



AARHUS - 2017 -



AARHUS 2017 – PROGRAM OG PUBLIKUMSOPLEVELSER

Evaluering af Europæisk Kulturhovedstads Aarhus 2017
Temarapport nr. 1

Hans-Peter Degn, Louise Ejgod Hansen, Line Nordentoft,
Johannes Rolighed Xie, Julie Langdal Andersen

KOLOFON



Serietitel og nummer	Evaluering af Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017: Temarapport nr. 1
Titel	Aarhus 2017 – program og publikumsoplevelser
Forfattere	Hans-Peter Degn, Louise Ejgod Hansen, Line Nordentoft, Johannes Rolighed Xie, Julie Langdal Andersen
Herudover har følgende bidraget til dataindsamling og databearbejdning	Christina Godsk Mogensen, Nanna Thomsen, Mathias Pedersen, Charlotte Høy Jensen, Marie Christine Andreassen
Korrektur	Christian Michael Villadsen
Omslagsfoto	Ulla Rose Andersen
Udgivelsesår	2019
Udgiver	rethinkIMFACTS 2017 ved Aarhus Universitet
Organisation	rethinkIMFACTS 2017 er en projektorganisation baseret på et strategisk partnerskab mellem Aarhus Universitet og Fonden Aarhus 2017. rethinkIMFACTS 2017 er ansvarlig for den forskningsbaserede evaluering af Aarhus som europæisk kulturhovedstad i 2017. Som en del af evalueringen udgives en række forsknings- og evalueringsrapporter, der tilsammen har til hensigt at belyse de sociale, kulturelle, politiske og organisatoriske, image- og identitetsmæssige samt økonomiske effekter af Aarhus 2017. Denne rapport, de seks andre temarapporter, hovedrapporten samt øvrige udgivelser kan findes på projektets netside.
Netside	projects.au.dk/2017

INDHOLD

Resumé	1
1 Indledning.....	2
1.1 Metodebeskrivelse	4
2 Programmets indhold.....	6
2.1 Programmet i tal.....	6
2.2 Programmets struktur.....	8
2.3 Kuratering.....	9
2.4 Synligt tema og usynlige værdier	15
2.5 Kulturens mangfoldighed i programmet	19
2.6 Programstrategier til at tiltrække publikum	23
2.7 En bredere tiltrækningskraft?.....	26
2.8 Opsummering.....	29
3 Publikumssammensætning	31
3.1 Publikumstal.....	31
3.2 Alder.....	34
3.3 Uddannelse.....	40
3.4 Køn.....	42
3.5 Et kulturvant publikum	44
3.6 Kulturmobilitet.....	46
3.7 Gratiisevents som middel til at nå en bred målgruppe	50
3.8 Andelen af involverede publikummere	51
3.9 Opsummering.....	51
4 Publikums oplevelse	53
4.1 Oplevelsen af Aarhus 2017-events	53
4.2 Publikums vurdering af graden af gentænkning.....	55
4.3 Et program for alle?	56
4.4 En europæisk event?	59
4.5 Opsummering.....	61
5 Publikums kendskab til Aarhus 2017	62
5.1 Publikums kendskab til Aarhus 2017	62
5.2 Publikums interesse for og holdning til Aarhus 2017	65
5.3 Mangelfuld kommunikation om programmet	67
5.4 Opsummering.....	67

6	Oplevelser ved tre signaturevents	69
6.1	Case: <i>Aarhus 2017 Åbningen</i>	70
6.2	Case: <i>The Garden</i>	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
6.3	Case: <i>Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment</i>	75
7	Perspektivering	78
7.1	Analyse af programmet og publikum	79
	Appendiks 1: Metode	80
	Overblik over datagrundlag	80
	Data om programmet	81
	Publikumsdata fra spørgeskemaer	82
	Publikumsinterviews	87
	Appendiks 2: Spørgeskemaskabelon	89
	Appendiks 3: Sammenligning med andre kulturhovedstadsprojekter	104
	Appendiks 4: Metode til opgørelse af events og eventdage (Fonden Aarhus 2017) ...	106

RESUMÉ

I denne rapport præsenteres resultaterne af analysen af Aarhus 2017's program og publikumssammensætning. I rapporten stiller vi tre spørgsmål baseret på Aarhus 2017s målsætninger for programmet:

1. Hvordan var Aarhus 2017-programmet sammensat, og hvordan levede programmet op til ansøgningens strategiske målsætninger?

Vores analyse viser, at der var tale om et omfangsrigt program, der inkluderede en række forskellige genrer. Analysen viser også, at det især var de gængse kunstarter, der dominerede programmet, mens genrer som f.eks. sport forblev en marginal del af det samlede program.

Kurateringen lagde stor vægt på kvalitet og bl.a. som følge heraf havde det samlede Aarhus 2017-program et højt internationalt niveau. Kurateringen havde samtidig fokus på at skabe en samlet ramme omkring hele kulturhovedstadsprogrammet. Det er vores vurdering, at de strukturer, der blev lagt ned over programmet, var uklare, hvilket bidrog til at svække den samlede struktur og muligheden for at skabe et samlet overblik over de mange events.

Programmet levede op til temaet om at gentænke, hvilket især resulterede i en række genrekrydsende events, mens de tre værdier demokrati, bæredygtighed og mangfoldighed, der skulle kæde kulturhovedstadsprogrammet sammen med en række store samfundsmæssige udfordringer, kom til at spille en væsentligt mindre rolle i det samlede program.

2. Hvordan var publikumssammensætningen ved Aarhus 2017s events – og tiltrak Aarhus 2017 et bredt og mangfoldigt publikum?

Publikum til Aarhus 2017s events var i høj grad det kulturvante publikum, og der blev dermed ikke ændret grundlæggende på borgernes kulturvaner.

Aldersfordelingen ser nogenlunde repræsentativ ud, mens kvinder var overrepræsenterede i forhold til mænd. Også de højtuddannede og de, der normalt går til kultur månedligt eller oftere, var overrepræsenterede blandt publikum.

Med f.eks. en stor andel af gratis events arbejdede Fonden Aarhus 2017 bevidst på at nå bredere ud. Dette greb havde en effekt, både hvad angår den aldersmæssige spredning, og hvad angår det at få en større andel af lavtuddannede til at benytte sig af kulturudbud. Også det at lave store udendørs events så ud til at have en positiv effekt, hvad angår det at nå en mere ligelig publikumssammensætning.

3. Hvordan oplevede publikum programmet?

Publikum havde altovervejende en positiv samlet oplevelse af Aarhus 2017-eventene, og det var ord som inspirerende, sanselig og sjov, de satte på deres oplevelse. Publikum oplevede eventene som nytænkende, hvilket tyder på, at Aarhus 2017 også formåede at synliggøre temaet i publikumsoplevelsen. Publikum oplevede, at eventene var folkelige og henvendte sig til et bredt publikum, hvilket dog ikke resulterede i en bred publikumssammensætning.

Oplevelsen af den enkelte event var med til at forme publikums oplevelse af Aarhus 2017 i en positiv retning, selvom publikum til Aarhus 2017-events i forvejen havde en klart mere positiv holdning til og interesse for Aarhus 2017, end den regionale befolkning havde samlet set. Samtidig var en relativt stor andel af publikum ikke på forhånd klar over, at det var Aarhus 2017-events, de deltog i. Dette hænger måske sammen med det, som vores befolkningsanalyse viser, nemlig at det var svært at få et overblik over programmet og finde frem til interessante event.

1 INDLEDNING

Dette er temarapport nr. 1, som er en del af den forskningsbaserede evaluering af Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017 foretaget af rethinkIMPACTS 2017 ved Aarhus Universitet. Rapporten er én ud af i alt syv temarapporter, der danner grundlag for den afsluttende evaluering af Aarhus 2017. Evalueringens overordnede konklusioner er sammenfattet i hovedrapporten *Aarhus 2017. Før – Under – Efter. Forskningsbaseret evaluering af effekterne ved kulturhovedstadsprojektet*. De syv forskellige temarapporter giver en uddybende præsentation af evalueringens datagrundlag og bidrager med supplerende, udfoldede beskrivelser og analyser inden for forskellige delområder af evalueringen.

Denne temarapport fokuserer på programmet i kulturhovedstadsåret og på publikums oplevelse heraf. Som afsæt for vores analyse på tværs af temarapporterne bruger vi de strategiske målsætninger, som de er formuleret i den officielle ansøgning om kulturhovedstadstitlen fra 2012.¹ Herudover blev det overordnede tema 'rethink' valgt som tema og dermed som ramme for hele kulturhovedstadsprojektets indhold. I nærværende rapport er de følgende tre målsætninger særligt centrale:

- Aarhus 2017 skal styrke den langsigtede udvikling og betydnings af kunst- og kulturlivet, og **programmet**

skal bidrage til at styrke den europæiske kulturelle mangfoldighed.

- **Aarhus 2017 skal anvende kreativitet, innovation, viden og eksperimenter** som brændstof for menneskelig udvikling og økonomisk vækst.
- **Aarhus 2017 skal fremme et mere aktivt medborgerskab gennem en bred og aktiv deltagelse** samt fremme et samfundsgavnligt engagement fra erhvervslivet, kultursektoren samt forsknings- og uddannelsessektoren.

Disse målsætninger blev af Fonden Aarhus 2017, der var overordnet ansvarlig for kulturhovedstadsprojektet, konkretiseret i form af en række nøgleindikatorer (KPI'er), som Fonden Aarhus 2017 opstillede i sin strategiske forretningsplan fra 2015. KPI'erne var fondens konkretisering af de seks strategiske mål² og pegede dermed på, hvordan den tolkede og vægtlagde de strategiske mål. Fonden har selv i sin rapport *Welcome Future* redegjort for, at den har levet op til sine KPI'er. Følgende KPI'er er relevante for programmet:

- **Styrkede europæiske relationer:** "70% af de projekter (ekskl. mikroprojekter og græsrodderne), som er finansieret af Aarhus 2017 i 2013-2017, omfatter en europæisk partner eller kulturudveksling inden for Europa".

¹ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Aarhus 2017 (juni 2012), side 8.

² "Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017 – Strategisk Forretningsplan", Aarhus 2017 (december 2015), side 19.

- **Styrket kultursektor:** "40% af de projekter (ekskl. mikroprojekter og græsrodderne), som er finansieret af Aarhus 2017 i 2013-2017, vil have til formål at udvikle kvalifikationer og kompetencer i kulturinstitutioner, hos kulturentreprenører og hos kunstnere i regionen".
- **Aktivering af borgere som publikum:** "I 2017 vil 12 fuldmåneevents gennemsnitligt tiltrække 15.000 deltagere", "i 2017 vil 4 MEGA-events gennemsnitligt tiltrække 60.000", og "ved udgangen af 2017 vil 20% af indbyggerne i regionen have deltaget i aktiviteter i Aarhus 2017-programmet".

Med udgangspunkt i målsætningerne for kulturhovedstadsprojektet har vi til denne rapport formuleret følgende tre analysespørgsmål:

4. Hvordan var Aarhus 2017-programmet sammensat, og hvordan levede programmet op til ansøgningens strategiske målsætninger?
5. Hvordan var publikumssammensætningen til Aarhus 2017s events – og tiltrak Aarhus 2017 et bredt og mangfoldigt publikum?
6. Hvordan oplevede publikum programmet?

De to første analysespørgsmål besvarer vi i hhv. kapitel 2 og kapitel 3. Det tredje analysespørgsmål om publikums oplevelse behandler vi i tre kapitler: I kapitel 4 dykker vi ned i publikumsoplevelsen på tværs af eventene, i kapitel 5 ser vi på publikums oplevelse af sammenhængen mellem den enkelte event og kulturhovedstadsprojektet generelt – det, vi kalder 'kendskabsgraden' til kulturhovedstadsprojektet – og i kapitel 6 præsenterer vi tre cases, som går i dybden med publikums oplevelse af åbningen af og afslutningen på kulturhovedstadsåret samt megaeventen *The Garden*.

Spørgsmålet om tilgængelighed belyses i kapitel 2, hvor ser vi på afsenderperspektivet, herunder hvilke tiltag og

værktøjer Fonden Aarhus 2017 anvendte for at skabe et tilgængeligt program. Det handlede bl.a. om en genre-mæssig bredde og om at præsentere events andre steder end på de traditionelle kulturinstitutioner. I kapitel 3 ser vi på publikumssammensætningen ud fra demografiske parametre som alder og uddannelsesniveau, idet disse parametre helt generelt er afgørende for borgernes kulturaktivitetsniveau.

I vores publikumsanalyse analyserer vi publikumssammensætningen bredt med henblik på at belyse, hvorvidt programmet levede op til at skabe en 'bred' deltagelse. Det gør vi bl.a. på baggrund af ansøgningen om at blive kulturhovedstad, hvoraf det fremgår, at det var hensigten at sikre, "at alle dele af befolkningen har reel mulighed for at deltage i Aarhus 2017-begivenhederne", og hvor det understreges, at der skal være særligt fokus på at nå "nye målgrupper".³ Vi anerkender, at fonden i sin strategiske forretningsplan ikke har formuleret konkrete mål på dette område, men fastholder – bl.a. på baggrund af ansøgningen og en fastholdelse af formuleringer, der peger på en intention om at sikre bred deltagelse – at dette perspektiv er relevant i en evalueringssammenhæng.⁴

Analysen er centreret om selve kulturhovedstadsåret, og det gælder både programanalysen og publikumsundersøgelserne, der udelukkende dækker events, der har fundet sted i selve kulturhovedstadsåret. Det er den, fordi vi her lægger vægt på publikums oplevelse af Aarhus og Region Midtjylland som europæisk kulturhovedstad, altså på det borgerrettede perspektiv. I det perspektiv er det – trods den lange forberedelsesfase og de mange aktiviteter i årene op til selve kulturhovedstadsåret – året 2017, der tæller. I andre af vores rapporter har vi fokus på den længere periode, som kulturhovedstadsprojektet omfatter.⁵

³ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Aarhus 2017 (juni 2012), side 27.

⁴ I Fonden Aarhus 2017s strategiske forretningsplan fra januar 2015 står der, at et af de langsigtede effektmål var, at Aarhus 2017 skulle "skabe bred deltagelse på tværs af regionen."

⁵ Se f.eks. temarapport nr. 2 "Kulturinstitutionernes involvering i Aarhus 2017", rethinkIMFACTS 2017 (2018).

1.1 Metodebeskrivelse

Vores analyse af programmet baserer sig primært på Aarhus 2017s eventkalender, men vi benytter også monitoreringsdata, som indsamles hos projekterne, og andre typer data udleveret af Fonden Aarhus 2017. Hertil kommer interviews med bl.a. programdirektør Juliana Engberg, som belyser intentionerne med programmet.

Publikumsanalyserne baserer vi først og fremmest på spørgeskemaundersøgelser gennemført ved samtlige mega- og fuldmåneevents rettet mod et voksenpublikum⁶ samt et sample af almindelige events. Undersøgelsen af mega- og fuldmåneevents dækker

således alle events, hvor en tilfældigt udvalgt stikprøve af publikummer til de enkelte events fik tilsendt spørgeskemaet. Vi undersøger 25 almindelige events, og dette er en stikprøve udvalgt ud fra en repræsentativ fordeling på parametrene geografisk fordeling (Aarhus, øst eller vest), gratis/betaling, tidspunkt på året og så vidt muligt genre. Også ved de almindelige events var det en stikprøve af publikummerne til de enkelte events, som blev udvalgt, ved at vi henvendte os til hver femte publikummer, vi mødte til eventen. Se det fulde overblik over data nedenfor (Tabel 1.1).

I analysen behandler vi mega- og fuldmåneevents for sig og almindelige events for sig. Det giver mulighed for at fremhæve såvel ligheder som forskelle mellem de store flagskibsevents og mindre events.

Tabel 1.1 Datagrundlaget bag denne rapport

Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (indsamlet af rethinkIMPACTS 2017)	Rekruttering af en stikprøve af publikummer er foretaget ved alle mega- og fuldmåneevents og 25 udvalgte almindelige events henvendt til et voksenpublikum.
Interviews med publikum (indsamlet af rethinkIMPACTS 2017)	Interviews med tilfældigt udvalgte publikummer ved en fuldmåneevent og to megaevents.
Observationer ved events (indsamlet af rethinkIMPACTS 2017)	rethinkIMPACTS 2017-teamet har været til stede ved mange events – også ud over de samlede events – og foretaget observationer.
Referater fra projektevalueringsworkshops (produceret af rethinkIMPACTS 2017)	Mødereferater fra projektevalueringsworkshops i 2017 og 2018.
Eventkalenderdata (hentet på Fonden Aarhus 2017s hjemmeside)	Eventkalenderdata er baseret på den webbaserede eventkalender fra Fonden Aarhus 2017s hjemmeside. Data er indtastet dels af fonden selv, dels af de mange eventarrangører. Se appendiks 4 for uddybning.
Monitoreringsdata (hentet på Fonden Aarhus 2017s hjemmeside)	Monitoreringsdata er spørgeskemadata indsamlet af Fonden Aarhus 2017 i perioden 2013-2017. Spørgeskemaerne er udsendt til de projektere, som modtog Aarhus 2017-bevillinger i de pågældende år. Data er på projektniveau, ikke eventniveau.
Interviews med Fonden Aarhus 2017-sekretariatets ledelse og medarbejdere (indsamlet af rethinkIMPACTS 2017)	11 interviews med Rebecca Matthews (2014-2018) 5 Interviews med Juliana Engberg (2015-2018) 10 interviews med syv programmedarbejdere (2016-2018).
Øvrige data fra Fonden Aarhus 2017	Programbudget, projektretningsplan mv.
Øvrige dokumenter	Programbogen, programindstik i avisen, www.aarhus2017.dk , ansøgning (nr. 1 og 2), den strategiske forretningsplan mv.

⁶ Det vil sige, at der ikke er gennemført spørgeskemaundersøgelser ved fuldmåneeventen *Ønskelandet* og ved den del af *Snapsting*, der var rettet mod børn.

Samplingen af de almindelige events er foretaget på baggrund af eventkalenderen. Det betyder også, at samplingen tager udgangspunkt i den måde, en event er defineret på i eventkalenderen. Det gøres med udgangspunkt i indhold og lokation (se appendiks 4 for uddybning). En række af vores undersøgelser har vedrørt flere forskellige dele af en samlet event. I rapporten har vi valgt at se samlet på f.eks. fuldmåneeventen *Move for Life*, også selvom der teknisk set er tale om, at vi har gennemført undersøgelser ved events på fire forskellige lokationer: to i Aarhus, en i Silkeborg og en i Lemvig. Vi har også lavet undersøgelser ved de tre dele af *Billedstorm* på hhv. Museet for Religiøs Kunst i Lemvig, Skovgaard Museet i Viborg og Kvindemuseet i Aarhus, hvilket vil sige ved tre forskellige events, men også her har vi for overskueligheden skyld valgt at afrapportere

samlet, da vi undervejs i analyseprocessen har konstateret, at i det samlede billede var forskellen på de forskellige events under den samme hovedevent ikke vægtig nok til at nødvendiggøre en opsplitting i figurer og analyser. Det var den til gengæld ved megaeventen *The Garden*, der var delt op på tre forskellige lokationer. Her afrapporterer vi derfor selvstændigt på de forskellige dele af den samlede event.

Samlet set betyder det, at vi har lavet undersøgelser på i alt 45 event, der i rapporten afrapporteres som i alt 38 events. Enkelte spørgsmålsformuleringer har været tilføjet eller ændret i løbet af 2017 – typisk i starten af året – og i de tilfælde afrapporterer vi naturligvis kun på de events, hvor spørgsmålet har været medtaget i undersøgelsen.

2 PROGRAMMETS INDHOLD

I dette kapitel ser vi på kulturhovedstadsprogrammet med primært fokus på selve kulturhovedstadsåret. Vi lægger ud med en oversigt over programmets omfang og struktur. Herefter går vi over til at fokusere på kurateringen, altså på spørgsmålet om, hvordan et så omfattende program blev sammensat, og hvordan der blev skabt en sammenhængende struktur. Det ene aspekt heraf er den decentrale tilgang til programproduktionen, som betød, at Fonden Aarhus 2017 alene producerede 20% af programmet. Herunder ser vi på, hvem der blev inviteret til at bidrage, og hvordan processen med at blive en del af programmet har forløbet. Det andet aspekt behandles særskilt i afsnit 2.4, hvor vi ser på, hvilken betydning temaet 'rethink' og de tre kerneværdier demokrati, mangfoldighed og bæredygtighed havde for programmet.

Herefter ser vi på programmet i et mangfoldigheds-perspektiv, og det gør vi i forlængelse af den del af de strategiske mål, der handler om at "styrke den europæiske kulturs mangfoldighed"⁷, hvor mangfoldighed også handler om, hvordan den europæiske dimension i programmet blev udfoldet. Herudover handler mangfoldighed om, hvor bredt programmet var

rent genre-mæssigt. Det peger på, i hvor høj grad man brugte en indholdsmæssig bredde til at skabe "en bred og aktiv deltagelse"⁸, og kan samtidig ses som et udtryk for, i hvilket omfang man gentænkte, hvad et kulturhovedstadsprogram kunne indeholde.

2.1 Programmet i tal

Aarhus 2017 bød på et stort program, der fordelte sig over flere år og spredte sig over hele regionen. Programmet var massivt, forstået på den måde at det indeholdt mange events fordelt over flere forskellige genrer, kategorier og værdier. Programbudgettet var tilsvarende stort med 329 mio. kr. I forhold til andre europæiske kulturhovedstadsprojekter var Aarhus 2017 et af de større kulturhovedstadsprojekter, men uden at der var tale om et ekstraordinært stort projekt.⁹

Programmet for kulturhovedstadsåret indeholdt 442 kerneprojekter. 316 af de projekter fandt sted i 2017 og kunne tilsammen udbyde 628 events fordelt over 13.708

⁷ "Ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (2012), side 8.

⁸ Strategisk mål nr. 4, "Ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (2012), side 8.

⁹ Omfanget af programmernes og budgetternes størrelse varierer meget. Marseille-Provence 2013 havde et samlet budget på 98 mio. euro og et samlet tilskuertal på 11 mio., mens Pilsen 2015 havde et budget på 18 mio. euro og et tilskuertal på 1,4 mio. Vi har lavet en sammenligning mellem de forskellige kulturhovedstadsprojekter, som ses i appendiks 3. Der tages forbehold for, at de tilgængelige data er svært sammenlignelige, fordi opgørelsesmetoderne enten ikke fremgår eller varierer. De tilgængelige data fremgår af EU's ex post-evalueringer, der er tilgængelige her: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en.

eventdage.¹⁰ Herudover var der 126 projekter tilknyttet Aarhus 2017, som ikke udbød events i selve kulturhovedsåret, men derimod i årene op til. I denne rapport forholder vi os primært til de events, der fandt sted i 2017.

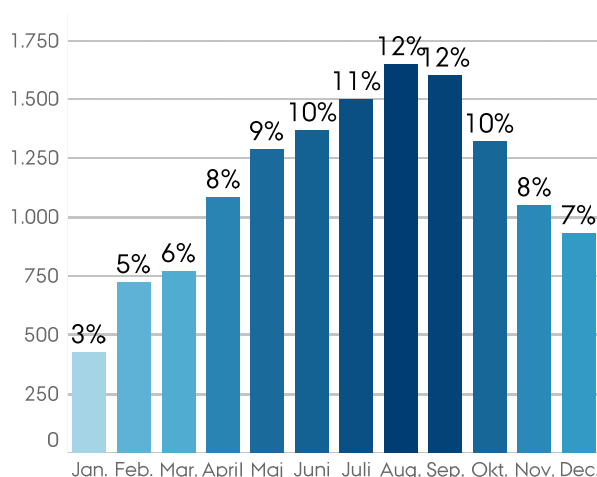


De 13.708 eventdage¹¹, der var i forbindelse med kulturhovedstadsåret, svarer til, at der i gennemsnit var 38 events hver eneste dag i 2017. Her skal det bemærkes, at nogle events var tilgængelige over en lang periode og dermed fyldte mere i opgørelsen over eventdage. Således stod blot 26 events for halvdelen af den samlede mængde eventdage. Heriblandt udgjorde Nathan Coleys kunstinstitution *The Same for Everyone*, som kunne opleves i ti forskellige kommuner gennem hele kulturhovedstadsåret, i alt 3.650 eventdage. Det svarer til 27% af det samlede antal eventdage. Andre events har kun fundet sted en enkelt eller ganske få dage.

Eventdagene var ikke ligeligt fordelt over hele året. Der var en koncentration af events i månederne maj til oktober, hvor 64% af eventdagene lå, mens antallet af eventdage i månederne januar til april samt november og december var væsentligt lavere (jf. Figur 2.1). En af grundene til denne fordeling er antageligvis, at 40% af projekterne inkluderede udendørs-events, og det var nemmere at afholde disse i forårs- og sommermånederne. Åbningen i januar overraskede publikum særdeles positivt og satte derved forventningerne til kulturhovedstadsåret meget højt. Det afspejler sig også i vores spørgeskemaundersøgelser blandt befolkningen, hvor holdningen til Aarhus 2017 var mest positiv umiddelbart efter åbningen.¹² Åbningen skabte derved et momentum, som programmet ikke formåede at bygge direkte videre på, og en

medvirkende årsag hertil kan have været manglende aktivitet i de første måneder af året.

Figur 2.1 Fordelingen af eventdage over årets måneder



Kilde: udtræk fra eventkalender (2017). Samlede antal eventdage: 13.708.

I ansøgningen om titlen som europæisk kulturhovedstad blev der budgetteret med 375 mio. kr. til programudgifter (svarende til 75% af det samlede budget). Fonden endte faktisk med at benytte 329 mio. kr. (svarende til 71% af de samlede udgifter) på det samlede program for hele kulturhovedstadsprojektet. Dermed formåede fonden at prioritere programindholdet næsten lige så højt, som målsætningen tilskrev inden gennemførelsen af Aarhus 2017. Beløbet ligger samtidig lidt over gennemsnittet for andre europæiske kulturhovedstadsprojekter.¹³

Ud over Fonden Aarhus 2017s budget blev der brugt midler til produktion af kulturhovedstadsprogrammet hos de mange bevillingsmodtagere, der leverede omkring 80% af det samlede program. I disse projekter udgjorde midlerne fra Aarhus 2017 i gennemsnit 41% af det samlede projektbudget. Det vil sige, at der var en medfinansiering fra projekterne på 59%, hvilket inkluderede både privat og offentlig støtte, egenfinansiering og indtægter ved f.eks. billetsalg.¹⁴

¹⁰ "Welcome Future", Aarhus 2017 (2018), side 36. Dette er mindre end angivet i ansøgningen, hvor det (med udgangspunkt i et større budget) fremgår, at der skulle være omkring "17.500 individuelle arrangementer" (side 11).

¹¹ Det samlede antal dage, en event varede, lagt sammen for alle events udgjorde det samlede antal eventdage.

¹² Læs også temarapport nr. 4 "Aarhus 2017 fra borgernes perspektiv", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

¹³ "European Capitals of Culture: Success Strategies and Long-term Effect", Beatriz Garcia & Tamsin Cox, EU (2013), side 104-105.

¹⁴ Aarhus 2017s egne tal. Projektregnskaber, 2013-2017.

2.2 Programmets struktur

En særlig udfordring ved at lave et program for et europæisk kulturhovedstadsprojekt er, at det strækker sig over et helt år. På den måde adskiller kulturhovedstadsprogrammer sig fra korterevarende festivaler, der lettere kan fastholde en intensitet og skabe en oplevelsesmæssig ramme.

Det er et meget stort program, og det er meget svært for folk at fordøje det. Det er stadig svært at lave et kommunikationsudspil, som folk virkelig og totalt forstår. Det er et helt år. Det er ikke blot en kunstfestival, som har en enormt bred dimension (programdirektør i Fonden Aarhus 2017, Juliana Engberg, marts 2016).

Der blev arbejdet med programmets struktur fra ansøgningsfasen. I den endelige ansøgning om kulturhovedstadstitlen fra 2012 bestod udspillet til programmets idegrundlag grundlæggende af tre programstrategier eller indsats typer: kulturel infrastruktur, Soft City (kulturel viden og kompetence) og kulturprojekter.¹⁵ De to førstnævnte var rettet mod udvikling af de lokale institutioner og disses samarbejdsflader samt etablering af samarbejde og samspil på tværs af traditionelle skel. Aktiviteterne under disse områder blev primært udviklet og afviklet forud for kulturhovedstadsåret. Den tredje indsats type var rettet mod kulturproduktion og -program. Herunder blev der udviklet tre programområder, der alle tog afsæt i det overordnede tema, 'rethink'. Programområderne var som følger:

- Gentænk kunst og kreativitet.
- Gentænk byen.
- Gentænk værdierne.

Under gentænk værdierne bearbejdede man Aarhus 2017s tre kerneværdier: demokrati, mangfoldighed og bæredygtighed (jf. afsnit 2.4). Projekterne, der hørte ind under dette koncept, arbejdede på at bidrage med løsninger til fremtrædende samfundsudfordringer ved at fokusere på en eller flere af de tre kerneværdier.

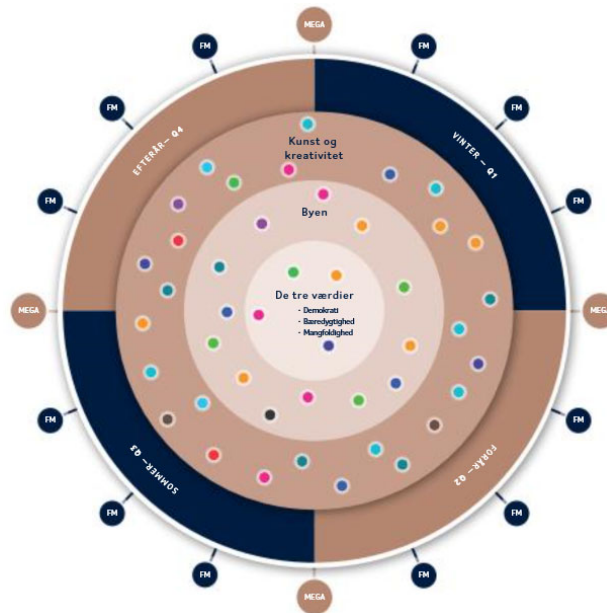
En række strukturer for programmet i selve kulturhovedstadsåret blev også beskrevet. Det gælder f.eks. de 12 fuldmåneevents, der havde til hensigt at skabe "en

tematisk tidslinje tværs over regionen og [give] året puls".¹⁶ Herudover blev programmet opdelt i tre årstider: forår, sommer og efterår med fokus på fortid, nutid og fremtid.

Denne struktur blev der arbejdet videre med af Fonden Aarhus 2017 i 2013 og 2014, hvilket resulterede i, at den fjerde årstid, vinter, blev tilføjet. Desuden blev der indskrevet en ny kategori for de meget store events – megaevents – der skulle skille de fire årstider ad.¹⁷

Fonden udmøntede endvidere programmet for selve kulturhovedstadsåret i et årshjul (Figur 2.2). Årshjulet var struktureret efter en dramaturgi om de fire årstider og årets 12 måneder. Som et led i formidlingen af programmet blev eventene opdelt i tre kategorier: megaevents, fuldmåneevents og øvrige events. De øvrige events blev alle kategoriseret under minimum et ud af ti underliggende temaer, der gik på tværs af årstider.

Figur 2.2 Illustration af årshjulet



Kilde: "Strategisk forretningsplan", Aarhus 2017 (december 2015), side 28.

¹⁵ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (juni 2012), side 9.

¹⁶ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (juni 2012), side 82.

¹⁷ Det fremgår ikke af figuren, hvorvidt megaeventen mellem efterår og vinter var planlagt til at åbne eller lukke året.

Denne programstruktur viser, at fonden havde en øget prioritering af flagskibsevents. De fire megaevents og de 12 fuldmåneevents kom med denne kategorisering til at signalere kulturhovedstadsårets centrale højdepunkter. Det afspejlede sig også i de økonomiske prioriteringer. Sammenlagt modtog disse 16 events 17% af det samlede programbudget, på trods af at de kun udgjorde 7% af de samlede events. Fonden tog samtidig en beslutning om, at der på lige præcis disse events skulle fastsættes en KPI for tilskuertal (jf. afsnit 3.1).

Årshjulet formåede imidlertid aldrig at blive en klar og kommunikerbar struktur for kulturhovedstadsprogrammet. Som det fremgår af afsnit 2.3, gik Juliana Engberg tilbage til ansøgningens tredeling af programmet knyttet til den kuratoriske fortælling om fortid, nutid og fremtid.

En af årsagerne til, at programstrukturen ikke forekom konsekvent, var, at de fire megaevents ikke var jævnt fordelt hen over året. Megaeventene i andet og tredje kvartal var placeret helt i kvartalernes yderpunkter og var derfor begge centreret omkring sommermånederne, hvilket bidrog til oplevelsen af en tom programperiode i tiden efter åbningen i januar. Fuldmåneeventene var jævnt fordelt hen over året og spredt ud over hele regionen. Som vi ser i kapitel 3, var størstedelen af publikum til de forskellige events fra den kommune, hvor eventen fandt sted, hvilket betyder, at den almindelige publikummer snarere oplevede den enkelte fuldmåne-event som et lokalt højdepunkt end som en del af en samlet struktur for året.

Inddelingen i årstider blev ikke tydeligt promoveret, hverken fra indholdsleverandørernes eller fra fondens side. Den sæsonprægede struktur var heller ikke styrende og virkede ikke genkendelig for publikum. Vi vurderer, at en af de primære årsager til strukturens manglende synlighed var, at der var mange forskellige strukturer i spil, herunder både sæsoner, måneder, temaer og koncepter. Vi vurderer, at resultatet af de mange tværgående strukturer var, at det samlede program virkede ustruktureret.

Kommende kulturprojekter, der ønsker at anvende lignende kategoriseringer til at inddеле et årsprogram, kan med fordel rette fokus mod synliggørelse af idegrundlaget og den strukturelle repetition. Fonden kunne have lavet en samlet promovering af de 12

fuldmåneevents for at sikre, at de blev opfattet som en del af en samlet tilbagevendende struktur.

Et eksempel på et europæisk kulturhovedstadsprojekt, hvor det lykkedes at synliggøre en lignende programstruktur, var Umeå2014. Her havde man valgt at inddele programmet efter de otte samiske årstider. Årstidsinddelingen blev tydeliggjort i programmets fysiske udtryk med opdeling og farvekodning efter årstiderne og i programmets indhold. Herudover blev sæsonstrukturen repeteret og synliggjort via tilbagevendende events såsom *8 season concerts*, *8 sami artists*, *8 x art* og *Sami seasons interpreted in recipes*. Umeå2014 er dermed et godt eksempel på, hvordan et helårsprogram kan sæsoninddeles med en synlig repetitiv struktur, der skaber en kronologisk genkendelighed.

2.3 Kuratering

Kulturhovedstadsprojektets program blev produceret gennem en decentral programmodel. Konkret betyder det, at fonden udliciterede 80% af den samlede indholdsproduktion til eksterne aktører (opgjort i antal projekter) og selv stod for de resterende 20%. Blandt fondens egne projekter findes nogle af de helt store som bl.a. *Aarhus 2017 Åbningen*, *Ønskelandet* og *Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment*.

Aarhus 2017 Finale

Finalen på Aarhus 2017 havde to dele.

Den første del havde titlen *Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment* og fandt sted i Hvide Sande. Den figurerede i programmet som en fuldmåneevent.

Den anden del havde titlen *Aarhus 2017 Finale – Celebrate The Year* og fandt sted i Aarhus. Den figurerede i programmet som en megaevent.

Se afsnit 6.3 for uddybende beskrivelse af finalen.

Fonden Aarhus 2017 stod som overordnet ansvarlig for kurateringen af programmet inden for de rammer, der var udstukket i ansøgningen. Kurateringsopgaven bestod i at skabe en samlet ramme omkring det store og mangfoldige program, der gjorde at det fik en profil og en sammenhængende struktur for hele året. Alene

programmets størrelse gjorde dette til en udfordring, og hertil kom, at 80% af det samlede program blev produceret af andre end fonden selv. Denne del af programmet påvirkede Fonden Aarhus 2017 dels gennem bevillingsprocessen, hvor der blev indført en række forskellige bevillingskriterier baseret på bl.a. ansøgningen, dels gennem programteamets løbende sparring med projekterne. I forhold til de 20% af programmet, som fonden selv kurerede, var det lettere at skabe en tydelig profil.

Decentral programproduktion

Den decentrale model var med til at forankre kulturhovedstadsprogrammet lokalt ved at inddrage mange forskellige regionale kulturaktører og kulturinstitutioner. Samtidig muliggjorde den decentrale programproduktion, at Aarhus 2017 kunne præsentere et geografisk bredt og eventmæssigt stort program. Videre kunne fonden således selv varetage produktionen af nogle af de mere ekstraordinære flagskibsprojekter og internationale highlights.

Blandt de forskellige decentrale indholdsleverandører var kulturinstitutioner, kunstnere, foreninger og kreative erhverv primært fra regionen, men der var også nationale og internationale aktører. Det var således en mangfoldig skare, der stod bag de 80% decentrale projekter, der alle modtog en bevilling fra fonden.

En del af indholdsleverandørerne blev allerede involveret i Aarhus 2017 i forbindelse med udarbejdelsen af ansøgningen om kulturhovedstads-titlen. Her blev en lang række (potentielle) projekter udviklet og beskrevet som en del af ansøgningen. At have et projekt med i ansøgningen skabte en naturlig forventning om realisering hos disse indholdsleverandører, og en stor del af disse blev da også videreudviklet og inkluderet i det endelige program.

Tabel 2.1 Programbudget i procenter

	Beløb (kr.)	Pct.
Projekter fra ansøgningen	48,5 mio.	15%
Strategiske projekter	65,7 mio.	20%
Interne projekter	39,2 mio.	12%
Big 8	36,4 mio.	11%
Mega- og fuldmåneevents	56,7 mio.	17%
Mikroprojekter (inkl. OFFTrack 2017)	3,9 mio.	1%
Open Call	14,7 mio.	4%
More Creative	41,1 mio.	12%
Øvrige	23,2 mio.	7%
I alt	329,4 mio.	100%

Kilde: Fonden Aarhus 2017.

