfredshed konstateret, at der er indgået et forlig mellem regeringen og et bredt udsnit af folketingets partier om styrkelse af vækstvilkårene for kultur- og oplevelsesøkonomien gennem bedre samspil mellem erhvervsliv og kulturliv i Danmark.

Kultur- og oplevelsesøkonomi er en af de hurtigst voksende sektorer på globalt plan. En stadig større andel af forbrugernes disponible indkomst bliver brugt på kultur og oplevelser i vores del af verden, og efterspørgslen efter unikke oplevelser og kulturtilbud viser kun tegn på vækst i fremtiden. Danmark står allerede stærkt inden for kultur- og oplevelsesøkonomien, hvad angår talentmasse, kreative vækstlag, virksomheder og eksport. Men potentialerne er langt fra udnyttet optimalt. Bl.a. kan de erhvervsmæssige potentialer i kulturlivet og oplevelseserhvervene udnyttes meget bedre. Forliget kan være med til at styrke samspillet mellem virksomheder og kulturlivet, at udbygge kultur- og oplevelsesøkonomiens betydning for dansk økonomi, yderligere at styrke Danmarks konkurrenceevne og vækstmuligheder i den globale kultur- og oplevelsesøkonomi og dermed skabe udvikling, vækst og velstand.

Ifølge aftalen skal der etableres et nationalt center for kultur- og oplevelsesøkonomi, og den fysiske placering af dette center skal afgøres af forligspartierne i løbet af efteråret 2007.

En række uddannelses- og forskningsinstitutioner, kultur- og erhvervspartnerne samt virksomheder inden for kultur- og erhvervsamarbejde, der placerer sig i front i forhold til kultur- og oplevelsesøkonomien i Danmark, har i den anledning dannet et konsortium. Konsortiet består af Kunstakademiets Arkitektskole, CBS, Artlab og Have PR & Kommunikation i København, Aalborg Universitet/ExCITe og ApEx (Center for anvendt oplevelsesøkonomi) i Aalborg og Designskolen i Kolding. Dette konsortium vil gerne tilbyde sig som vært og platform for et kommende nationalt center for kultur- og oplevelsesøkonomi.

Baggrund for interesstillægget

Et center, der skal styrke vilkårene for vækst i kultur- og oplevelsesøkonomi og herunder specielt fremme samspillet mellem erhvervsliv og kulturliv, må både have viden og kompetencer inden for det kunstfaglige og kulturelle felt på højeste niveau, viden og kompetencer inden for det erhvervsfaglige felt på højeste niveau samt ikke mindst have viden om hvordan man skaber alliancer og fremmer samarbejde mellem kultur- og

erhvervsliv. Konsortiet er sammensat med henblik på at møde disse behov på den mest optimale måde. Det kultur- og kunstfaglige felt dækkes af Kunstakademiets Arkitektskole, Designskolen Kolding og dele af CBS og Aalborg Universitet. Det erhvervsfaglige felt dækkes af andre dele af CBS og AAU. Mens de konkrete erfaringer med samarbejde mellem erhvervsliv og kulturliv dækkes af Artlab, Have PR og Kommunikation og ApEx.

Der eksisterer i dag flere forskellige tilgangsvinkler til kultur- og oplevelsesøkonomien og samarbejdet mellem kultur og erhverv. I det ene yderpunkt står en kunstnerisk-kreativ tilgang, der tager udgangspunkt i kunstnerens kompetencer og betoner kreativitet som bærende ressource. I det andet yderpunkt står en vidensbaseret tilgang, som tager udgangspunkt i videnskabelig viden om innovation, kreative alliancer, oplevelsesdesign, oplevelsesbaseret kommunikation m.v. koblet med metodisk indsigt i brugerdreven innovation, designerdreven innovation, kreativitetsteknikker osv. Førstnævnte er primært forankret i selvstændige organisationer, der har udspring i kunstfaglige sammenhænge. Sidstnævnte er primært forankret i etablerede videninstitutioner i form af forsknings- og uddannelsesinstitutioner.

Det her sammensatte konsortium er stærk fortalere for, at kultur- og oplevelsesøkonomien skal forankres i viden, der trækker på det bedste fra begge traditioner. Tiltag inden for kultur- og oplevelsesøkonomien forankres bedst i forskningsbaserede videninstitutioner, men det skal ske i et tæt samarbejde med de kreative mennesker og institutioner – som skaber og udgør de konkrete alliancer mellem erhvervslivet og kulturlivet. Konsortiet vil således samle og formidle erfaringerne fra bl.a. de projekter, som igangsættes med støtte fra den afsatte pulje til samarbejdsprojekter.

Konsortiet vil søge at finde svar på spørgsmål som: Hvad virker? Hvordan nedbrydes barriererne mellem kunstens/kulturens verden og det private erhvervsliv? Hvordan får vi kunsten/kunstnerne integreret i de små og mellemstore virksomheder? Hvordan kommer vi fra, at kunst og kultur af erhvervslivet betragtes som ”flødeskum” til at man forstår, at kunst og kultur udgør lagkagebundene; ja det daglige brød? Hvordan får vi udviklet en forståelse af, at design ikke længere blot er en æstetisk dimension ved et produkt, men at design kan være vækstdriver? Eller hvordan kommer vi fra at betragte teateret som underholdning, til at bruge teaterets fortælleteknik og udtryk til udvikling af den medarbejderkultur og de teams, som skaber fremtidens produkter? Endnu mere konkret: Kan skuespillere hjælpe virksomheder med at skabe brugerdreven innovation? I givet fald hvordan? Hvordan kommer virksomhederne til at tro på det og kunstnerne til at bidrage, uden at de føler, at de sælger ud af deres frihed og deres talent? Og hvordan får vi udviklet arkitektfaget og arkitekturen fra at være ren formgivning af en fysisk ramme til også at fortælle historie og dermed give værdi til de sociale og produktive processer, der foregår inden for den fysiske ramme?

