

MULIGE TILTAG I PROCESSEN MOD 2021-24

Formålet med listen er at skabe et overblik over tiltag, der kan bidrage til at få flere kommuner med i kulturaftalen fra 2021-2024. Samtidig er det vigtigt at drøfte, hvordan vi kommer videre med tiltagene; særligt hvordan tiltagene implementeres i praksis.

Listen vil være et dagsordenpunkt til på det næste politiske formandskabsmøde. Alle tiltag er forslag fra det politiske styregruppemøde d. 12. december 2019.

A) Udadrettede tiltag

1. **Indslusningsmodel** – Interesserede kommuner kan deltage i forskellige aktiviteter i Kulturmetropolens og/eller i den politiske proces.

- En interesseret kommune kan få muligheden for at deltage i politiske møder og KMK-møder.
- Mulighed for deling af data, analyser og deltagelse i konferencer. Skal de betale for deltagelse i aktiviteter?
- Hvem skal invitere interesserede kommuner ind? Sekretariatet, KMK eller KMP?
- Invitationerne skal sendes ud hurtigst muligt.

2. **Tour-de-Kommune** – Kulturmetropolens politikere kan tage ud til et udvalgsmøde eller lign. og præsentere Kulturmetropolens.

- Det kan både være hos deltagende og ikke-deltagende kommuner.
- Politikere fra de deltagende kommuner kan være til stede og præsentere, hvad de får ud af Kulturmetropolens - som ambassadører for Kulturmetropolens. Det behøver ikke at være formanden.
- Det er vigtigt, at der er match mellem kommunerne. Således undgår man, at en stor kommune præsenterer noget urealistisk for en interesseret lille kommune. Vi skal ikke at skræmme de nye potentielle kommuner væk.
- Skal afvikles inden de endelige lokale beslutninger.
- Sekretariatet kan tage med som støtte.

3. **Netværk og KL's Landsforening** – Det kan være en mulighed at netværke til KL's Kultur & Fritidskonference.

- Er der andre oplagte netværksmuligheder?

- Kulturmødet 2020 og Folkemødet 2020?

B) Indadrettede tiltag

1. Citatboks/Facebook-opslag – En lille tekst om den enkelte kommunes status i Kulturmetropolen.

- Eks.: ”I denne måned har x-kommunes borgere haft glæde af disse aktiviteter i Kulturmetropolen...”.
- Sekretariatet kan udforme en tekst umiddelbart inden et udvalgsmøde i den respektive kommune.
- Dette kan evt. deles til udvalgsmøder og på politikernes facebook-sider eller lign.
- Den enkelte politiker kan bede om en status umiddelbart op til et udvalgsmøde, hvis de mener, der er behov for at få Kulturmetropolen på dagsordenen.
- Kan ske løbende gennem aftalen.

2. Udvalgsmøder – Sæt Kulturmetropolen på dagsordenen.

- Har kommunen råd til ikke at være med i Kulturmetropolen?
- ”Jo mere man giver, jo mere får man tilbage”-mentalitet. Hvordan skaber vi det?
- Hvilke resultater får den enkelte kommune?
- En status fra Kulturmetropolen kan være på udvalgenes dagsorden f.eks. hver 3. måned.

3. Kontakt ml. kulturchefer og politikere – Det kan være en fordel, at projektlederne kan kontakte den enkelte kulturchef direkte med gode historier for den pågældende kommune.

- Det fordrer dog, at historierne er målrettet den enkelte kommune.
- Kulturcheferne kan også til hver en tid kontakte projektlederne.
- Dette kan også foregå løbende gennem kulturaftalen.

4. Markedsføring – Kommunerne kan selv være med til at markedsføre Kulturmetropolen.

- En større synliggørelse af, at det er Kulturmetropolen, der står for de enkelte arrangementer, kan øge bevidstheden om Kulturmetropolen i den enkelte kommune.
- Deling af Kulturmetropolens aktiviteter på politikernes egne Facebook.
- KMP og KMK kan tilmelde sig Kulturmetropolens nyhedsbrev, og således holde sig opdateret.
- Følg Kulturmetropolen på hhv. Instagram og Facebook for hurtige opdateringer og de gode historier.