Formelt set blev projekterne først en del af kulturhovedstadsprogrammet gennem en række uddelingsrunder i årene 2013-2015. To af disse runder var organiseret som åbne ansøgningsrunder. Ser vi på fordelingen af midler hen over de forskellige ansøgningsrunder, ser det ud til, at der var de bedste betingelser for at bidrage til kulturhovedstadsprojektet for de aktører, der var stabile nok til at kunne planlægge over en lang tidshorisont. Dette betød en høj grad af driftssikkerhed for Aarhus 2017, også fordi disse aktører besad en række kompetencer til at løfte et stort kulturprogram, som fonden som midlertidig organisation ikke selv besad i samme grad. Tidsmæssigt endte uddelingsprocessen med at lægge mere vægt på de tidlige år, end det fremgik af såvel ansøgningen som afrapporteringen til EU i 2014, hvori det blev understreget, at uddelingen af midler "will leave scope for last minute good projects".¹⁸

En af måderne at sikre både driftssikkerhed, høj kvalitet og volumen på var at involvere de allerstørste kulturinstitutioner i Aarhus. De såkaldte Big 8 – Moesgaard Museum, Den Gamle By, ARoS, Aarhus Symfoniorkester, Den Jyske Opera, Aarhus Festuge, Musikhuset Aarhus og Aarhus Teater – fik således hver 4

¹⁸ "Ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (2012), side 99, og "First Monitoring Meeting", Monitory and Advisory Panel, Bruxelles (2014), side 3, https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2017-aarhus-monitoring_en.pdf.

mio. kr. til at gennemføre Aarhus 2017-projekter.¹⁹ Disse midler blev bevilget som en del af en principbeslutning om at sikre rammerne for, at de store institutioner bidrog i et væsentligt omfang til kulturhovedstadsprojektet. Midlerne til The Big 8 blev givet efter en dialog mellem fonden og de respektive institutioner om, hvad de ønskede at anvende midlerne til. Rammerne for bevillingen var således i højere grad et samarbejde mellem fonden og den enkelte kulturinstitution frem for et traditionelt forhold mellem en bevillingsgiver og en bevillingsmodtager. Det er vores vurdering, at samarbejdsmodellen og den relativt store bevilling medførte, at The Big 8 fik en væsentlig rolle i Aarhus 2017-programmet, og at der blev gennemført en række projekter, der både levede op til målsætningen om at gentænke og var forankret strategisk i de enkelte institutioner. Dette skete efter vores vurdering i højere grad her end blandt de projektere, der udelukkende betragtede Fonden Aarhus 2017 som endnu en fond, der kunne finansiere et enkeltstående projekt. Samtidig gav involveringen af The Big 8 en driftssikkerhed til kulturhovedstadsprojektet. Der er tale om store, stabile institutioner, der forventeligt kunne løfte ambitiøse kulturprojekter. Strategisk understøttede konstruktionen således Fonden Aarhus 2017s behov for at minimere risici ved det omfattende kulturhovedstadsprojekt gennem valg af sikre samarbejdspartnere.

Også EU-Kommissionens generelle proces for europæiske kulturhovedstadsprojekter har en tendens til at fremme sikre, stabile partnere i kulturhovedstadsprogrammer. Det er et krav, at en stor del af de konkrete projekter allerede skal være på plads og beskrives i forbindelse med ansøgningen (tilbage i 2011-2012 for Aarhus 2017s vedkommende). Under bevillingssprocessen fik en del af disse projekter bevilget midler i en dialog med fonden. Heller ikke her blev der gennemført en egentlig åben ansøgningsrunde. Det gælder for 15% af programbudgettet, at midlerne blev givet til projekter fra ansøgningen.

Den første af de to åbne ansøgningsrunder fandt sted i 2014 og var særligt rettet mod strategiske udviklingsprojekter. Projekterne havde til opgave at levere events

til programmet i 2017 og samtidig arbejde med udviklingsaktiviteter i årene op til kulturhovedstadsåret. Den anden af de to åbne ansøgningsrunder blev gennemført i 2015 og var rettet mod projekter med publikumsrettede aktiviteter. Der blev med denne pulje lagt op til, at også aktører, der ikke havde været på banen i ansøgningsfasen, kunne komme med i kulturhovedstadsprojektet. De uddelte midler ved denne Open Call var proportionalt meget mindre end de øvrige uddelingsrunder og udgjorde kun 4% af programbudgettet (jf. Tabel 2.1). Den tredje ansøgningsrunde, der var planlagt i ansøgningen, blev aldrig officielt åbnet. Til gengæld havde helt nye aktører som beskrevet i ansøgningen mulighed for at blive en del af programmet gennem mikrofunding. Fra 2014 blev dette organiseret i puljen og vækstlagsinitiativet OFFTrack 2017. Her kunne vækstlag og nye talenter helt frem til efteråret 2016 modtage støtte til små projekter.

Som året nærmede sig, blev der lagt mere og mere vægt på projekternes publikumsrettede events. Det gjorde sig eksempelvis gældende i programmet for kreative erhverv, More Creative, hvor netværksdelen fortsatte i regionalt regi, mens man i Aarhus 2017 kun bevarede de såkaldte More Creative Events. More Creative Events kan fremhæves som nogle af de mest gentænkende og nyskabende events i programmet. Her kan nævnes bl.a. *Aarhus Walks on Water*, der kombinerede mode og ny teknologi i et stort digitaliseret udendørs show, afholdt ved Dokk1 på Aarhus Havn. En af grundene til, at de forskellige More Creative Events havde succes med at udvikle nyskabende projekter, er i vores optik, at der var ret mange midler til den enkelte event. De i alt 16 projekter modtog i alt 13% af de samlede programmidler.

Der var undervejs en grad af utilfredshed blandt både bevillingsmodtagere og ansøgere, da de ikke følte, at de fik de midler, som de mente at være berettiget til. For de aktører, der var med fra starten, handlede utilfredsheden dels om et skifte fra inddragelse og dialog i ansøgningsfasen til, at fonden overgik til en mere traditionel rolle som bevillingsgiver, der uddelte begrænsede midler. I den proces blev der også taget beslutning om at uddele

¹⁹ Den Gamle By bidrog med to projekter, *Aarhus Fortæller* og *Aarhus Stories*, og bevillingen blev fordelt ligeligt mellem de to projekter. Filmby Aarhus, der var samarbejdspartner i forbindelse med *Aarhus Stories*, stod som bevillingsmodtager, hvorfor Den Gamle By som den eneste af The Big 8 ikke modtog 4 mio. kr. AROs, der stod for den ene af kulturhovedstadsårets megaevents, modtog et forhøjet tilskud på 7,5 mio. kr. Kilde: bevillingsbreve, Fonden Aarhus 2017.

More Creative

I 2014 besluttede Region Midtjylland at integrere deres eksisterende indsats for kreative erhverv i Aarhus 2017. Indsatsen blev døbt More Creative. Indsatsen var baseret på en bottom up-tilgang og havde til formål at øge de kreative virksomheders værditilvækst og konkurrenceevne, udvikle rammebetingelserne for de kreative erhverv samt udvikle en fælles platform for videndeling, formidling og tværfaglige samarbejder.

På baggrund af en evaluering, der påpegede opstartsvanskeligheder i samarbejdet mellem fonden på den ene side og konsortiet bag More Creative og regionen på den anden side, besluttede regionen at løsrive More Creative fra Aarhus 2017.

Tilbage i Aarhus 2017-regi var de såkaldte More Creative Events, der skulle sikre, at programmet også præsenterede events skabt af de kreative erhverv. More Creative Events skulle fungere som et udstillingsvindue for regionens styrkepositioner inden for arkitektur, mode, design, visuelle/digitale medier og gastronomi. Projekterne skulle skabe synlighed for kreative erhverv i regionen og for fortællingen om regionen som en kreativ region og et attraktivt sted at drive forretning for kreative virksomheder.

Regionens engagement i Aarhus 2017 var i høj grad knyttet til dens strategi om at styrke de kreative erhverv. Bevillingsmæssigt fordelte regionens samlede støtte på 55 mio. kr. sig på 20 mio. kr. fra kulturmidlerne og 35 mio. kr. fra erhvervsudviklingsmidlerne.

færre midler, end der blev ansøgt om, hvilket enten betød, at nogle projekter skulle nedskaleres, eller betød, at ansøgerne selv skulle skaffe en større del af midlerne. For de små og de, der først kom på banen senere i processen, koncentrerede utilfredsheden sig især om, at den lange planlægningshorisont for programindholdet udfordrede flere indholdsleverandørers tilkoblingsmuligheder; særligt de frie aktører og den rytmiske musik blev udfordret heraf. Samtidig fremstod bevillingsprocesserne forvirrende, ugennemskuelige og organisatorisk krævende²⁰.

Selvom flere projektejdere blev skuffede over bevillingens størrelse, virkede fondens bevillinger alligevel som en blåstempling af projekternes videre fundraising. På denne måde kan kulturelle megaevents som Aarhus 2017 anvende den decentrale model til at få så meget som muligt ud af deres midler. Ved at uddele mindre, men flere bevillinger når midlerne bredt ud, og med Aarhus 2017 som 'blåstempling' øgede det muligheden for, at indholdsleverandørerne kunne få supplerende midler til projekterne fra andre bevillingsgivere. På denne måde faciliterede den decentrale programmodel produktionen af et stort program til kulturhovedstadsprojektet, hvori der fandtes projekter, der sammenlagt kostede langt flere penge, end de penge fonden selv havde til at fordele.²¹

Ved at vælge en decentral programmodel bidrog Aarhus 2017 til at udvikle det lokale og regionale kulturmiljø. Gentænkningen og de nye samarbejdsrelationer mv., der opstod som led i programudviklingen, sikrede kompetenceudvikling og netværksopbygning og styrkede dermed kulturmiljøet og aktørerne i regionen generelt.

Udviklingsaktiviteter i programmet

For at sikre, at Aarhus 2017 også fik en længerevarende, strategisk betydning, blev der lagt vægt på, at en del af projekterne også skulle inkludere udviklingsaktiviteter. Enkelte projekter som kompetenceudviklingsprojektet Urban Lab, der fokuserede på kulturens rolle i byudvikling, eller RECcORD, der arbejdede med deltagelsesformer i kulturhuse i Europa, havde udelukkende fokus på kompetenceudvikling, mens mange projekter kombinerede dette med det publikumsrettede. Udviklingsdelen af programmet gik under betegnelsen Soft City. Et tegn på prioriteringen heraf er, at 20% af det samlede programbudget blev uddelt i 2014 til strategiske udviklingsprojekter (jf. Tabel 2.1 s. 10). Dette skete vel at mærke på et tidspunkt, hvor

²⁰ Se også temarapport nr. 7 "Organiseringen af kulturhovedstadsprojektet Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018), og temarapport nr. 2 "Kulturinstitutionernes involvering i Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

²¹ Se også temarapport nr. 7 "Organiseringen af kulturhovedstadsprojektet Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

Tabel 2.2 Projekters prioritering af publikumsrettede aktiviteter og udviklingsaktiviteter

	2013	2014	2015	2016	2017
20% publikumsrettede aktiviteter, 80% udviklingsaktiviteter	10 (9%)	9 (14%)	16 (15%)	14 (7%)	166 (61%) projekter med begge dele (Variabel for fordeling ikke medtaget i år 2017)
40% publikumsrettede aktiviteter, 60% udviklingsaktiviteter	11 (10%)	6 (9%)	13 (12%)	13 (7%)	
50% publikumsrettede aktiviteter, 50% udviklingsaktiviteter	14 (12%)	8 (13%)	9 (8%)	11 (6%)	
60% publikumsrettede aktiviteter, 40% udviklingsaktiviteter	10 (9%)	5 (8%)	8 (7%)	16 (8%)	
80% publikumsrettede aktiviteter, 20% udviklingsaktiviteter	13 (11%)	8 (13%)	13 (12%)	23 (12%)	
Udelukkende publikumsrettede aktiviteter	5 (4%)	3 (5%)	12 (11%)	16 (8%)	94 (35%)
Udelukkende udviklingsaktiviteter	46 (40%)	20 (31%)	26 (24%)	74 (37%)	7 (3%)
Hverken publikums- eller udviklingsaktiviteter	5 (4%)	5 (8%)	10 (9%)	33 (17%)	3 (1%)
Antal projekter i alt	114	64	107	200	270

der stadig var usikkerhed om den statslige medfinansiering.²² Denne udviklingsstrategi var en mål-sætning for kulturhovedstadsprojektet helt fra begyndelsen, hvor det blev fastsat som et centralt valg i ansøgningen: "Det er et helt centralt valg i forberedelsen af Aarhus 2017, at vi ikke udelukkende fokuserer på året 2017. Programmer og projekter bliver udviklet over en periode på fire år og 'lander' i 2017".²³

Vægten mellem udviklingsaktiviteter og publikumsrettede aktiviteter forskød sig naturligt nok i løbet af perioden fra 2013 til 2017, således at der i selve kulturhovedstadsåret primært blev lagt vægt på de publikumsrettede aktiviteter (Tabel 2.2), men selv i 2017 havde kun omkring en tredjedel af projekterne udelukkende publikumsrettede aktiviteter.

Overordnet set vurderer vi, at fonden prioriterede strategiske udviklingsprojekter og efterlevede den udviklingsstrategi, som blev formuleret i ansøgningen.

Programdirektørens egen kuratering

Ud over at kuratere de decentrale projekter gennem ansøgningskriterier og sparring med projekterne bidrog Fonden Aarhus 2017 også til det samlede program ved at kuratere en række projekter gennemført af fonden selv – enten alene eller koproduceret

Eksempler på Fonden Aarhus 2017s kuraterede værker og events er den officielle åbning, det midlertidige galleri 'O' Space med en række skiftende udstillinger hen over året, de internationale koproduktioner *2097: We*.

²² Se også temarapport nr. 7 "Organiseringen af kulturhovedstadsprojektet Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

²³ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (juni 2012), side 30.

Made Ourselves Over og *Tree of Codes*, de lokalt producerede scenekunstneriske interventioner i programserien *Little rebellions* og internationalt anerkendte kunstnere som Philip Glass og Lucinda Childs i programserien *Legends*.²⁴ herunder udviklingsprojekter, koproduktioner og bestillingsværker.

Den samlede kuratoriske linje blev udfordret af udskiftning i stillingen som programdirektør, hvor hver nye programdirektør dels arbejdede videre med forgængerens projekter, dels havde andre metoder og nye prioriteringer.²⁵ Den ansvarshavende for udarbejdelsen af ansøgningen, Trevor Davies, skitserede en lang række projekter, der efterfølgende blev indført som en del af programmet af den tidligere programdirektør Gitte Just. Da hendes periode som programdirektør var relativt kort, nåede hun primært at forholde sig til de projekter, der allerede var skitseret i ansøgningen. Hun fik dog også igangsat f.eks. *Life Boats* og *Aarhus Sustainability Model*.

I 2015 blev Juliana Engberg ansat som programdirektør og fortsatte i resten af projektperioden. I kontrast til Gitte Just arbejdede Juliana Engberg bevidst med at sætte sine egne tydelige aftryk på programmet. Dette gjorde hun hovedsageligt gennem kurateringen af Fonden Aarhus 2017s egne programbidrag. Juliana Engberg beskriver sin kuratoriske vision gennem en metodologisk treenighed, der skulle føre publikum gennem årsprogrammets forskellige sekvenser:

*At fejre, reflektere og provokere for at kunne etablere henvendelser, samtaler og til tider debatter omhandlende de ting, som binder og deler os danskere, skandinaver, europæere og globale indbyggere.*²⁶

Ud fra denne vision arbejdede Juliana Engberg videre med de samlede narrativer om programmet, der var grundlagt i ansøgningen, for på den måde at skabe en samlet struktur for og fortælling om programmet. Her baserede hun sig i høj grad på Trevor Davies' arbejde.

Jeg tror faktisk, jeg er gået tilbage til nogle af principperne i ansøgningen, men på en anderledes

²⁴ En del af de værker, Juliana Engberg kuraterede, er præsenteret i kunstkataloget "Commissions: European Capital of Culture Aarhus 2017", Juliana Engberg, Fonden Aarhus 2017 (2018), http://www.aarhus2017.dk/media/12987/aarhus2017_commissions_book_digital_lowres_spreads.pdf.

2097: We Made Ourselves Over

2097: We Made Ourselves Over var et værk, der blev produceret i samarbejde med Britisk Kulturbryllup 2017. Eventen blev produceret af gruppen Blast Theory, der benyttede teater, lys og installation til at tage publikum med på en rejse frem i tiden til år 2097. Hver enkelt publikummer blev samlet op i en elbil, udstyret med en GPS og kørt til en hemmelig destination. Her skulle de benytte GPS'en til at udforske området og finde en person fra fremtiden, inden tiden løb ud og de blev sendt 'tilbage til nutiden'.

måde. Principperne er der, og hvis du kan grave dig gennem alle tingene, finder du ud af, at der var en plan, og det var ikke en dårlig én set fra et programperspektiv. (Programdirektør for Fonden Aarhus 2017 Juliana Engberg, august 2015).

Den kuratoriske fortælling om et program med fokus på fortid, nutid og fremtid er for os at se den tydeligste fortælling om den samlede programstruktur. Juliana Engberg beskriver det selv således:

Historien er ret simpel. Vi ser på vores fortid, nutid og fremtid for at definere de ting, som vi har kæret og tager med videre. Vi håber på at hjælpe med at skabe et mindset til at løse nogle af de fremkommende problemer og skabe en bedre fremtid. (Programdirektør for Fonden Aarhus 2017 Juliana Engberg, marts 2016).

I ovenstående citat præsenterer hun også det tidlige kuratoriske narrativ som et andet bud på kulturhovedstadsprojektets mindset knyttet til temaet 'rethink'. På denne måde søgte Juliana Engberg at benytte kurateringen til at skabe en samlet fortælling om programmet (se også afsnit 2.2).

Megaeventen *The Garden – End of Times, Beginning of Times* indeholdt med sine tre deludstillinger *The Garden – The Past*, *The Garden – The Present* og *The Garden – The Future* meget eksplicit denne tidlige bevægelse. Herudover var der særligt mange fremadskuende og

²⁵ For fuldt overblik over ledelsesskift i Fonden Aarhus 2017, se temarapport nr. 7 "Organiseringen af kulturhovedstadsprojektet Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

²⁶ "Commissions: European Capital of Culture Aarhus 2017", Aarhus 2017 (2018), side 21.

fremtidsorienterede events at finde i programmet. Her kan nævnes titler som *What if Women Ruled the World?*, *2097: We Made Ourselves Over* og *Future living*. Den tidlige bevægelse har derfor været væsentligt mere synlig i de enkelte events end i de tidligere omtalte programstrukturer og kategoriseringer.

Særligt i de værker, Juliana Engberg selv kuraterede eller koproducerede, var den fremtidsorienterede dimension meget tydelig. Her kan nævnes kulturhovedstadsprojektets 'artist-in-residence' Anohni med projektet *Future Feminism* og den koproducerede forestilling *What if Women Ruled the World?* Disse værker, og en række andre, vidner også om en gennemgående feministisk tone, som kunne spores i Juliana Engbergs kurateringslinje. Her greb programdirektøren i høj grad muligheden for at sætte sit eget selvstændige aftryk på programmet.

Herudover bestod Juliana Engbergs bidrag i høj grad af at tiltrække internationale kunstnere til kulturhovedstadsprojektet. Blandt de internationale kunstnere kuraterede hun primært billedkunstnere og kunstnere inden for eksperimenterende og politisk engagerede kunstneriske udtryk. Det udmøntede sig f.eks. i det midlertidige galleri 'O' Space. Programdirektørens egne kurateringer og samarbejder med internationale kunstnere fyldte i alt 12% af programbudgettet (jf. Tabel 2.1 s. 10). Også den administrerende direktør Rebecca Matthews formåede qua sit internationale netværk at tiltrække internationale kunstnere og events. Den internationale børnelitteraturfestival Hay Festival og den koproducerede moderne balletforestilling *Tree of Codes* var en del af Rebecca Matthews aftryk på programmet.²⁷

Det er vores vurdering, at kurateringen ikke formåede at skabe en samlet linje for programmet. Selvom Juliana Engberg forsøgte at fremhæve treenige narrativer som en måde at skabe struktur i programmet på, var der fortsat ingen klar ramme for programindholdet. Juliana Engberg satte alligevel sit tydelige præg på kulturhovedstadsprojektet både i kraft af egne værker og ved at sparre med projekterne og fastholde en høj kunstnerisk ambition for det samlede program. Indholdsleverandørernes reaktioner på Juliana

Engbergs interventioner har været meget blandede. Mange anerkendte, at hun bidrog til at hæve ambitionsniveauet, men andre oplevede, at hun ikke anerkendte, at lokale kunstnere også kunne producere kunst af høj kvalitet.²⁸

2.4 Synligt tema og usynlige værdier

Både temaet og de tre værdier var en del af programmets ide- og indholdsgrundlag helt fra begyndelsen. Begge dele blev, som tidligere nævnt, indskrevet som en del af programmets tre grundlæggende koncepter (jf. afsnit 2.2). Aarhus 2017 var præget af et meget tydeligt tema. Temaet gik på sin vis ind og erstattede den tydelige programstruktur, som programmet ellers manglede (jf. afsnit 2.2), ved at binde de mange events ind under én tematisk ramme. Det lykkedes, ikke mindst fordi kendskabet til temaet var stort. De tre kerneværdier gled mere i baggrunden og blev ikke en fremtrædende del af programmet.

Det overordnede tema

Temaet 'rethink' fungerede som overordnet ramme for hele programmet og kulturhovedstadsprojektet generelt. Temaet blev valgt i forbindelse med ansøgningsprocessen, hvor Aarhus Kommune begrundede valget med, at det opsummerede tiden og tidens behov. I Ansøgningen blev temaet defineret således:

*Rethink indebærer at være kritisk og selvkritisk.
Rethink indebærer at bruge og genbruge
erfaringer og praksis i erkendelsen af, at viden
skal både bøjes og sammensættes på ny.*²⁹

Modsat programstrukturerne var 'rethink'-temaet særdeles synligt gennem hele kulturhovedstadsprojektet. Arbejdet med at finde frem til temaet blev i sig selv gentænkt. Allerede i ansøgningsfasen faciliterede

²⁷ Læs mere om programmets internationale dimension i afsnit 2.5.

²⁸ Læs også temarapport nr. 2 "Kulturinstitutionernes involvering i Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018), og temarapport nr. 7 "Organiseringen af kulturhovedstadsprojektet Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

²⁹ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (juni 2012), side 12.

Aarhus Kommune en nyskabende indgangsvinkel til udarbejdelsen af ansøgningen om kulturhovedstadstitlen. Her anlagde Aarhus Kommune en inddragende tilgang til projektudviklingen, hvor kommunen sammen med borgerne arbejdede sig *frem mod* et tema i stedet for at definere det på forhånd.³⁰ Denne proces var vellykket og vakte stor interesse blandt tidligere og kommende kulturhovedstadsprojekter.

'Rethink' blev helt fra kulturhovedstadsprojektets begyndelse beskrevet som mere end et tema – det skulle være et konceptuelt mindset. I den strategiske forretningsplan fra 2015 blev temaet defineret som en rammesættende tankegang, der byggede på forandring, innovation og mod til at tænke og agere smartere i fremtiden.³¹ Vi vurderer, at rethink fungerede som et effektivt mindset i hele projektperioden, og temaet opnåede derigennem stor synlighed. Ved at inkorporere temaet som et gennemgående mindset gennem hele kulturhovedstadsprojektet fungerede temaet, så at sige, aktivt frem for passivt. Temaet fungerede dermed godt som ramme for et stort kulturprogram og havde en passende balance mellem at være forpligtende, rummeligt og inspirerende.

For at sikre en bred implementering af den ønskede innovative tankegang blev gentænkning gjort til et støttekriterium for alle projekterne i forbindelse med bevillingsprocesserne. Gentænkningen skete bl.a. ved at krydse forskellige genrer. Krydsfeltet mellem folkeoplysning og kunstneriske rammesætninger er et godt eksempel på et område, hvor tværfaglig gentænkning slog igennem. Det gælder både Århundredets Festival

og de fire debatarrangementer *Hypotheticals* på Aarhus Teater. Et andet eksempel er koblingen mellem religion og kulturprogrammet, som sås i events som *Befri Gudstjenesten* og *Rethink Reformation*, der også præsenterede publikum for et nyt tværfagligt krydsfelt.

Det at arbejde med en åben tematisk rammesætning skabte undervejs udfordringer, når programteamet eller programdirektøren alligevel vurderede, at et projekt ikke for alvor gentænkte. Dette var et af de områder, hvor programteamet gik aktivt ind og sparrede med indholdsleverandørerne for at sikre, at den gentænkte dimension i projekterne levede op til fondens forventninger. Selvom en af kulturhovedstadsprojektets strategiske målsætninger havde fokus på at øge tværgående samarbejder i regionen, var et nyt samarbejde, i programdirektør Juliana Engbergs' optik, eksempelvis ikke nødvendigvis lig med gentænkning:

Hele 'gentænk'-tingen blev misligholdt. Det var blevet til et koncept med "har i nogensinde samarbejdet? Hvorfor gør I ikke det? Det vil være gentænkning." Det er ikke at gentænke.
(Programdirektør for Fonden Aarhus 2017
Juliana Engberg, august 2015).

Flere indholdsleverandører valgte at inkorporere temaet synligt i deres projekt gennem f.eks. eventtitler. På den måde søgte de at tydeliggøre, at de havde forholdt sig til bevillingskriteriet om at gentænke. Derfor florerede ordet 'rethink' eller 'gentænk' i et væld af projektbeskrivelser og eventtitler i udviklingsfasen. I årene op til 2017 vurderede Juliana Engberg derfor, at det var nødvendigt at gå ind og 'rydde ud' i brugen af temaet i de forskellige projektbeskrivelser og eventtitler. Hun vurderede, at den hyppige brug af ordet 'rethink' eller 'gentænk' var ved at gøre temaet betydningsløst. Så selvom fonden fastholdt ikke at have en klar og præcis forståelse af, hvordan gentænkningen konkret skulle udmøntes i de forskellige projekter, er det tydeligt, at programdirektøren havde sin egen klare forståelse af, hvad det indbefattede at gentænke. Om end hun ikke direkte sætter ord på, hvad 'rethink' er, så opererer hun i hvert fald ud fra en forståelse af, hvad det *ikke* er. Der opstod altså en diskrepans mellem den åbne og brede

Rethink Reformation

Rethink Reformation var en fuldmåne-event, der blev produceret i et samarbejde mellem Aarhus Universitet, Aarhus Domkirke og Folkeuniversitet i Aarhus i anledningen af 500-årsjubilæet for Wittenberg-teserne. Sammen skabte de en række events, der formidlede den lutherske reformation med henblik på at skabe dialog om en fremtidig reformering. De forskellige events kombinerede foredrag, dans, musik, teater, debatter, kirkelige begivenheder (f.eks. gudstjenester) og forskning.

³⁰ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (juni 2012), side 30.

³¹ "Europæisk kulturhovedstad Aarhus 2017 – Strategisk Forretningsplan", Aarhus 2017 (december 2015).

fortolkning af temaet i ansøgningsrunderne og programdirektørens ønske om konkretisering og skærpelse. Dette har til tider givet nogle kommunikative udfordringer mellem fonden og indholdsleverandørerne. Disse udfordringer anerkendes af programdirektøren:

Det er en udfordring for folk at gøre noget anderledes, men i sig selv, er det [rethink-temaet] ikke et tema. Det er derfor, jeg mener, at det har været lidt et kommunikationsproblem. Det er så fint og flot at sige "lad os gentænke" – men lad os gentænke hvad? Det er, hvad jeg sagde, da jeg kom her første gang – hvad er det, vi gentænker? (Programdirektør for Fonden Aarhus 2017 Juliana Engberg, december 2016).

Vi vurderer, at 'rethink'-temaet overordnet set har medført betydelig nytænkning, bevidst bearbejdning af historisk materiale og andre tilgange til at gøre noget nyt. Som ramme for et stort kulturprogram var temaet synligt og velfungerende i forhold til at markere balancen mellem noget forpligtende og noget rummeligt. Denne balance var også det, der udfordrede anvendelsen af temaet i praksis. Netop fordi det havde en grad af forpligtelse, så indholdsleverandørerne sig nødsaget til at inkorporere det, men fordi det skulle være meget rummeligt, definerede fonden ikke konkret, hvordan de skulle gøre det. Vi vurderer samtidig, at fondens rolle i at sikre graden af og formen for gentænkning kunne have været tydeligere. Det kunne have medført en skærpelse af temaet.³²

De tre kerneværdier

Foruden det overordnede tema havde Aarhus 2017 tre kerneværdier: demokrati, mangfoldighed og bæredygtighed. Disse havde imidlertid ikke den samme synlighed som temaet.

Ligesom temaet skulle indholdsleverandørerne forholde sig til værdierne i forbindelse med udarbejdelsen af

projektbeskrivelser og ansøgninger til fonden. Særligt i den første åbne ansøgningsrunde i 2014 blev værdierne fremhævet som et støttekriterium, ligesom værdierne også var en del af programmets samlede idegrundlag. Værdierne spillede derved en rolle i projektudviklingen og kurateringen, og det var hensigten fra fondens side, at disse værdier skulle indgå som en del af kulturhovedstadsårets samlede programramme. Sådan fremstod de dog ikke, og hvor temaet blev meget tydeligt italesat, gled værdierne i baggrunden og har ikke været synlige siden ansøgningsprocessen.

I kommunikationen af programmet blev værdierne præsenteret under temaet 'vores værdier'. 27% af projekterne markerede, at deres event hørte ind under temaet 'vores værdier'. Alle projekterne blev således bedt om at forholde sig til værdierne i udviklingsfasen, men kun lidt over en fjerdedel endte med at angive i eventkalenderen, at de tematiserede en eller flere af værdierne. Værdierne blev ligeledes anvendt i et meget begrænset antal eventtitler, og vores gennemgang af eventtitlerne (jf. Tabel 2.3) viser, at værdierne praktisk talt ikke blev adresseret i eventbeskrivelserne.

En årsag til det mangelfulde fokus kan være, at indholdsleverandørerne ikke blev holdt op på eller konfronteret med værdierne siden ansøgningsfasen. Af samme årsag var kendskabsgraden til de tre værdier meget begrænset blandt de forskellige indholdsleverandører. I vores spørgeskemaundersøgelse blandt kulturinstitutionsledere oplyste vi ni værdier og bad dem identificere de tre værdier, som var Aarhus 2017s kerneværdier. Kun 18% af respondenterne kunne identificere alle tre værdier, mens 37% kunne identificere to ud af tre, og 42% kunne kun identificere én af de tre kerneværdier. Efterfølgende interviews med kulturinstitutionsledere og åbne projektevalueringsworkshops bekræftede, at de forskellige indholdsleverandører havde en meget lav kendskabsgrad til de

³² Se også temarapport nr. 7 "Organiseringen af kulturhovedstadsprojektet Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

Tabel 2.3 Opgørelse af eventtitler fra det samlede kulturprogram for kulturhovedstadsåret

Rethink/gentænk	34 eventtitler	94 eventbeskrivelser
Demokrati	5 eventtitler*	15 eventbeskrivelser
Mangfoldighed/diversitet	0 eventtitler	13 eventbeskrivelser
Bæredygtig/bæredygtighed	6 eventtitler	39 eventbeskrivelser

* Fire ud af fem events hørte under projektet *DemokratiStafetten*.

tre kerneværdier. Vi spurgte også kulturinstitutionslederne, hvorvidt de syntes, at Aarhus 2017 havde kommunikeret de tre kerneværdier tydeligt, hvortil 61% af kulturinstitutionslederne svarede, at de ikke havde oplevet, at de blev tydeligt kommunikeret.³³

I modsætning til indholdsleverandørerne mente fondens programdirektør, at værdierne netop var blevet fremhævet som alternative narrativer til det overordnede tema:

Det, jeg har gjort ved at skabe denne slags yderligere narrativer i programmet, er, at jeg er begyndt at bringe meget mere opmærksomhed på de tre værdier: bæredygtighed, mangfoldighed og demokrati.
(Programdirektør for Fonden Aarhus 2017 Juliana Engberg, marts 2016).

Programdirektøren vurderede, at publikum gennem programmet havde mulighed for at opleve værdierne, også når de ikke blev italesat eksplicit. Hun fremhævede f.eks. værket *The Same for Everyone* som et værk, der satte fokus på demokrati. Vi anerkender, at en værdi

sagtens kan komme til syne i et værk, uden at den nødvendigvis fremgår af titlen eller helt eksplicit skrives frem i en programbeskrivelse. Alligevel mener vi, at værdierne fra et publikumsperspektiv var svære at få øje på.

Den værdi, som var mest fremtrædende for publikum i det samlede program, var værdien om bæredygtighed. Dette sås bl.a. i de konkrete eventtitler, hvor seks events inkorporerede 'bæredygtighed' i deres titel (jf. Tabel 2.3). Hertil kommer, at bæredygtighed var langt mere fremtrædende i eventbeskrivelserne end de to andre værdier. To eksempler på events, der refererede til bæredygtighedstemaet i titlen, var *Bæredygtig energi til livet* og *Fremtidens bæredygtige byer* (begge børne- og ungeprojekter, gennemført med skoler og omfattende samarbejde). Værdien om 'demokrati' blev bl.a. tematiseret i projektet *Rethink Activism*, som tematiserede demokrati og medborgerskab, og som i øvrigt var et af de relativt få eksempler på græsrodsinitierede projekter. Også eventserien *Hypotheticals*, der arbejdede med nye debatformat, kan siges helt eksplicit at forholde sig til demokrati som værdi. Mangfoldighed nævnes ikke i én eneste titel og i de færreste af eventbeskrivelserne. Af de 13 events, som omtalte mangfoldighed i beskrivelserne af eventenes indhold, var der f.eks. SPOR Festivalen, der præsenterede ny lyd- og tonekunst og havde eksplicit fokus på kulturel og kunstnerisk mangfoldighed. Vi vurderer, at den værdimæssige dimension ikke var synlig i det samlede program. Værdierne blev ikke fremprioriteret i fondens egen kommunikation til hverken publikum eller indholdsleverandørerne, og de blev ikke markeret tydeligt i de forskellige events generelt.

Rethink Activism

Rethink Activism var en folkefestival, der rettede fokus på en ny positiv bevægelse af global aktivisme, der ønsker at forny samfundet nedefra. Her blev præsenteret 100 eksempler på en gentænkt verden, og alle var inviteret til at komme og deltage i debatten. Projektet var bygget op om en demokratisk kultur, hvor alle kunne bidrage til at komme med løsninger på, hvordan man kan arbejde mod at forbedre verden som en del af hverdagen.

³³ Se også temarapport nr. 2 "Kulturinstitutionernes involvering i Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

2.5 Kulturens mangfoldighed i programmet

Vi ser på to forskellige perspektiver på mangfoldighed i programmet: et europæisk perspektiv og et genre-mæssigt perspektiv.

En af de strategiske målsætninger, der blev formuleret for kulturhovedstadsprojektet, var at skabe et program, der bidrog til at styrke den europæiske kulturelle mangfoldighed.³⁴ Denne målsætning afspejlede direkte EU's mål med europæiske kulturhovedstadsprojekter. Her spiller såvel internationale samarbejder som europæiske temaer en central del i det at se mangfoldighed direkte knyttet til formålet med de europæiske kulturhovedstadsprojekter.

Programmets genre-mæssige mangfoldighed handler om, hvilke genrer programmet indeholder, og dermed hvor bredt det er tænkt. Også fordelingen mellem de forskellige genrer, og dermed hvor tyngden i programmet er, er et væsentligt aspekt af dette. Da forskellige genrer kan appellere til forskellige publikumsgrupper, er den genre-mæssige spredning væsentlig i forhold til at tiltrække et bredt publikum.

Et europæisk program?

Det er derfor en klar forudsætning fra EU's side, at programmet har en europæisk dimension.³⁵ Den europæiske dimension bliver forstået både som en indholdsmæssig kategori, der vedrører europæiske temaer og fælles europæisk historie og kultur, og som en kategori, der vedrører samarbejde, hvor det forventes, at der som et led i et europæisk kulturhovedstadsprojekt samarbejdes med parter fra andre europæiske lande.³⁶ Et helt særligt aspekt af den europæiske dimension er, at

det forventes, at de to samtidige kulturhovedstadsprojekter samarbejder, hvilket også var tilfældet med Aarhus 2017 og Pafos 2017. De to kulturhovedstadsprojekter var meget forskellige, ikke mindst i størrelse, idet Pafos 2017 havde et budget på omkring en ottendedel af Aarhus 2017s. Det betød også, at Aarhus 2017 finansierede en væsentlig del af de udvekslingsaktiviteter, der bl.a. inkluderede, at Aarhus Jazz Orchestra deltog i den officielle åbning af Pafos 2017, ligesom et kor fra Pafos var en del af åbningen i Musikhuset Aarhus. Moesgaard Museum præsenterede udstillingen *Fraværets nærvær* om de døde liv i Cypern og Danmark med en søsterudstilling i Pafos af Society of Cypriot Studies, og scenekunstkompanierne Don Gnu og Carte Blanche producerede forestillinger som en del af Pafos 2017-programmet.

Flere af Aarhus 2017s events forholdt sig til den europæiske dimension som en indholdsmæssig kategori. Det gjaldt f.eks. *European Encounters* på Gammel Estrup, der tog fat i europæisk herregårdshistorie, og *Gentænk landbrugshistorien* på Det Grønne Museum, der fokuserede på Europas betydning for dansk landbrugshistorie. Som indholdskategori fremstår den europæiske dimension relativt udefineret. Det gjaldt i forbindelse med Aarhus 2017-projekterne, men også på et mere overordnet EU-niveau. Denne upræciseret åbner op for mange mulige tolkninger af, hvad det europæiske er.³⁷ Det fremgår af de svar, projekterne kom med vedrørende deres aktiviteter i 2015.³⁸ Her blev de spurgt, om deres projekt behandlede et tema eller en problemstilling, der var relevant i en europæisk sammenhæng. Langt størstedelen af projekterne svarede ja. Af svarene på det efterfølgende åbne spørgsmål, hvor de blev bedt om at forklare, hvad det betyder, fremgår det imidlertid, at det er meget diffust, hvad det vil sige. Den manglende klarhed over, hvad det europæiske består i, havde også en konsekvens for publikum. Således viste en kvalitativ

³⁴ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (juni 2012), side 8.

³⁵ "EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS AFGØRELSE Nr. 1622/2006/EF af 24. oktober 2006 om en fællesskabsaktion vedrørende »Den Europæiske Kulturhovedstad« 2007-2019", <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006D1622&from=EN>.

³⁶ Se "European Cities and Capitals of Culture. Study prepared for the European Commission. Part 1", Palmer/Rae Associates, Bruxelles (2004), https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/palmer-report-capitals-culture-1995-2004-i_en.pdf.

³⁷ For en mere udfoldet diskussion af den europæiske dimension i forbindelse med Aarhus 2017, se "How is a European Dimension and Identity Constructed in European Capitals of Culture", Christian Therkelsen, rethinkIMPACTS 2017, rapport nr. 10 (2017), http://projects.au.dk/fileadmin/user_upload/Endelig_rapport.pdf.

³⁸ Aarhus 2017s monitorering af projekterne (2015).

undersøgelse af publikum til Aarhus 2017-events med en særligt fremtrædende europæisk dimension, at den

Tabel 2.4 Behandler projektet temaer/problemstillinger, der er relevante i en europæisk sammenhæng?

	Antal
Ja i høj grad	68%
Ja, i nogen eller mindre grad	22%
Nej	4%
Ved ikke	6%

Kilde: Aarhus 2017s monitoreringsdata for 2015.

europæiske dimension ikke havde den store betydning for publikums oplevelse.³⁹

Den europæiske dimension trådte tydeligere frem i indholdsleverandørernes tværgående samarbejder.⁴⁰ I alt 60% af projekterne i kulturhovedstadsåret var internationale koproduktioner (108 projekter) og/eller havde internationale elementer i form af eksempelvis gæstespil, deludstillinger eller lignende (131 projekter).