Det er spørgsmål som disse, konsortiet vil søge at finde svar på og formidle til gunst for udviklingen af kulturlivet og erhvervslivet.

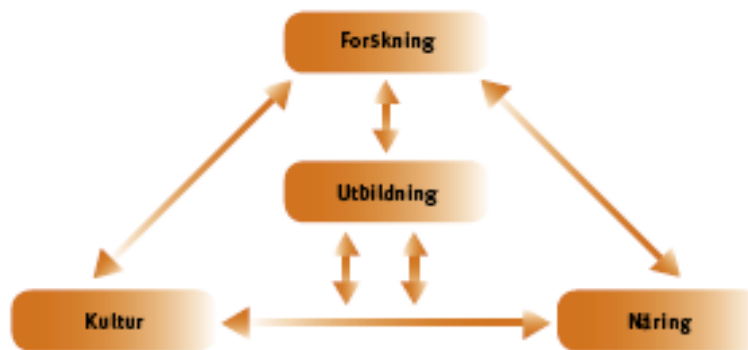
Det etablerede konsortium står som garant for, at initiativet bliver forankret i

videninstitutioner på højeste internationale niveau, at den opnåede viden bliver indlejret, bevaret og reproduceret i videninstitutioner, at der systematisk bliver udviklet innovativ viden på feltet, og at denne viden bliver fremlagt og evalueret i et internationalt regi – således at kultur- og oplevelsesøkonomien også bliver en videnøkonomi. Men nok så vigtigt står konsortiet også som garant for, at den indsamlede viden formidles i et sprog som er til at forstå for aktørerne i det private erhvervsliv og i kulturlivet. Konsortiet ser således sig selv som en katalysator for udviklingen af endnu stærkere samarbejder mellem kultur og erhverv, end vi indtil nu har set.

Konstruktionen er inspireret af den såkaldte FUNK-model. FUNK-modellen er en anerkendt forklarings-, udviklings- og vækstmodel specielt udviklet i forhold til kultur- og oplevelsesøkonomien af den svenske KK-stiftelse. Hovedpointen i FUNK-modellen er, at tilvækst inden for oplevelsesøkonomi forudsætter tilstedeværelse og forpligtende samarbejde mellem Forskning, Undervisning, Næring (eller erhverv) og Kultur, deraf navnet FUNK.



FUNK-modellen bliver ofte illustreret som angivet nedenfor. Som det fremgår, fokuserer modellen først og fremmest på samspillet mellem erhverv og kultur. Dette samspil skal imidlertid informeres af undervisning og kompetenceudvikling, der igen skal informeres af forskning og viden. Samspillet skal også understøttes af videnskabelig baseret viden om henholdsvis erhvervslivet og kulturlivet som selvstændige områder og om samarbejdet mellem erhverv og kultur.



Udover at alle fire momenter – kultur, erhvervsliv, uddannelse og forskning – skal være til stede, og at disse fire elementer skal indgå i et aktivt samspil for at skabe tilvækst i oplevelsesøkonomien, er vigtige elementer i FUNK-modellen, at der skal fokuseres på helhedssynet og rammebetingelserne, herunder også infrastrukturen i oplevelsesindustrien, der omfatter formelle og uformelle netværk, samarbejdskulturer, offentlig politikskabelse, kompetencestrukturer, brancheorganisationers struktur og funktionsmåde, hvordan aktørerne forstår og ser på sig selv osv. Konsortiet er sammensat, så det på optimal måde understøtter tilvækst i oplevelsesøkonomien og samspillet mellem erhverv og kultur efter denne model ved at inddrage centrale repræsentanter for både kultur, erhverv, forskning og undervisning.

Konsortiet er også sammensat således, at alle væsentlige dele af kultur- og oplevelsesøkonomien fagligt er dækket ind. Det drejer sig om arkitektur, design, mode, turisme, computerspil og digital underholdning, film, musik, litteratur, teater, kunst, medier, markeds kommunikation, oplevelsesbaseret læring, madkultur, m.m. Kultur- og oplevelsesindustrien og de kreative industrier består i udgangspunktet af mange forholdsvis fragmenterede brancher. At centret dækker alle væsentlige dele af de kreative industrier giver også en særlig mulighed for, at der udvikles en fælles forståelse, som gør det muligt på tværs af de mange forskellige former for kultur- og oplevelsesøkonomi, at identificere sig som sådan. At det bliver muligt for Ib Michael og saltsyderiet på Læsø at se sig selv – og blive set – som aktører i den samme økonomi, at der med andre ord opbygges en samlende identitet og selvforståelse inden for oplevelsesøkonomien. En økonomi, der i stigende grad lever af ånd, af det immaterielle. Men også at der i forskningsammenhæng udvikles metoder, som gør det muligt at analysere kultur- og oplevelsesøkonomien på tværs af forskellene.

Konsortiet er endelig sammensat således, at det giver en god balance mellem Øst- og Vestdanmark såvel som mellem Nord- og Syddanmark. 3 ud af landets 5 regioner er repræsenteret i konsortiet. Tilsvarende er der en god balance mellem hovedstad og yderområder. Arbejdet med styrkelsen af samspillet mellem kultur og erhverv forudsætter ofte tæt kontakt til de involverede virksomheder og kulturinstitutioner. Skal man sikre, at initiativet kommer ud i alle dele af landet – også til de små og mellemstore virksomheder i yderregionerne – er det en forudsætning, at centret har en tæt kontakt til de primære aktører. Den fysiske placering af centret og den brede grænseflade til erhvervs- og kulturliv er her afgørende faktorer. Det foreslåede konsortium vil sikre, at hele det danske

erhvervsliv og kulturliv får glæde af centrets arbejde for at skabe vækst inden for kultur- og oplevelsesøkonomien. Samtidig vil det sikre en selvstændig udvikling af yderregionerne.

En dansk satsning af denne størrelsesorden inden for kultur- og oplevelsesøkonomi må selvklart stile mod at blive et europæisk fyrtårn. CBS, Kunstakademiets Arkitektskole, Designskolen Kolding, AAU og ApEx såvel som virksomhederne Artlab og Have PR & Kommunikation har kontakt til og samarbejdsrelationer med alle de væsentligste internationale miljøer og institutioner inden for kultur- og oplevelsesøkonomi. Konsortiets partnere kan således sikre et højt internationalt niveau og en høj international ambition i satsningen.

De fleste designobjekter har en ydre, objektiveret form, der kan gøres til genstand for fælles iagttagelse. Oplevelser er særlige derved, at man kun kan designe forlæggelsen for oplevelsen, men ikke oplevelsen i sig selv. Oplevelsen kan kun produceres ved aktiv medskaben fra den oplevende. Den findes kun inde hovedet på den, der oplever. Oplevelsen kendes derfor i princippet kun af det individ, der har oplevelsen og kan ikke umiddelbart gøres til genstand for fælles iagttagelse. Derfor er brugeren særlig vigtig i udvikling af viden om oplevelser og oplevelsesdesign. Og bruger-centreret design og bruger-dreven innovation tilsvarende vigtige metoder i design af oplevelser. Samtidig er der brug for designer-dreven innovation til at sikre kreativ nytænkning, innovation og konceptuel sammenhæng, ligesom der er brug for markedsdreven innovation, for at tage bestik af markedet og fremtidige udviklingstrends såvel som forskningsdreven innovation til udvikling og effektivisering af nye metoder og anvendelse af den nyeste viden inden for oplevelsesindustrien. Konsortiet vil derfor lægge vægt på at udvikle nye bruger-centrerede metoder til oplevelsesdesign og i vid udtrækning basere udviklingen af nye oplevelser, produkter og tjenester, organisations- og samarbejdsformer på systematisk anvendelse af bruger-dreven innovation, produktivt sammentænkt med traditionelt isolerede innovationsformer som forskningsdreven innovation, markedsdreven innovation og designer-dreven innovation. Flere af konsortiets partnere har omfattende viden om og erfaringer med at arbejde med disse innovationsformer.

Konsortiet har allerede på nuværende tidspunkt indgået aftaler om samarbejde med en række virksomheder, der vil fungere som associerede partnere til eller konsulenter for centret, herunder bl.a.

- DAFI – Danish Fashion Institute
- Danmarks Tekstil og Beklædning
- Hugo Boss

Vedlagt i bilag 1 er en oversigt over yderligere 45 virksomheder, der har indgivet en støtteerklæring i forhold til centret.

Konsortiets visioner for centret er,

- at det kan udgøre den nationale infrastruktur for kultur og oplevelsesøkonomien ved at udgøre den centrale *hub*: i netværket af virksomheder, kulturaktører, uddannelser og forskningsinstitutioner; i netværket af forskellige subbrancher

- inden for oplevelsesøkonomien; og i netværket af regionale og lokale aktører
- at det på markant og målbar vis skal forbedre vilkårene for vækst og styrke de erhvervsmæssige potentialer i den danske kultur- og oplevelsesøkonomi på et videnskabsmæssigt grundlag
- at det skal identificere, facilitere og fremme de oplevelseserhverv, hvor Danmark har særlige erhvervsmæssige potentialer
- at det skal understøtte iværksættelsen af projekter og udviklingen af kultur og oplevelsesøkonomien i hele landet og i alle regioner gennem en tæt og direkte kontakt til de enkelte virksomheder og kulturaktører, herunder både de større virksomheder og de små og mellemstore virksomheder, der udgør tyngden og vækstlaget i oplevelsesøkonomien i Danmark
- at det bringer den allerede oparbejdede viden og de allerede eksisterende kompetencer i spil i forhold til at styrke vilkårene for vækst inden for oplevelseserhvervene
- at det som videninstitution indsamler, strukturerer, oparbejder og forankrer ny viden om oplevelsesøkonomi og oplevelseserhvervene
- at det udadtil skal profilere kultur- og oplevelsesøkonomien som sektor og indadtil skal styrke identitetsdannelsen og samarbejdet inden for den i udgangspunktet heterogene branche
- at det skal sikre en bred og effektiv formidling af viden, vejledning og overførelse af *best practice* til virksomheder, aktører i kulturlivet og den brede offentlighed
- at det bliver et europæisk fyrtårn inden for kultur- og oplevelsesøkonomi, der sikrer synligheden af den danske kreative industri på globalt plan og sikrer hjemtagningen af den nyeste internationale viden til de danske virksomheder, kulturinstitutioner og videninstitutioner.
- og at det baserer udviklingen af nye oplevelsesprodukter og -tjenester på systematisk anvendelse af nye metoder indenfor brugerdreven innovation bragt i frugtbar samspil med designerdreven innovation, markedsdreven innovation og forskningsdreven innovation.