Ifølge Juliana Engberg selv havde hun også fokus på at finde internationale aktører, som kunne samarbejde med de lokale aktører. Det var således et fokuspunkt for hende, at de internationale kunstnere ikke blev etableret som en særskilt del af programmet:

Det er ikke det internationale program og det lokale program. Mange af de lokale kompagnier er også blevet opmuntret til at arbejde med internationale folk. Så jeg synes, det er en fint integreret situation. Selvfølgelig har du nogle fremstående stjerner, som er internationale, men der er næsten utvivlsomt noget lokalt samarbejde. (Programdirektør for Fonden Aarhus 2017 Juliana Engberg, december 2016).

I det lokale kulturliv skabte fondens tilgang til programmets europæiske dimension til gengæld en

oplevelse af, at de internationale kunstnere blev prioriteret højere end de lokale, og at der ikke blev gjort en tilstrækkelig indsats for at sammenkoble de internationale kunstnere og de lokale kunstnere. Juliana Engbergs forståelse af, at de internationale kunstnere, hun tiltrak, blev koblet sammen med de lokale kunstnere og kulturinstitutioner, svarer således ikke til den oplevelse, de lokale kunstnere havde. Der var en oplevelse blandt mange lokale aktører af, at de internationale kunstnere og disses værker blev vægtet højt af programdirektøren. Det afspejlede sig også konkret i den udgivelse, hun redigerede efter kulturhovedstadsåret. I *Commissions: European Capital of Culture Aarhus 2017* præsenteres en række af de internationale værker, der var udvalgt af Engberg. Det gælder f.eks. Mikhail Karikis' *The Chalk Factory* og Angelica Mesitis' *Mother Tongue*. I denne dokumentation af kulturhovedstadsprojektets værker er der ikke medtaget værker, som blev produceret af lokale kunstnere. Fondens administrerende direktør, Rebecca Matthews, begrundet udgivelsens format således:

Det blev besluttet, at vi ville lave en bog med bestillingsværkerne, fordi de havde fået så stor international interesse. De var meget respekterede kunstnere, og mange af dem inkluderer fortsat de værker, som blev produceret til vores kulturhovedstadsår, for at repræsentere vores kulturhovedstadsprojekt på mange måder til så mange internationale ting. Vi lavede den til de folk, som var/er mere interesserede i den kunstneriske side af programmet og de kunstnere, vi arbejdede med, og formodentligt også til dem, som var særligt interesserede i vores værdier, for mange af bestillingsværkerne repræsenterer årets værdier – agendaen med bæredygtighed, mangfoldighed og demokrati. (Administrerende direktør for Fonden Aarhus 2017 Rebecca Matthews, april 2018).

Balancen mellem lokalt og internationalt indhold er generel for alle europæiske kulturhovedstadsprojekter. Men i Aarhus 2017s tilfælde var der til trods for de mange internationale kunstnere ingen eksempler på, at det var

³⁹ "Audience perspectives on the European dimension in Aarhus 2017: impacts of EU cultural policy", Antoinette Fage-Butler, International Journal of Cultural Policy (2018) (online publicering).

⁴⁰ Til gengæld var der her en tendens til at veksle mellem at tale om internationale samarbejder og at tale om europæiske samarbejder uden at skelne særligt skarpt. I vores analyse forholder vi os til opgørelser over internationale samarbejder og tager dette som et udtryk for programmets europæiske dimension. Det fremgår af forskellige opgørelser over Aarhus 2017s internationale relationer, at de først og fremmest er europæiske, men også rækker ud over Europa. Se f.eks. "Welcome Future", Aarhus 2017 (2018), side 66-67.

Programmets genremæssige bredde

En af de måder, hvorpå temaet 'rethink' kom i spil, var i programmet og dets brede tilgang til, hvad der skulle inkluderes. Tilgangen betød, at også genrer som sport og gastronomi og kreative erhverv som mode og arkitektur blev inkluderet i programmet.

For at formidle denne genremæssige bredde blev kulturhovedstadsårets program kategoriseret som ni forskellige kunstformer. Særligt 'billedkunst og

udstillinger' og 'musik og lyd' fyldte en stor del af det samlede antal events, hvorimod litteratur og design var svagt repræsenteret. Den samlede liste over kunstformer inkluderede imidlertid ikke alle de genrer, der var medtaget i programmet. Hverken 'sport og leg'⁴¹ eller 'gastronomi'⁴² var kunstformer.

Begge var i stedet inkluderet som nogle af de temaer, som alle events skulle angive.⁴³ Ingen af de to temaer var dominerende i det samlede program.

Tabel 2.5 Oversigt over fordelingen af events på hhv. tema og kunstform

Tema	Antal	Andel	Kunstform	Antal	Andel
Historie	224	36%	Festivaler og happenings	287	46%
Vores værdier	171	27%	Billedkunst og udstillinger	163	26%
Kreative erhverv	115	18%	Musik og lyd	135	21%
Liveability	106	17%	Highlight	89	14%
Generationer	74	12%	Scenekunst	85	14%
Sport og leg	71	11%	Film og animation	39	6%
Debatter og diskussioner	61	10%	Arkitektur	37	6%
Gastronomi	41	7%	Litteratur	14	2%
Natur	39	6%	Design	11	2%
Tro	34	5%			
I alt	628		I alt	628	

Data fra eventkalender. Hvert event angav mindst ét tema og én kunstform, men kunne godt angive flere (og derfor overskrider summen af andelen 100%). Samlet antal events: 628.⁴⁴

⁴¹ Det er vigtigt at være opmærksom på, at kategorien 'sport og leg' er væsentligt bredere end blot 'sport'. Den rummer f.eks. teaterinstallationen *Senses of Cities*, der kan siges at indeholde elementer af leg, men ikke af sport.

⁴² Samtidig med at Aarhus og Region Midtjylland var europæisk kulturhovedstad, var regionen også Europæisk Gastronomiregion. I denne rapport forholder vi os kun til events, der har fået tilskud fra Aarhus 2017.

⁴³ Rent metodisk betød fraværet af disse genrer, at en del events, der faldt uden for kunstformerne, valgte kategorien 'festivaler og happenings', idet man i eventkalenderen skulle angive en genre.

⁴⁴ Inddelingen i såvel kunstform som tema skete ved oprettelsen af de enkelte events. Oprettelsen blev udført enten af Aarhus 2017-sekretariatets medarbejdere eller af medarbejdere tilknyttet de enkelte events. Der har givet været forskellige tolkninger af de forskellige begreber.

Tabel 2.6 Oversigt over, hvor mange genrer de forskellige projekter har indeholdt

Antal genrer anvendt i alt	Andel af projekter
1 genre	35,0%
2 genrer	17,5%
3 genrer	12,5%
4 genrer	11,0%
5 genrer	6,8%
6 genrer	5,7%
7 genrer	3,4%
8 genrer	1,9%
9 genrer	1,1%
10 genrer	2,7%
11 genrer	0,8%
12 genrer	0,0%
13 genrer	0,0%
14 genrer	0,8%
15 genrer	0,8%

Data fra Aarhus 2017s monitoreringsdata for 2017. Projekterne kunne afkrydse en eller flere af følgende genrer: billedkunst; litteratur; scenekunst; musik og lyd; film, dokumentar, animation; arkitektur; design; kreative erhverv; kulturarv, historieformidling; natur; viden, videnskab; sport, idræt, bevægelse; gastronomi, fødevarer; byudvikling samt landdistrikter.

Tværgående projekter med mere end én kunstform fyldte en del i programmet, og dette kan ses som et udtryk for, at en af de måder, Aarhus 2017-programmet gentænkte på, var gennem genre-mæssige koblinger. Dette afspejles også på projektniveau, hvor kun ca. hvert tredje projekt inkluderede én enkelt genre.

Vi vurderer, at kulturhovedstadsprojektets tema 'rethink' og det kuratoriske arbejde fra programdirektøren skabte nytænkende kulturelle tilbud og et program, hvor den kunstneriske kvalitet generelt var høj. Alligevel vil vi konkludere, at disse kvaliteter udsprang af en traditionel kunstformsforståelse, og at nytænkningen tog sit afsæt i de traditionelle, finkulturelle kunstformer.

Kulturbegrebet i programmet

Vores programanalyse baserer sig i vid udstrækning på de kategorier, som fonden selv anvendte, f.eks. hvad angår genrer og kunstformer. Herudover trækker vi på en mere bred forståelse af, hvordan 'kultur' bliver defineret i forskellige sammenhænge. Her skelner vi mellem tre forskellige forståelser: en snæver, en udvidet og en bred, der alle tre har været i spil, når det gælder Aarhus 2017.⁴⁵

I en snæver forstand er kultur stort set synonymt med de klassiske kunstarter litteratur, billedkunst, musik og teater samt kulturarven. Disse er klassiske kulturpolitiske støtteområder og er også i dag kernen i det offentligt støttede kulturudbud. Det er dermed ikke nogen overraskelse, at disse genrer også udgjorde hovedparten af Aarhus 2017-programmet. Især billedkunst, scene-kunst og kulturarv dominerede således i programmet.

I udvidet forstand dækker kultur også f.eks. kreative erhverv som design, arkitektur og film, og også sport og gastronomi kan medregnes i det udvidede kulturbegreb. Mange af disse genrer støttes også i dag på lige fod med de klassiske kunstformer, og sport er på nationalt plan organiseret sammen med kunst og kulturarv under Kulturministeriet. Det samme gælder folkeoplysning, der også var en del af Aarhus 2017-programmet. I kommunalt regi er sport (idræt) typisk organiseret som et selvstændigt område på linje med kultur.⁴⁶ Gastronomi og til dels de kreative erhverv har i hvert fald ikke tidligere haft en direkte kobling til kulturprogrammer og events. På den måde kan man se Aarhus 2017 som en brobygger, der gennem anvendelsen af det udvidede kulturbegreb i et vist omfang gentænkte, hvad der kan være en del af et kulturprogram. Et eksempel på, at der blev udviklet nye eventformater inden for sport, er *Move for Life*, der var fuldmåneevent i november. Her stod DGI for nogle nye formater inden for idrætsevents i samarbejde med lokale idrætsorganisationer og en række samarbejdsparter. Ser vi på genrefordelingen, kan vi dog konstatere, at denne udvidelse eller gentænkning af kulturbegrebet primært fandt sted i periferien af programmet. De 'nye' kulturgenrer fyldte ikke særligt meget i programmet relativt set.

Såvel det smalle som det udvidede kulturbegreb handler om kultur som noget, vi har eller gør. I kontrast hertil står

⁴⁵ Her anvender vi hhv. "Et hyperkomplekst begreb", Hans Fink (1988), og "Det dobbelte kulturbegreb", Johan Fjord Jensen, 1988.

⁴⁶ Afspejlet f.eks. i en opdeling mellem 'kultur' og 'fritid' på forvaltningsniveau.

det brede kulturbegreb, hvor kultur er noget, vi *er*. I ansøgningen var det brede kulturbegreb til stede, f.eks. i tilknytning til de tre kerneværdier:

*"Værdier – kultur som etiksystem, moral og adfærdsnormer. Her inddrager vi samfundsmæssige normer og kulturelle normer i vores programtænkning."*⁴⁷

Det er vores vurdering, at det brede kulturbegreb efter ansøgningsfasen trådte i baggrunden til fordel for især et snævert kulturbegreb. Koblingen mellem det snævre og det brede kulturbegreb var der stadig, nemlig i form af visionen om at bruge "kunst og kultur til at gentænke morgendagens udfordringer". Men i praksis var vægten forskudt, og der kom i langt højere grad fokus på et kulturprogram præget af traditionelle kulturgener og altså det snævre kulturbegreb. Der blev lagt vægt på at skabe "kunst og kultur i verdensklasse."⁴⁸ Denne afkobling af den brede kulturforståelse skyldtes bl.a., at værdierne var trådt i baggrunden, og at temaet 'gentenk' i nogen grad blev tolket mere snævert som genrekrydsende events og tværgående samarbejder frem for som måder, hvorpå det snævre og det brede kulturbegreb blev koblet sammen på.

Det udvidede kulturbegreb har spillet nogen rolle netop i forbindelse med indlemmelse af genrer, der ligger ud over de traditionelle kulturgener. Programdirektøren gav udtryk for, at de i fonden arbejdede med en overordnet bred kulturdefinition:

Det er ikke en festival. Det er et helt år med kultur, og her er kultur defineret inden for et ret bredt spektrum. (Programdirektør for Fonden Aarhus 2017 Juliana Engberg, december 2016).

Men selvom kulturhovedstadsprojektets kulturdefinition ifølge programdirektøren var bred, i den forstand at programmet indeholdt flere forskellige kunstformer og eventtematikker, så dominerede genrerne inden for et snævert kulturbegreb i en grad, der peger på, at programdirektørens brede kulturdefinition fortsat tog afsæt i de traditionelle kunstformer.

2.6 Programstrategier til at tiltrække publikum

Aarhus 2017 havde en intention om at nå bredt ud. I ansøgningen blev det udtrykt som en publikumsudviklingsstrategi, hvor dele af programmet skulle målrettes grupper, der kun sjældent bruger kulturtilbuddene. I Fonden Aarhus 2017s strategiske dokumenter blev det i højere grad italesat som at nå bredt ud med fokus på publikumsantal. Ambitionen om at nå bredt ud med programmet blev udmøntet i en række forskellige tilgange, som vi fokuserer på i dette kapitel, bl.a. to af Aarhus 2017s centrale tilgange til at nå bredt ud: præsentation af events uden for de traditionelle kulturinstitutioner og en regional spredning af programmet. Den sidste strategi bestod i at sikre gratis adgang til minimum 50% af programmet. Denne strategi og dens effekt vender vi tilbage til i kapitel 3.

Eventene ud af kulturinstitutionerne

Et af de mest gennemgående greb i den forbindelse var at præsentere events andre steder end i de traditionelle kulturinstitutioner. En del af disse events foregik i byrummet og kunne således kobles direkte sammen med kulturhovedstadsprojektets mål om at "underbygge udviklingen af åbne og medlevende bymiljøer."⁴⁹ I et bredere perspektiv handlede tilgangen om at præsentere events der, hvor borgerne alligevel kommer, og dermed gøre eventene mere tilgængelige.

Hvis vi ser specifikt på mega- og fuldmåneevents, var der mange af dem, der foregik udendørs, hvilket gav mulighed for at tiltrække et meget stort publikum, som det var tilfældet med *Aarhus 2017 Åbningen* og *Silkeborg Ildfestregatta*. Her foregik eventene i centrum af byen i et område, hvor der normalt er en stor gennemstrømning af borgere. Det samme gjaldt *Off Road Åbningen* i Herning, hvor det var muligt for borgerne tilfældigt at støde på eventen i centrum af byen. Denne form for events havde også i kraft af at være store, bredt appellerende events en

⁴⁷ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (juni 2012), side 10.

⁴⁸ "Europæisk kulturhovedstad Aarhus 2017 – Strategisk Forretningsplan", Aarhus 2017 (december 2015), side 3.

⁴⁹ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (juni 2012), side 8. Se også "Kunst og kultur i byrummet under Aarhus 2017" rethinkIMPACTS 2017 og Urban Goods (2018), http://projects.au.dk/fileadmin/user_upload/RethinkImpacts_Kunst_og_kultur_i_byrummet_print_.pdf.

tiltrækningskraft på mange forskellige målgrupper, og som vi vender tilbage til senere, så tiltrak f.eks. *Aarhus 2017 Åbningen* en relativt stor andel af lavfrekvente kulturbrugere.

En anden strategi i forhold til eventenes afholdelsessted var at være decideret opsøgende over for specifikke målgrupper. Dette greb blev dog ikke udnyttet i særligt høj grad i forbindelse med Aarhus 2017. EUTOPIA i Gellerup i Aarhus var den eneste fuldmåneevent, der var opsøgende i et område med en stor grad af sociale problemer og en forventet høj andel af lavfrekvente kulturbrugere. Her udgjorde de mindre kulturvante

Tabel 2.7 Projekter fordelt på venue

	Antal	Andel
Udendørs	174	64%
<i>I byrummet</i>	135	50%
<i>I landskabet eller naturen</i>	59	22%
<i>Andet</i>	35	13%
Indendørs	219	81%
<i>Kulturinstitutioner og biblioteker</i>	181	67%
<i>Uddannelsesinstitution</i>	49	18%
<i>Sportshal/idrætsfacilitet</i>	22	8%
<i>Cafe, restaurant eller lignende</i>	33	12%
<i>Andet</i>	63	23%
I alt	270	

Aarhus 2017s monitoreringsdata for de 270 projekter, som modtog bevilling i 2017. Flere svarmuligheder kan vælges samtidig. Et projekt kan således have publikumsrettede aktiviteter på mange forskellige venues.

imidlertid kun 47% mod hele 63% til mega- og fuldmåneevents (se afsnit 3.5).

Når vi kigger på, om der faktisk blev tiltrukket et bredere publikum, er resultaterne blandede. Ser vi på resultaterne fra vores publikumsundersøgelser (se kapitel 3), så bidrog nogle events i byrummet til at tiltrække et bredere publikum, mens andre ikke gjorde det. Vi vurderer, at der udelukkende var en positiv effekt, hvis eventen foregik på et lettilgængeligt sted, hvor borgerne kommer alligevel. I de tilfælde, hvor eventen blev

afviklet på et ufremkommeligt sted, som publikum selv skulle opsøge, kunne det have den stik modsatte effekt, nemlig i endnu højere grad at tiltrække et kulturvant publikum. Det at præsentere kultur uden for kulturinstitutioner kan have flere forskellige formå, såsom at bidrage til f.eks. at give en ny oplevelse af et ukendt byrum eller en særlig kunstnerisk oplevelse, hvor byrummet får en medskabende betydning. Men i forhold til at tiltrække nye, især lavfrekvente kulturbrugere, havde tilgangen kun en effekt, hvis der var tale om et lettilgængeligt byrum.

Herudover viser vores publikumsanalyser, at det at flytte eventen fra kulturinstitutionen til en anden venue, ikke har den store effekt i forhold til publikums-sammensætningen. Det så vi f.eks. med *Rethink Reformationen* og *Hypotheticals #4*, der begge var folkeoplysningsaktiviteter og brugte bl.a. Aarhus Teater som venue. Det samme gælder *Befri Gudstjenesten*, hvor teatret rykkede ind i Aarhus Domkirke. Koblingen mellem to forskellige genrer og forskellige steder var med til at skabe en anderledes oplevelse for publikum, men der skal andre tilgange til, hvis formålet skal være at appellere til nye målgrupper.

Regional spredning

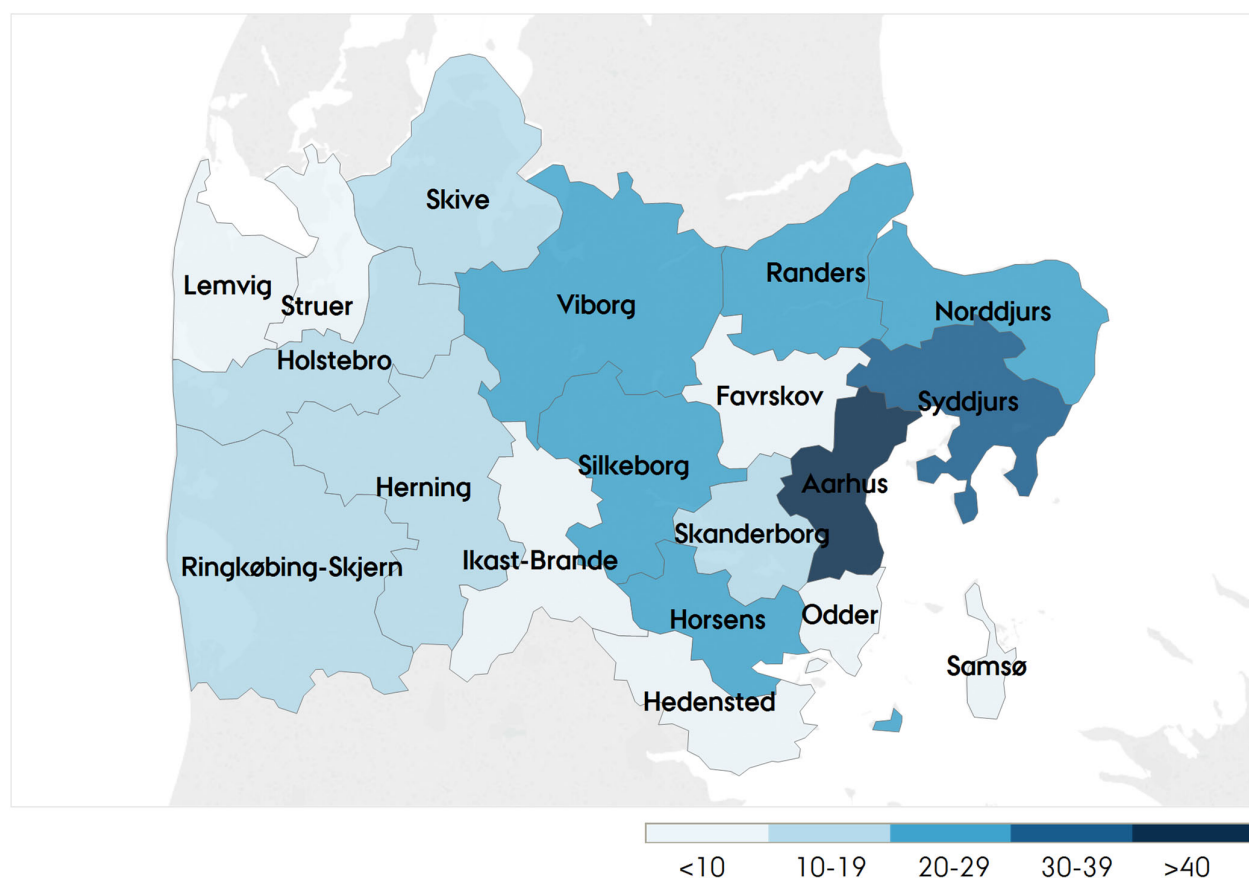
Et andet aspekt af programmets fysiske tilgængelighed er forbundet med den regionale spredning. Aarhus 2017 var et regionalt projekt med en målsætning om at have events i hele regionen. Mens 59% af programmet fandt sted i Aarhus, foregik 39% af alle events i de øvrige 18 kommuner i regionen. Der er således en klar tyngde i programmet centreret om Aarhus og til dels den østlige del af regionen, men alligevel havde alle kommuner events i løbet af året. De få events uden for regionen fandt f.eks. sted i Pafos på Cypern og i den anden danske kandidat som europæisk kulturhovedstad, Sønderborg. Ud over Aarhus var det især de store bykommuner, primært i den østlige del af regionen, der skilte sig ud ved at have en relativt stor andel af events. Det modsvares dels af, at disse kommuner generelt set også skød relativt mange midler ind i kulturhovedstadsprojektet, og dels af, at det befolkningsmæssigt er store kommuner.

Tabel 2.8 Events fordelt på kommune

	Antal	Andel
Aarhus Kommune	369	59%
Øvrige kommuner i den østlige del af regionen	146	23%
Kommuner i den vestlige del af regionen	99	16%
Uden for regionen	7	1%
Kan ikke fordeles	7	1%
I alt	628	

Udtræk fra eventkalender (2017). "Øst" inkluderer Norddjurs, Syddjurs, Samsø, Randers, Favrskov, Odder, Skanderborg, Horsens og Hedensted Kommuner; og "Vest" inkluderer Viborg, Ikast-Brande, Skive, Herning, Struer, Holstebro, Lemvig og Ringkøbing-Skjern Kommuner. Samlet antal events: 628. De syv events, som ikke kan fordeles, er ikke stedspecifikke events, og de foregår f.eks. på de sociale medier eller i offentlige transportmidler, som bevæger sig på tværs af regionen.

Figur 2.3 Events fordelt på kommune



Kilde: Data fra Aarhus 2017s eventkalender.

Alle fire megaevents – hhv. *Aarhus 2017 Åbningen*, *Røde Orm*, *The Garden* og *Aarhus 2017 Finalen – Celebrate The Year* – fandt sted i Aarhus. To fuldmåneevents havde aktiviteter i hele regionen. Det gjaldt *Ønskelandet* (børneåbningen) i januar og *Move for Life* i november, hvor DGI præsenterede events i krydsfeltet mellem sport og kultur i kommuner fordelt over hele regionen. Af de resterende fuldmåneevents var fire af dem i Aarhus, tre i den østlige del af regionen og tre i den vestlige del af regionen (jf. Tabel 2.9)

Andelen af events i Aarhus afspejler, at Aarhus var officiel værtsby, og at Aarhus Kommune investerede mere i kulturhovedstadsprojektet end de øvrige kommuner.⁵⁰ Som vores analyse i afsnit 3.6 viser, så var størstedelen af publikum til en event fra den samme kommune, som eventen fandt sted i. Set fra et publikumsperspektiv er det således afgørende at sikre en geografisk spredning af events for at lykkes med at skabe et regionalt kulturprogram.

Tabel 2.9 Geografisk fordeling af mega- og fuldmåneevents

	Eventnavn	Sted
Megaevent	Aarhus 2017 Åbningen	Aarhus
	The Garden	Aarhus
	Røde Orm	Aarhus
	Aarhus 2017 Finale – Celebrate The Year	Aarhus
Fuldmåneevent	Januar: Ønskelandet – Regional Børneåbning	Region Midtjylland
	Februar: Befri Gudstjenesten	Aarhus
	Marts: Århundredets Festival	Aarhus
	April: Off Road	Herning
	Maj: Freedom Prison	Horsens
	Juni: Snapsting	Viborg
	Juli: EUTOPIA	Aarhus
	August: River Art og Silkeborg Ildfestregatta	Silkeborg
	September: Watermusic	Randers
	Oktober: Rethink Reformation	Aarhus
	November: Move for Life	Region Midtjylland
	December: Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment	Hvide Sande

Data fra eventkalenderen.

2.7 En bredere tiltrækningskraft?

Mens vi i det ovenstående har set på et par af de valgte tilgange til at tiltrække et bredt publikum, ser vi i dette afsnit på, hvad man herudover kunne have gjort. Valg af strategier for tiltrækning af publikum har naturligvis en række implikationer og spiller sammen med de kunstneriske og organisatoriske valg. Valget med at placere en række events i byrummet var således ikke alene en publikumsudviklingsstrategi, men også – og

måske endda primært – en strategi til at koble kultur og byudvikling.

Valget om at lade størstedelen af projekterne blive produceret af lokale kulturaktører, i vidt omfang i samarbejde med internationale partnere, var et valg om at bruge kulturhovedstadsprojektet som en mulighed for at give den eksisterende kulturelle infrastruktur et løft frem for primært at basere sig på import af populære navne.

Når vi i dette kapitel alligevel belyser to tilgange, som man ikke valgte at anvende i kulturhovedstadsprojektet, så er det også, fordi de peger på nogle centrale

⁵⁰ Se temarapport nr. 3 "Aarhus 2017 som politisk projekt" rethinkIMPACTS 2017 (2018).

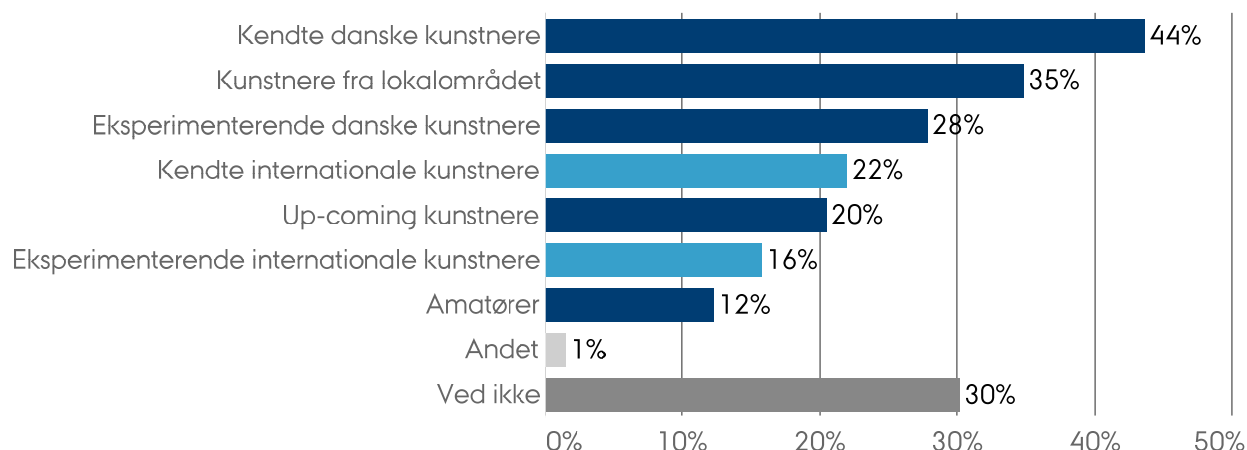
kulturpolitiske og kulturteoretiske diskussioner. Den første handler om, hvorvidt kulturbudgetet skal være styret af en kulturfaglighed, eller om den snarere skal være styret – eller i hvert fald lade sig påvirke af – befolkningens ønsker. Den anden handler om, hvorvidt det er nødvendigt med en segmentstyret tilgang til såvel programlægning som markedsføring for at komme forskellige gruppers forskellige interesser i møde.

Befolkningens ønsker til Aarhus 2017-programmet

Ser vi på, hvilke typer af kunstnere befolkningen i Region Midtjylland foretrak i kulturhovedstadsprogrammet, så

var det dels kendte kunstnere frem for eksperimenterende og dels danske og lokale kunstnere frem for internationale. Sammenligner vi det med Aarhus 2017s program, så ser vi her kun meget få eksempler på kendte danske kunstnere: Tina Dickow, Ole Thstrup i *Røde Orm*, *Water Music* i Randers, der introducerede Oh Land som eventens ledende sanger, og Bier-trilogien med sceneversioner af *Brødre*, *Efter brylluppet* og *Elsker dig for evigt* er et eksempel på en event, der var baseret på et kendt forlæg. De internationale stjerner var i endnu højere grad fraværende, og her kan næsten kun nævnes Edvard Munch, der i kombination med Asger Jorn trak et rekordstort publikum til Museum Jorn. Ellers var de store internationale kunstnere primært nogle, der var

Figur 2.4 Befolkningens vurdering af, hvad Aarhus 2017-programmet burde basere sig på



Spørgeskemaundersøgelse blandt Region Midtjyllands befolkning (2017). "Hvad bør kulturhovedstadsprogrammet basere sig på?" Flere svarmuligheder kan vælges samtidig. Antal besvarelser: 876.

anerkendte i en snævrere kunstfagligt interesseret kreds, som det f.eks. var tilfældet med Philip Glass og Lucinda Childs. Aarhus 2017s artist-in-residence Anohni havde måske en lidt bredere og yngre appel, men stadig uden at kunne betegnes som et blockbuster-navn.

De programmæssige valg i retning af det lokale og det eksperimenterende svarede dermed ikke til befolkningens ønsker til programmet. Det betyder, at Aarhus 2017 indskrives i diskussionen om prioritering af det populære over for det eksperimenterende, en diskussion, der også er kendt fra såvel de mere

overordnede kulturpolitiske debatter som genkommende debatter om f.eks. Aarhus Festuges profil. Der er ingen tvivl om, at det forhold, at de populære og kendte navne blev nedprioriteret, havde en betydning for, hvilke befolkningsgrupper Aarhus 2017 appellerede til.

Et særligt aspekt af denne diskussion er den rolle, den rytmiske musik spillede i programmet. Et af de kritikpunkter, som især den rytmiske musik i og omkring Aarhus havde vedrørende mangfoldighed og fordeling af genrer, var, at programmet ikke i noget særligt omfang inkluderede rytmisk musik.⁵¹ Genren 'musik og

⁵¹ Kritikken har i højere grad været fremført af professionelle aktører i det rytmiske musikmiljø i Aarhus end af 'almindelige borgere'.

lyd' udgjorde 21% og dermed en relativt stor del af kulturhovedstadsprogrammet (jf. 2.5). Den rytmiske musik udgjorde imidlertid kun en mindre andel af denne kategori, der også inkluderede klassisk musik og f.eks. lydinstallationer. Vores optælling viser, at 47 ud af de i alt 135 events kategoriseret som 'musik og lyd' havde rytmisk musik (inkl. jazz) som et centralt element. En stor del af disse var enten en del af den årligt tilbagevendende *SPOT Festival* eller *Aarhus 2017 Finale – Celebrate The Year* i Aarhus. Samlet set tegner det et billede af, at den rytmiske musik havde en ganske lille plads i kulturhovedstadsprogrammet.

Allerede i den første monitoreringsrapport fra EU står der:

Gennemgangen af ansøgningens bidbook afslørede nogle manglende kunstformer (f.eks. populærmusik), som bliver tilføjet til programmet.⁵²

Men ud over at den rytmiske musik spillede en central rolle i Aarhus 2017-finalen i Aarhus, blev der ikke for alvor fundet måder, hvorpå den rytmiske musik, herunder de mere populære navne, kunne blive en del af kulturhovedstadsprogrammet.

Da vi spurgte Aarhus 2017-ledelsen til dette, var forklaringen naturlig. Den rytmiske musiksektor er en sektor med kortere planlægningshorisonter, hvor man booker og planlægger events med relativt kort tidshorizont (oftest få uger eller måneder i forvejen). Det betyder, at den rytmiske musik passede dårligt ind i kulturhovedstadsprojektets programlægning, der som vi påpegede i afsnit 2.3, havde en meget lang planlægningshorizont.

Vi arbejder med aktualitet nu og her. Hvad er det, der er muligt? Hvad er det, der bevæger sig? Og det har jo gjort vores virke i kulturhovedstadssammenhæng svært med lange planlagte projekter – man skulle lave ansøgninger om noget, man gerne ville, meget tidligt, hvilket slet ikke harmonerer med vores ageren, med vores daglige koncertafvikling. (Spillestedsleder, Aarhus (2017)).

Dette underbygger argumentet om, at fondens bevillingssprocesser ekskluderede nogle af de indholdsleverandører, der ikke havde mulighed for at arbejde med de samme lange planlægningshorisonter som de etablerede institutioner.

Herudover vurderede programdirektøren, at den rytmiske musiksektors basale fremgangsmåder ikke var i overensstemmelse med hendes forståelse af gentænkning:

En del af problemet med denne såkaldte 'rytmiske musiksektor' er, at de også har et meget anderledes mindset, når de arbejder med at booke koncerter. De tænker på at booke et navn, som er på turne, der så skal passes ind efter det ene og det andet. Det er vi ikke interesserede i, hvis jeg skal være helt ærlig. Det har ikke noget at gøre med 'rethink'. (Programdirektør for Fonden Aarhus 2017 Juliana Engberg, april 2017).

Manglende segmentering

Det var en målsætning for Aarhus 2017, at programmet skulle nå bredt ud til alle (typer af) borgere. Det gjaldt både designet af programindholdet og kommunikationen af programmet udadtil.⁵³

I eventkalenderen var der en aldersmæssig segmentering mellem børn, unge, voksne, pensionister, familier og alle (Tabel 2.10). Her er tre fjerdedele af eventene angivet til at henvende sig til 'alle' (evt. i kombination med andre segmenter, f.eks. 'alle' og 'voksne'). Set ud fra programmets samlede design betragtede Aarhus 2017 altså langt størstedelen af programmet som værende for alle. Anvendelsen af målgruppen 'alle' i eventkalenderen afspejlede et ønske om at nå bredt ud, men også, at der fra fonden ikke blev arbejdet bevidst med at målrette events til forskellige segmenter.

⁵² "First Monitoring Meeting", Monitoring and advisory panel, EU (2014).

⁵³ Se temarapport nr. 5: "Aarhus 2017 i medierne", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

Tabel 2.10 Fordeling af målgruppe for eventene

	Antal	Andel
Børn	78	12%
Unge	64	10%
Voksne	104	17%
Pensionister	5	1%
Familier	76	12%
Alle	466	74%
Antal events	628	

Data fra eventkalender. Hver event kunne vælge flere målgrupper, og derfor giver summen af andelen mere end 100%.

Ser vi på de aldersspecifikke kategorier, henvendte 12% af programmet sig til børn, og 12% henvendte sig til familier. Da mange af disse events henvendte sig til både børn og familier, udgjorde den samlede del af programmet, der henvendte sig til børn og familier, 15% (i alt 92 events).⁵⁴ En del af disse var relativt store events som *Ønskelandet* (børneåbningen), *Spektakelfestivalen* i Randers Kommune, *Snapsting for Børn* på Borgvold og *Hay Festival*.⁵⁵ Også den eksperimenterende legeplads/byrumsinstallation *My Playground*, der i løbet af året var sat op i Aarhus, Randers, Hadsten og Holstebro, var en markant del af børne- og familieprogrammet.⁵⁶

Mens omkring 10% af eventene havde angivet unge som målgruppe, var de unge i en hel del tilfælde grupperet sammen med børne- og familiepublikummet. Det gjaldt for 24 events. I andre tilfælde var de grupperet sammen med voksne eller alle, hvilket gjaldt for 33 events. Kun syv events henvendte sig udelukkende til målgruppen 'unge'. Det var fire events under *Demokratistafetten*⁵⁷ på bibliotekerne i regionen, eventen *Egebakken Rocker* i tilknytning til *GrimFest*, *European Youth Consensus* og *UKH International Festival*.

På baggrund af det meget lave antal events rettet mod unge vurderer vi, at der ikke blev arbejdet strategisk med denne målgruppe, til trods for at "aktivering af unge borgere" var en af nøgleindikatorerne for Aarhus 2017.⁵⁸

Vores publikumsundersøgelse viser til gengæld, at de unge kun i meget lille omfang var underrepræsenterede ved Aarhus 2017-events (jf. afsnit 3.2). Vores publikumsundersøgelse viser, at 22% af publikum var unge mellem 15 og 29 år, mens tal fra Index Danmark/Gallup viser, at denne gruppe udgør 24% af regionens befolkning. Ser man alene på events i Aarhus Kommune, er forskellen større. Hvor 39% af Aarhus' befolkning er unge mellem 15 og 29 år, udgjorde de unge kun 25% af publikum til Aarhus 2017-events i Aarhus. Disse tal tyder derfor dels på, at især programmet i Aarhus ikke var relevant nok for de unge borgere, og dels på, at fonden ikke har haft tilstrækkelig succes med at kommunikere og tiltrække de unge borgere til Aarhus 2017-events.

2.8 Opsummering

Kulturnærværdsprojektet bød på et omfattende program af høj kunstnerisk kvalitet og med en hel del internationale kunstnere. Driftssikkerhed og volumen blev prioriteret højt i programsammensætningen, især i de tidlige faser af programudviklingen. Ved at vælge en decentral programmodel bidrog Aarhus 2017 til at udvikle det lokale og regionale kulturmiljø. Gentænkningen og de nye samarbejdsrelationer mv., der opstod som led i programudviklingen, sikrede kompetenceudvikling og netværksopbygning og styrkede dermed kulturmiljøet og aktørerne i regionen generelt. Der var dog også utilfredshed fra en del af de lokale kulturinstitutioner og projektejere, som følte sig underprioriterede i forhold til de internationale kunstnere.

Den gennemgående kuratering resulterede ikke i en samlet linje for programmet, og dette fremstod ikke med en klar og argumenteret ramme for dets indhold. Temaet 'rethink' medførte overordnet set nytænkning, bevidst bearbejdning af historisk materiale og andre tilgange til at gøre noget nyt. Som ramme for et stort kulturprogram var temaet synligt og velfungerende i forhold til at

⁵⁴ Opgjort som events, der enten havde børn eller familier eller begge dele som målgruppe.