Vi vurderer, at konsortiet på tværs af de deltagende parter har de objektive styrkepositioner, nødvendige kompetencer og erklærede fremtidige prioriteringer, der gør det i stand til på den mest optimale måde at fungere som vært og platform for det nationale center for kultur- og oplevelsesøkonomi og at indfri de ovenstående visioner.

Organisering og lokalisering

Centret tænkes etableret som en selvstændig enhed, der er knyttet til og kan trække på de allerede eksisterende videnressourcer og erfaringer forankret i konsortiets institutioner. På den måde skabes der den maksimale synergi mellem allerede etablerede og nye indsatser inden for kultur- og oplevelsesøkonomien. Centret forventes underlagt en ekstern bestyrelse med bl.a. repræsentanter for erhvervslivet og kulturlivet.

Fordelene ved at etablere centret på en platform af allerede eksisterende institutioner er bl.a., at centret kan drage fordel af de opbyggede kompetencer og erfaringer på de enkelte institutioner, at centret kan trække på de etablerede kontakter til og netværk med

erhvervslivet og kulturlivet, at centret kan etableres med forholdsvis begrænsede opstartsomkostninger, og at centret dermed kan startes op og få en faktisk effekt relativt hurtigt.

Konsortiet vil gå efter at få ansat et internationalt topnavn som leder af centret. Samtidig vil konsortiet tilstræbe at ansætte medarbejdere på højeste internationale niveau. Centret skal være en reel forøgelse af aktiviteterne og kvaliteten inden for området frem for blot en refordeling af de allerede eksisterende aktiviteter og kompetencer.

Får konsortiet mulighed for at indtræde som vært og platform for centret, vil det blive placeret fysisk på de deltagende institutioner med udgangspunkt i de enkelte institutioners styrkeområder, men samtidig etableres et centralt fælles mødested og et 'ansigt udad til'.

Selv om centrets lokalisering bliver fysisk distribueret, er det konsortiets intention, at centret skal fungere som en integreret enhed. Der vil blive udviklet særlige samarbejdsmodeller for at understøtte dette. Det skal bl.a. sikres gennem fælles integrerede projekter, centermøder, fælles formidlingsaktiviteter, nye samarbejdsformer og nye virtuelle mødeformer, der er gode erfaringer med inden for kredsen af institutioner i konsortiet. Der er allerede eksempler på og erfaringer med denne type af velfungerende samarbejder mellem flere af konsortiepartnerne.

Konsortiet indgår meget gerne i en videre dialog med ministerierne med henblik på at konkretisere placering, opbygning og organisering af det kommende nationale center for kultur- og oplevelsesøkonomi.

Der er fremsendt enslydende interessetilkendegivelser fra konsortiet til Kulturministeriet og til Økonomi- og Erhvervsministeriet.

Nedenfor følger en beskrivelse af konsortiets partnere og deres særlige kompetenceområder og aktiviteter inden for kultur- og oplevelsesøkonomi.

CBS – Copenhagen Business School

Copenhagen Business School har 15.000 studerende og 450 fastansatte forskere og lærere. Som en handelshøjskole med en bred profil har CBS længe haft kreative industrier og oplevelsesøkonomi som satsningsområde. I 2004 blev forskningscentret *Imagine..* dannet som en tværfaglig platform. *Imagine..* har deltagelse af fem institutter – Institut for Industriøkonomi og Virksomhedsstrategi, Institut for Interkulturel kommunikation og Ledelse, Institut for International Økonomi og Virksomhedsledelse, Institut for Afsætningsøkonomi og Institut for Organisation. Derved spænder centrets faglighed fra erhvervsøkonomi til designforskning, organisationsforskning, sociologi og antropologi. Udover at lede CBS's forskningsindsats på det kreative felt har *Imagine..* også koordineret undervisning, dels i forbindelse med oprettelsen af cand.soc.-programmet 'Creative Business Processes' i 2006, og dels for en række valgfag og undervisningsmoduler, der sikrer en bred integration af viden om kulturøkonomien på

alle CBS's uddannelser.

I april 2007 blev forskningsprogrammet *Creative Encounters* startet med støtte fra Det Strategiske Forskningsråds programkomite KINO. Projektet, der skal løbe over fire år med deltagelse af 10 seniorforskere samt en række Ph.D.'er og gæsteforskere, er organiseret i tre strømme – mode og luksus, film og medier, og *placebranding*, kunst og kultur – for at fokusere forskningsindsatsen på de ret forskellige industrier på det kreative felt samt facilitere samarbejde med erhvervslivet. Centret har en i international sammenhæng enestående styrke indenfor viden om mode og andre kreative industrier, der er fremvokset af fremstillingsindustrier (for eksempel smykker, pels og parfume/duft), og derfor er underkastet andre vilkår end kulturindustrier, der er baseret på indhold og copyright, og som derfor åbner for andre spørgsmål om for eksempel global produktion og etik. Metodisk er projektet drevet af kvalitative og etnografiske metoder, der er baseret på et nært samarbejde med partnere i erhvervslivet.

Et centralt forskningsprojekt er en sammenlignende undersøgelse af den rolle messer, festivaler og andre sammenkomster spiller i de kreative industrier, der typisk er kendetegnet ved en høj grad af segmentering og en stærk professionel identitet.

Derudover er messer og festivaler også centrale for *placebranding*.