⁵⁵ For en analyse af udvalgte børnekulturevents, se også rethinkIMPACTS 2017-rapporten "Børnenes kulturhovedstad", Løring & Hansen (2018), http://projects.au.dk/fileadmin/user_upload/180425_Boernenes_kulturhovedstad_samlet.pdf.

⁵⁶ Se også "En forskningsbaseret undersøgelse af My Playground: Et midlertidigt legende byrum etableret i fire byer i forbindelse med Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017", Lise Specht Petersen, Center for forskning i Idræt, Sundhed og Civilsamfund, Syddansk Universitet (2018).

⁵⁷ Se også rapporten "Demokratistafetten. Et regionalt udviklingsprojekt om unge og demokrati", Hesselberg, Stephensen & Hansen (2017), http://pure.au.dk/portal/files/115575719/DemokratiStafetten_evalueringsrapport.pdf.

⁵⁸ "Europæisk kulturhovedstad Aarhus 2017 – Strategisk Forretningsplan", Aarhus 2017 (december 2015), side 19.

markere balancen mellem noget forpligtende og noget rummeligt.

Til gengæld formåede programmet ikke i samme grad at leve op til målsætningen om at nytænke, hvilke eventtyper og kunstformer der skulle inkluderes. Til trods for enkelte sportsevents og inkluderingen af gastronomi

i programmet er det vores vurdering, at programmet baserede sig på et snævert kulturbegreb, der primært inkluderede de gængse genrer. I kombination med en vægtlægning på eksperimenter betød det, at programmet nedprioriterede det bredt folkelige, populærkulturen, amatørkunsten og det, der ligger i periferien af kunstfeltet.

3 PUBLIKUMSSAMMENSÆTNING

Aarhus 2017s program havde bl.a. som strategisk mål, at Aarhus 2017 skulle "fremme et aktivt medborgerskab gennem en bred og aktiv deltagelse".⁵⁹ I dette kapitel undersøger vi den faktiske publikumssammensætning til eventene i kulturhovedstadsprojektet.

Indledningsvis præsenterer vi de overordnede publikumstal for Aarhus 2017. I de følgende afsnit ser vi nærmere på publikums sammensætning. Vi undersøger, hvem der deltog i kulturhovedstadsprogrammets begivenheder, tegner en profil af Aarhus 2017s publikum og drager paralleler til overordnede kulturforbrugsmønstre.

Danskernes kulturforbrug præges normalt af et mønster, hvor især køn, alder og uddannelsesniveau er betydende. Der ses typisk et mønster, hvor der er et højere kulturforbrug blandt alderssegmentet på 55+, blandt kvinder og blandt de højtuddannede.⁶⁰

Overordnet set var mønstret det samme ved Aarhus 2017s events, og det traditionelle kulturforbrugsmønster har således ikke ændret sig nævneværdigt. Publikums sammensætning ved Aarhus 2017s begivenheder afspejlede i vid udstrækning det traditionelle kulturpublikum. De veluddannede, kvinderne og de, der også

normalt har et højt kulturbrug, var overrepræsenterede ved Aarhus 2017-events, mens aldersfordelingen viste sig at være rimeligt repræsentativ.

Vi ser også på konsekvenserne af strategien med at sprede events i hele regionen og med at gøre omkring halvdelen af eventene gratis. Her viser vi, at begge strategier var vigtige for at nå et bredere udsnit af befolkningen.

3.1 Publikumstal

Fonden Aarhus 2017 slog med deres opgørelse over publikumstal fast, at den indfrie sine opstillede mål for publikum.⁶¹ Fonden havde i 2015 fastsat et succes-kriterium på 60.000 publikummere i gennemsnit til megaevents og 15.000 til fuldmåneevents.⁶² Samtidig var det et succeskriterium, hvis mindst 20% af indbyggerne i regionen deltog i aktiviteter i programmet.

Fonden Aarhus 2017 opgjorde det samlede publikumstal til 3,3 mio. De fire megaevents tiltrak hver mellem 23.000 og knap 600.000 i samlet publikumstal.

⁵⁹ "Aarhus 2017 Kandidat Europæisk Kulturhovedstad 2017 – Endelig ansøgning", Kulturforvaltningen, Aarhus Kommune (juni 2012), side 8.

⁶⁰ Danskernes kulturvaner er blevet undersøgt af Kulturministeriet siden 1964. Den seneste undersøgelse er fra 2012: "Danskernes kulturvaner", Epinion og Pluss Leadership (2012).

⁶¹ "Welcome Future", Fonden Aarhus 2017.

⁶² "Europæisk kulturhovedstad Aarhus 2017 – Strategisk Forretningsplan", Aarhus 2017 (december 2015), side 19.

Tabel 3.1 Antal publikumsbesøg ved mega- og fuldmåneevents⁶³

	Eventnavn	Antal
Megaevents	Aarhus 2017 Åbningen	76.000
	Røde Orm	94.386
	The Garden	593.500
	Aarhus 2017 Finale – Celebrate The Year	23.000
Fuld- måneevents	Jan.: Ønskelandet (børneåbning)	38.012
	Feb.: Befri Gudstjenesten	2.920
	Mar.: Århundredets Festival	41.579
	Apr.: Off Road	24.800
	Maj: Freedom Prison	6.000
	Juni: Snapsting	100.000
	Juli: EUTOPIA	7.000
	Aug.: Silkeborg Ildfestregatta	280.000
	Sept.: Watermusic	15.342
	Okt.: Rethink Reformation	18.309
	Nov.: Move for Life	18.449
	Dec.: Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment	10.000

Data fra Fonden Aarhus 2017.

Og de 12 fuldmåneevents tiltrak hver mellem 2.920 og 280.000 (Tabel 3.1).

Publikumstallene er opgjort forskelligt på tværs af Aarhus 2017s events.⁶⁴ De mest præcise publikumstal er for begivenheder, hvor en billet var påkrævet (f.eks. teaterforestillinger eller koncerter). Her svarer antallet af solgte billetter til antallet af publikummere. Det gælder eksempelvis publikumstallene for megaeventen *Røde Orm* og fuldmåneeventene *Århundredets Festival*, *Watermusic* og til dels *Rethink Reformation*.

Publikumstallene for de øvrige mega- og fuldmåneevents er helt eller delvist estimerede, da eventene var helt eller delvist gratis.

De estimerede publikumstal baseres på forskellige optællingsmetoder. I nogle tilfælde, såsom de store, åbne events (f.eks. *Aarhus 2017 Åbningen* i Aarhus og *Silkeborg Ildfestregatta*), bygger tallene på en

estimering oftest foretaget i samarbejde med politiet, som var til stede og er trænet i at lave antalsestimeringer af menneskeskarer. I andre tilfælde, oftest på museer, blev de besøgende opgjort ved brug af en klikmåler kombineret med en estimering af, hvor stor en andel af det samlede antal gæster, der besøgte en given Aarhus 2017-udstilling.

Når vi betragter publikumstallene, er det også værd at være opmærksom på, at nogle begivenheder – eksempelvis megaeventen *Aarhus 2017 Åbningen* i januar 2017 – kun foregik én dag på ét sted, mens andre events blev afviklet over en længere periode – eksempelvis megaeventen *The Garden*, som havde mere end en halv million publikummere, og som samlet set var den største publikumssucces målt på antal besøg. I et tilfælde som *The Garden* var der givet publikummere, der oplevede udstillingen mere end én gang. Der er altså ikke tale om unikke publikummere. Med dette in mente

⁶³ "Welcome Future", Fonden Aarhus 2017 (2018), side 30.

⁶⁴ Vi lægger os her tæt op ad Fonden Aarhus 2017s definition af events, der er som følger:

"To parametre er afgørende for definitionen af events og eventdage: indhold og lokation.

I forbindelse med opgørelsen af antallet af events har Fonden Aarhus 2017 anvendt følgende afgrænsning:

En event er en aktivitet med et publikum.

En event er defineret som en forestilling, en udstilling eller en anden begivenhed, der har særegen karakter og indhold.

Antallet af eventdage afspejler det antal gange, en event bliver gentaget. Hvis en event på samme lokation skifter indhold, vil der være tale om en ny event."

Aarhus 2017s metodenotat kan findes i appendiks 4. Definitionen er ikke uden problemer, i forhold til f.eks. festivaler, hvilket vi diskuterer i appendiks 1.

kan vi konstatere, at det gennemsnitlige publikumstal for megaevents er omkring 196.000. Resultatet er dermed betydeligt over måltallet på mindst 60.000 publikummere pr. megaevent.

For fuldmåneeventene er gennemsnitspublikumstallet omkring 47.000. Aarhus 2017 overopfyldte således også her målsætningen om, at fuldmåneeventene i gennemsnit skulle tiltrække 15.000 publikummere.

Tabel 3.2 Andel af borgere, som deltog i Aarhus 2017

	Aarhus	Det øvrige Region Midtjylland	Region Midtjylland	Resten af Danmark
Ja	60%	33%	40%	8%
Nej	35%	64%	56%	84%
Ved ikke	5%	4%	4%	7%
Total	100%	100%	100%	100%

Kilde: "Aarhus som kulturhovedstad i 2017 – Måling i december", Epinion (2018), side 15 (tabel 8: Har du besøgt eller deltaget i en eller flere arrangementer og/eller begivenheder i forbindelse med kulturhovedstadsåret?).

Samtidig havde Aarhus 2017 det succeskriterium, at mindst 20% af indbyggerne i regionen skulle deltage i aktiviteter i programmet. Ifølge en Epinion-undersøgelse bestilt af Aarhus Kommune deltog 60% af borgerne i Aarhus i et eller flere arrangementer, mens det var hver tredje borger i det øvrige Region Midtjylland, som deltog i Aarhus 2017.⁶⁵ Så også på dette punkt levede Aarhus 2017 op til sine mål.

Ser vi på de almindelige events, havde Fonden Aarhus 2017 ikke fastsat mål for publikumstal til disse meget forskellige events. De enkelte projekter, som eventene var en del af, indrapporterede selv publikumstal, og på baggrund af disse tal kan det konstateres, at der er meget stor variation i publikumstallene. En del af de allerstørste almindelige events havde publikumstal, der var på linje med fuldmåneeventene. Set i det perspektiv var disse events altså også med til at tegne året rent publikumsmæssigt. Publikumstallene for de øvrige events blev opgjort for de samlede projekter, hvilket er tydeligt, når vi ser på topti.⁶⁶ Eksempelvis var *Life Boats* et projekt, hvor tre både skabt af kunstneren Marit Benthe Norheim sejlede fra by til by i såvel 2016 som 2017. De anslåede 200.000 publikummere er et samlet skøn for hele perioden. Også et projekt som *Overheard* bestod af en række events.

Samlet set havde Aarhus 2017 et højt publikumstal både til de store mega- og fuldmåneevents og til de almindelige events. De største publikumstal til almindelige events var til udstillinger på de forskellige museer, der typisk blev vist over en stor del af året, eller projekter med flere forskellige events, som publikum kunne møde f.eks. i det offentlige rum.

I forhold til andre europæiske kulturhovedstadsprojekter, ser publikumstallet ud til at være relativt højt, uden at Aarhus 2017 dog var topscorer. I de senere år har Marseilles 2013 og Wrocław 2016 markeret sig med høje publikumstal på hhv. 11 mio. og 5,2 mio. De fleste andre ligger lavere, f.eks. Mons 2015 med 2,2 mio. og San Sebastian med 1,08 mio. kr. (se appendiks 3).

⁶⁵ "Aarhus som kulturhovedstad i 2017 – Måling i december", Epinion (2018).

⁶⁶ Vi forstår projekter som en mængde aktiviteter, der har fået en samlet bevilling fra Fonden Aarhus 2017. Et projekt kan indeholde både en eller flere publikumsrettede aktiviteter og et antal udviklingsaktiviteter (se mere om projekterne i temarapport nr. 7 "Organiseringen af Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018)).

Tabel 3.3 Top ti over mest besøgte almindelige events under Aarhus 2017⁶⁷

Antal pub.	Opgjort via billetsalg	Opgjort via anden registrering	Estimering via stikprøve	Anden opgørelses metode	Event(s)	Projektejerens organisation
200.000		Ja			Life Boats	Marit Benthe Norheim
192.700		Ja			Aarhus Fortæller	Den Gamle By
155.000				Ja	Rethink Urban Habitats (alle events)	Naturhistorisk Museum
113.494	Ja				Rejsen	Moesgaard Museum
83.474	Ja				Herregårdene – En Europæisk Historie	Gammel Estrup Herregårdsmuseet
68.895	Ja				Jorn+Munch	Museum Jorn
67.292	Ja		Ja		De Syv Dødsynder (alle syv udstillinger)	Randers Kunstmuseum
67.000				Ja	Hesitation of Light, Plant et lys, Breathless Moment m.fl.	TEKNE Production, CAVI, Aarhus Universitet
59.264	Ja				Hvor der er en vilje	Horsens Museum
58.000			Ja		The Overheard	Marie Højlund

Kilde: Fonden Aarhus 2017s publikumsopgørelse.

3.2 Alder

Vi har i vores analyse valgt at dele publikum op i tre aldersgrupper: 15-29 år, 30-54 år og 55 år og derover. I dette afsnit undersøger vi, i hvilken grad Aarhus 2017 formåede at tiltrække de tre befolkningsgrupper til de mange events. Vores konklusion er, at Aarhus 2017 samlet set ramte de forskellige aldersgrupper nogenlunde jævnt. Der var en lille overrepræsentation af de ældre, og især til events i Aarhus var de unge underrepræsenterede, men samlet set svarede publikum aldersmæssigt til den regionale befolkning.

De unge – 15-29 år

På trods af at kun 10% af programmet var specifikt målrettet mod unge (se Tabel 2.10 på side **Fejl! Bogmærke er ikke defineret.**), lykkedes det i et samlet perspektiv at tiltrække en rimelig andel af unge til de forskellige events i kulturhovedstadsprogrammet. Der var dog meget stor forskel på, i hvilken grad de enkelte events formåede at tiltrække de unge. Det peger på, at

det er vigtigt at tænke bevidst i en aldersmæssig segmentering, da de forskellige aldersgrupper tilsyneladende deltog i forskellige events. Helt overordnet ser det ud til, at udendørs-events, gerne i aftentimerne, tiltrak en større andel af yngre publikummere. Det gjaldt såvel åbningen som afslutningen i Aarhus, og det gjaldt også *Aarhus Stories*, som præsenterede Aarhus' historie som projektioner på Aarhus Domkirke, og som var den event med den største andel af unge publikummere. Den næsthøjeste andel af unge publikummere havde *Jeg er splittergal*, hvor unge psykisk syge præsenterede en forestilling om psykisk sygdom på VIA University College i Aarhus. Her gjorde det helt klart en forskel, at det var en event med unge og for unge, der også fandt sted på en uddannelses-institution. At *Europæisk Middelalderfestival* i Fængslet i Horsens var den event, der tiltrak tredjeflest unge, er

bemærkelsesværdigt, men tyder på, at alternative historieformidlingsformater har appel til denne gruppe. Også en event som *Hypotheticals #4* arbejdede med et

⁶⁷ Baseret på Fonden Aarhus 2017s publikumsopgørelse, der er baseret på projekterne. Den samlede liste. Vores tilpassede liste er baseret på enkeltevents (det vil sige, at f.eks. *De Syv Dødsynder* opgøres som syv forskellige events)

nyt format for en klassisk event, nemlig et debatarrangement, og også her var andelen af unge relativt høj. Til gengæld ser det ud til, at museumsudstillingerne

Tabel 3.4 Aldersfordeling blandt publikum og blandt den regionale befolkning

Mega- og fuldmåneevents		Almindelige events		Befolkningen i Region Midtjylland	
15-29 år	20,8%	15-29 år	23,8%	15-29 år	24,5%
30-54 år	38,5%	30-54 år	35,3%	30-54 år	38,5%
55 år og derover	40,7%	55 år og derover	40,9%	55 år og derover	37,0%

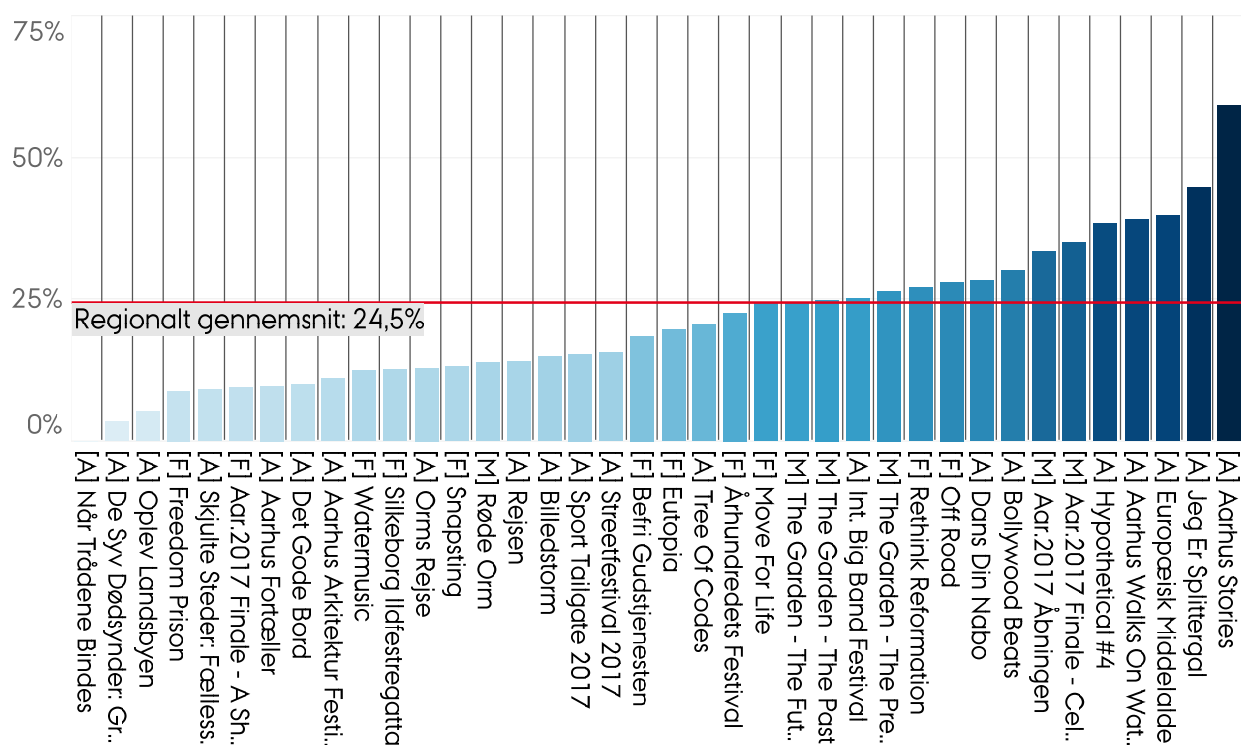
Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere mellem 15 og 29 år. Antal besvarelser: 8.008. Det regionale gennemsnit er udregnet på baggrund af befolkningsdata fra Index Danmark/Gallup (2017).

på de mindre museer uden for Aarhus havde svært ved at tiltrække et ungt publikum. Det gælder f.eks. *Når Trådene Bindes*⁶⁸ på Herningsholm Museum og *De Syv Dødssynder – Grådighed* på Holstebro Kunstmuseum (Figur 3.1). At *Freedom Prison*, der ellers havde såvel lokale som internationale unge som aktører, var den

fuldmåneevent med den laveste andel af unge, kan synes overraskende. I det hele taget ligger de fleste regionale fuldmåneevents, herunder *Watermusic*, *Silkeborg Ildfestregatta* og *Snapsting*, lavt, hvad angår andelen af unge, med *Off Road Åbningen* som undtagelsen.

Figur 3.1 Andel af publikum under 30 år

⁶⁸ Publikumsundersøgelsen ved *Når trådene bindes* havde et lavt respondenttal (18 respondenter).



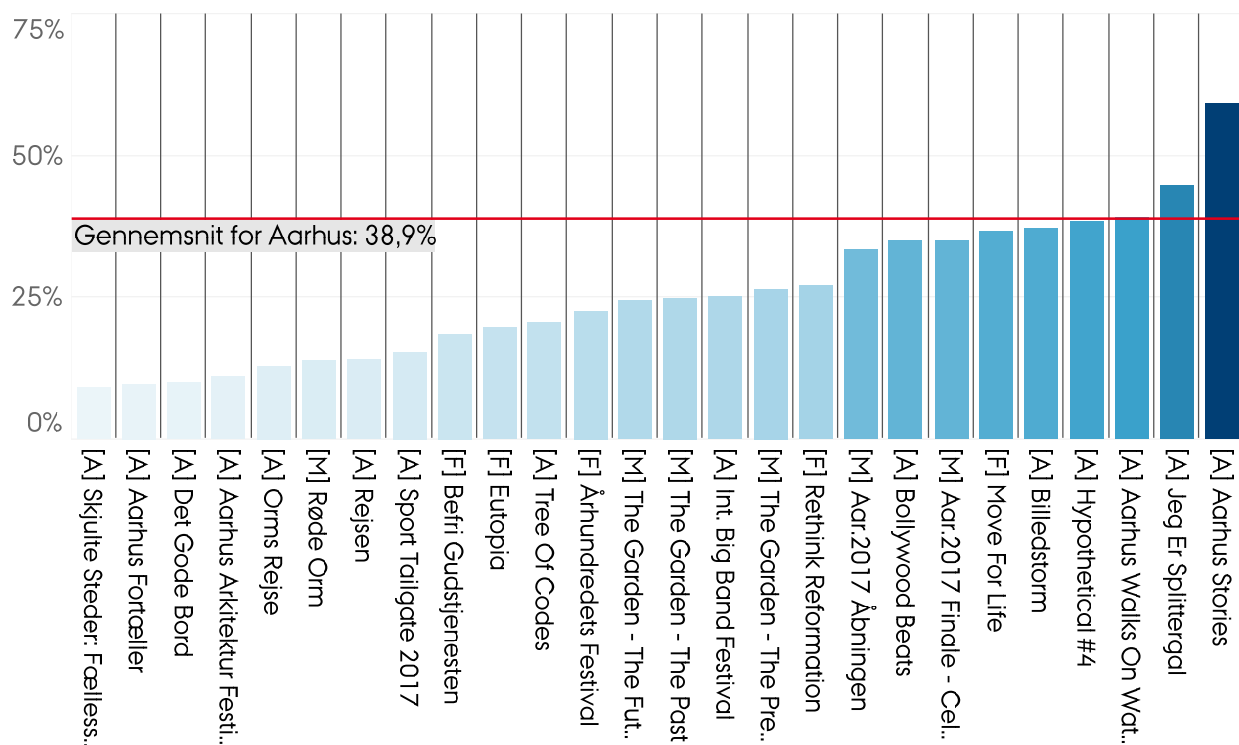
Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere mellem 15 og 29 år. Antal besvarelser: 8.008. Det regionale gennemsnit er udregnet på baggrund af befolkningsdata fra Index Danmark/Gallup (2017).

Når vi ser isoleret på de events, som foregik i Aarhus, og sammenligner aldersfordelingen med befolkningen i Aarhus, er det derfor endnu tydeligere at se, at de unge var underrepræsenterede til events i Aarhus sammenlignet med kommunens befolknings-sammensætning generelt (Figur 3.2). Her var de unge underrepræsenteret ved 22 ud af 26 events. Særligt når det kommer til andelen af unge borgere, er der regionale forskelle blandt befolkningen, hvilket der skal tages

højde for. Befolkningen i Aarhus er generelt yngre end befolkningen i resten af regionen: Hvor de unge kun udgør 24,5% af befolkningen i hele regionen, så udgør de unge 38,9% af befolkningen i Aarhus Kommune (kilde: Index Danmark/Gallup).

Netop i Aarhus, hvor der er en stor mængde studerende, ser der altså ud til at være et potentiale i at tiltrække en højere andel af unge, f.eks. gennem udendørs-events.

Figur 3.2 Andel af publikum under 30 år (kun Aarhus-events)



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere mellem 15 og 29 år ved events i Aarhus. Events uden for Aarhus er derfor ikke vist i denne figur. For de events, hvor der er blevet dataindsamlet i flere kommuner (f.eks. *Move For Life*), er der i denne figur kun angivet svar fra Aarhus. Antal besvarelser: 5.707.

De midaldrende – 30-54 år

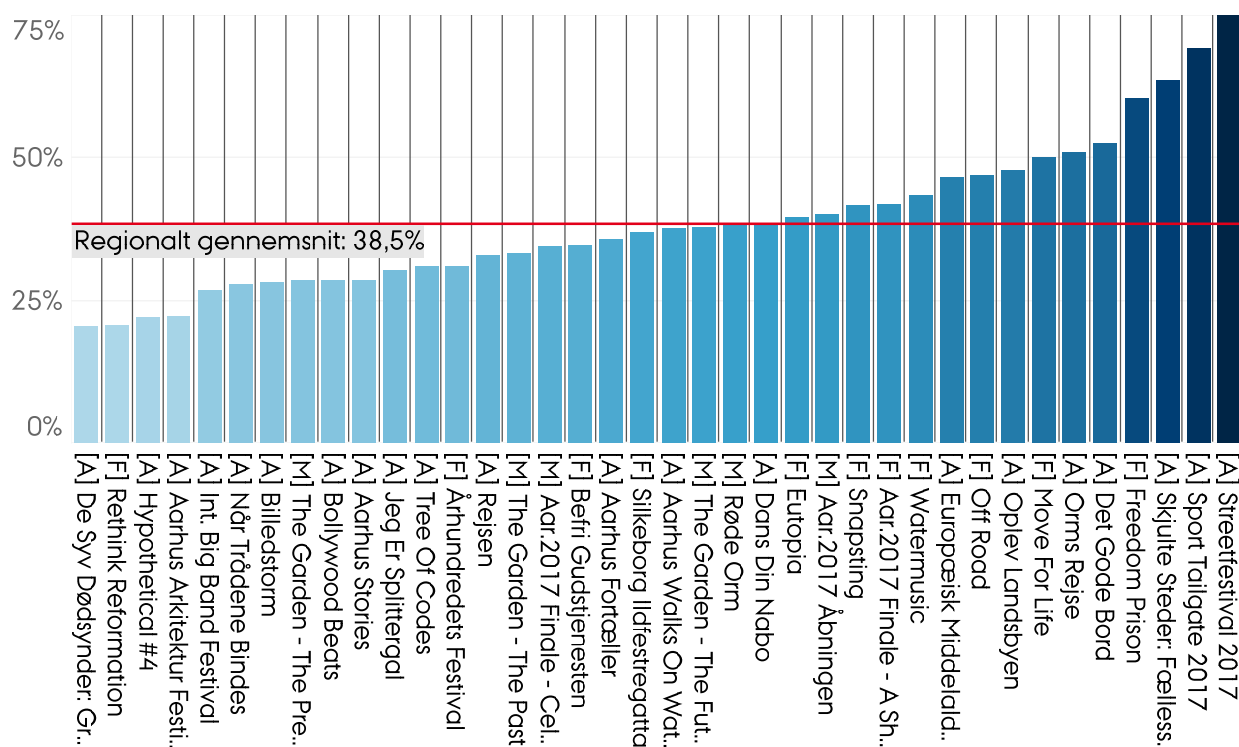
Aldersgruppen på 30-55 år fordelte sig mere jævnt i forhold til befolkningens demografiske sammensætning. Gruppen af publikummere mellem 30 og 54 år var en anelse overrepræsenterede i den østlige og vestlige del af regionen, mens andelen i Aarhus svarede nogenlunde til andelen i befolkningen.

De to events *Streetfestival 2017* og *Sport Tailgate 2017*, som begge var sportsevents, appellerede i høj grad til familier og var de to events, der havde den højeste andel af publikummere i alderen 30 til 54 år (Figur 3.3). Ved *Streetfestival 2017* var tre ud af fire af de besøgende således mellem 30 og 54 år. Det peger på, at for denne aldersgruppe er en del af kulturforbruget knyttet til

familieaktiviteter og ikke udelukkende til oplevelser uden børn.⁶⁹ Vi så i kapitel 2, at 15% af programmet var målrettet mod børn og/eller familier, og det, at der var en del aktiviteter for denne målgruppe, kan have medvirket til, at de midaldrende generelt var fint repræsenterede blandt publikum.

Ligesom udstillingerne på museerne uden for Aarhus ikke formåede at tiltrække de unge, havde de heller ikke fat i de midaldrende. Det havde til genfæld netop familiebegivenhederne og ikke mindst de regionale fuldmåneevents som *Freedom Prison*, *Move for life*, *Water Music* og *Off Road Åbningen*.

Figur 3.3 Andel af publikum mellem 30 og 54 år



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere mellem 30 og 54 år. Antal besvarelser: 8.008. Det regionale gennemsnit er udregnet på baggrund af befolkningsdata fra Index Danmark/Gallup (2017).

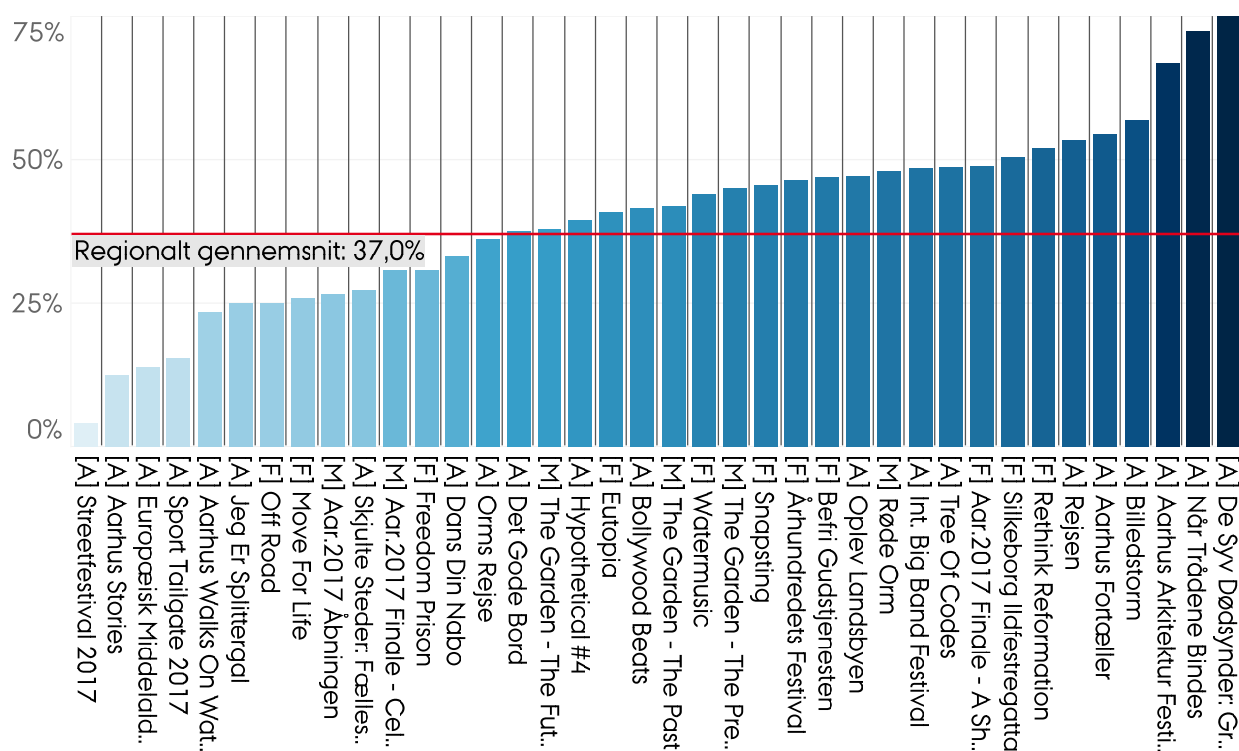
⁶⁹ Vi har ikke tal for, hvor stor en del af publikum der var under 15 år. Se appendiks 1 for en uddybning.

Seniorer – fra 55 år og opefter

Gruppen af seniorer, som dækker borgere fra 55 år og opefter, var generelt overrepræsenteret ved de 38 events, vi har undersøgt. De ældste udgør altså en højere andel af publikum, end det kan forventes, hvis vi sammenligner med, hvor stor en andel af befolkningen de udgør. I det samlede billede er der dog kun tale om en overrepræsentation på omkring 3 procentpoint (se Tabel 3.4 side 34).

De to kunstudstillinger *De Syv Dødsynder – Grådighed* og *Når Trådene Bind*, var de to events, der havde de højeste andele af seniorer. Ca. tre ud af fire besøgende til disse udstillinger var 55 år eller derover (Figur 3.4). Også ved en stor del af mega- og fuldmåneeventene var denne aldersgruppe overrepræsenteret. Det gælder f.eks. *Rethink Reformation* og *Silkeborg Ildfestregatta* samt afslutningen i Hvide Sande.

Figur 3.4 Andel af publikum fra 55 år og opefter



Note: publikumsdata (2017). Procenterne viser andelen af publikummere på 55 år eller derover. Det regionale gennemsnit er udregnet på baggrund af befolkningsdata fra Index Danmark/Gallup (2017). n = 8.008.

3.3 Uddannelse

Der er stor forskel på, i hvilken grad højt- og lavtuddannede deltog i Aarhus 2017s program. Når vi betragter samtlige 38 events, finder vi, at to tredjedele af publikum havde en mellemlang eller lang videregående uddannelse.⁷⁰ Dette er en klar overrepræsentation i forhold til den samlede befolkning i regionen, hvor kun 32% har en mellemlang eller lang videregående uddannelse. Vi finder også, at overrepræsentation ikke kun gjorde sig gældende ved enkelte events.

Ved samtlige 38 events, vi har undersøgt, var andelen af publikummere med mellemlang eller lang videregående uddannelse markant højere end gruppens andel af befolkningen som helhed (Figur 3.5). *Europæisk Middelalderfestival* var den event med den laveste andel af publikummere med lang eller mellemlang uddannelse. Alligevel udgjorde de højtuddannede 51% af eventens publikum, selvom gruppen kun udgør 32% af befolkningen. Den event, hvor gruppen med lange og mellemlange uddannelser var mest overrepræsenteret, var *Aarhus Arkitektur Festival*. Her udgjorde gruppen 95% af de adspurgte publikummere.

Ud over *Europæisk Middelalderfestival* havde også de to sportsevents *Street Festival* og *Sport Tailgate 2017* en større andel af lavtuddannede, så det ser ud til, at den begrænsede indlemmelse af sport i programmet havde en effekt i forhold til at tiltrække et lavere uddannet publikum. Dog ser vi ikke den samme tendens ved

fuldmåneeventen *Move for life*. De tre regionale events *Off Road*, *Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment* og *Off Road Åbningen* havde en mere jævn fordeling med den laveste andel af publikum med højt uddannelsesniveau. Ved disse events var publikumssammensætningen mere repræsentativ i forhold til befolkningen. Forholdsvis små events som *Aarhus Arkitektur Festival*, der var en ny event i byen, og *Skjulte Steder – fællesskab og et liv i balance* samt den moderne ballet *Tree of Codes* var sammen med kunstudstillinger som *Billedstorm* og *The Garden – The Present* de events, der tiltrak den største andel højtuddannede.⁷¹

Der er en sammenhæng mellem eventtypen og publikums uddannelse, ligesom vi kan konstatere, at events, der blev afviklet uden for Aarhus, havde en lavere andel af publikum med højt uddannelsesniveau. Fem ud af seks af de events med den laveste andel af højtuddannede var ligeledes events uden for Aarhus (den sjette var *Sport Tailgate 2017*, der var en sports-event). Ser vi samlet på de tolv events (ud af de 38 events), der foregik uden for Aarhus, havde syv af dem en andel af højtuddannede på 60% eller lavere.

Dette kan forklares ved, at der blandt befolkningen i Aarhus generelt er en højere andel af højtuddannede, end der er i resten af regionen. Ud af regionens samlede befolkning har 32% en mellemlang eller lang videregående uddannelse. Det tilsvarende tal for Aarhus er 44%, og befolkningen i Aarhus har således et højere uddannelsesniveau.

Tabel 3.5 Uddannelsesniveau blandt publikum til events samt i befolkningen

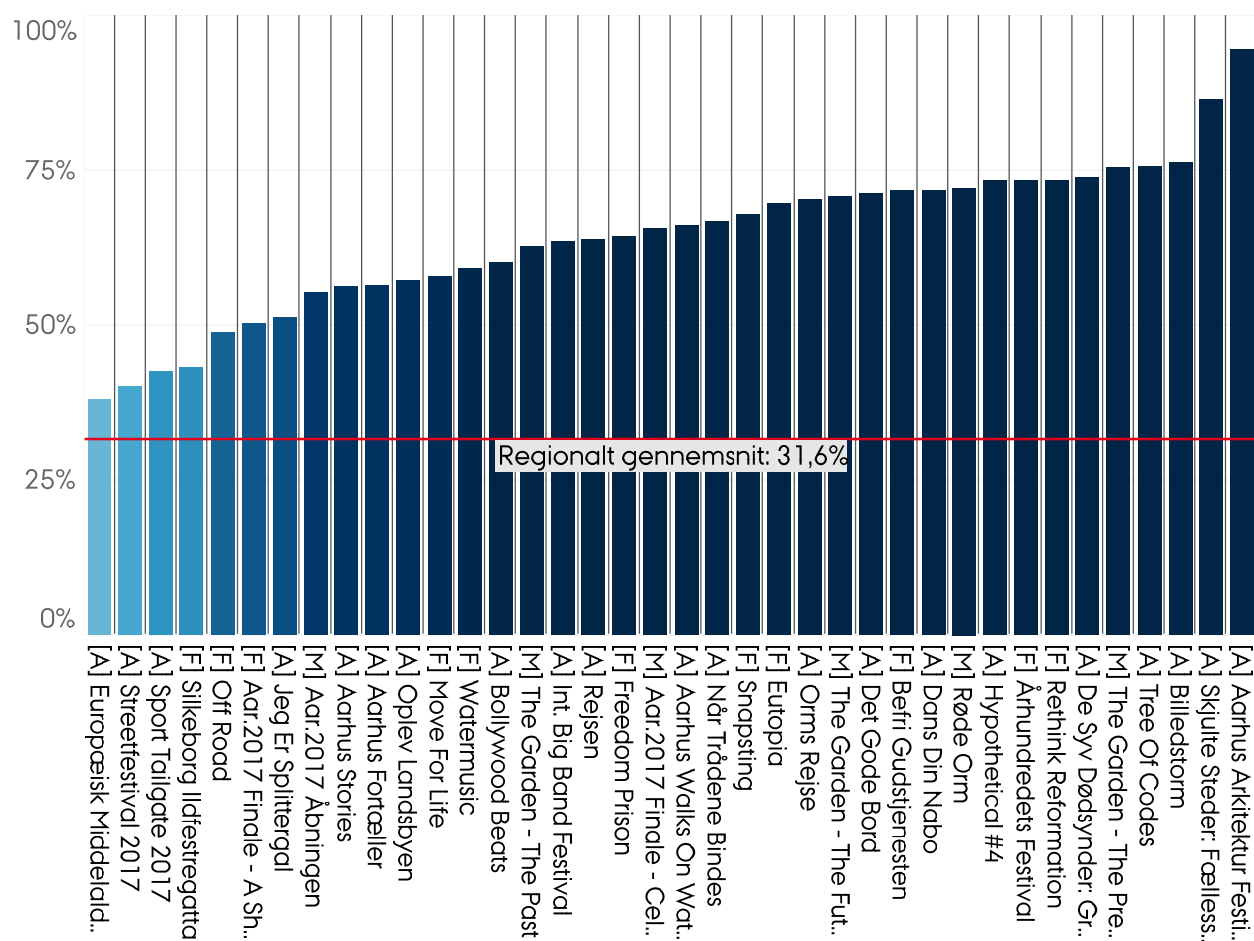
Mega- og fuldmåneevents		Almindelige events		Befolkningen i Region Midtjylland	
Kort uddannelse	34,6%	Kort uddannelse	35,3%	Kort uddannelse	68,4%
Lang uddannelse	65,4%	Lang uddannelse	64,7%	Lang uddannelse	31,6%

Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere med mellemlang eller lang videregående uddannelse. Antal besvarelser: 7.921. Det regionale gennemsnit er udregnet på baggrund af befolkningsdata fra Index Danmark/Gallup (2017).

⁷⁰ Se appendiks 1 om vores brug af de forskellige uddannelsesstrin.

⁷¹ Vores publikumsundersøgelse af *The Garden – The Present* fandt primært sted på 'O' Space, der var et nyt udstillingssted på en ikke særligt synlig eller tilgængelig lokation.

Figur 3.5 Andel af publikum med mellemlang eller lang videregående uddannelse



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere med mellemlang eller lang videregående uddannelse. Antal besvarelser: 7.921. Det regionale gennemsnit er udregnet på baggrund af befolkningsdata fra Index Danmark/Gallup (2017).

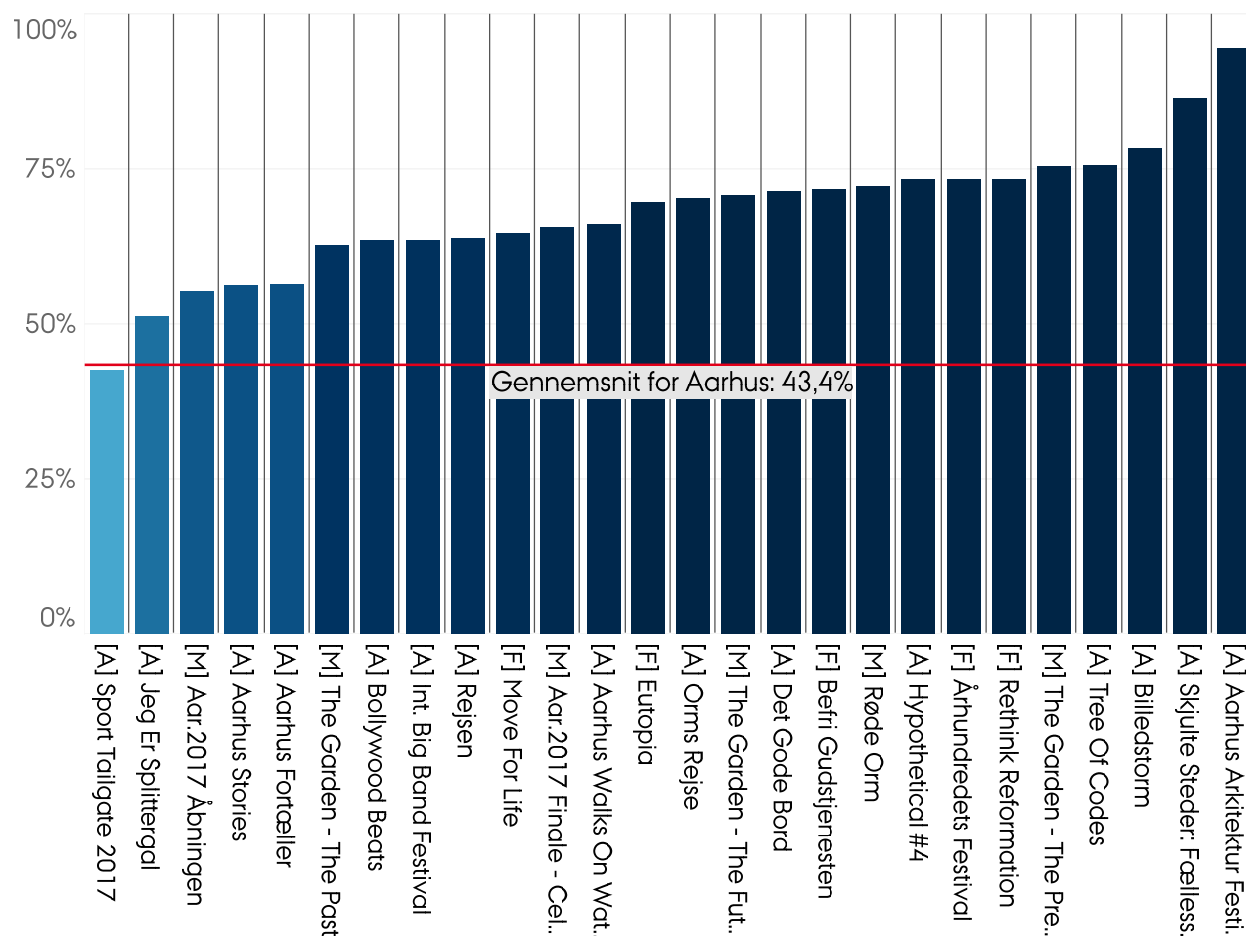
Ser vi på de 26 events, der fandt sted i Aarhus, finder vi fortsat, at folk med mellemlang og lang uddannelse var markant overrepræsenteret (Figur 3.6). Det gjaldt også for en event som *EUTOPIA*, der fandt sted i Gellerupplanen netop med henblik på at tiltrække nye kulturbrugere. Ser vi på de store, offentlige events som *Aarhus 2017 Åbningen* og *Aarhus Stories*, opnåede man her en mere jævn fordeling af uddannelsesbaggrunde. Også særudstillingerne på de store museer (*Aarhus Fortæller* i Den Gamle By, *The Garden - The Past* på AROS og til dels *Rejsen* på Moesgaard Museum) klarede

sig relativt godt på et parameter, hvor det generelle billede er en massiv skævhed.

Vi kan altså konkludere, at mønstret blandt publikum og deres uddannelsesniveau følger tendenserne for kulturforbrug generelt. Aarhus 2017 formåede ikke at bryde dette mønster, og Aarhus 2017 formåede således generelt set ikke at mobilisere et publikum med en mere bred og mangfoldig uddannelsesprofil end den gængse.⁷²

⁷² Ud over dokumentationen for disse mønstre i kulturvaneundersøgelserne, så er dette blevet analyseret og diskuteret kritisk i "Demokratisering av kulturen? Om social ulighed i kulturbrug og -deltagelse", Per Mangset (2012), Telemarksforsking, Bø.

Figur 3.6 Andel af publikum med mellemlang eller lang videregående uddannelse (kun Aarhus-events)



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere mellem 15 og 29 år ved events i Aarhus. For de events, hvor der er blevet dataindsamlet i flere kommuner (f.eks. *Move For Life*), er der i denne figur kun angivet svar fra Aarhus. Antal besvarelser: 5.650.

3.4 Køn

Aarhus 2017s kulturprogram tiltrak i langt større grad kvinder end mænd. Næsten to tredjedele af publikum til såvel mega- og fuldmåneevents som til de almindelige events var kvinder, på trods af at fordelingen i den

almene befolkning i Region Midtjylland er ca. 50/50. Det er et normalt mønster for en række kulturaktiviteter, at kvinder er mere aktive end mænd. Med det lidt bredere program for Aarhus 2017 kunne det forventes, at der også var events, som i særlig grad appellerede til mændene. Men kun en enkelt af de events, vi undersøgte, havde flere mænd end kvinder, nemlig eventen *Street Festival 2017* (Figur 3.7).

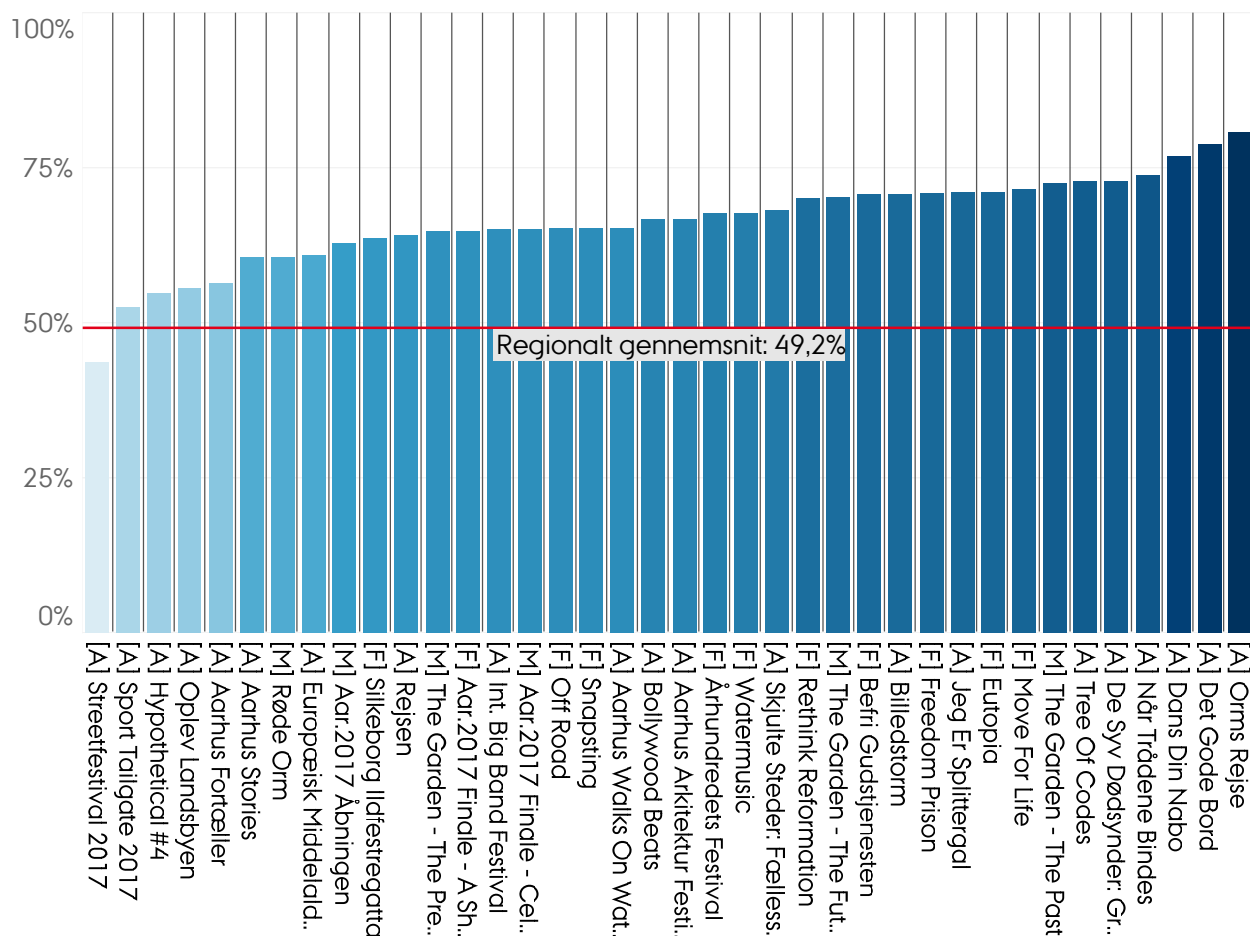
Tabel 3.6 Kønsfordeling blandt publikum og blandt den regionale befolkning

Mega- og fuldmåneevents		Almindelige events		Befolkningen i Region Midtjylland	
Mænd	33,5%	Mænd	35,2%	Mænd	49,2%
Kvinder	66,5%	Kvinder	64,8%	Kvinder	50,8%

Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere fordelt på køn. Antal besvarelser: 8.008. Det regionale gennemsnit er udregnet på baggrund af befolkningsdata fra Index Danmark/Gallup (2017).

Ud over *Street Festival 2017* formåede også *Sport Tailgate 2017* at have en tilnærmelsesvis ligelig kønsfordeling. Sportsevents synes altså i højre grad at kunne tiltrække mænd. Denne konklusion modsiges dog af, at *Move for Life* var blandt de mega- og fuldmåneevents, der tiltrak den største andel af kvinder. Både *Move for Life* og *Sport Tailgate 2017* havde indhold, hvor sport blev kombineret med mere traditionelle kulturaktiviteter.

Megaeventen *Røde Orm* formåede med sit vikingetema, et stort anlagt setup med scenen ved foden af Moesgaard Museum og en relativt høj billetpris til en vis grad at bryde med det generelle mønster, at flere kvinder end mænd går i teatret. Det historiske tema gik Figur 3.7 Andel af kvinder blandt publikum igen i *Europæisk Middelalderfestival*, der også havde en mere jævn kønsfordeling. Også de store udendørs gratis-events som *Aarhus 2017 Åbningen* og *Silkeborg*



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af kvindelige publikummere. Antal besvarelser: 7.459. Det regionale gennemsnit er udregnet på baggrund af befolkningsdata fra Index Danmark/Gallup (2017).

Ildfestregatta tiltrak et publikum med en nogenlunde ligelig kønsfordeling.

At megaeventen *The Garden – The Past* på AROS havde en stor andel af kvinder, afspejler et generelt billede af, at kvinder udgør omkring to tredjedele af publikum på kunstmuseer i Danmark.⁷³

Også når det gælder kvinder og mænd, ser vi altså velkendte mønstre, og dermed kan vi konkludere, at Aarhus 2017 ikke på dette parameter ændrede på kulturvanerne i befolkningen.

3.5 Et kulturvant publikum

Vi bad i vores spørgeskemaundersøgelse publikum svare på, hvor ofte de deltager i kulturaktiviteter. Regelmæssige kulturbrugere defineres her som de publikummere, som angiver at deltage i kulturaktiviteter *mindst* en gang om måneden. Lavfrekvente kulturbrugere omfatter publikummere, der deltager i kulturaktiviteter *årligt eller sjældnere*. Det samme spørgsmål blev stillet i vores befolkningsundersøgelse. Dermed kan vi sammenligne svarene blandt publikum ved Aarhus 2017-events og svarene blandt befolkningen i øvrigt, som blev indsamlet i løbet af 2017.

Først og fremmest finder vi, at 41% af regionens befolkning er regelmæssige kulturbrugere – det vil sige, at de gennemsnitligt tog del i kulturaktiviteter mindst én gang om måneden i løbet af 2017.⁷⁴

Vi finder derudover, at der er en langt højere andel med høj kulturaktivitet blandt *publikum ved Aarhus 2017-events*, end der er blandt *regionens befolkning* generelt (Tabel 3.7). Det vil sige, at der var en klar overrepræsentation af de kulturaktive ved Aarhus 2017-events sammenlignet med fordelingen i den brede befolkning i Region Midtjylland.

Der er stor forskel på, i hvor høj grad de enkelte events nåede ud til det mindre kulturaktive publikum. Fuldmåneevents som Aarhus 2017-finalen i Hvide Sande, *Silkeborg Ildfestregatta*, *Off Road Åbningen*, *Freedom Prison* og *Watermusic* havde en mere ligelig fordeling af publikum med hhv. høj og lav kulturaktivitet. Også de mindre events *Oplev Landsbyen* og *Street Festival 2017* havde en relativt stor andel af de mindre kulturaktive.

Omvendt havde mega- og fuldmåneeventene *The Garden – The Present*, *Rethink Reformation* og *Befri Gudstjenesten* en meget høj andel af borgere med høj kulturaktivitet. Det samme gjorde sig gældende for de relativt små events *Skjulte Steder – fællesskab og et liv i balance* og *Bollywood Beats and Big Band*.

Åbningen skabte en forventning om, at resten af kulturhovedstadsåret ligeledes ville rumme events med en bred appel, hvilket kulturhovedstadsåret samlet set ikke levede op til. Dog kan vi se, at netop de events, der ligesom åbningen havde karakter af lokale kulturhovedstadsflagskibe og var store og synlige events,

Tabel 3.7 Fordeling af regelmæssige og lavfrekvente kulturforbrugere blandt hhv. publikum og befolkningen

	Regelmæssige kulturbrugere	Lavfrekvente kulturbrugere
Region Midtjyllands borgere	41%	29%
Publikum til mega- og fuldmåneevents	63%	9%
Publikum til almindelige events	69%	9%

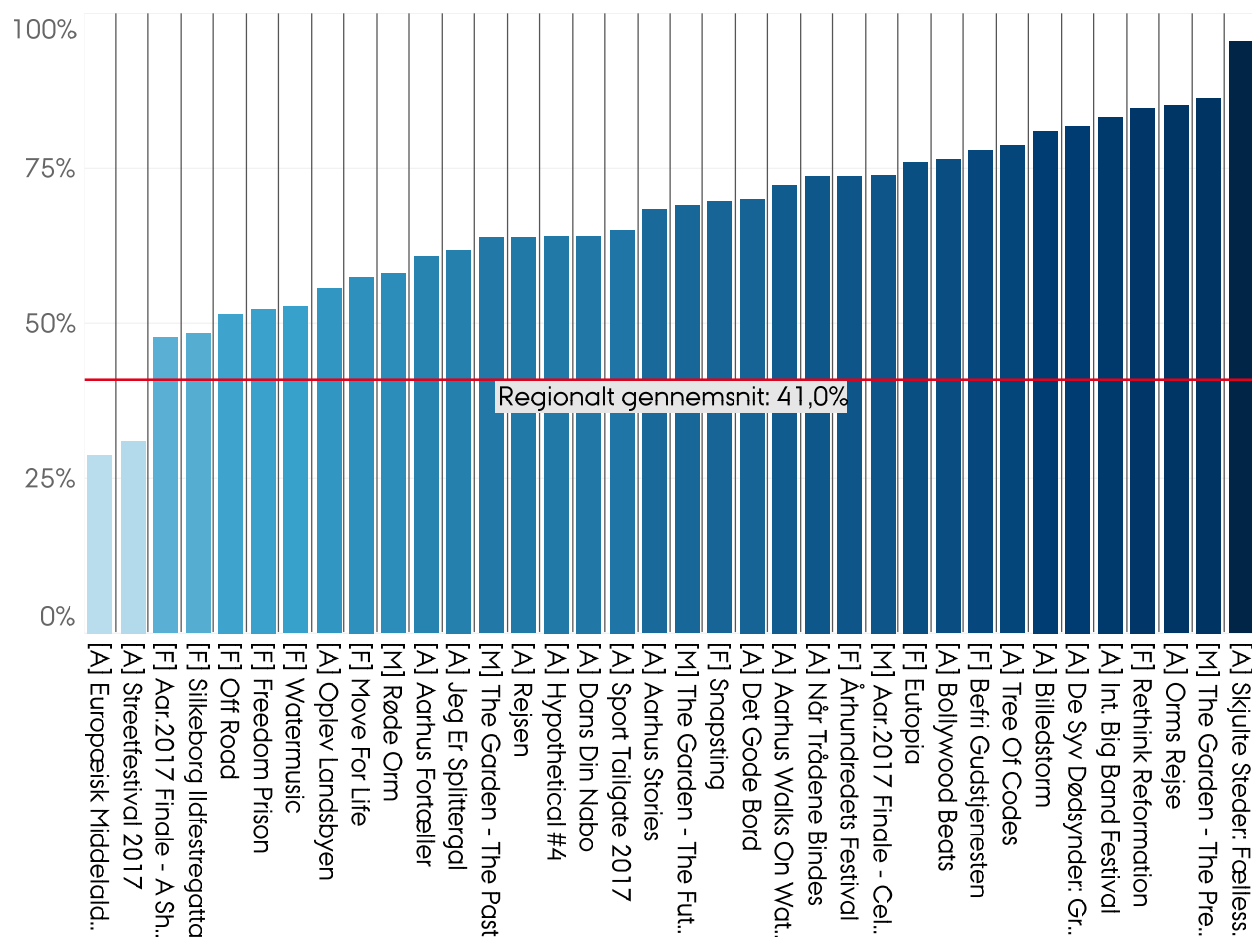
Regelmæssige kulturbrugere er andelen af borgere/publikummere, som angiver at deltage i kulturaktiviteter månedligt eller oftere. Lavfrekvente kulturbrugere er andelen af borgere/publikummere, som angiver at deltage i kulturaktiviteter årligt eller sjældnere. Regional befolkning (2017): 1.755 besvarelser. Publikum ved mega- og fuldmåneevents: 5.269 besvarelser. Publikum ved almindelige events: 2.218 besvarelser.

⁷³ Jf. den nationale brugerundersøgelse på statslige og statsanerkendte museer: "Museer – Borgere og Bæredygtige Løsninger", Jacob Thorek Jensen & Ida Brændholt Lundgaard (red.) (2015), s. 44, København: Slots- og Kulturstyrelsen,

<https://slks.dk/publikationer/museer-borgere-og-baeredygtige-loesninger/>.

⁷⁴ Læs mere om vores befolkningsundersøgelse i temarapport nr. 4 "Aarhus 2017 fra borgernes perspektiv", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

Figur 3.8 Andel af publikummere, der er regelmæssige kulturbrugere



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere, som har responderet "månedligt eller oftere" på spørgsmålet "Hvor ofte deltager du generelt i kulturaktiviteter?". Data er kun tilgængelige for 36 ud af 38 events. Antal besvarelser: 7.478. Det regionale gennemsnit er udregnet på baggrund af det samme spørgsmål i vores befolkningsundersøgelse (2017).

tiltrak et bredere publikum. Det gælder for events som *Freedom Prison* og *Watermusic*, der var skabt i anledningen af kulturhovedstadsåret, og som havde en høj grad af lokal synlighed. Det gælder også en tilbagevendende event som *Silkeborg Ildfestregatta*, hvor kulturhovedstadsprojektet bidrog med en ekstra dimension i form af forestillingen *River Art* samt en udvidelse fra et nordisk til et europæisk fyrværkerimesterskab. Alle tre almindelige events, der havde en stor andel af de mindre kulturaktive, lå uden for de traditionelle kunstgenrer. *Oplev Landsbyen* var samtidig kulminationen på en lang række borgerinddragende projekter i landsbyerne rundt om i regionen, og det må formodes, at man også ad den vej havde engageret

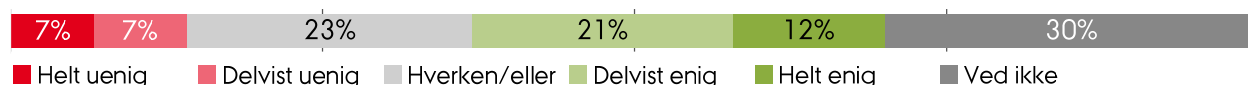
gruppen af mindre kulturaktive. Det peger på, at det gjorde en forskel at inkludere flere eventtyper i programmet.

Europæisk Middelalderfestival skilte sig ud som den eneste event med en højere andel af de ikke-kulturaktive end relativt set i befolkningen som helhed, og det bekræfter hermed, hvad der også var tydeligt i forhold til køn og uddannelse, at netop denne event havde en bredere appel.

Ser vi på befolkningens ønsker til Aarhus 2017-programmet, så blev der efterlyst endnu flere events, som man tilfældigvis kom forbi. Dette ses både i vores

Figur 3.9 Andel af borgere, som savner Aarhus 2017-arrangementer, man tilfældigt støder på

"Jeg savner, at man tilfældigt støder på Aarhus 2017-arrangementer uden selv at skulle opsøge dem aktivt."



Spørgeskemaundersøgelse blandt befolkningen (2017). "Hvor enig er du i følgende udsagn: Jeg savner, at man tilfældigt støder på Aarhus 2017-arrangementer uden selv at skulle opsøge dem aktivt?" Antal besvarelser: 1.300.

fokusgruppeinterviews og i vores spørgeskemaundersøgelse blandt befolkningen (Figur 3.9). Desuden oplevede mange borgere, at det var svært og uoverskueligt at finde rundt i, hvad der var Aarhus 2017-events.⁷⁵ At dette kunne have betydning for det at tiltrække de mindre kulturaktive, bekræftes af analysen af, at netop de åbne, synlige events havde en bredere appel. Samtidig viser resultaterne, at det virkede at inkludere forskellige former for events i programmet.

3.6 Kulturmobilitet

Aarhus 2017 levede op til målet om, at aktiviteterne skulle have en stor geografisk spredning. Målt i kroner og ører fik alle kommuner som minimum kulturaktiviteter, der svarede til det beløb, de indskød i Aarhus 2017, og langt de fleste fik flere aktiviteter retur end det, der svarede til deres bevilgede midler til Aarhus 2017.⁷⁶ Samlet set blev der således skabt et kulturhovedstadsprogram for alle regionens borgere.

Det interessante spørgsmål i denne sammenhæng er, om borgerne prioriterede at deltage i de lokale begivenheder eller snarere valgte at køre efter oplevelserne. Når det gælder kulturmobilitet, var den klare tendens, at en stor andel (ca. 60%) af Aarhus 2017s publikum til de enkelte events var bosat i den kommune, hvor eventen fandt sted.

Hvis vi i øvrigt sammenholder dette med vores befolkningsundersøgelse, ser vi, at det stemmer overens med de 61% af befolkningen, der sagde, at de havde

"været til kultur i egen kommune inden for de seneste tre måneder" (Tabel 3.9).⁷⁷

Der er imidlertid store forskelle blandt regionens befolkning på, om de opsøgte kulturaktiviteter i andre kommuner eller ej (Figur 3.10). Kortet viser, i hvor høj grad borgerne i de enkelte kommuner tog del i kulturaktiviteter uden for deres egen kommune. Jo mørkere farve kommunen har på kortet, des flere borgere krydser kommunegrænsen for at opsøge kulturoplevelser.

Ikke overraskende ser vi, at borgerne i Aarhus Kommune var mindst tilbøjelige til at deltage i kulturaktiviteter i andre kommuner, mens befolkningen i de mindre kommuner omkring Aarhus i høj grad krydsede kommunegrænsen for kulturelle oplevelser. Vi ser således også, at borgerne i Favrskov og Odder

Tabel 3.8 Publikums bopæl

Mega- og fuldmåneevents	
Bor i eventkommune	62,5%
Bor ikke i eventkommune	37,5%
Almindelige events	
Bor i eventkommune	58,4%
Bor ikke i eventkommune	41,6%

Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). "Hvor er du bosat?" Opdelt i andel publikummer, som bor i den kommune, hvor eventen afholdes, og dem der bor uden for eventkommunen (dvs. i det øvrige Region Midtjylland, i det øvrige Danmark eller i udlandet). Antal besvarelser: 8.020 (heraf 5.812 ved mega- og fuldmåneevents og 2.208 ved almindelige events).

⁷⁵ Se også temarapport nr. 4 "Aarhus 2017 fra borgernes perspektiv", rethinkIMPACTS 2017 (2018), og temarapport nr. 5 "Aarhus 2017 i medierne", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

⁷⁶ Se temarapport nr. 3 "Aarhus 2017 som politisk projekt", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

⁷⁷ Se temarapport nr. 4 "Aarhus 2017 fra borgernes perspektiv", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

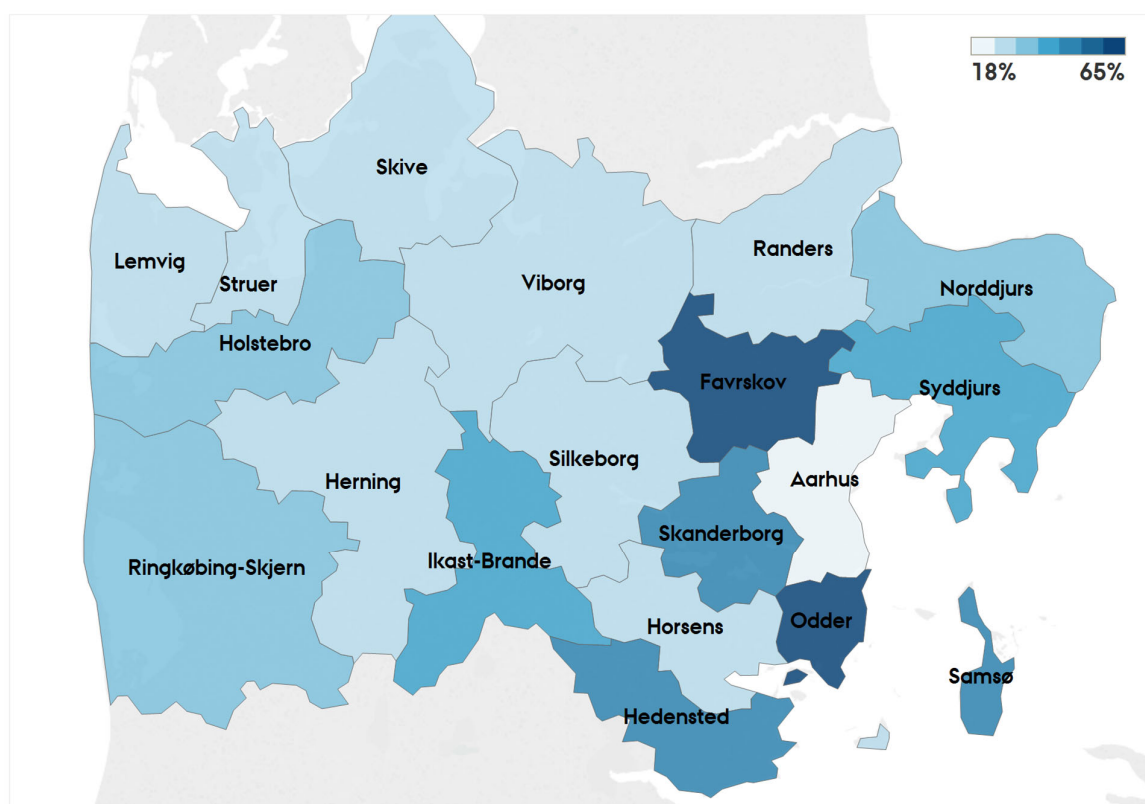
Kommuner var langt mere tilbøjelige til at krydse kommunegrænsen for at tage del i kulturtilbud. Antageligvis besøgte mange borgere fra netop disse kommuner ofte Aarhus i kulturøjemed, da byen rummer en langt bredere vifte af kulturtilbud, og afstanden til Aarhus er begrænset.

Tabel 3.9 Region Midtjyllands borgeres generelle kulturforbrug fordelt på områder

	I alt
Min egen kommune	61%
Nabokommunerne	17%
Resten af Region Midtjylland	16%
Resten af Danmark	13%
Udlandet	7%
Har slet ikke været til kultur inden for de seneste tre måneder	13%
Ved ikke	2%

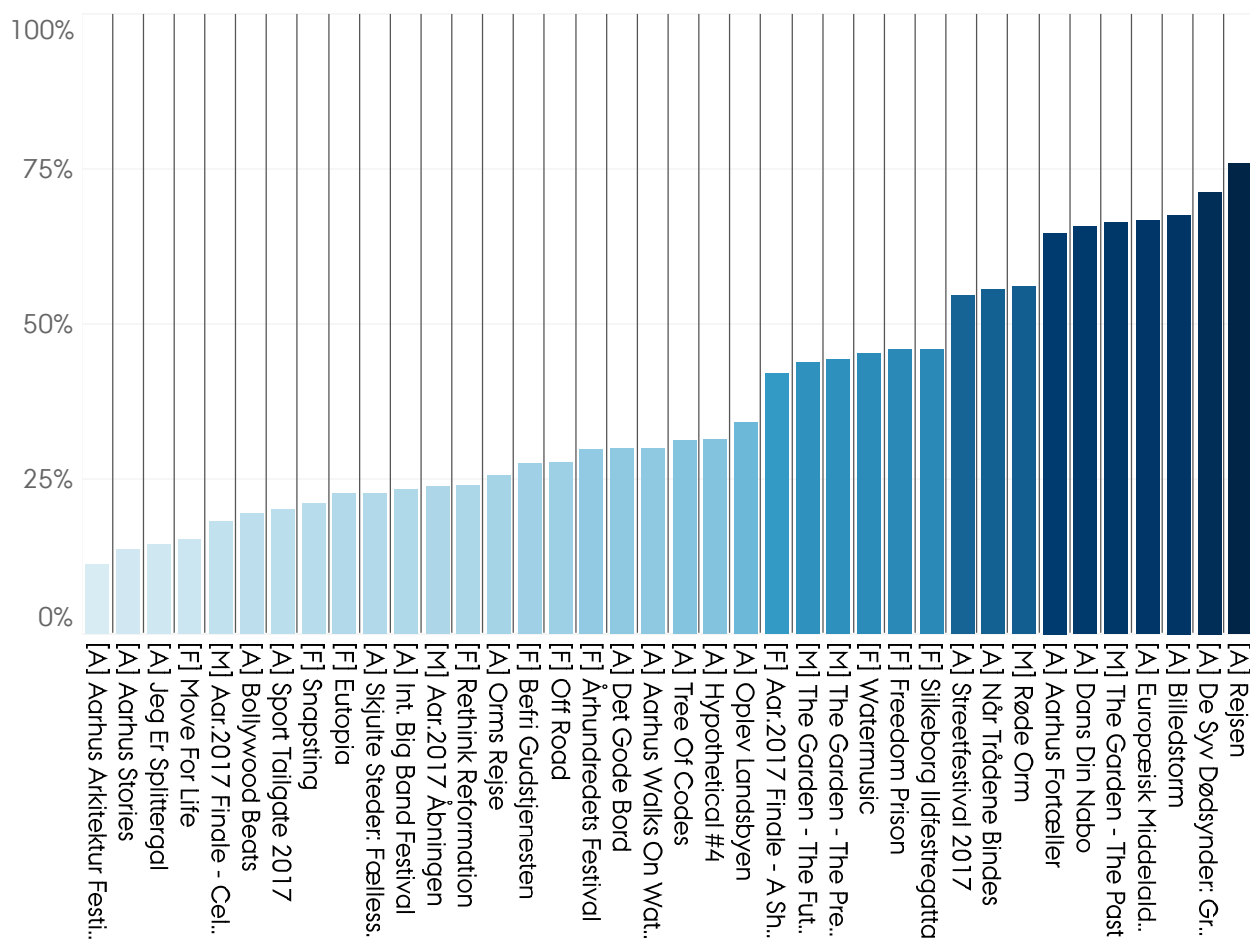
Spørgeskemaundersøgelse blandt den regionale befolkning (2017). "Hvor har du været til kultur inden for de seneste tre måneder?" Flere svarmuligheder kan vælges samtidig. Antal besvarelser: 1.755.

Figur 3.10 Kulturmobilitet blandt borgerne i Region Midtjylland fordelt på kommuner



Spørgeskemaundersøgelse blandt den regionale befolkning (2017). Procenterne angiver respondenter, der har svaret "nabokommunerne" og/eller "det øvrige Region Midtjylland" på spørgsmålet "Hvor har du været til kultur i løbet af de seneste tre måneder?". Antal besvarelser: 1.755.

Figur 3.11 Andel af publikummere, som har krydset en kommunegrænse for at deltage i eventen



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen af publikummere, hvis bopælskommune ikke er lig med den kommune, hvor eventen fandt sted. Antal besvarelser: 8.006.

Med dette in mente undersøger vi nu specifikt kulturmobiliteten blandt Aarhus 2017s publikum. Vi ser således på, hvor stor en andel af publikum til specifikke events der 'krydsede kommunegrænsen' for at deltage i en event (Figur 3.11). Vores undersøgelse viser, at der er stor forskel på, i hvilken grad de forskellige 2017-events blev besøgt af et lokalt eller et udenbys publikum.

Publikum til udstillingen *Rejsen*, der blev afviklet i Aarhus på Moesgaard Museum, kom primært fra andre kommuner (75%), mens begivenhederne *Aarhus Arkitekturfestival* og *Jeg er Splittergal*, der også begge fandt sted i Aarhus, i alt overvejende grad blev besøgt af et lokalt publikum (hhv. 11% og 14% publikum udefra).

Aarhus 2017s megaevents formåede i varierende grad at tiltrække et udenbys publikum. Vi ser, at publikum ved både åbningen og finalen i Aarhus hovedsageligt tiltrak aarhusianere. Ved åbningen var tre ud af fire publikummere således fra Aarhus. *Aarhus 2017 Finale* bestod af to dele i hhv. Hvide Sande og Aarhus. Eventen i Aarhus tiltrak hovedsageligt aarhusianere, mens fuldmåneeventen i Hvide Sande i langt højere grad formåede at tiltrække publikum fra andre kommuner. I Hvide Sande var 42% af publikum fra andre kommuner, det øvrige Danmark eller udlandet.

De to megaevents *The Garden* og *Røde Orm* tiltrak i langt højere grad end åbningen og finalen publikum fra andre kommuner. Begge megaevents fandt - i

modsatning til de to andre megaevents – sted i løbet af sommerhalvåret og blev afviklet over en længere periode, hvilket i højere grad var befordrende for publikum, der kom langvejsfra.

De Syd Dødssynder

De Syd Dødssynder var et udstillingssamarbejde mellem Museet for Religiøs Kunst i Lemvig, Skovgaard Museet i Viborg, Randers Kunstmuseum, Glasmuseet i Ebeltoft, MUSE@UM i Skive, Horsens Kunstmuseum og Holstebro Kunstmuseum. Hvert museum havde en udstilling om en af de syv dødssynder: fråseri, hovmod, begær, dovenskab, misundelse, vrede og grådighed. Udstillingsrækken var en del af kulturhovedstadsprogrammet og blev delvist finansieret af Fonden Aarhus 2017.

Enkelte events var tilrettelagt således, at de skulle motivere publikum til en højere grad af regional mobilitet. Det var eksempelvis tilfældet med *De Syd Dødssynder*, hvor syv museer i regionen samarbejdede om at tilrettelægge og opsætte syv udstillinger. Ud over den tematiske sammenhæng blev publikum tilskyndet til

at besøge flere af museerne gennem en rabatordning (klippekort). Udstillingen *De Syd Dødssynder – Grådighed* (som var den af de syv i udstillingsrækken, som vi undersøgte) formåede at tiltrække 71% af sit publikum fra andre kommuner. Udstillingen lå dermed helt i top, hvad angår kulturmobilitet, kun overgået af udstillingen *Rejsen*, der fandt sted på Moesgaard Museum i Aarhus.

Vi finder, lidt overraskende, at kulturmobiliteten generelt var en anelse højere ved de almindelige events (41%) end ved mega- og fuldmåneeventene (37%). Alene det, at en event er stor og synlig, er altså ikke nødvendigvis nok til at mobilisere publikum fra andre kommuner. Forskellen var især, at de almindelige events i det øvrige Region Midtjylland tiltrak en højere andel af borgere fra det øvrige Region Midtjylland. Ser vi på den samlede andel af publikum fra det øvrige Danmark og især udlandet, så lå den stabilt på omkring en femtedel af publikum samlet set.