Forskningsprogrammet *Creative Encounters* har et internationalt udsyn, og stræber efter at sætte den empiriske forskning om Danmark ind i en større global sammenhæng, blandt andet for at sikre en realistisk forståelse af landets potentialer.

Kunstakademiets Arkitektskole

Kunstakademiets Arkitektskole har ca. 1200 studerende i grunduddannelsen og 109 videnskabelige medarbejdere med i alt ca. 51 forskningsårsværk.

KA rummer en bred vifte af faglige specialer inden for det arkitektoniske felt. Skalamæssigt dækker KA's kompetencer fra by- og landskabsplanlægning over bygningsskalaen til designområdets forskellige discipliner.

Arkitektuddannelsen og arkitekterhvervet har en lang tradition for brugerinddragelse og behovsidentifikation som udgangspunkt for arkitektoniske og designmæssige løsninger på problemstillinger på alle skalatrin.

Forskningen er organiseret i 4 institutter og til hvert institut er der tilknyttet et eller flere forskningscentre.

Institut for Teknologi og det tilknyttede center for Industriel Arkitektur (CINARK) har en lang erfaring i samarbejde med byggeriets parter/brancheorganisationer, og CINARK har i sin forskningsindsats særligt interesseret sig for byggeriets processuelle og kvalitative aspekter samt brugeridentificerede kulturelle behov, fleksibilitet mv.

Iboende industriel fremstilling ligger fokus på optimal anvendelse af økonomiske, tids- og arbejdskraft- såvel som materialemæssige og teknologiske ressourcer – herunder det digitale der aktuelt lanceres som obligatorisk i alt offentligt byggeri. Dette peger på

følgende foci for centrets kommende periode:

Den industrielle arkitektur set som løftestang for en bæredygtig udvikling, herunder energioptimering og økologi både hvad angår opførelse, drift vedligehold og bortskaffelse

Billige boliger: med udgangspunkt i de aktuelle tiltag vil centret undersøge i hvilken grad der reelt kan tales om industrialisering.

Nye digitale teknologiers betydning i de arkitektoniske designprocesser og en re-introduktion af ornamentet i Industrialiseret byggeri.

Centret vil i særlig grad beskæftige sig med brugerinddragelse: I hvilket omfang og hvordan giver det mening at inddrage brugeren i skabelsen af arkitektur. Nøgleordene her er systemleveracer, brugerdreven innovation og *mass customisation*.

Institut for Planlægning og de tilknyttede centre: Center for Byplanlægning (CFB), Center for Byrumsforskning (CBF) og Center for Idræt og Arkitektur (CIA) har en række forskergrupper som har ekspertise i byudviklingsstrategier, bolig- og boligområdeplanlægning, turismestrategier og kultur- og fritidsfaciliteter.

Center for byplanlægning har til opgave at gennemføre videnindsamlig og forskning med fokus på aktuel national og international viden om urban transformation og strategisk planlægning, at formidle denne viden til studiemiljøet og planlægningsfaget med henblik på inddragelse og dialog med praksis

Center for Byrumsforskning søger gennem sit arbejde at nuancere og kvalificere forskningen af byens rum og brugen heraf rumligt, strategisk og begrebsmæssigt. Brugerbehov og brugeradfærd har været en vigtig del af centrets ca. 30-årige historie.

Institut for Design og de tilknyttede centre: Center for Designforskning (CDF) og Center for IT og Arkitektur (CITA) beskæftiger sig både med brugerdreven design og med afsøgning og udvikling af teknologiske muligheder i bl.a. interaktive materialer og processer.

Center for designforskning har ud over at styrke designuddannelserne i DK også til formål at udvikle et stærkt dansk forskningsmiljø i design på tværs af arkitekt- og designskolerne og at optimere mulighederne for at indgå i et aktivt samspil med erhvervet og stille resultater af forskningen til rådighed for danske virksomheder.

Center for IT og Arkitektur skal styrke indsatsen for anvendelsen af informations- og kommunikationsteknologien i design og byggesektoren. Det skal bl.a. ske ved at skabe tværfaglige forskningssamarbejder, der tillader en udvikling af fagets digitale praksis. Det er målet at CITA skal udvikle kreative forskningsmodeller, der kan give direkte og praktiske erfaringer inden for anvendelse og udvikling af nye digitale værktøjer.

KA vil med sine gode forbindelser til de øvrige uddannelser under Kulturministeriet derudover fungere som direkte brobygger til film, teater og musik i en ny centerkonstruktion.

Aalborg Universitet og ExCITe (Center for Experience Economy, Creative Industries and Technologies)

Aalborg Universitet har ca. 14.000 studerende og beskæftiger omkring 1.200 akademisk personale og 800 administrativt og teknisk personale.

AAU er først og fremmest kendt for sin særlige studieform, der har basis i det problemorienterede projektarbejde, og som en del af tiden foregår i grupper. Der lægges vægt på, at de studerende i projektløsningen samarbejder med virksomheder, organisationer og institutioner af forskellig art. Via projektarbejde knyttes de studerendes tilegnelse af faglig viden til denne videns konkrete anvendelse. Samspelet mellem forskning, omverdenen og erhvervsliv bliver på denne måde opøvet allerede i studietiden. I direkte forlængelse af studieformen arbejdes der også på tværs af fakulteterne, idet der sigtes mod, at problemstillinger inden for teknik, menneske og samfund ses og vurderes i sammenhæng.