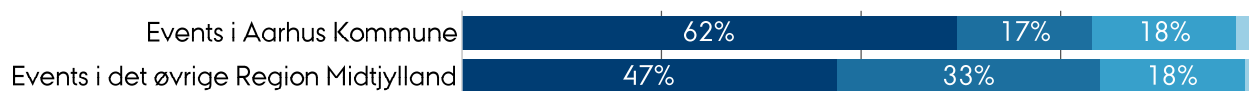
Overordnet set viser det, at Aarhus 2017 i høj grad var et kulturprogram for lokalbefolkningen. Den høje andel af publikum fra de enkelte events' hjemkommune peger på, at det var en vigtig beslutning at sikre et geografisk spredt kulturhovedstadsprogram.

Figur 3.12 Bopælskommune ved almindelige events og mega- og fuldmåneevents

Mega- og fuldmåneevents



Almindelige events



■ Eventkommune
 ■ Det øvrige Region Midtjylland
 ■ Det øvrige Danmark
 ■ Udlandet

Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser, hvor publikum kom fra til events i og uden for Aarhus Kommune fordelt på hhv. almindelige events og mega- og fuldmåneevents.

3.7 Gratisevents som middel til at nå en bred målgruppe

En central del af Aarhus 2017s strategi om at nå bredt ud var at tilbyde en række gratisevents i programmet. Det var således et mål, at minimum halvdelen af programmet skulle være gratis, hvilket blev opnået, i kraft af at 52% af de 628 forskellige events, der blev afholdt i 2017, var gratis (Tabel 3.10).

Tabel 3.10 Events fordelt på andelen af gratis- og betalingsevents

	Antal	Andel
Gratisevents	324	52%
Betalingsevents	304	48%
I alt	628	

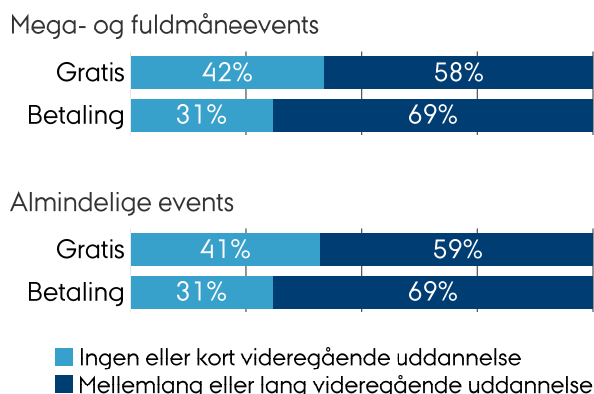
Data fra eventkalender.

Når vi sammenligner publikumsgrupperne ved hhv. gratis- og betalingsevents, kan vi konstatere, at fordelingen af aktive kulturbrugere og ikke-aktive kulturbrugere var stort set den samme ved begge typer events. Det samme gælder kønsfordelingen. Gratisevents tiltrak altså ikke en højere andel af personer med lavt kulturforbrug eller en øget andel af mandlige publikummere.

Til gengæld havde gratisevents større succes med at tiltrække publikummere med ingen eller lav videregående uddannelse. Vi finder, at 10 procentpoint flere med ingen eller kort videregående uddannelse deltog i gratiseventene end i betalingseventene (Figur 3.13).

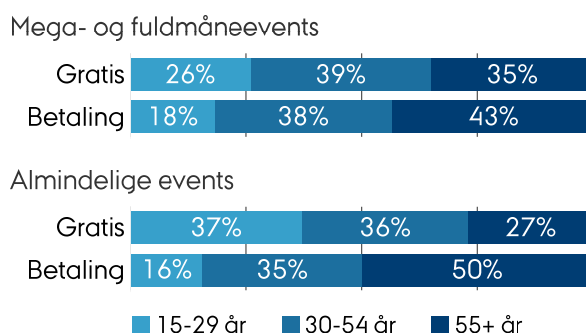
Aldersfordelingen blandt publikum er også forskellig, når vi sammenligner betalings- med gratisevents. Der var således 12 procentpoint flere unge blandt publikum til gratisevents (Figur 3.14). Aldersfordelingen blandt publikum ved gratisevents er dermed mere lig aldersfordelingen i befolkningen generelt end ved betalings-events. Om end der ved gratisevents dog er en lille overrepræsentation af unge. Fonden Aarhus 2017s beslutning om at gøre halvdelen af begivenhederne gratis har altså haft positiv betydning for den samlede publikumssammensætning. De gratis events har – i højere grad end betalingsevents – formået at tiltrække personer med korte eller ingen uddannelser,

Figur 3.13 Publikum ved hhv. gratis- og betalingsevents fordelt efter uddannelsesniveau



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Antal besvarelser: 7.459.

Figur 3.14 Alderssammensætning af publikum ved hhv. gratis- og betalingsevents



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Antal besvarelser: 8.008.

ligesom fraværet af betaling også i højere grad har fået de unge til at deltage.

Forklaringerne kan dels være, at unge og lavtuddannede har lavere indkomst og dermed en lavere betalingsvillighed, dels at det traditionelle kulturpublikum (de ældre og de højt/mellemlangt uddannede) netop er kulturvante og er vant til den længere planlægningshorisont, som er en forudsætning hvis der skal købes billetter til et arrangement. Beslutningen om at deltage i en gratis event kan træffes på selve dagen.

3.8 Andelen af involverede publikummere

Som en del af vores undersøgelse har vi også spurgt publikum, dels om de var direkte tilknyttet Aarhus 2017, og dels om de til daglig arbejdede med kultur. Vi har medtaget det i vores undersøgelse, fordi vi ved enkelte events oplevede, at mange publikummere var Aarhus 2017-medarbejdere eller -frivillige eller kulturprofessionelle i øvrigt.

Vi havde en formodning om, at dette kunne påvirke deres svar, f.eks. i forhold til, hvor positivt de bedømte eventen, eller hvor positive de var over for Aarhus 2017 generelt. Vi har ikke fundet den form for skævhed. Hverken de, der havde en tilknytning til Aarhus 2017, eller de, der arbejder med kultur, havde vurderinger, der adskilte sig fra det generelle publikum.

Med et stort frivilligprogram, rigtig mange professionelle kulturaktører i spil og en del projekter, der direkte involverede borgere, er det forventeligt, at der var en del publikummere, der var involverede enten i den konkrete event eller i kulturhovedstadsprojektet generelt. Og ser vi på det samlede billede, så var omkring hver tiende på den ene eller den anden måde tilknyttet Aarhus 2017 – enten professionelt eller som frivillig. De aktivt involverede og deltagende i Aarhus 2017 udgjorde altså en relativt stor andel af publikum.

Der er stor spredning i, hvor stor en andel af publikum der havde en tilknytning til Aarhus 2017. De tre events, hvor andelen var størst, var *Oplev Landsbyen* (44,5%), *Skjulte Steder – fællesskab og et liv i balance* (31,8%) og *Dans din nabo* (23,1%). Både *Oplev Landsbyen* og *Dans din nabo* var events med en høj grad af borgerinddragelse. *Oplev Landsbyen* var kulminationen på og præsentationen af en række forskellige aktiviteter i forskellige landsbyer i regionen, og *Dans din nabo* var en forestilling, der blev skabt ud fra lokale historier i landsbyen Skjød. Den høje andel af tilknyttede publikummere kan således tilskrives den tilgang til inddragelse, der lå til grund for disse projekter.⁷⁸ For mega- og fuldmåneevents var det *EUTOPIA* (26,1%), *Move for life* (22,2%) og *The Garden – The Present* (17,6%), der havde den største andel af tilknyttede. Mens

EUTOPIA og *Move for life* inddrog en række frivillige, hvilket også afspejlede sig i, at langt størstedelen havde en tilknytning til selve eventen. *Freedom Prison* (4,3%) *Silkeborg Ildfestregatta* (4,3%) og *The Garden – The Future* (5,8%) havde den lavest andel af tilknyttede.

Ser vi på, hvor stor en andel af publikum der arbejdede med kultur generelt, var det 17% til almindelige events og 12% til mega- og fuldmåneevents, og der var således også en stor andel af publikum, der var professionelle kulturarbejdere. Det understøtter billedet af, at Aarhus 2017 i høj grad tiltrak et publikum, der generelt havde en stor interesse for kultur.

3.9 Opsummering

Aarhus 2017 opfyldte de overordnede målsætninger om publikumstal. Antallet af besøgende til mega- og fuldmåneevents var langt højere end de måltal, Fonden Aarhus 2017 havde opstillet, og en betydeligt højere andel end forventet af regionens befolkning tog del i en eller flere Aarhus 2017-events. Men kulturhovedstadsprojektet formåede ikke at rykke markant ved de traditionelle kulturforbrugsmønstre. Ved at teste for en række baggrundsfaktorer blandt publikum og holde disse op mod befolkningssammensætningen generelt, ser vi et tydeligt og gennemgående mønster – at publikum til Aarhus 2017s events i høj grad lignede det traditionelle kulturpublikum.

Den mest iøjnefaldende faktor er uddannelsesniveau. Koncentrationen af folk med høj uddannelse var to-fire gange så høj ved Aarhus 2017-events, som den er blandt befolkningen. Folk med lange og mellemlange uddannelser var markant overrepræsenteret ved begivenhederne. Som vi vil diskutere i afsnit 4.3, havde dette antagelig store implikationer for, hvorvidt kulturhovedstadsprogrammet blev oplevet som folkeligt eller ej. Derudover ser vi også, at mænd generelt var underrepræsenteret ved Aarhus 2017s begivenheder, mens der samlet set var en rimelig aldersfordeling. Publikum til Aarhus 2017s events bestod også i høj grad af borgere med høj kulturaktivitet – det vil sige borgere, som i øvrigt ofte tager til kunst- og kulturarrangementer.

Strategien om at sprede programaktiviteterne over hele regionen var en væsentlig faktor for at opnå et publikum

⁷⁸ Dette understøttes af, at størstedelen af de tilknyttede personer havde en tilknytning til det enkelte projekt (90,1% til *Oplev Landsbyen* og 57,1% til *Dans din nabo*).

fra hele regionen. Vores analyse viser, at Aarhus 2017s publikum i høj grad benyttede kulturtilbud i deres egen kommune, et mønster, vi også ser i det generelle kulturforbrug. Aarhus 2017s gratisevents medvirkede til

at tiltrække unge samt personer med korte eller ingen uddannelser og dermed sikrede gratiseventene en bredere publikumssammensætning.

4 PUBLIKUMS OPLEVELSE

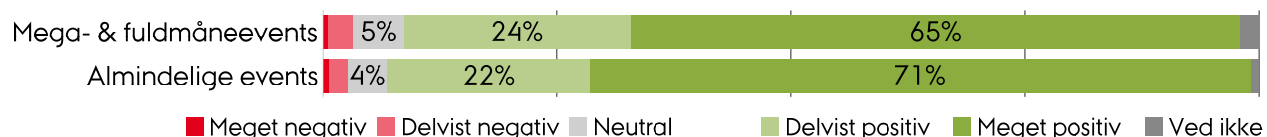
I dette kapitel ser vi nærmere på publikums oplevelse. Kapitlet indledes med en analyse, der viser, at publikum overordnet set vurderede Aarhus 2017-eventene positivt. Herefter ser vi på, hvordan oplevelsen var. Dels hvilke ord publikum satte på oplevelsen, og dels hvorvidt der var tale om en nytænkende oplevelse. I forlængelse af analyserne i kapitel 3 – at publikum til Aarhus 2017s events først og fremmest var det kulturvante publikum – er det interessant, at det samme publikum vurderede, at eventene var folkelige og henvendt til et bredt publikum, hvilket vi diskuterer, samtidig med at vi ser på, hvilke events der blev vurderet som mest folkelige og tilgængelige. Afslutningsvis analyserer vi den europæiske dimension af oplevelsen.

4.1 Oplevelsen af Aarhus 2017-events

Publikums samlede vurdering af Aarhus 2017-eventene

Der var stor tilfredshed blandt publikum, der deltog i de enkelte events i forbindelse med Aarhus 2017. Ved mega- og fuldmåneeventene var 89% af publikum enten meget eller delvist positive over for den event, de deltog i. Ved de almindelige events gjaldt det 93% (Figur 4.1). Kun hhv. 2% og 3% af publikum vurderede mega- og fuldmåneeventene og de almindelige events negativt.

Figur 4.1 Publikums samlede vurdering af de 2017-events, de har deltaget i



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). "Hvad er din samlede vurdering af [eventnavn]?" Antal besvarelser: 8.556.

Tendensen til at vurdere eventene positivt er ens på tværs af køn, alder, uddannelse og kulturaktivitetsniveau.

Der er mange faktorer, der har betydning for publikums samlede vurdering af en kulturevent. Forventninger,

indhold, praktiske forhold mv.⁷⁹ Publikums vurdering af eventen (Figur 4.1) er således ikke et udtryk for en evaluering af eventens kunstneriske kvalitet, men et udtryk for den samlede oplevelse.

Publikums beskrivelse af de enkelte events

Publikum skulle sætte en række beskrivende termer på eventene, hvilket gav et dybere indblik i publikums oplevelse. Der var mulighed for at vælge mellem ti termer samt kategorien "ingen af ovenstående", og den enkelte publikummer skulle vælge op til tre termer, der bedst beskrev oplevelsen af den event, vedkommende deltog i.

Tabel 4.1 Antal events, hvor følgende termer er blevet brugt hhv. flest, næstflest og tredjeflest gange

	1.	2.	3.
Inspirerende	16	12	3
Sanselig	10	11	5
Sjov	4	6	8
Involverende	2	3	11
Følelsesmæssigt bevægende	2	0	5
Intellektuel	0	2	2
Kedelig	0	0	0
Provokerende	0	0	0
Skuffende	0	0	0
Ubehagelig	0	0	0
Ingen af ovenstående	0	0	0
I alt	34	34	34

Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Tallene er baseret på "Vælg op til tre ord, som beskriver din oplevelse af [eventtitel]". Antal besvarelser: 9.618. Antal samlede events: 34.⁸⁰

Ved de 34 events, hvor opgaven blev stillet, var *inspirerende* den mest brugte term om 16 af eventene. Disse events spredte sig over en lang række forskellige genrer og eventtyper. Derudover var *inspirerende* den mest, næstmest eller tredjemest brugte term ved 31 ud af 34 events.

Ved ti events, hvoraf otte af dem var shows eller scenekunstforestillinger⁸¹, var *sanselig* den mest valgte term.

Ved fire events var termen *sjov* den mest valgte term. To af eventene var sportsevents (*Sport Tailgate 2017* og *Street Festival 2017*), og de andre to var teaterforestillingerne *Røde Orm* og *Freedom Prison*. Det sidste samlede sportsevent *Move for Life* havde *sjov* som den næstmest brugte term.

To events blev primært karakteriseret som *involverende*. Her var der tale om to relativt forskellige events, nemlig *Aarhus Fortæller*, Den Gamle Bys udstilling om Aarhus' historie, og *Dans din nabo*, en iscenesættelse af dans og bevægelse som social aktivitet i og omkring forsamlingshuset i landsbyen Skjød. Kendetegnende for begge events var, at de tilbød publikum en aktiv rolle.

To events skilte sig ud, ved at *følelsesmæssigt bevægende* var den mest anvendte term. Det var *Rejsen* og *Jeg er splittergal*. Begge events tematiserede menneskelige livsvilkår. Udstillingen *Rejsen* skildrede en række livsbegivenheder såsom fødsel og død i forskellige kulturer via bl.a. fotos og video. Eventen *Jeg er splittergal* tematiserede psykisk sygdom og blev produceret af en teatergruppe, hvis medlemmer selv havde psykisk sygdom tæt inde på livet.

Intellektuel var ikke den mest brugte term ved nogen events, men ved fire events var *intellektuel* den anden- eller tredjemest brugte term. Det drejer sig om hhv. *Rethink Reformation* og *Billedstorm* og *Hypotheticals #4* og *The Garden – The Past*. Her er tale om debatarrangementer, foredrag og kunstudstillinger.

De mere negativt ladede termer (*kedelig*, *skuffende* og *ubehagelig*) var ikke blandt de tre mest valgte termer ved nogen af eventene. Ved enkelte events beskrev op til 12% af publikum eventene som *kedelige* og/eller *skuffende*. Vi ser en sammenhæng på den måde, at en publikummer, der valgte *kedelig* også typisk valgte *skuffende*. *Ubehagelig* blev kun ved en enkelt event

⁷⁹ Se også "Measuring the quality and impact of arts and culture", Trine Bille & Flemming Olsen (2018), in Knut Ove Eliassen, Jan Fredrik Hovden & Øyvind Prytz: *Contested Qualities*, Bergen: Fagbokforlaget, og "Elendig forestilling – jeg kunne ikke finde en parkeringsplads. Et studie i kvalitetsmåling på teaterfeltet", Stig Jarl (2000), in Nordisk kulturpolitisk tidsskrift, nr. 2, side 50-88.

⁸⁰ Spørgsmålet blev justeret i starten af 2017, og den endelige formulering er derfor kun blevet anvendt i 34 undersøgelser.

⁸¹ *Befri Gudstjenesten*, *Snapsting*, *Silkeborg Ildfestregatta*, *Watermusic*, *Tree of Codes*, *Orms Rejse*, *Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment* og *Aarhus 2017 Finale – Celebrate The Year*.

anvendt af 4%, mens termen ved langt de fleste events blev anvendt af mindre end 2% af publikum.

Der var ingen events, hvor termen *provokerende* blev valgt flest gange, og kun ved syv ud af de 34 events blev termen brugt af mere end 10% af publikum. Kunst kan anvende provokation som redskab for at skabe refleksion blandt publikum eller sætte fokus på særlige emner. Flere af Aarhus 2017s events formåede da også at provokere en debat rundt om eventen. Særligt tre events skabte stor offentlig debat i medierne, hvor mange følte sig provokeret, nemlig *Befri Gudstjenesten*, *The Garden – The Future* (specifikt Katharina Grosses værk *Untitled*) og *Billedstorm*.⁸² Ved disse events var termen *provokerende* da også hhv. den femte- og den fjerdemest brugte term, så det fyldte også i selve oplevelsen, dog uden at være dominerende. Ser vi tilbage på programmet og især på programdirektørens intentioner bag, kan det diskuteres, hvorvidt programmet i for lille grad har været provokerende.

4.2 Publikums vurdering af graden af gentænkning

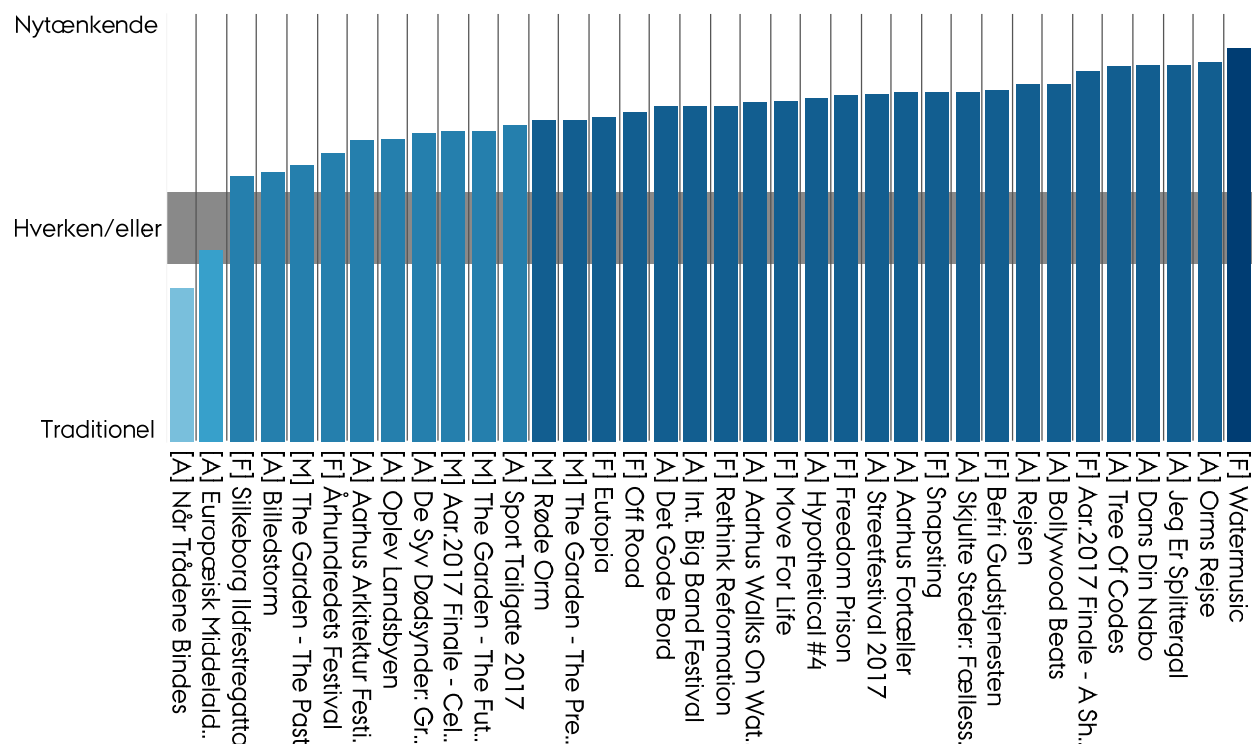
Temaet gentænk var rammesættende for hele kulturhovedstadsprojektet, herunder programmet. Med temaet gentænk udfordrede Aarhus 2017 indholdsproducenterne til at forny bl.a. deres samarbejds-

relationer, indhold, kunstneriske udtryk og lokationen for de enkelte events. Fonden Aarhus 2017 stillede således krav om gentænkning i forbindelse med bevillingerne. Vi har derfor en forventning om, at publikum også oplevede, at de begivenheder, de deltog i, havde en grad af gentænkning. Publikum skulle derfor forholde sig til ordparret 'nytænkende-traditionel', når de skulle vurdere den enkelte event. Vi har undersøgt, hvorvidt publikum oplevede den enkelte event som nytænkende (det vil sige gentænkt) eller traditionel (det vil sige ikke-gentænkt). I overensstemmelse med temaet vurderede publikum generelt, at eventene var nytænkende frem for traditionelle. Figur 4.2 viser gennemsnitsscoren for hver event ud fra nytænkende-traditionel-skalaen. Ved 34 ud af 36 events lå scoren over neutralniveauet. Dermed blev disse events bedømt til at være hovedsageligt 'nytænkende' af publikum. Kun en enkelt event havde en gennemsnitsscore, der hældte til 'traditionel'.

Begivenhederne *Watermusic*, *Orms Rejse*, *Jeg er splittergal*, *Dans din nabo* og *Tree of Codes* scorede højest på nytæknings-skalaen. Her er tale om events baseret på nye samarbejder, der gik på tværs af genrer eller var kunstnerisk eksperimenterende. Herudover var det meget forskellige events, så det var som udgangspunkt ikke en bestemt type events, der primært blev vurderet som nytænkende. Aarhus 2017 lykkedes således med at gentænke de oplevelser, som publikum blev præsenteret for.

⁸² Kapitel 6 berører debatten om *The Garden – The Future*, mens begge cases gennemgås mere dybdegående i vores temarapport nr. 5 "Aarhus 2017 i medierne", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

Figur 4.2 Om eventen er hhv. nytænkende eller traditionel



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). "Hvordan vil du karakterisere [eventtitel] på denne skala?" Svaremulighederne er givet på en syvpunktskala fra "traditionel" til "nytænkende" med "hverken/eller" i midten. Figuren viser gennemsnitsværdien for hver event. Data er kun tilgængelige for 36 ud af 38 samlede events. Antal besvarelser: 7.389.

4.3 Et program for alle?

Mangfoldig eller snæver

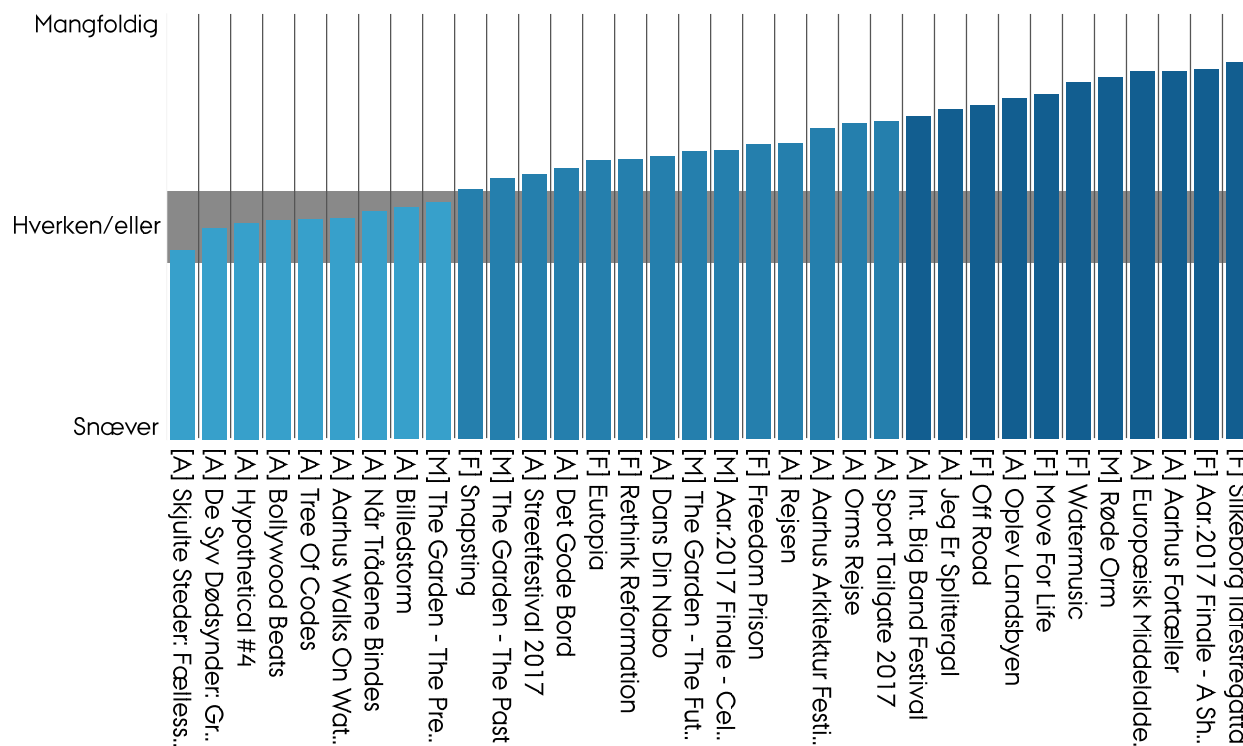
Hvis vi ser på publikums vurdering af, om programmet var tilgængeligt for et bredt publikum, tegner der sig et billede af, at det blev oplevet som tilgængeligt for et mangfoldigt publikum. Af de 34 events, vi har data fra, blev 25 af dem oplevet som nogle, der henvendte sig til et mangfoldigt publikum, mens de resterende ni blev oplevet som hverken mangfoldige eller snævre (Figur 4.3).

Med andre ord *oplevede* publikum, at eventene med deres form og organisering var inkluderende, hvilket kan synes i modstrid med analysen i kapitel 3, der viste, at publikumssammensætningen ikke var mangfoldig på

de undersøgte parametre. Det er imidlertid værd at huske på, at publikums vurdering ikke siger noget om, hvorvidt der faktisk *deltog* et mangfoldigt publikum.

Der er relativt stor variation, og det er værd at se på, hvilke events der blev oplevet som mest tilgængelige. Det drejer sig især om store udendørs events som afslutningen i Hvide Sande, *Silkeborg Ildfestregatta* og *Røde Orm*. Det peger på, at især den type events havde et potentiale til at tiltrække et mangfoldigt publikum. Spørgsmålet er så, hvorvidt dette kan omsættes til, at denne type events så faktisk også tiltrak et mangfoldigt publikum. Publikums vurdering var præget af deres egen baggrund og skal som sådan ikke tages som sandheden om, hvorvidt nye målgrupper også ville opleve eventen som tilgængelig. Men deres vurdering peger på, at barriererne for deltagelse ikke udelukkende var eventen selv, men også den information og kommunikation, der

Figur 4.3 Om eventen er henvendt til et mangfoldigt eller snævert publikum



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). "Hvordan vil du karakterisere [eventtitel] på denne skala?" Svarmulighederne er givet på en syvpunktsskala fra "henvender sig til et bredt & mangfoldigt publikum" til "henvender sig til et snævert & specifikt publikum" med "hverken/eller" i midten. Figuren viser gennemsnitsværdien for hver event. Data er kun tilgængelige for 34 ud af 38 samlede events. Antal besvarelser: 6.610.

førte til, at nye publikumsgrupper opsøgte noget, de ikke var fortrolige med.

Folkelig eller elitær

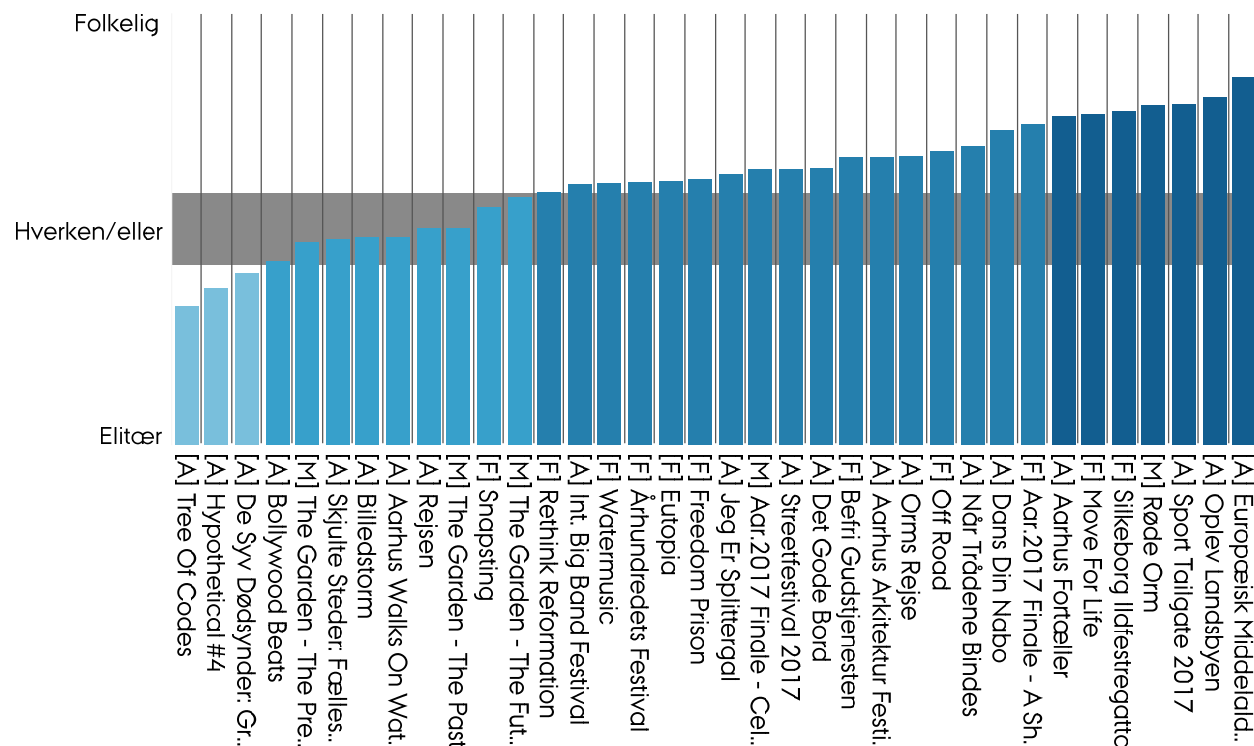
I tråd med vurderingen af, at eventene henvendte sig til et bredt og mangfoldigt publikum, så vurderede et flertal af publikummerne også, at den event, de deltog i, var folkelig (Figur 4.4). Mere specifik kan 24 ud af 36 events betegnes som folkelige, mens tre events blev oplevet som elitære, og ni som hverken eller.

Der er en stærk sammenhæng mellem, om en event blev vurderet som folkelig, og hvor stor en andel af publikum der havde en mellemlang eller lang videregående uddannelse. Events som *Europæisk Middelalderfestival*, *Sport Tailgate 2017* og *Silkeborg Ildfestregatta* lå alle i den lave ende, hvad angår

andelen med lang uddannelse (og dermed tættere på befolkningsgennemsnittet), og samtidig lå de i toppen, hvad angår folkelighed. Så på den måde er der en vis sammenhæng mellem publikums vurdering af folkelighed og eventenes tiltrækning af en bredere målgruppe. Dog må vi konstatere, at publikum overvurderede folkeligheden i forhold til eventenes faktiske tiltrækningskraft. Igen er det værd at fastholde, at der er tale om en vurdering af den oplevede folkelighed.

Røde Orm var en af de mest folkelige events, på trods af at forestillingen havde en relativt høj billetpris. Det var forventeligt, at en produktion af Det Kongelige Teater, kombineret med en høj billetpris, kunne få publikum til at opleve eventen som elitær. At forestillingen derimod blev oplevet som folkelig, vidner om, at Det Kongelige Teater formåede at gøre *Røde Orm* populær, og at

Figur 4.4 Om eventen er hhv. folkelig eller elitær



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). "Hvordan vil du karakterisere [eventtitel] på denne skala?" Svaremulighederne er givet på en syvpunktskala fra "folkelig" til "elitær" med "hverken/eller" i midten. Figuren viser gennemsnitsværdien for hver event. Data er kun tilgængelige for 36 ud af 38 samplede events. Antal besvarelser: 7.375.

indholdet havde en folkelig appel. Samtidig er det også værd at bemærke, at *Røde Orm* lå i den øverste tredjedel, hvad angår andelen af publikummere med lang uddannelse.

En stor del af de folkelige events var store events, der foregik udendørs. Ud over *Røde Orm*, hvor man byggede en udendørsscene på taget af Moesgaard Museum, var flere af de andre meget folkelige events ligeledes udendørsarrangementer. *Silkeborg Ildfestregatta*, med sin kombination af fyrværkeri og øltelte, blev ikke overraskende også oplevet som folkelig.

De tre *The Garden*-udstillinger ligger alle tre i bunden af skalaen, dog uden at de gennemsnitligt blev vurderet som elitære. I og med at de tre dele af megaeventen blev præsenteret i meget forskellige rum, er det interessant at se på forskellen i vurderingen af de tre dele. *The Garden - The Past* fandt sted på AROS, mens

The Garden - The Present bl.a. fandt sted i bl.a. galleriet 'O' Space. Begge blev opfattet som mere elitære udstillinger end *The Garden - The Future*, som fandt sted langs Tangkrogen i Aarhus. Dette passer med vores oplevelse af, at udendørs events opleves som mere folkelige end indendørs events. Og hvor præsentationen af værkerne på stranden måske mest appellerede til en sanselig og umiddelbar tilgang til værkerne, satte udstillingerne på AROS og i 'O' Space fokus på de kuratoriske tanker om forholdet mellem mennesker og natur og spørgsmålet om det antropocæne som en kompliceret tematik.

Endelig ser vi, at der blandt de mere folkelige events, var events, der gik ud over de traditionelle kunstformer. Det gjaldt *Europæisk Middelalderfestival* og *Oplev Landsbyen* og sportsevents som *Sport Tailgate* og *Move For Life*. Tre events, som blev oplevet som decideret elitære, var forestillingen *Tree of Codes*,

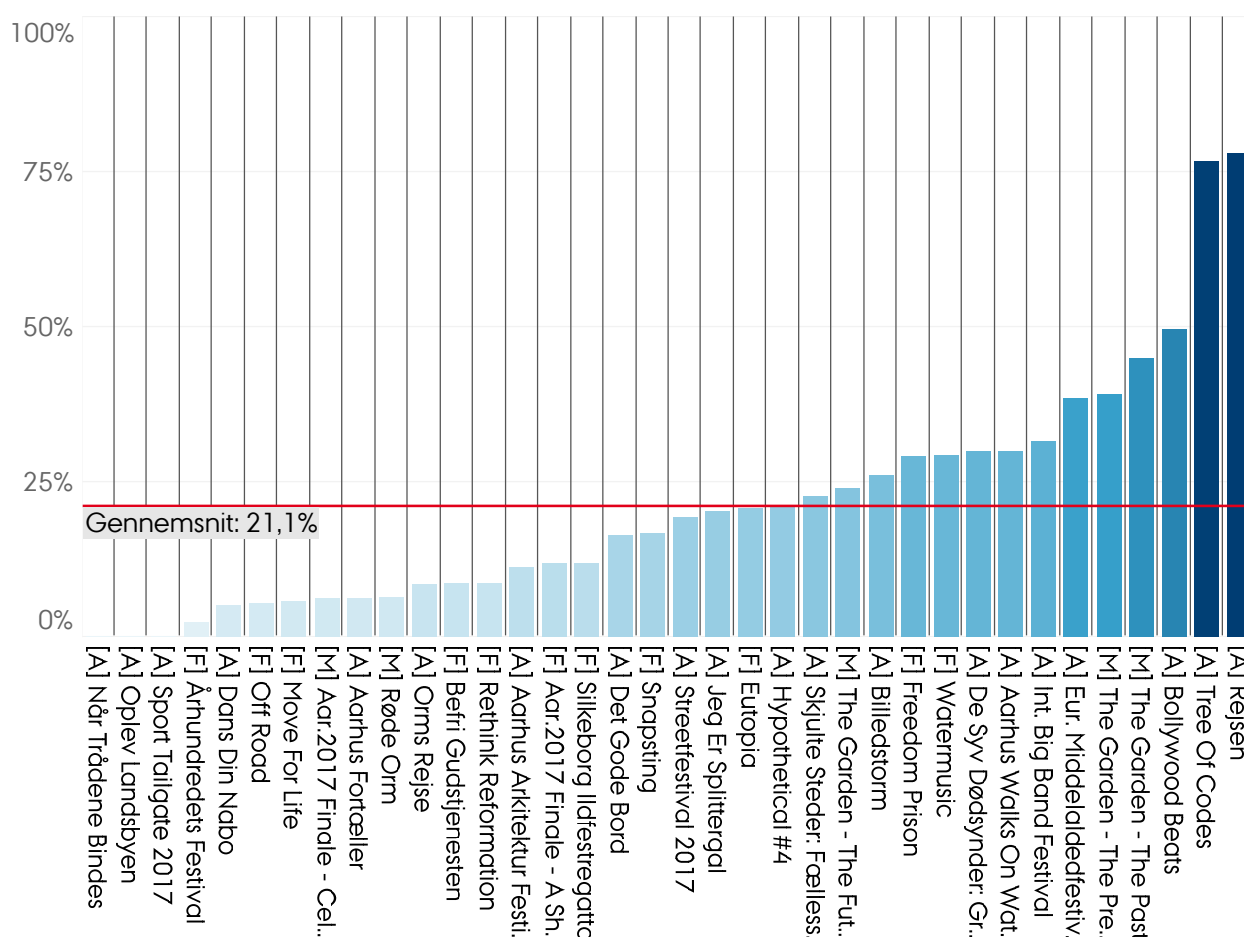
debatarrangementet *Hypotheticals #4* og kunst-udstillingen *De Syv Dødsynder – Grådighed*⁸³. Det peger på, at der var behov for at arbejde med et udvidet kulturbegreb, der rummede en bredere vifte af genrer, hvis eventene skulle have en folkelig appel. At såvel *Røde Orm* som den eksperimenterende scenekunstforestilling *Dans din nabo* også blev bedømt som folkelige, peger på, at det også inden for de gængse kunstgenrer var muligt at arbejde med folkelighed.