Også i forhold til forskning har AAU tradition for at arbejde tværfagligt, udadvendt og for at samarbejde med eksterne brugere af forskning. Aalborg Universitet prioriterer forskningssamarbejde højt, bl.a. via forskningsprojekter med private virksomheder, offentlige institutioner og interesseorganisationer. AAU indgik i 2006 over 500 samarbejdsaftaler med eksterne partnere. Universitetet har også udviklet nye former for forskningsformidling, bl.a. gennem Netværkscenteret og ApEx, der har til formål at etablere permanente samarbejder mellem AAU og primært nordjyske virksomheder for ad den vej at overføre ny viden og teknologi fra universitetet til omverdenen. AAU er generelt anerkendt som et universitet, der har et forbilledligt samarbejde med det omgivende erhvervsliv omkring forsknings- og udviklingsprojekter.

Aalborg Universitets aktiviteter inden for oplevelsesøkonomi er organiseret i ExCITe, Center for Experience Economy, Creative Industries and Technologies. Centret, der blev etableret i juni 2005, dækker fire fakulteter, 7 institutter og 14 forskergrupper og tæller i alt 114 videnskabelige medarbejdere. Dermed er ExCITe det største center for forskning i oplevelsesøkonomi i Danmark. Centrets faglighed spænder over: arkitektur og design herunder oplevelsesbyen, turismeforskning, innovation i virksomheder, kultur- og erhvervsgeografi, iværksætterkultur, klyngedannelse, videndeling mellem virksomheder og organisationer, globaliseringsteori, interaktiv underholdning og teknologistøttede oplevelser, herunder computerspil, musikteknologi, brugerdreven oplevelsesinnovation og -design og markeds kommunikation og æstetik.

Forskning i oplevelsesøkonomi på AAU og under ExCITe er generelt kendetegnet ved, at være anvendelsesorienteret, ved at have en stor grad af flerfaglighed og tværfaglighed samt ved at være rettet mod videnskabeligt informeret konstruktiv og praktisk oplevelsesdesign. Karakteristisk for arbejdsformen på AAU er en stor del af ExCITE-

forskerne involveret i udviklingsprojekter i samarbejde med erhvervspartnerne, opbygning af netværk og erhvervsklynger, overførsel af viden og udvikling af kompetencer til oplevelsesøkonomiens forskellige brancher.

ApEx – Center for Applied Experience Economy

ApEx, Center for Applied Experience Economy, er et regionalt teknologicerter for anvendt oplevelsesøkonomi. Centret er etableret under VTU's ordning for regionale teknologicerter og er placeret i Nordjylland, Aalborg.

Bag centret står et regionalt partnerskab bestående af uddannelsesinstitutionerne: AAU/ExCITe, CVU Nordjylland og NOEA/Nordjyllands Erhvervsakademi; de offentlige regionale partnere: Region Nordjylland, Kultraftale Nordjylland, Aalborg Samarbejdet, Aalborg Kommunes Erhvervsafdeling; samt virksomheder inden for nordjysk oplevelsesøkonomi: Fårup Sommerland, Nordsømuseum, AM production/Nordjyske og Mekoprint, der repræsenterer oplevelsesøkonomien på virksomhedssiden. ApEx organiserer således alle de væsentligste aktører inden for oplevelsesøkonomien i regionen og udgør som sådan en begyndende klyngeorganisation for de kreative erhverv og for kultur- og oplevelsesøkonomien. ApEx er den eneste egentlige klyngeorganisation inden for kultur- og oplevelsesøkonomien i landet. Kultur- og oplevelsesøkonomien som branche og område er således bedre organiseret i Nordjylland end noget andet sted i landet.

ApEx's mission er at fremme oplevelsesøkonomien ved at bygge bro mellem kultur, erhvervsliv, forskning og undervisning.

ApEx har gennem de seneste år opbygget kompetencer i regionen i forhold til iværksættelse af projekter, der styrker samspillet mellem kultur og erhverv, i forhold til netværksdannelse, videndeling og kompetenceudvikling mellem kultur og virksomheder samt i forhold til en bred videnformidling til virksomheder, kulturliv og offentligheden. ApEx kører bl.a. en række innovationsprojekter omkring henholdsvis computerspil, lokationsbaserede tjenester og mobilt indhold, digital formidling af kulturarven og kreative alliancer. Ligesom ApEx driver en række branchenetværk om henholdsvis attraktioner og museer, computerspilsvirksomheder, shopping som oplevelse, digital kunst og kultur, events & festivaler og uddannelser inden for oplevelsesøkonomien.

ApEx har inden for det sidste år igangsat en række projekter, der arbejder med samspil mellem kultur og erhverv, bl.a. projektet Nordjyske Kreative Alliancer, der i 2007 har gennemført 11 kreative alliancer mellem kulturelle-kreative kompetencer og virksomheder. Der foreligger her en række positive erfaringer at bygge videre på i forhold til konkrete samarbejder mellem kultur og erhverv.

ApEx kan ses som et resultat af en samlet satsning på oplevelsesøkonomi i Region Nordjylland: Det nordjyske vækstforum og erhvervsudviklingsstrategien har udpeget oplevelsesøkonomi som et af syv satsningsområder i de kommende år; Kultraftale Nordjylland har udpeget 'kultur og erhverv' og 'oplevelsesøkonomi' blandt de

prioriterede temaer; Aalborg Samarbejdet såvel som Aalborg Kommunes Erhvervsafdeling har oplevelsesøkonomien som prioriteret satsning; Nordjylland er Danmarks største turismeregion; og endelig har regionen en lang række virksomheder inden for forskellige dele af kultur- og oplevelsesøkonomien (jf. interessetilkendegivelserne i bilag 1, som blot er et mindre udsnit), ligesom der gennem de seneste år er opbygget stærke virksomhedsnetværk og klynger for strategisk vigtige dele af kultur- og oplevelsesøkonomien.