4.4 En europæisk event?

Som europæisk kulturhovedstad var Aarhus 2017 forpligtet til at indgå i en række europæiske samarbejder og til at sætte det europæiske på dagsordenen. Det betød også, at der var en ret høj andel af internationale kunstnere i programmet.

I dette afsnit ser vi på, om publikum oplevede Aarhus 2017-eventene som 'internationale' (herunder europæiske).

Figur 4.5 Andel af publikum, der synes, at eventen er "en overvejende international begivenhed"



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). "Vil du karakterisere [eventtitel] som en overvejende [lokal, regional, national eller international] begivenhed?" Data er kun tilgængelige for 36 ud af 38 samplede events. Antal besvarelser: 7.349.

⁸³ *Tree of Codes* var et produkt af et samarbejde mellem de tre kunstnere Jamie xx (musik), Olafur Eliasson (lys) og Wayne McGregor (koreografi), og forestillingen blev præsenteret i Musikhuset Aarhus. *Hypotheticals* var en samling af oplæg og debatter afholdt på Aarhus Teater, modereret af Clement Kjersgaard og med gæster som Margrethe Vestager, Lone Frank, Connie Hedegaard mv. Endelig var der *De Syv Dødsynder – Grådighed*, som fandt sted på Holstebro Kunstmuseum.

Overordnet set var det kun tre ud af 36 events, som halvdelen eller flere af publikummerne vurderede som overvejende internationale.

Rejsen, som var en etnografisk og kunstneriske filmudstilling, ligger på toppen af listen over de mest internationale events. *Rejsen* var syv visuelle fortællinger, som udspillede sig i hver af de syv verdensdele. Derfor er det oplagt, at eventen blev oplevet som international – om end ikke som særligt europæisk.

I andre tilfælde er det mindre klart, hvorfor publikum vurderede, at den pågældende event var primært en international begivenhed. *The Garden – The Past* (på ARoS) og *The Garden – The Present* (i byrummet) ligger også i den gode ende af skalaen, hvilket kan tilskrives værkernes internationale karakter. Til gengæld blev *The Garden – The Future* (på Tangkrogen) kategoriseret som en delvist regional og delvist lokal event, på trods af at værkerne også her var af internationale kunstnere. Her tyder det på, at lokationen spillede en større rolle end værkerne.

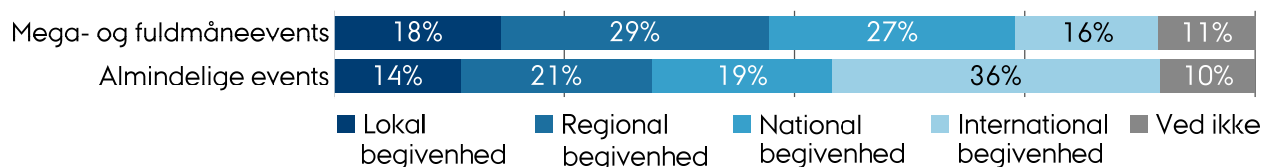
En event som *Bollywood Beats and Big Band* blev karakteriseret som international. Her havde indholdet og de medvirkende indiske kunstnere en betydning, mens det lokale – at det var Randers Kammerorkester og Aarhus Jazz Orchestra, der stod bag – ikke kom til udtryk.

Flere af de events, som ligger i midten af skalaen – f.eks. *EUTOPIA* i Gellerup, *Freedom Prison* i Horsens Statsfængsel eller *Snapsting* i Viborgs gamle rådhus – var knyttet til en bestemt lokalitet, men rummede både lokale og internationale aktører. Også *Skjulte Steder – fællesskab og et liv i balance* havde et internationalt indhold i form af bl.a. en japansk teceremoni og en japansk trommeoptræden, men blev ikke udelukkende karakteriseret som international, fordi oplevelsen samtidig knyttede sig til det, at eventen blev afholdt på en tagterrasse i Aarhus Ø.

Begge afslutningsevents blev karakteriseret som regionale, hvilket måske kan ses som et tegn på, at man her opnåede at skabe en bevidsthed om Aarhus 2017s regionale dimension. Ser vi på den overordnede fordeling af events, så peger den på, at eventene i lige så høj grad var lokale og regionale som nationale og internationale. Det peger på et kulturhovedstadsprogram, hvor det europæiske ikke for alvor blev oplevet som en del af indholdet.⁸⁴

Ser vi på den samlede fordeling, så er det især de almindelige events, der blev oplevet som internationale, mens mega- og fuldmåneeventene blev oplevet som primært regionale eller nationale.

Figur 4.6 Publikums karakteristik af de enkelte Aarhus 2017-events som lokale, regionale, nationale eller internationale



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). "Vil du karakterisere eventen som en overvejende ..." Antal besvarelser ved mega- og fuldmåneevents: 5.331; Antal besvarelser ved almindelige events: 2.018.

⁸⁴ Det svarer i øvrigt til den kvalitative undersøgelse, Antoinette Fage-Butler lavede om events med en klar europæisk dimension. Se "Audience perspectives on the European dimension in Aarhus 2017 events: impacts of EU cultural policy", Antoinette Fage-Butler (2018), in *International Journal of Cultural Policy*.

4.5 Opsummering

Publikums oplevelse af de mange events i kulturhovedstadsåret var en central del af det at være europæisk kulturhovedstad. De mange borgere, der deltog som publikummere, fik her helt konkret en oplevelse af Aarhus som europæisk kulturhovedstad. Vi har vist, at denne oplevelse i helt overvejende grad var positiv, og at også temaet om at gentænke slog igennem ved at publikum oplevede, at eventene var nytænkende. Publikum oplevede også de mange

events som tilgængelige og folkelige, hvilket især gjaldt de store udendørs events. Det peger på, at der med programmet var grundlag for at tiltrække nye målgrupper og at det måske især var en kommunikationsmæssig indsats, der skulle sikre dette.

5 PUBLIKUMS KENDSKAB TIL AARHUS 2017

I dette kapitel undersøger vi publikums kendskab til kulturhovedstadsprojektet og deres holdninger til Aarhus 2017. Vi ønsker at få svar på, om publikum ved de forskellige Aarhus 2017s begivenheder var klar over, at eventene var en del af kulturhovedstadsprogrammet, og om dette havde betydning for deres deltagelse (afsnit 5.1).

Dernæst undersøger vi publikums generelle interesse for Aarhus 2017 og deres holdninger til kulturhovedstadsprojektet (afsnit 5.2) med det formål at afdække, hvordan dette hænger sammen med deres deltagelse i de events, der var en del af kulturhovedstadsprogrammet.

Vi afslutter kapitlet med at vurdere, hvilken betydning det havde for publikum, at der var tale om et omfattende program med en kompliceret struktur og en til tider løs tilknytning mellem den enkelte event og Aarhus 2017.

5.1 Publikums kendskab til Aarhus 2017

I den regionale befolkning som helhed var kendskabet til Aarhus 2017 stort, og mediernes dækning af kulturhovedstadsprojektet var omfattende.⁸⁵ Spørgsmålet er, om publikum også var bevidste om, at den event, de deltog i, var en del af kulturhovedstadsprogrammet, og hvorvidt det betød noget for deres deltagelse.

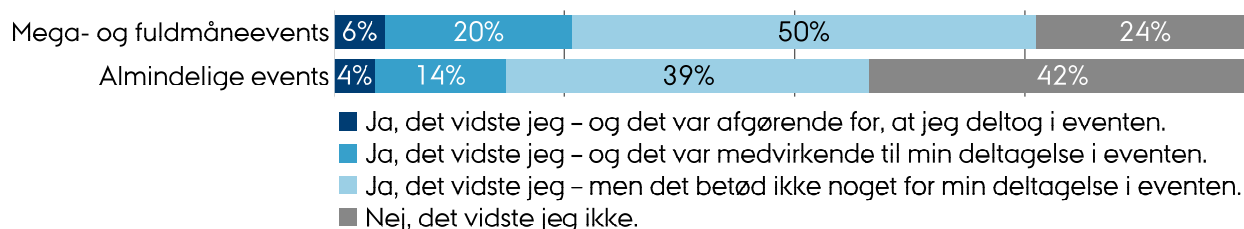
Samlet set finder vi, at i gennemsnit 76% af publikum til mega- og fuldmåneeventene⁸⁶ var klar over, at den event, de deltog i, var en del af Aarhus 2017. Ikke overraskende er tallet for de almindelige events lavere, nemlig 58%. Mange deltog således i en event uden at vide, at eventen var støttet af og udviklet som en del af Aarhus 2017.

⁸⁵ Se temarapport nr. 5 "Aarhus 2017 i medierne", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

⁸⁶ Dette spørgsmål blev ikke stillet ved åbningen, hvor vi må formode, at kendskabsgraden var væsentligt højere end de gennemsnitlige 76%.

Figur 5.1 Vigtigheden af forhåndskendskab til Aarhus 2017

Vidste du på forhånd, at [eventtitel] var en del af det samlede program for Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017?



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Antal besvarelser: 7.240.

Der var ret stor forskel på graden af kendskab til sammenhængen mellem de enkelte events og Aarhus 2017 ved de forskellige events. Figur 5.2 viser andelen af publikum, der vidste, at den konkrete event, de deltog i, var en del af Aarhus 2017-programmet. Stort set alle, der besøgte kunstudstillingen *De Syv Dødsynder – Grådighed* og fuldmåneeventen *Watermusic* i Randers, vidste på forhånd, at det var Aarhus 2017-events. Kendskabet til Aarhus 2017-relationen var omvendt meget lavt blandt publikum ved *Europæisk Middelalderfestival* og udstillingen *Rejsen*. Her vidste mindre end 30% på forhånd, at der var tale om en Aarhus 2017-event.

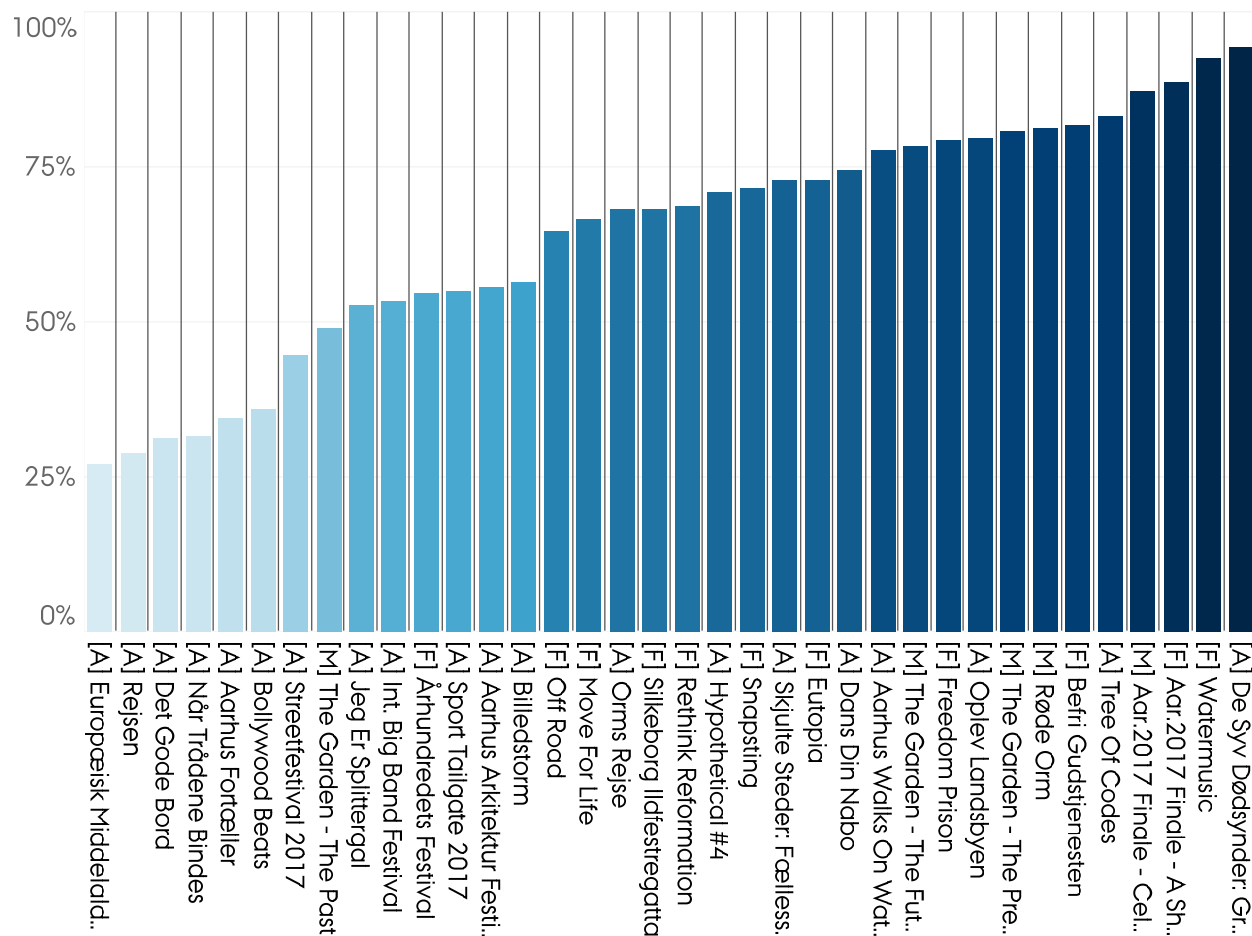
Det afspejler også, at Aarhus 2017-programmet var en kombination af events, der var ekstraordinære og kun fandt sted, fordi Aarhus var kulturhovedstad, og events, der mindede mere om, hvad der også i et normalt år bliver udbudt. Det gælder f.eks. de genkommende events som f.eks. *Europæisk Middelalderfestival*, der i 2017 var en del af kulturhovedstadsprogrammet. Det gælder også særudstillinger på museer: I 2017 var en del særudstillinger en del af Aarhus 2017, men også i andre år præsenterer museerne særudstillinger. Ved den type events skulle man gøre en ekstra indsats for at gøre publikum opmærksom på, at eventen var en del af Aarhus 2017. Ved helt særlige one-off-events som f.eks. *Befri Gudstjenesten* lykkedes man i langt højere grad med at skabe en bevidsthed om, at eventene var en del af kulturhovedstadsprogrammet.

De aktive kulturforbrugere vidste i højere grad end de ikke-aktive kulturforbrugere, at den begivenhed, de var

publikum til, var en del af Aarhus 2017s program. Hvad angår kendskabsgraden ved mega- og fuldmåneevents, var der knap 30 procentpoints forskel mellem dem, der går til kultur månedligt eller oftere, og dem, der går årligt eller sjældnere. Til de almindelige events er forskellen lidt mindre, nemlig knap 20 procentpoint.

Det er ikke nødvendigvis vigtigt, om publikum vidste, at en event var en del af Aarhus 2017, og argumentet om, at det væsentligste var, at publikum deltog og havde en god oplevelse, er bestemt gyldigt. Men i forhold til at skabe en oplevelse blandt publikum af, at de var en del af kulturhovedstadsåret, er det alligevel et aspekt, der har betydning for oplevelsen af Aarhus 2017. Den relativt lave kendskabsgrad peger på, at befolkningens oplevelse af at have deltaget i Aarhus 2017 ikke nødvendigvis afspejler, hvorvidt de deltog i en event, der var en del af det officielle kulturhovedstadsprogram. Som vi viste i kapitel 3, svarede 40% af befolkningen i Region Midtjylland, at de deltog i mindst én kulturhovedstadsbegivenhed. Hertil kommer altså de publikummere, der deltog i en Aarhus 2017-event uden at vide det. Samtidig må vi dog formode, at der var publikummere, der deltog i events, som de troede, var en del af Aarhus 2017, uden at det var tilfældet. Når Aarhus 2017 valgte også at formidle en række tilknyttede events såsom Smukfest, bidrog det givet til en overvurdering af borgernes egen deltagelse i Aarhus 2017. Det, vi kan konstatere i den sammenhæng, er, at det måske er vigtigere, at borgerne oplevede, at de deltog i Aarhus 2017, end at det afspejler den præcise tilknytning til kulturhovedstadsprojektet.

Figur 5.2 Publikums kendskab til, at eventen, de deltager i, er en Aarhus 2017-event



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen, der på spørgsmålet "Vidste du på forhånd, at [titel på event] er en del af det samlede program for Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017?" har svaret "Ja, det vidste jeg - og det var afgørende for, at jeg kom", "Ja, det vidste jeg - og det var medvirkende til, at jeg kom" eller "Ja, det vidste jeg - men det betød ikke noget for, at jeg kom". Data er kun tilgængelige for 36 ud af 38 samlede events. Antal besvarelser: 7.296.

Det er væsentligt at overveje, hvad årsagen til det relativt lave kendskabsniveau blandt mange Aarhus 2017-publikummere var. En af forklaringerne kan være, at begivenhederne ikke i tilstrækkelig grad blev markedsført som Aarhus 2017-begivenheder i foramtalen, markedsføringen og programmateriale. En anden forklaring er, at med en decentral programproduktion var det andre aspekter af eventene, såsom indholdet eller kendskabet til den institution, der præsenterede eventene, der var det vigtigste for publikum. Vi ser, at det faktisk ikke var det, at det var Aarhus 2017-events, der var udslagsgivende for

publikums deltagelse. Kun en mindre del af publikum angav, at det var afgørende for deres deltagelse, at eventene var en del af Aarhus 2017. Mønsteret er stort set det samme, uanset hvilken type begivenheder der er tale om: Det, at begivenhederne var en del af kulturhovedstadsprogrammet, havde kun *afgørende* betydning for ca. 5% af det samlede publikum til begivenhederne (Figur 5.1). For hver fjerde publikummer til mega- og fuldmåneeventene var det en *medvirkende* årsag til deres deltagelse, mens hver femte publikummer udtrykte det samme ved de almindelige events.

5.2 Publikums interesse for og holdning til Aarhus 2017

Publikum til Aarhus 2017-events havde en større interesse for Aarhus 2017 end borgerne i regionen generelt. Dette viser sig, når vi sammenligner vores publikumsundersøgelser med befolkningsundersøgelserne. Vi spurgte publikum ved de events, de deltog i, om de generelt var interesserede i Aarhus 2017. Her responderede 56% af publikum, at de i væsentlig grad var interesserede. Til sammenligning svarede 28% af borgerne i Region Midtjylland, at de i væsentlig grad var interesserede i kulturhovedstadsprojektet (Figur 5.3).

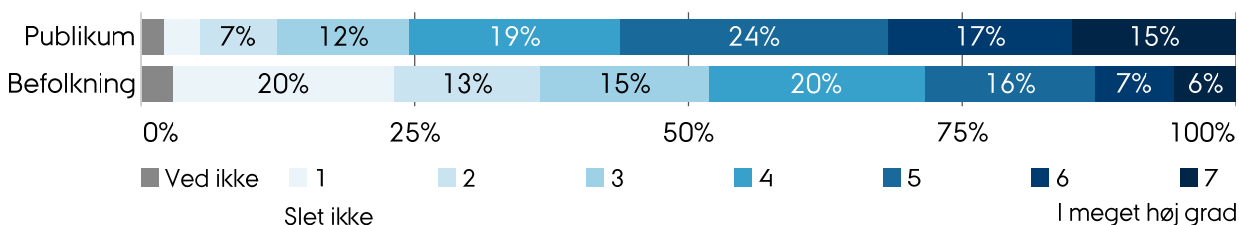
Publikum var generelt også mere positive over for Aarhus 2017 end borgerne i regionen (Figur 5.4). Der var blandt publikum helt overordnet en positiv holdning til Aarhus 2017 – 76% angav, at de var delvist eller meget positive over for Aarhus 2017. Generelt for befolkningen i Region Midtjylland gælder det, at 50% var delvist eller meget positive over for Aarhus 2017 i 2017.

I befolkningsundersøgelsen var den andel af befolkningen, der angav, at de deltog i en Aarhus 2017-event, 75% – hvilket er meget tæt på de 76% med en positiv holdning til Aarhus 2017 i vores publikumsundersøgelse. Det understøtter konklusionen om, at der var en sammenhæng mellem at deltage i en Aarhus 2017-event og at være positiv over for Aarhus 2017 generelt.

Der er en lille tendens til, at kvinder var mere positive end mænd, og at publikum med mellemlang eller lang videregående uddannelse var mere positive end dem med ingen eller kort videregående uddannelse. Ældre publikummere på 55 år og opefter var desuden mere positive end dem under 55 år.

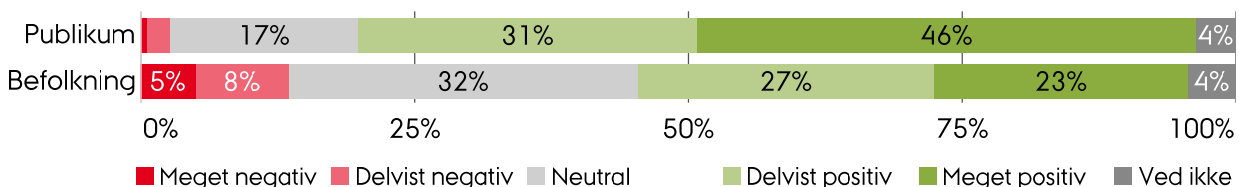
Med udgangspunkt i, at 90% af publikum havde en positiv oplevelse af en specifik Aarhus 2017-event, er det forventet, at en evt. holdningsændring (hvis nogen) ville være i positiv retning. Dette billede bekræftes, i og med at 29% blev mere positive over for Aarhus 2017 efter at have oplevet en specifik event, mens 58% ikke ændrede holdning (Figur 5.5).

Figur 5.3 Hhv. publikums og befolkningens interesse for Aarhus 2017



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017) og blandt befolkningen (2017). "På en skala fra 1-7, hvor interesseret er du generelt i kulturhovedstadsprojektet Aarhus 2017?". 1 er i spørgeskemaet angivet som "slet ikke interesseret", og 7 er angivet som "meget interesseret". Vi har i vores analyse opereret med, at kategorierne 5-7 betyder "i væsentlig grad". Antal besvarelser (publikum): 7.220. Antal besvarelser (befolkningen): 1.755.

Figur 5.4 Hhv. publikums og befolkningens generelle holdning til Aarhus 2017



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017) og blandt befolkningen (2017). "Hvordan er din generelle holdning til Aarhus 2017?" Antal besvarelser (publikum): 8.040. Antal besvarelser (befolkningen): 1.755.

Figur 5.5 Andel af publikum, som har ændret holdning som følge af deltagelse i en Aarhus 2017-event

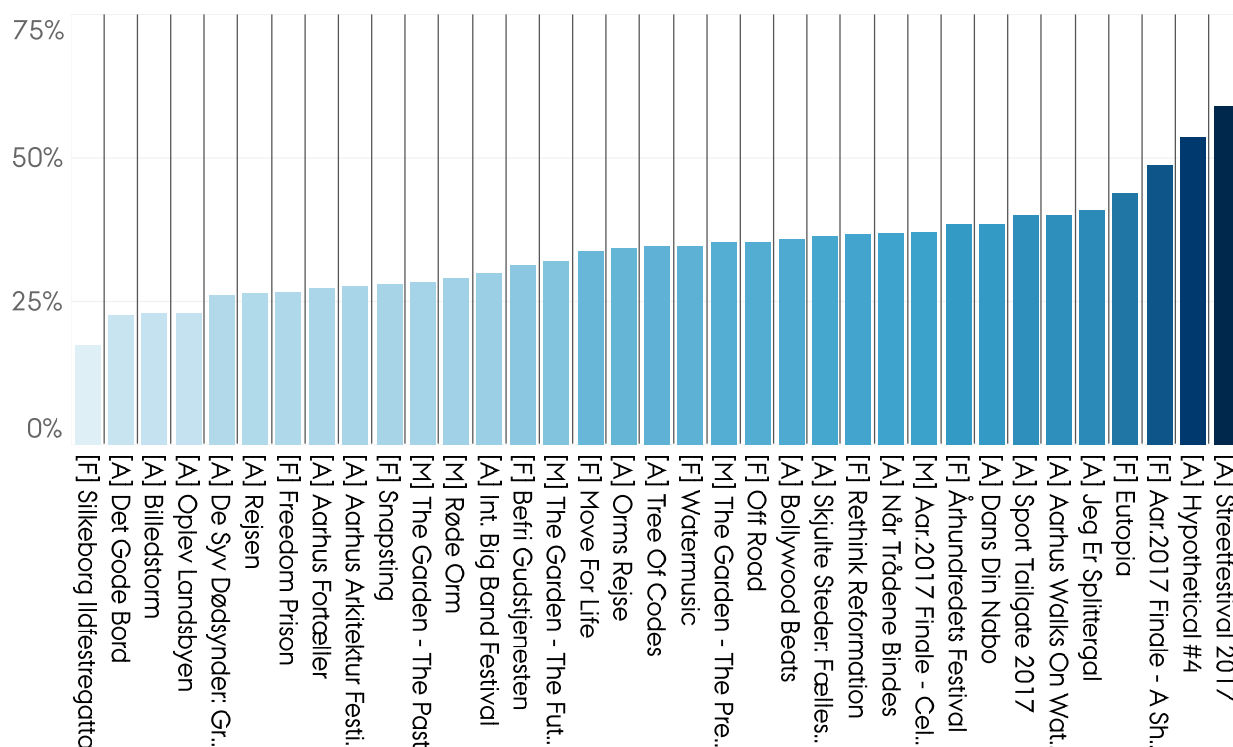


Spørgeskema blandt publikum (2017). "Hvordan har [eventtitel] påvirket din generelle holdning til Aarhus 2017?" Svarmuligheder: "Jeg er blevet meget mere positiv over for Aarhus 2017", "Jeg er blevet lidt mere positiv over for Aarhus 2017", "Jeg er hverken blevet mere eller mindre positiv/negativ over for Aarhus 2017", "Jeg er blevet lidt mere negativ over for Aarhus 2017", "Jeg er blevet meget mere negativ over for Aarhus 2017" samt "Ved ikke". Antal besvarelser: 7.202.

Når det kommer til aldersgrupperne, blev publikum under 55 år i højere grad mere positive over for Aarhus 2017 efter at have oplevet en specifik event end publikum over 55 år. Dette gælder både for mega- og

fuldmåneevents og for de almindelige events. Det afspejler, at de ældre borgere i forvejen var de mest positive samlet set, hvorfor deres holdning var sværere at rykke på gennem deltagelse i en event.

Figur 5.6 Andel af publikum, som er blevet mere positive over for Aarhus 2017 efter at have oplevet en event



Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (2017). Procenterne viser andelen, der har svaret "lidt mere positiv" eller "meget mere positiv" på spørgsmålet "Hvordan har [eventtitel] påvirket din generelle holdning til Aarhus 2017?" Data er kun tilgængelige for 35 ud af 38 samlede events. Antal besvarelser: 7.202.

5.3 Mangelfuld kommunikation om programmet

Som beskrevet i kapitel 2 var der lagt flere forskellige strukturer ned over programmet. Disse afspejler de intentioner, der lå bag programmet, om f.eks. en tematisk ramme eller en kuratorisk rød tråd på tværs af de mange events. De blev også brugt i kommunikationen om programmet til borgerne som guidelines for, hvordan de kunne finde frem til interessante events.

Om det var den komplekse struktur, kommunikationsindsatsen eller det, at der var tale om et omfattende program, der var årsagen, står ikke klart, men vi kan konstatere, at 30% af borgerne oplevede, at det var svært at få overblik over, hvilke Aarhus 2017-arrangementer der kunne interessere dem (45% tog ikke stilling eller fandt ikke spørgsmålet relevant, mens 25% fandt det let at danne sig et overblik).

Hertil kommer, at 19% af borgerne oplevede, at det var svært at finde ud af, hvordan man købte billet til et Aarhus 2017-arrangement (61% tog ikke stilling eller fandt ikke spørgsmålet relevant, muligvis fordi de aldrig overvejede/forsøgte at købe billet til et Aarhus 2017-arrangement. 20% fandt det let at købe billetter).

For os peger det på, at programmet ikke i tilstrækkelig grad bidrog til at give borgerne konkret information om, hvilke events de kunne opleve hvornår, hvilket bakkes op af oplevelsen fra de borgere og publikummere, vi har talt med. En mere gennemskuelig kategorisering end en, der var baseret på temaer som 'liveability' eller 'generation' og kunstformer som 'festivaler og happenings', kunne have været et skridt i den rigtige retning.

Fra vores befolkningsundersøgelse ved vi, at det var svært for borgerne at finde den relevante information om Aarhus 2017, og at den manglende information resulterede i en følelse af, at der var mange Aarhus 2017-events, som de gerne ville have deltaget i, men som de ikke havde hørt om, før de var forbi.⁸⁷ Dette var

bl.a. forårsaget af den decentrale kommunikationsstrategi.⁸⁸ Fra fondens side lagde man ansvaret for kommunikationen ud til projekterne selv. Det betød, at borgerne fik et tilfældigt og overfladisk kendskab til en masse enkelte events, men manglede et mere dybdegående kendskab til programmet generelt.⁸⁹ Det er vores klare vurdering, at den omfangsrige og decentrale kommunikation om samtlige events forvirrede mere, end den gavnede, og at man burde have opprioriteret en stærkere central markedsføring fra fonden selv.

Vi ser også, at borgerne havde meget lav motivation for selv at opsøge viden om programmet, og at borgerne havde dårligt kendskab til de eventsøgningsværktøjer, der var til rådighed. Borgerne efterspurgte f.eks. en Aarhus 2017-app eller en facebookside, fordi de ikke vidste, at begge dele faktisk allerede eksisterede. Kombinationen af, at man ikke formåede at motivere borgerne til at interessere sig for programmet, og at man ikke formåede at tydeliggøre, hvor man kunne finde programmet henne, peger på, at en aktiv og simpel kommunikationsstrategi er afgørende, hvis man skal motivere et bredere udsnit af befolkningen til at deltage.

På trods af at fonden gjorde meget aktivt for at markedsføre kulturhovedstadsprojektet som helhed, og på trods af at fonden assisterede mange projekter i at markedsføre enkelte events, så konstaterer vi fortsat, at der generelt var utilfredshed blandt borgerne med den information, der blev givet. Vi kan også konstatere, at det kun var de borgere, der var særligt motiverede, der selv opsøgte den information om programmet, de havde brug for.

5.4 Opsummering

Med udgangspunkt i, at deltagelse i events var en af de centrale deltagelsesformer for borgerne i forbindelse med Aarhus 2017, kan det diskuteres, hvorvidt det er problematisk, at en relativt stor andel af Aarhus 2017-publikummerne ikke var bevidste om, hvorvidt de events, de deltog i, var en del af Aarhus 2017 eller ej. En vis grad af forvirring kunne næppe undgås, når programmet var

⁸⁷ Se også temarapport nr. 4 "Aarhus 2017 fra borgernes perspektiv", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

⁸⁸ Se også temarapport nr. 7 "Organiseringen af kulturhovedstadsprojektet Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

⁸⁹ Se også temarapport nr. 2 "Kulturinstitutionernes involvering i Aarhus 2017", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

så omfattende, inkluderede årligt tilbagevendende begivenheder og blev kommunikeret af en række forskellige aktører.

Vi har set, at deltagelse i Aarhus 2017-events faktisk flyttede holdningen til Aarhus 2017 i en positiv retning, og derfor er det ikke helt ligegyldigt, hvorvidt publikum var bevidste om relationen mellem eventene og kulturhovedstadsprojektet.

Også i et fremadrettet perspektiv har det en betydning. De omkring 40% af den regionale befolkning, der selv vurderede, at de deltog i en eller flere Aarhus 2017-events, vil have en personlig fortælling om kulturhovedstadsåret, der er præget af disse oplevelser.

6 OPLEVELSER VED TRE SIGNATUREVENTS

Blandt de 628 events i kulturhovedstadsåret har vi valgt tre begivenheder, som havde en markant betydning for Aarhus 2017: åbningen af kulturhovedstadsåret i januar 2017, udstillingen *The Garden*, der forløb hen over sommeren 2017, og afslutningen af kulturhovedstadsåret i december 2017, hvor vi fokuserer på afslutningen i Hvide Sande. I dette kapitel udfolder vi kvalitativt de oplevelser, som publikum, der deltog i disse events, havde, og vi beskriver, hvad oplevelserne betød.

De tre cases er ikke repræsentative for de mange events i Aarhus 2017s program, men er udvalgt grundet deres signaturtræk. De har opnået stor synlighed og fremstår allerede som særlige fyrtårne fra kulturhovedstadsåret – hver med deres forskellige kendetegn.

Aarhus 2017 Åbningen rammesatte kulturhovedstadsprojektet og slog tonen an for kulturhovedstadsåret. Åbningen havde et højt publikumstal, fik stor national og international mediebevågenhed, involverede et stort antal frivillige og var én af Aarhus 2017s egenproduktioner.

The Garden blev en af Aarhus 2017s største succeser målt på antallet af publikummer. Udstillingen genererede også en del debat i medierne, hvor både politikere og borgere engagerede sig, og hvor der kunne iagttages en høj grad af holdningspolarisering.

Afslutningen i Hvide Sande, som bar titlen *Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment*, lukkede kulturhovedstadsåret. Begivenheden var samtidig en markering af, at hele regionen var en del af kulturhovedstadsprojektet.

Alle tre begivenheder blev højt profileret af Aarhus 2017.

I caseanalyserne undersøger vi, hvorfor publikum valgte at deltage, publikums oplevelse af eventene, og hvilken betydning begivenhedernes sted havde for publikums oplevelse. Formålet er at få et dybere indblik i publikumsoplevelserne. For to af casene (åbningen og *The Garden*) sammenligner vi endvidere resultaterne med resultater fra caseundersøgelser af mediedækningen, og vi belyser, hvordan publikum udtrykte deres oplevelser på de sociale medier og via nyhedsmedierne.⁹⁰

⁹⁰ Analysen af mediedækningen af disse to events findes udfoldet i temarapport nr. 5 "Aarhus 2017 i medierne", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

6.1 Case: Aarhus 2017

Åbningen

Den officielle åbning af kulturhovedstadsåret fandt sted i Aarhus centrum den 21. januar 2017.

Kulturhovedstadsåret blev erklæret åbnet af Aarhus 2017s protektor Dronning Margrethe og formand for Fonden Aarhus 2017 og borgmester i Aarhus Jacob Bundsgaard i Rådhusparken i Aarhus. Imens bevægede et optog på tusindvis af frivillige borgere med ni store, lysende vikingebåde og tusindvis af lysende lanterner formet som skibe sig forbi rådhuset til tonerne af Drømte mig en drøm i nat. Optoget fortsatte forbi banegården og ned til havnen, hvor et kæmpekor stod på trappen af Dokk1. Korets sang blev afløst af fyrværkeri og et multimedieshow, der blev præsenteret på havnens siloer.

Åbningen afsluttedes med DJ Static på havneområdet ved Mindet. Åbningen var iscenesat af britiske Nigel Jamieson, og medvirkende var bl.a. den færøske sanger Eivør, den dansk-tyrskiske sanger Luna Ersahin og Aarhus Jazz Orchestra.

I perioden op til åbningen havde Aarhus 2017 afholdt en række workshops, hvor frivillige borgere havde produceret de mange lysskibe til optoget, ligesom borgerne var inviteret til at gå med i paraden. Åbningen blev live-transmitteret på DR, og der var anslået 76.000 publikummer i gaderne i Aarhus centrum.

Nedenstående analyse af publikumsoplevelsen ved Aarhus 2017s åbningsceremoni baserer sig på data fra 48 korte interviews foretaget blandt publikum under selve åbningen samt på de åbne svar i vores spørgeskemaundersøgelse. Interviewpersonerne blev udvalgt med udgangspunkt i et ønske om at få respons fra en række forskellige tilskuere (på tværs af alder, køn m.m.).

Hvorfor var publikum til stede?

Publikums begrundelser for at deltage i åbningsaftenen var forskellige. For nogle var deltagelsen baseret på en tilfældighed, f.eks. et sammentræf på en cykeltur hjem fra arbejde, eller fordi de i forvejen havde planlagt en aften ned i byen. For størstedelen af de publikummer, vi

interviewede, var deres tilstedeværelse et aktivt tilvalg. Det var planlagt med afsæt i den formentale af arrangementet, de havde læst eller hørt om. Og de ønskede at være en del af ceremonien.

Når byen har lagt så meget energi i det [kulturhovedstadsprojektet], og alle er enige om, at det er en god ide, og der kommer noget liv, så synes jeg, vi skal støtte op om det. Men [jeg kommer] også, fordi jeg er meganysgerrig og vil se, hvad der sker, for det sker sku ikke igen.

[Der har været] meget reklame, så jeg har valgt at tage hened, fordi der er mange mennesker, og det var oplagt, når det er noget, der er så stort.

Mange publikummer var bosat i Aarhus og følte, at åbningen var en oplevelse, de ikke ville gå glip af. Flere fremhævede, at de følte en vis stolthed over at bo i en by som Aarhus, der var udpeget som europæisk kulturhovedstad i 2017. Ifølge de interviewede blev der skabt en helt speciel stemning i byen, som medvirkede til, at de følte sig som en del af Aarhus.

Man følte sig som en del af byen, og det var virkelig – jeg følte et touch med video og musik og lysshow og det hele – det var virkelig godt! Det rørte mig.

Publikums forventninger til kulturhovedstadsåret var meget forskellige. Nogle publikummer havde allerede indløst billet til efterfølgende Aarhus 2017-begivenheder eller havde forventninger om at deltage aktivt i store dele af kulturhovedstadsåret. Andre havde sparsom viden om eller lave forventninger til kulturhovedstadsåret og åbningsceremonien.

Jeg ved ikke rigtig, hvad det går ud på, det her kulturby – hvad os Aarhus-borgere kan forvente, der sker i byen, om det bliver en sjovere og mere farverig Festuge eksempelvis. Det er ligesom det kulturhøjdepunkt, som vi har her i byen. Hvad der sker i løbet af året, er jo svært at sige. Og jeg ved ikke engang, hvor længe det varer, det her.

Publikums oplevelse af den officielle åbning

Tilfredsheden med og glæden over åbningsarrangementet var udbredt.

Publikum fremhævede særligt lysshowet og oplysningen af byen ved bl.a. Rådhusstårnet som noget, der gjorde særligt indtryk. Koret, musikken, børnefortællingerne, processionen af mennesker gennem byen, de oplyste skibe, billedprojektionen på DLG-siloerne og fyrværkeriet var også elementer, der blev fremhævet særligt positivt.

Derudover påpegede publikum en glæde over, at dronningen var til stede. Selvom mange mennesker var samlet på begrænset plads, blev sikkerheden oplevet som høj, og publikum følte sig trygge.

*Koret ved Rådhuspladsen, det var fantastisk!
Det var på højde med nytårsaften – det var fantastisk. De her lys! Fyrværkeri! Kæmpe kor!
Det var en kæmpestor fornøjelse!
Åbningsceremonien har været virkelig godt.
Det skal de have, dem, som har stået for det!*

Rigtig godt! Rigtig hyggeligt. De små historier fra børnene er rigtig hyggelige. Fedt, at uanset hvor du er, så kan du se det. Man har inddraget Rådhusstårnet, lyssøjler projekteret op på himlen – så selvom man ikke kunne se bådene, så var vi stadig en del af det.

Det har været en fuldstændig ubeskrivelig oplevelse. Fuldstændig vanvittig.