Placeres dele af center for kultur- og oplevelsesøkonomi i Nordjylland vil en sandsynlig fysisk placering være i NORDKRAFT. NORDKRAFT er Aalborgs nye kulturhus, der rummer teatre, biograf, koncertsale, billedskole, musikskole, iværksættere inden for kultur- og oplevelsesøkonomi m.v. NORDKRAFT er lokaliseret på havnefronten i Aalborg, hvor kulturhuset med den fysiske placering sammen med Utzon Centret, Musikkens Hus, kvægtorvet, Karolinelund, Dreamhouse, Bretteville og det nye kvarter omkring Østre Havn vil udgøre et nyt regionalt kultur- og oplevelsesøkonomisk kraftcentrum.

I bilag 2 er vedlagt interessetilkendegivelse fra Region Nordjylland/Aalborg Kommune/Kulturaftale Nordjylland underskrevet af henholdsvis Regionsformand Orla Hav, borgmester i Aalborg Henning G. Jensen og formand for Kulturaftale Nordjylland Henrik Thomsen.

Designskolen Kolding

Designskolen Kolding er en selvstændig videregående uddannelsesinstitution under Kulturministeriet. Skolen blev oprettet i 1967 og har nu ca. 380 studerende fordelt på fem designfaglige studieretninger: Industrielt Design, Interaktive Medier, Mode, Tekstil og Grafisk Design og Illustration.

Designskolen Kolding er en af de førende designinstitutioner i Danmark med en lang tradition for at uddanne nogle af landets bedste designere. Skolen uddanner professionelle designere, der forholder sig kreativt, nytænkende og ansvarligt til et nyt verdensbillede i en globaliseret verden. Designere, som kan løse komplekse opgaver selvstændigt, i tværfaglige teams og i tæt samarbejde med virksomheder. Og designere, som både arbejder nationalt og internationalt med at sætte dansk design og dansk designkompetence på verdenskortet. Nøglebegreber for skolens aktiviteter er: innovation, tværfaglighed, problemløsning, formgivning, kommunikation og helhedsløsninger.

Samarbejde med dansk og udenlandsk erhvervsliv er en hjørnesteen i Designskolen Koldings strategi. Skolen har som målsætning kontinuerligt at opbygge og vedligeholde gode relationer til erhvervslivet. Gennem samarbejdsprojekter med produktions- og designvirksomheder, højere uddannelser, kulturinstitutioner, offentlige myndigheder m.fl. som en integreret del af skolens uddannelser møder de studerende de krav, der stilles til den professionelle designer.

Designskolen Kolding ser det som sin opgave at bidrage til at styrke dansk designs

position herhjemme og i udlandet. Skolen vil udbygge sin position som en internationalt orienteret designskole ved at sikre forskere og studerende de bedste muligheder for udveksling på tværs af landegrænser. Derfor indgår skolen i en række internationale netværk og alliancer og i internationale projekter og uddannelsessamarbejder.

Designskolen Kolding er midt i en udviklingsproces, der skal ændre skolen til et designuniversitet i 2010, som udbyder forskningsbaserede akademiske designuddannelser. Dermed kommer Designskolen Kolding på niveau med udenlandske designuniversiteter med alle de fordele, det indebærer for skolens studerende. Udviklingen af uddannelsen og opbygningen af et forskningsmiljø inden for design er centrale opgaver for skolen i de kommende år. Som led i dette arbejde tager skolen aktivt del i nye typer af forskningsformidling i form af forskningskonsortier som f.eks. MOKO/Modekonsortiet, der har til formål at etablere nye platforme for videndeling og dialog mellem designforskningen og industrien. Designskolen Kolding er tillige aktiv partner i det nationale Center for Designforskning.

Have PR & Kommunikation

Have PR & Kommunikation arbejder med PR og kommunikation inden for det kulturelle og humane felt i såvel Danmark som internationalt. Virksomheden er specialister i kulturformidling og et af de førende bureauer i Skandinavien.

Have PR engagerer sig i kulturbegivenheder af enhver størrelse og koordinerer presse- og kommunikationsopgaver inden for blandt andet teater, danse- og musikforestillinger, prisuddelinger, events, koncerter, kulturfestivaler, udstillinger, film, tv og Internet.

Bureauet er også en erfaren partner i udviklingen af langsigtede strategier og visioner for kulturinstitutioner, politikere og erhvervsliv med interesse i kultur. Derudover fungerer Have PR løbende som medie- og sponsorkonsulent for en række større virksomheder i Danmark og har igennem årene rådgivet adskillige danske og internationale kunstnere.

Have PR & Kommunikation er grundlagt af Christian Have, der begyndte sin virksomhed i 1983 med et samarbejde med Bodil Udsen og PR og kommunikationsopgaver for Gladsaxe Teater fra 1984. Derfra tog det fart med PR og kommunikationsopgaver, samt konsulentbistand til nogle af tidens største skuespillerkoryfæer.

Det var en tid, hvor kommunikations- og markedsføringsstrategier stadig var forbeholdt erhvervslivet, men i de følgende år ændredes holdningen i kulturbranchen, hvor nødvendigheden af at formidle og profilere den enkelte kulturbegivenhed steg i takt med et stadig større kulturudbud. Have PR & Kommunikation har set det som en stor udfordring og en væsentlig opgave at følge denne udvikling og at vokse med den. I de forløbne 20 år er firmaet vokset fra en enmands-virksomhed til en arbejdsplads med 15 ansatte, og grundet succes og vækst blev Have PR & Kommunikation omdannet til aktieselskab i 2004.

I 2001 blev Have PR & Kommunikation nomineret til en "Golden World Award" af

International Public Relations Association (IPRA) for sit arbejde med udviklingen og implementeringen af ”Årets Reumert - scenekunstens pris”. Det var anden gang Have PR & Kommunikation blev nomineret til prisen. Første gang var i 1997 i forbindelse med opera-forestillingen Lulu. Herudover vandt Have PR i kategorien "Entertainment and culture" ved Europas største PR-pris, EUROPEAN SABRE AWARDS 2005, for sit PR- og kommunikationsarbejde for H.C. Andersen Fonden i forbindelse med strategiplanlægning, lancering og pressehåndtering af H.C. Andersen-fejringen såvel nationalt som internationalt. Have PR var desuden også nomineret i kategorien "Nordics" ved samme prisuddeling. Senest har Have PR i september 2007 modtaget en Stevie Award – populært kaldet ”erhvervslivets Oscar” – i forbindelse med Det Kongelige Teaters opsætning af THOR i Ulvedalene.

Artlab

Artlab er landets største udbyder af tværfaglige karrierkurser og efteruddannelse for landets professionelle kunstnere: musikere, sangere, skuespillere, dansere, forfattere, scenografer, billedkunstnere, filmfolk, instruktører mv. Stedet tilbyder et levende, aktivt netværk for landets professionelle kunstnere og klare resultater for kursisterne.

Artlab startede i 1998, har 25 fastansatte, 10-30 løstansatte og i gennemsnit 120 professionelle kunstnere dagligt på fuldtidsforløb i karriereudvikling og efteruddannelse. Artlab har et 2000 m² uddannelsescenter i København og udbyder og tilrettelægger desuden landsdækkende kurser.

ARTLAB drives af Dansk Musiker Forbund i fagligt samarbejde med Dansk Skuespillerforbund

Artlab skaber ny praksis mellem kunstnere og erhvervsliv – med udgangspunkt i kunstnernes særlige kompetencer. Artlab efteruddanner kunstnere side om side med kulturkompetente erhvervsfolk inden for KUNST, INNOVATION, OPLEVELSESØKONOMI, KREATIVITET, KOMMUNIKATION OG LEDELSE.

ARTLAB ønsker at styrke den dynamiske udveksling mellem kunst- og erhvervsliv for at medvirke til en optimering af det regionale og nationale vækstpotentiale. Med fokus på resultatorienterede metoder er Artlab med til at udvikle et europæisk vækstområde, fx via systemeksport af Artlabs metoder til andre europæiske lande. Vi samarbejder med Letlands Kulturministerium og Det Danske Kulturinstitut om at etablere et Artlab i Letland, som skal arbejde med kunstnere, virksomheder og oplevelsesøkonomi.

Artlab har 2001-2004 gennemført to pilotprojekter med støtte fra EU's Socialfond på i alt 6,2 millioner, ArtBizz og MAB: Moving Arts & Business. Uddannelserne involverede i alt 40 kunstnere og mere end 500 ledere og ansatte har været i berøring med projektet.

Artlab har siden 1998 uddannet over 2.000 kunstnere til nye jobs i og uden for kunsten, afholdt kurser for ledere og akademikere i kunstnerisk metode: Improvisation, præsentationsteknik og skrivekunst. I 2006 fik ARTLAB flere priser i Innovation Cup

(Mandag Morgens innovationskonkurrence).

Artlab arbejder innovativt og praksisorienteret i nye brugerdrevne former, hvor virksomheder interagerer og udvikler med kunstnere omkring opgaver, der har betydning for deres virksomhed. Vi arbejder kun med professionelle kunstnere, der har den nødvendige faglighed og særlige kompetencer.

Proces: 1) innovation 2) systematisering 3) udbredelse af ydelsen. Artlab ønsker at etablere et center for kurser og efteruddannelse for landets kunstnere og virksomheder inden for dette felt. Metoder og uddannelsesmetodik er beskrevet i rapporter.

Artlab samarbejder med kunsthvets institutioner og organisationer bredt, med Christian Have, konsulentfirmaet Arts in Business, selvstændige kunstneriske konsulenter og internationale aktører om kvalitetsudvikling af konkrete kunstneriske ydelser. Siden 2001 har vi samarbejdet med private og offentlige virksomheder om studieopgaver og kommercielle ydelser/produkter.

Med venlig hilsen

Finn Junge-Jensen
Rektor, Copenhagen Business School

Sven Felding
Rektor, Kunstakademiets Arkitektskole

Finn Kjærdsdam
Rektor, Aalborg Universitet

Elsebeth Gerner Nielsen
Rektor, Designskolen Kolding

Jens F. Jensen
Centerleder, ApEx (Center for Applied Experience Economy)

Gerda Hempel
Artlab

Christian Have
Have PR & Kommunikation

Foreløbig kontaktperson for konsortiet

Jens F. Jensen, professor
ApEx – Center for Applied Experience Economy
ExCITe – Center for Experience Economy, Creative Industries and Technologies
Aalborg Universitet

Niels Jernes Vej 14
NOVI 3-4
9220 Aalborg Øst

tlf. 9635 9028
mobil 2242 6279
fax: 9815 2444
email: jensf@vrmedialab.dk