Det suser jo i hele kroppen simpelthen – man er jo så opladt til at leve videre.

Publikumsbesvarelserne og vores interviews viser, at de fleste oplevede en helt unik stemning på aftenen. Eksempelvis stilheden inden klokken slog 19.00, og showet begyndte. Fællesskab, sammenhold og dét at være tæt sammen om oplevelsen på tværs af alder, køn, etnicitet m.m. beskrives af flere som særligt betydningsfuldt. Mange beskriver også en stolthed, en glæde og en identifikation med Aarhus som "min by".

Aarhus er pakket pænt ind her. Det gør, at man tænker: "Jeg vil aldrig flytte fra Aarhus!"

Også blandt publikummer, der ikke var bosiddende i Aarhus, blev åbningen oplevet som noget yderst positivt.

Det her er langt, langt, langt over min forventning. Det er helt vildt. Jeg er en frisk ung mand på 74 år. Og den slags oplevelser, får jeg sgu aldrig mere. Og så fik jeg jo held af at se Margrethe.

Trods den generelt meget positive oplevelse fremhævede publikum også enkelte negative oplevelser fra åbningen.

Nogle oplevede, at deres udsyn var begrænset, og at de ikke kunne følge godt nok med i alle dele af åbningsceremonien. Derudover beskrev publikum usikkerhed og manglende information om programmets forløb og indhold.

Jeg synes, det var en rigtig god oplevelse. Men jeg synes, der manglede information om, hvad der skulle ske nede på havnen. Fordi der var så mange mennesker, var det svært at vide, hvad der skete, og hvor man skulle kigge hen.

Fyrværkeriet på havnen var virkelig imponerende, men fordi vi ikke vidste, hvad der skulle ske, gik vi lidt forvirrede rundt og prøvede at finde ud af det. Så vi gik glip af starten af fyrværkeriet. Det kunne have været dejligt med lidt tydeligere informationer. Men alt i alt var det en god oplevelse.

Der kunne godt have været en storskærm på bagsiden af Dokk1 (ud mod pakhuset). Da der stod mange på den side, som ikke kunne se siloerne.

Især området ved havnen og Dokk1 og den sidste del af åbningsceremonien fik negative bemærkninger. Manglende udsyn til fyrværkeriet og DJ Statics show blev kritiseret. DJ Static blev kritiseret for ikke at evne at få publikum med sig, og flere var utilfredse med musikvalget, der ikke matchede stemningen eller målgruppen eller var afstemt med begivenheden.

Så bliver jeg rigtig ærgerlig, da DJ'en går på. De bruger et kvarter på at spille amerikanske og engelske hits. Jeg følte mig frarøvet min kultur i Aarhus, og jeg synes, det er

superægerligt at slutte af med at lytte til Coldplay i stedet for et aarhusiansk band. Jeg synes, man burde have gjort, ligesom da Festugen åbnede sidste år med Tina [Dickow] og det lokale kor fra Aarhus. Det havde været mere aarhusiansk. Jeg vil da hellere stå og synge Thomas Helmig end "Fuck the police, wow, hvad så".

Sluttidspunktet var et andet gennemgående kritikpunkt. Dels fordi åbningen sluttede tidligere end annonceret, dels fordi det ikke var tydeligt, at åbningsceremonien var færdig, da klokken slog 20.30. Flere følte således ikke, at der var en ordentlig afslutning på aftenen.

Den officielle åbnings lokation

Beslutningen om at placere åbningen i Aarhus' byrum blev fremhævet af mange som særdeles positivt. Det vakte begejstring, at der på åbningsaftenen ikke var biltrafik i byens centrum. De bilfrie gader bidrog, ifølge publikum, positivt til stemningen og gav en helt ny oplevelse af byrummet i Aarhus. Brugen af de eksisterende bygninger, herunder Rådhusårnet og de gamle industribygninger, blev ligeledes positivt modtaget.

Den fredelige stemning. Selvom vi var så mange, var der en særlig ro og harmoni. Det var en utrolig smuk og magisk oplevelse. Flot fyrværkeri. Flot at bruge de gamle industribygninger på havnen, at anerkende deres værd og vise Aarhus som den havneby, den nu engang er.

Publikums fremstilling af eventen på de sociale medier

De altovervejende positive publikumsoplevelser blev også afspejlet i mediedækningen i nyhedsmediernes og på sociale medier i forlængelse af begivenheden.⁹¹

I perioden op til åbningen havde der periodevis været kritik i medierne af kulturhovedstadsprojektet som et dyrt, uhåndgribeligt og elitært projekt. Efter åbningen forstummede mediekritikken både i den journalistiske

dækning og på de sociale medier. Åbningen havde formålet at iscenesætte kulturhovedstadsprojektet som 'folkets fest', og begivenheden medvirkede til at overskygge tidligere kritiske røster på tværs af medieplatforme.

Publikum dokumenterede i stor stil begivenheden på Instagram med billeder og videoer. På Instagram fremstår åbningen som en meget brugerinvolverende begivenhed. Publikums dækning er entydigt positiv i tonen, og brugerne beskriver begivenheden som "smuk", "rørende", "magisk" og "#onceinalifetimeexperience".

Publikum lod sig samtidig gerne associere med begivenheden på deres private profiler. Åbningen blev en måde at portrættere sig selv på som en del af noget større og vigtigt. Og der var generelt en stolthed over at være en del af arrangementet. Flere Instagrambrugere gav også udtryk for, at begivenheden afspejlede deres oplevelse af at være aarhusianere, og at begivenheden var med til at styrke deres aarhusianske identitet.

De publikumsoplevelser, vi kunne dokumentere via spørgeskemaer og interviews, blev altså spejlet på de sociale medier og i nyhedsmediernes.

Samlet set viser vores undersøgelse, at publikum i altovervejende grad havde en meget positiv oplevelse af åbningen.

6.2 Case: The Garden

The Garden, hvis fulde titel var The Garden – End of Times, Beginning of Times – var en treleddet udstilling, som udgjorde én af de fire megaevents i kulturhovedstadsåret.

De tre deludstillinger havde hver deres titel: The Garden – The Past, The Garden – The Present og The Garden – The Future. Sammen tematiserede udstillingerne menneskets forhold til naturen i hhv. fortiden, nutiden og fremtiden. Udstillingerne fandt sted på tre forskellige lokationer. The Past blev vist på ARoS i perioden 8. april – 10. september, The Present fandt sted forskellige steder i Aarhus by i perioden 3. juni – 30. juli, og The Future blev vist langs stranden ved Tangkrogen i perioden 3. juni – 30. juli.

⁹¹ Se temarapport nr. 5 "Aarhus 2017 i medierne", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

Som en del af *The Future* skabte Katharina Grosses værk *Untitled* en af kulturhovedstadsårets mest heftige debatter.

I dette afsnit kigger vi specifikt på *The Garden – The Present* og *The Garden – The Future* som case. Både *The Present* og *The Future* præsenterede værker ude i byrummet. *The Future* havde samlet værkerne på området langs stranden, og udstillingen var dermed placeret samme sted som udstillingen *Sculpture by the Sea*, der i årene 2009, 2011, 2013 og 2015 også præsenterede værker i samme område. Men placeringen af værker i byrummet var nyt for både AROS og publikum. En del værker var diskret placeret i byrummet, f.eks. Cyprien Gaillards *Understory*, der blev præsenteret på toiletgulvet på baren Shen Mao. Andre værker i *The Garden – The Present* blev præsenteret i det midlertidige galleri 'O' Space på havnen i Aarhus.

The Garden er den første triennale, som AROS har udviklet. Triennalen havde Erlend Høyersten som stiftende direktør, Lise Pennington som overinspektør og Jakob Vengberg Sevel som kurator.

The Gardens tre deludstillinger havde et anslået samlet publikumstal på knap 600.000.

Nedenstående beskrivelse af publikumsoplevelsen i forbindelse med *The Garden* baserer sig på 12 korte interviews foretaget blandt publikum på tre forskellige udstillingssteder. Dels på 'O' Space, hvor en stor del af værkerne fra *The Present* blev præsenteret, dels på Tangkroen, hvor langt størstedelen af værkerne blev præsenteret, og dels på det mere afsidesliggende Østhavnsvej 5, hvor Doug Aitkens installation blev placeret. Derudover trækker vi på de åbne svar fra vores spørgeskemaundersøgelse.

Publikums oplevelse af udstillingen og værkerne

De fleste publikummer, som vi interviewede, havde opsogt udstillingen, fordi de havde hørt eller læst om den i medierne (Facebook, avisen, TV) eller via venner og familie. Andre var tilfældigt gået forbi og havde opdaget udstillingen.

Uanset baggrunden for at se udstillingen var der en generel enighed blandt publikum om, at der manglede information om værkerne – både om det

indholdsmæssige og om, hvor de var placeret. Mange pointerede, at kataloget, der kunne købes på AROS, var en nødvendig forudsætning for at kunne finde værkerne og få noget ud af udstillingen. Nogle havde formået at finde og købe kataloget, mens andre ikke vidste, hvor de skulle søge information.

Jeg købte kataloget. Uden det havde det været svært at få det rigtige ud af udstillingen.

De [værkerne] var umådelig svære at finde uden at købe den lille hjælperbog.

Jeg oplever det som en stor mangel, at der ikke ved de enkelte værker er en kort orientering om kunstnerens tanke og intention med værket. En hjælp til os almindeligt dødelige til at følge kunstnerens intention. De steder, hvor der var 'personale', kom de helt uopfordret hen og ville samtale om værkerne. Det var så positivt og gav en bedre forståelse af værkerne.

Størstedelen af de publikummer, vi var i kontakt med, havde foretrukket, at den relevante information var til stede ved værkerne. Enkelte publikummer betragtede det dog positivt, at vejen til kunstværkerne var vanskelig at finde.

Desuden vil jeg mene, at den lille 'rejse', man skal gennem for at finde værkerne, skaber et smukt tilhørsforhold til værkerne.

Publikum var overordnet set positive i deres vurdering af udstillingerne *The Future* og *The Present*. På trods af at flere oplevede, at udstillingerne var svært tilgængelige i forhold til budskab og placering, var der en generel tendens til, at publikum betragtede udstillingerne som inkluderende:

Det er fantastisk at se på kunst, mens jeg er ude i naturen, og at emnet handler om naturen.

Naturoplevelsen langs stranden væves sammen med værkerne og gør det meget sanseligt. At se på kunst bliver dermed noget for alle. Det bliver et mødested, hvor folk fra forskellige samfundslag deler oplevelser, hvilket jeg godt kan lide.

Publikum var dog delt i deres vurdering af værkerne og de enkelte udstillinger. Nogle beskrev udstillingen på 'O' Space som "forfriskende", mens andre fandt den "bombastisk og poppet". Værkerne formåede også at frembringe følelser hos publikum. Ved udstillingen af Doug Aitken fremhævede flere den "intense og specielle stemning", der indfangede publikum og skabte en unik oplevelse. Værkerne ved Tangkrogen blev beskrevet som sjove og flotte, men også som provokerende og pudsige.

På tværs af køn og alder fremhævede mange de samme værker som nogle, der gjorde et særligt indtryk: Specielt Katharina Grosses værk "*Untitled*", Anssi Pulkkinen & Taneli Rautiainens værk *Constrained View (Gap)* og *Constrained View (Fountain)* samt Alicja Kwades værk *Be-Hide*. Rune Bosses træ på 'O' Space fik også mange positive bemærkninger med på vejen, ligesom lokationen 'O' Space var med til at understøtte det følelsesmæssige indtryk, som værkerne skabte.

Publikumskritikken var primært rettet mod *The Future* og værkerne langs Tangkrogen. Der blev udtrykt skuffelse over værkernes antal og karakter. Og der var en tendens til, at publikum sammenlignede udstillingen *The Future* med *Sculpture by the Sea* og vurderede værkerne med udgangspunkt heri. En udtrykte det således:

Der var simpelthen for få værker på strækningen. Det virkede som en meget skrabet udgave af tidligere Sculpture by the Sea. Stor mangel på de skæve og quirky værker, som der tidligere har været i forbindelse med Sculpture by the Sea.

Værkerne skabte dog også refleksion hos publikum, hvilket også var hensigten bag eksempelvis *Untitled*. En udtrykte det således:

Alle værker får mig til at overveje miljøet i fremtiden. Det gælder dem, der er mest positive, såvel som dem, der er mest negative.

Værkernes lokation og karakter

Publikum udtrykte tilfredshed med, at udstillingerne var placeret i naturen, i utraditionelle lokaler eller på

utraditionelle steder, hvor man ikke forventer at møde kunst. Enkelte vurderede dog, at placeringerne af værkerne uden for de traditionelle kunstmuseer havde negative konsekvenser for antallet af besøgende.

Jeg tror ikke nødvendigvis, det er den bedste beslutning [at placere værkerne uden for museerne], hvis man skal have flest besøgende. Men for mig er det et plus, at man kommer ud i nogle andre lokaler, og at her er lidt mere [råt]. (Om udstillingsstedet 'O' Space).

[...] jeg synes, at det gør det [oplevelsen] lidt federe. Udefra ligner det bare en havnebygning, men når man kommer ind, er her lækkert med blomster og planter og så videre. Det er en meget fed kontrast. (Om udstillingsstedet med Doug Aitkens værk).

Generelt var publikum enige om, at placeringen af værkerne ved hhv. 'O' Space, sydhavnen (Doug Aitken) og *The Future*, var med til at tilføje en ekstra dimension til udstillingerne. Derudover fremhævede de også værkernes karakter og form som positivt.

Det er anderledes kunst, der inspirerer til overvejelser. Det er spændende at opleve noget nyt! En anden måde at opleve kunst på i stedet for kun at kigge på 'pæne billeder'.

Publikums engagement i eventen på de sociale medier

De polariserede publikumsoplevelser i forbindelse med *The Garden* kom også til udtryk i mediedækningen og på de sociale medier.⁹²

Værket *Untitled* af den tyske kunstner Katharina Grosse var omdrejningspunktet for størstedelen af debatten. Værket opnåede stor mediebevågenhed på grund af brugen af akrylmaling på græs, buske og træer i Mindeparken og blev flittigt debatteret på de sociale medier.

Debatten og mediedækningen var initieret af en publikummer ved udstillingen. Den 27. maj 2017 lavede en aarhusiansk borger et opslag på sin egen

⁹² Se temarapport nr. 5: "Aarhus 2017 i medierne", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

facebookprofil samt på AROs' facebookside, hvor hun ytrede sin bekymring og forargelse over værket tilblivelse, som hun så i Mindeparken dagen i forvejen. Opslaget affødte i de følgende dage flere hundrede kommentarer og op mod 6.000 delinger. Opdateringen var udløseren for debatten om værket, der efterfølgende spredte sig til de traditionelle nyhedsmedier.

Både publikum, der så udstillingen og det specifikke værk, og andre borgere og politikere blandede sig i debatten. Debatten udfoldede sig særligt på Facebook, hvor borgere og publikum udtrykte deres forargelse. De trykte medier agerede som talerør for fagfolk, politikere og andre meningsdannere, der overvejende var positive og sagligt argumenterende og derved bidrog til at nuancere debatten blandt det almindelige publikum.

Samlet set vidner vores undersøgelser om stor opmærksomhed på den tredelte event og om, at der i overvejende grad var positive oplevelser og vurderinger af den samlede event. At *Untitled* skabte så meget debat – især problematiseringer og negative holdninger – betyder reelt set, at det som kunstværk havde en klar funktion: at skabe debat og opmærksomhed og perspektivere til et relevant samfundsmæssigt tema.

6.3 Case: Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment

Den officielle afslutning af kulturhovedstadsåret fandt sted den 9. december 2017 – dels i Aarhus, dels i Hvide Sande.

Fra havnen i Hvide Sande – længst mod vest i regionen – blev to skibe symbolsk sendt ud på et vinterkoldt hav med kultur-hovedstadsstafetten. Retningen var Leeuwarden og Valletta, de to kommende europæiske kulturhovedstæder i 2018. Begivenheden i Hvide Sande, der havde titlen Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment, var en af årets fuldmåneevents og markerede, at Aarhus 2017 var et regionalt forankret projekt. Med til at markere afslutningen på kulturhovedstadsåret var derfor også borgmestre, viceborgmestre eller kulturudvalgsformænd fra alle regionens kommuner. Politikerne deltog aktivt i showet ved at bære fakler frem til de to skibe.

Afslutningsshowet var produceret af Aarhus 2017 i samarbejde med Ringkøbing-Skjern Kommune og

Teatret OM og var iscenesat af Dina Abu Hamdan. Den lokale musikskole, det lokale kor, dansere, skolebørn m.m. bidrog også til det 45 minutter lange show, der blev oplevet af anslået 10.000 tilskuere. Op til afslutningsshowet havde Ringkøbing-Skjern Kommune arrangeret en række events og koncerter forskellige steder i Hvide Sande.

Nedenstående beskrivelse af publikumsoplevelsen ved Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment baserer sig på ni korte interviews foretaget blandt publikum på havnen i Hvide Sande samt åbne svar fra vores spørgeskemaundersøgelse.

Hvorfor var publikum til stede?

Vores publikumsundersøgelse viser, at 58% af publikum til begivenheden var fra Ringkøbing-Skjern Kommune, mens de øvrige kom fra andre kommuner. De fleste publikummer, vi interviewede, havde hørt om eventen i medierne. Størstedelen af de lokale borgere begrundede deres deltagelse med, at de gerne ville bakke op om begivenheden, fordi den netop foregik i deres lokalområde.

Åh, det er sådan et lokalt arrangement, så [...] Og det lød spændende, og så skulle jeg ned at se det.

Andre begrundede deres deltagelse med den spændende foramtale i medierne, mens andre igen henviste til, at de havde deltaget i en række andre Aarhus 2017-begivenheder og derfor også ville være til stede i Hvide Sande til afslutningen. Det sidste gjaldt både lokale og besøgende udefra.

Publikums opfattelse af Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment

Publikum udtrykte sig meget positivt om afslutningsbegivenheden. Den store tilfredshed og de positive holdninger kom til udtryk både i vores interviews og i de åbne svar i spørgeskemaundersøgelsen. Mange beskrev afslutningen som "fantastisk" og "storslået".

Fantastisk show med lys og lyd. Flot sang og skuespil. Og megaflot fyrværkeri. Storslået show!

Mange fremhævede – på linje med åbningen – at afslutningen var ”en oplevelse for livet”. Flere lokale publikummer betonedede det faktum, at begivenheden blev afviklet lokalt. Placeringen netop i Hvide Sande frembragte følelser af stolthed og taknemlighed hos mange lokale borgere.

Afslutningen med det hele var en kæmpe oplevelse for livet. Det var så fantastisk – tænk at være så heldig at opleve det – og så her i min by.

Det var afslutningsshowet på havnen, der gjorde størst indtryk på flertallet af publikummerne. Men særligt et af arrangementerne før selve afslutningsshowet – koncerten med Folkeklubben – blev dog fremhævet af store dele af publikum. Publikum skelnede ikke mellem de arrangementer, der foregik før selve afslutningsbegivenheden, og selve afslutningen. Men betragtede begivenhederne som en helhed.

Mange brugte ord som sanseligt, professionelt og smukt, da de skulle beskrive oplevelsen og begivenheden.

En vanvittig fantastisk oplevelse, der appellerede til alle vores sanser – kunne mærke den dybe bas i kroppen, lytte til kombinationen af elektronisk musik og smuk sang og trommer og nyde synet af lysshow, ild og fyrværkeri oppe på den klare stjernehimmel.

Afslutningsshowet var helt fantastisk flot. Dejlig musik, flot optræden og et helt fantastisk flot lysshow og fyrværkeri. Meget professionelt lavet.

Kritikken var primært rettet mod formidlingen af begivenheden. Flere savnede oplysninger om indholdet, handlingen og betydningen af symbolikken i showet. Og flere valgte at gense showet på TV efterfølgende for at få alle detaljer med.

Vi savnede en beskrivelse af forløbet i showet. Vi ledte efter det på hjemmesiden, men fandt ikke noget, og der var heller ingen information at finde i Hvide Sande. Det var faktisk først, da vi kom hjem og så det på TV, at vi fik forløbet.

Flere fremhævede også, at det var svært for børn at se showet grundet manglende tribuner eller forhøjninger.

En fin finale, men man havde glemt at lave udsyn til de små børn – de kunne ikke se så meget for de voksne.

Andre lokale publikummer var på forhånd skeptiske og bekymrede for potentielle udfordringer som følge af vejret og det udendørs show. Den forudgående bekymring synes dog ikke at have påvirket deres efterfølgende oplevelse af afslutningsshowet.

Idet jeg er lokal indbygger fra byen, var jeg lidt skeptisk. Man tænker jo på, hvilke udfordringer der kan opstå i forhold til vejr og vind. Jeg må sige, at selve showet var flot. Jeg har efterfølgende set TV-programmet, som er meget mere fortællende. Det var svært som tilskuer til showet på havnen at få så mange detaljer med som på TV. Det var dejligt, at man brugte så mange lokale frivillige kræfter. Det er især et af kendetegnene ved vores område: frivillighed og deltagelse.

Den officielle afslutnings lokation

Beslutningen om at placere den officielle afslutning i Hvide Sande skabte begejstring blandt publikum. Flere fremhævede, at placeringen i Vestjylland var med til, at Aarhus 2017 ramte et bredere publikum. At havnen udgjorde rammen om eventen, fuldendte den samlede oplevelse af eventen.

Hvad fanden sker der i Hvide Sande? Jeg har aldrig set så mange mennesker uden for sæsonen.

Jeg synes, det var en god ide at anvende havnen i Hvide Sande. Det har givet mulighed for at ramme et bredere publikum og givet nærmiljøet mulighed for at få en unik oplevelse.

Den lokale befolkning udtrykte taknemlighed, stolthed og glæde over, at afslutningen blev afholdt i Hvide Sande, da de skulle beskrive, hvad de især ville huske fra eventen. Valget af Hvide Sande viser, ifølge dem, at

kulturhovedstadsprojektet var for befolkningen i hele regionen, og at alle kommuner havde en betydning for projektet.

Jeg har oplevet stor taknemmelighed over, at afslutningen blev afholdt i Hvide Sande, og [at Aarhus 2017] dermed har vist, at hele regionen har betydning. Vi glemte totalt kulden under showet.

Afslutningsarrangementets placering i Hvide Sande virkede overbevisende for de vestjyske borgere. Men det var både beslutningen om lokaliseringen og det faktiske kulturelle indhold, de lokale deltagere oplevede som meget positivt.

7 PERSPEKTIVERING

Når vi ser fremad, kan vi spørge, hvilke effekter programmet for Aarhus 2017 vil få. Analyserne i denne rapport peger både på det, der oplagt vil ske, og det, der skal arbejdes mere med, for at det kan lykkes.

Programmet var kendetegnet ved høje kunstneriske ambitioner, og der er ingen tvivl om, at såvel de lokale kulturaktører som Fonden Aarhus 2017 arbejdede på at præsentere et samlet program af høj kunstnerisk kvalitet og med et stærkt internationalt islæt. Den høje kvalitet vil også få betydning i årene fremover, fordi Aarhus og Region Midtjylland hermed har bevist, at man her kan producere kultur på et internationalt niveau. Hele rammen med at gentænke fik betydning for det at lave et program, der gik på tværs af genrer, og hvor man arbejdede med nye formater. En del af denne gentænkning bestod i langt højere grad end normalt i at lave kulturevents i byrummet. Erfaringen med disse formater og ikke mindst det internationale netværk og den internationale anerkendelse skal bruges aktivt i årene fremover. Det samme gælder erfaringerne med at inddrage en bredere palet af genrer. Selvom genrer som sport og gastronomi ikke fyldte i programmet, så var de til stede og hang sammen med det øvrige program. På den måde er der taget skridt i retningen af faktisk at kunne kuratere store kulturbegivenheder med udgangspunkt i et udvidet kulturbegreb. Også her handler det om at bygge videre på de formater, der er udviklet i forbindelse med Aarhus 2017.

Fremover bør det også overvejes, i hvor høj grad det skal være et mål at nå ud til nye målgrupper. Aarhus 2017s målsætninger herfor var uklare, og der skete et skifte fra ansøgningsfasen til etablerings- og udviklingsfasen. Der blev i årene 2013-2017 ikke lagt vægt på at nå ud til specifikke målgrupper, men på en mere generel målsætning om at nå ud til mange, og her levede man op til de fastsatte mål. Set i det lys er det ikke uventet, at vores analyse viser, at det var de mest kulturvante borgere, der fyldte blandt publikum. Al forskning i publikumsudvikling peger på, at det kræver en målrettet indsats at nå ud til nye målgrupper – og på, at denne indsats skal være langsigtet. Her er der altså grundlag for at arbejde videre, bl.a. på baggrund af at kulturhovedstadsprojektet har vist, at gratis adgang og kultur i byrummet kan have en positiv effekt.

I forhold til andre store events, herunder den kommende festival under Europæisk Kulturregion, er det værd at hæfte sig ved, at det kræver en målrettet indsats at formidle, både hvad publikum kan opleve, og sammenhængen mellem de konkrete events og den overordnede ramme. Det har en betydning, fordi begivenheder som Aarhus 2017 skaber en interesse og en lyst til at deltage, der ikke bliver omsat til handling, hvis det viser sig at være for kompliceret at navigere i. Det har også en betydning, fordi holdningen til det overordnede projekt præges positivt af deltagelse i events.

7.1 Analyse af programmet og publikum

I et evalueringsperspektiv er det ikke alene værd at se på rapportens resultater, men også på metoden. Bag denne analyse ligger der et omfattende arbejde med at gennemføre kvantitative publikumsundersøgelser i samarbejde med en lang række arrangører. Hele erfaringsgrundlaget er dokumenteret i en særskilt rapport med det formål at sikre et videngrundlag for fremtidige publikumsundersøgelser.⁹³ Ud over museumsområdet har kulturlivet ikke den store tradition for systematiske publikumsundersøgelser, og for mange arrangører var det første gang, at den form for undersøgelser blev lavet. Hvis man f.eks. vil kende sammensætningen af publikum, er det et afgørende værktøj at kunne tage i brug.

I denne rapport har vi herudover præsenteret analyser af tre udvalgte kvalitative publikumsundersøgelser og kan konstatere, at de er et værdifuldt supplement til de kvantitative undersøgelser. Stolthed, fællesskab og forholdet mellem eventen og stedet er nogle af de effekter, der er kommet frem i de kvalitative undersøgelser. Kulturhovedstadsprogrammet med i alt 628 events gjorde det ikke oplagt at udbrede metoden, men de få undersøgelser, vi havde ressourcerne til at lave, var værdifulde. Resultaterne fra de kvalitative

undersøgelser kunne i et vist omfang godt fungere kvalificerende i forhold til nye kvantitative design, således at publikumsanalyser i højere grad blev baseret på den mixed-methods-tilgang, vi i øvrigt har baseret evalueringen på.

Programanalysen var en udfordring. Det skyldes til dels omfanget af programmet, der gjorde det oplagt primært at anvende kvantitative metoder. Her var datagrundlaget i form af eventkalenderen imidlertid ikke det bedst tænkelige datagrundlag. Selvom projekternes indrapporteringer kunne supplere, var der brug for kvalitative data, der i højere grad dokumenterede intentionerne bag programmet og producenternes egne vurderinger af programmet. Her fokuserede vi i høj grad på Fonden Aarhus 2017s intentioner og kunne dermed ikke i nogen særlig grad inddrage de intentioner, de decentrale kulturaktører havde med de enkelte events. For at inddrage perspektiver fra de decentrale kulturaktører afholdt vi interviews med ledere af regionens kulturinstitutioner og afholdt projektevalueringsworkshops med grupper af forskellige projektejere. Selvom vi ikke lavede egentlige eventanalyser, var det et helt nødvendigt grundlag for såvel programanalysen som publikumsanalysen, at vi i rethinkIMPACTS 2017 undervejs i kulturhovedstadsåret oplevede så stor en andel af programmet, vi kunne overkomme, herunder ikke mindst alle de events, vi gennemførte publikumsundersøgelser ved.

⁹³ Se erfaringsrapport: "Aarhus 2017 – Publikumsundersøgelser", rethinkIMPACTS 2017 (2018).

APPENDIKS 1: METODE

Overblik over datagrundlag

Denne temarapport bygger på data dels om Aarhus 2017s program og dels om publikum. Det primære datasæt for programanalysen er Fonden Aarhus 2017s eventkalender, mens der også benyttes monitoreringsdata, som indsamles hos projekterne, og andre typer data udleveret af Fonden Aarhus 2017. Vi supplerer vores analyse af programmet med interviews med direktør Rebecca Matthews, programdirektør Juliana Engberg og øvrige medarbejdere fra programteamet samt dokumenter fra den omfattende proces med at skabe det samlede program. Herudover er en række projektevalueringsworkshops afholdt af rethinkIMPACTS 2017 en del af datagrundlaget.

Publikumsanalyserne baserer vi først og fremmest på spørgeskemaundersøgelser gennemført ved samtlige mega- og fuldmånevents rettet mod et voksenpublikum samt et sample af almindelige events.⁹⁴ Undersøgelsen af mega- og fuldmånevents dækker således alle events, hvor en tilfældigt udvalgt stikprøve af publikummer til de enkelte events fik tilsendt spørgeskemaet. Vi undersøger 25 almindelige events,

hvilket er en stikprøve udvalgt ud fra en repræsentativ fordeling på parametrene geografisk fordeling (Aarhus, øst eller vest), gratis/betaling, tidspunkt på året og så vidt muligt genre. Også ved de almindelige events var det en stikprøve af publikummerne til de enkelte events, som blev udvalgt, ved at vi henvendte os til hver femte publikummer, vi mødte til eventen. Se tabel A1.1 for et overblik over datagrundlaget.

Rapporten anvender flere steder en sammenligning mellem publikum ved Aarhus 2017-events og den samlede regionale befolkning. Derfor har vi løbende inddraget data fra vores befolkningsundersøgelse, hvor der er gennemført spørgeskemaundersøgelser og fokusgruppeinterviews før, i løbet af og efter kulturhovedstadsåret. Se appendiks i vores temarapport nr. 4 om Aarhus 2017 fra borgernes perspektiv for en uddybning af metoden bag befolkningsdataene. Herudover inddrages der data om befolkningens køn, alder og uddannelse indhentet hos Index Danmark/Gallup.

Nedenfor vil vi først uddybe datagrundlaget for programanalysen og herefter indsamlingen af publikumsdata via både spørgeskemaer og interviews.

⁹⁴ Det vil sige, at der ikke er gennemført spørgeskemaundersøgelser ved *Ønskelandet* og ved den del af *Snapsting*, der var rettet mod børn, da minimumsalderen for denne type spørgeskemaundersøgelser er 15 år med mindre man kan sikre forældrenes godkendelse af børnenes deltagelse.

Tabel A1.1 Datagrundlaget bag denne rapport

Spørgeskemaundersøgelse blandt publikum (indsamlet af rethinkIMPACTS 2017)	Rekruttering af en stikprøve af publikummer er foretaget ved alle mega- og fuldmåneevents og 25 udvalgte almindelige events henvendt til et voksenpublikum.
Interviews med publikum (indsamlet af rethinkIMPACTS 2017)	Interviews med tilfældigt udvalgte publikummer ved en fuldmåneevent og to megaevents.
Observationer ved events (indsamlet af rethinkIMPACTS 2017)	rethinkIMPACTS 2017-teamet har været til stede ved mange events – også ud over de samlede events – og foretaget observationer.
Referater fra projektevalueringsworkshops (produceret af rethinkIMPACTS 2017)	Mødereferater fra projektevalueringsworkshops i 2017 og 2018.
Eventkalenderdata (hentet på Fonden Aarhus 2017s hjemmeside)	Eventkalenderdata er baseret på den webbaserede eventkalender fra Fonden Aarhus 2017s hjemmeside. Data er indtastet dels af fonden selv, dels af de mange eventarrangører. Se appendiks 4 for uddybning.
Monitoreringsdata (hentet på Fonden Aarhus 2017s hjemmeside)	Monitoreringsdata er spørgeskemadata indsamlet af Fonden Aarhus 2017 i perioden 2013-2017. Spørgeskemaerne er udsendt til de projekt ejere, som modtog Aarhus 2017-bevillinger i de pågældende år. Data er på projektniveau, ikke eventniveau.
Interviews med Fonden Aarhus 2017-sekretariatets ledelse og medarbejdere (indsamlet af rethinkIMPACTS 2017)	11 interviews med Rebecca Matthews (2014-2018) 5 Interviews med Juliana Engberg (2015-2018) 10 interviews med syv programmedarbejdere (2016-2018).
Øvrige data fra Fonden Aarhus 2017	Programbudget, projektrekskaber mv.
Øvrige dokumenter	Programbogen, programindstik i avisen, www.aarhus2017.dk , ansøgning (nr. 1 og 2), den strategiske forretningsplan mv.

Data om programmet

Der indgår en række forskellige data i vores analyse af kulturhovedstadsprogrammet. Den primære datakilde er det endelige udtræk fra Fonden Aarhus 2017s eventkalender, som viser en samlet oversigt over events i 2017. Eventkalenderens funktion var først og fremmest at give publikum indsigt i, hvilke events de kunne opleve i 2017. Der findes ikke på samme måde en oversigt over events i årene op til selve kulturhovedstadsåret. I et publikums- og borgerperspektiv er der heller ingen tvivl om, at oplevelsen af Aarhus 2017 først og fremmest var en oplevelse af, hvad der skete i 2017, hvorfor det manglende overblik over events i de tidligere år er mindre problematisk.

Eventkalenderen var også det grundlag, hvorpå Fonden Aarhus 2017 informerede publikum om events i løbet af 2017. Eventkalenderen var således primært designet med henblik på at give publikum indblik i, hvad der skete hvornår, og var kun sekundært et afrapporteringsredskab. Oprettelsen af de forskellige events skete delvist, ved at de forskellige eventarrangører selv oprettede eventene, og delvist ved, at fondens egne medarbejdere, som oprettede events i eventkalenderen. Til trods for Fonden Aarhus 2017s kvalitetskontrol af det endelige eventkalenderudtræk har vi undervejs i analysearbejdet kunnet konstatere en række fejl og upræcisheder. Ikke desto mindre er det den bedst mulige opgørelse over events, og vi har så vidt muligt taget højde for de fundne fejl.⁹⁵

⁹⁵ En af de største udfordringer har været at sikre, at de forskellige events faktisk var en del af Aarhus 2017-programmet. Efter vejledning fra Aarhus 2017 har vi filtreret eventene, således at vi udelukkende har medtaget de 628 events, der modtog en bevilling fra Aarhus 2017. Eventkalenderudtrækket kan findes på Aarhus 2017s hjemmeside: <http://www.aarhus2017.dk/da/welcome-future/data-og->

Eventkalenderudtrækket er blevet suppleret med dele af monitoreringsdatasættet, hvori projekterne af-rapporterede på deres aktiviteter i perioden 2013-2017. Der var ikke noget en-til-en-forhold mellem projekt og event – et projekt kunne sagtens indeholde en række forskellige events. Projekterne var dem, der modtog bevilling fra Fonden Aarhus 2017, og var dermed defineret ud fra den pulje af aktører (og events), som samlet søgte om midler som ét projekt. Events hørte under diverse projekter med Fonden Aarhus 2017-bevilling og var defineret af Fonden Aarhus 2017 som følger (se appendiks 4 for uddybning af opgørelsen af events):

- En event er en aktivitet med et publikum.
- En event er defineret som en forestilling, en udstilling eller en anden begivenhed, der har særegen karakter og indhold.

Antallet af eventdage afspejlede det antal gange, en event blev gentaget. Hvis en event på samme lokation skiftede indhold, var der tale om en ny event.

Til at belyse intentionerne bag programmet har vi inddraget interviews med nøglepersoner i Fonden Aarhus 2017, ikke mindst programdirektør Juliana Engberg. Disse data giver indblik i det strategiske arbejde med programmet og udviklingen af en programstruktur samt temaet og kerneværdierne rolle set fra fondens side.

I løbet af 2017 var teamet bag evalueringen til stede dels samtlige af de events, der er gennemført undersøgelser af, og dels ved en lang række andre events. Analysen og fortolkningen af data er således også informeret af vores generelle kendskab til programmet og til de konkrete events.

Publikumsdata fra spørgeskemaer

I år 2017 gennemførte vi en omfattende undersøgelse af publikummer ved Aarhus 2017-events. For et uddybende indblik i organiseringen af de mange

indsamlinger og en 'how to'-guide, se rapporten *Aarhus 2017 – Publikumsundersøgelser*⁹⁶.

Vi har løbende i analysen behandlet mega- og fuldmåneevents for sig og almindelige events for sig. Dette skyldes undersøgelsernes forskellige art, hvor vi har undersøgt alle mega- og fuldmåneevents, men kun et udpluk af de almindelige events. Desuden blev de to typer events tænkt forskelligt fra fondens side, da mega- og fuldmåneevents havde en bærende rolle i programmet og dets struktur. Dertil kommer, at der ofte er interessante analytiske forskelle mellem de store flagskibsevents og de øvrige events.

Vi har ikke undersøgt fuldmåneeventen *Ønskelandet* (børneåbningen), da det ikke er muligt at inddrage deciderede børneevents i en spørgeskemaundersøgelse. Det havde krævet dels en forældre-tilladelse og dels en sikring af, at spørgeskemaet reelt kunne besvares af unge under 15 år. Derfor er populationen defineret som alle mega- og fuldmåne-events rettet mod et voksenpublikum. Da flere af mega- og fuldmåneeventene bestod af flere forskellige events, har vi gennemført undersøgelser ved i alt 20 mega- og fuldmåneevents (se Tabel A1.2). I figurer og øvrig afrapportering af data skelner vi udelukkende mellem de tre dele af *The Garden*, hvorimod de øvrige events behandles som samlede events, da der ikke er interessante forskelle mellem de forskellige (under)-events.

Eventkalenderen definerer en event ud fra indhold og lokation. Således vil nogle af de almindelige events, vi har samlet, ligeledes tælle som mere end én event i eventkalenderdata. Dette gælder f.eks. *Billedstorm*, som foregik på tre lokationer i hhv. Aarhus, Lemvig og Viborg. Vi har således undersøgt en stikprøve på 25 ud af 586 almindelige events i eventkalenderen. Her vil vi ligeledes afrapportere de udvalgte eventtitler som enkelte events – også selvom de foregår på flere forskellige lokationer, fordi der ikke er nogen analytisk pointe eller forskel mellem dataene, som nødvendiggør en opsplitning i figurer og analyser.

Se tabellerne nedenfor for det fulde overblik over de events, som vi har undersøgt. Tallene angiver antal

baggrundsmateriale/kulturelle-effekter/index.html. Vi har i arbejdet med datasættet konstateret en række upræcisheder, som vi så vidt muligt har korigeret for, men herudover har vi haft som udgangspunkt, at eventkalenderen er den bedste eksisterende kilde om programmet.

⁹⁶ Erfaringsrapport: "Aarhus 2017 – Publikumsundersøgelser", rethinkIMPACTS 2017 (2018)

events opgjort i eventkalenderen, som samlet løber op i 45 undersøgte events i vores spørgeskemaundersøgelse blandt publikum. I vores analyse har vi valgt at behandle de listede events som enkelte events med undtagelse af *The Garden*, som deles op i *The Past*, *The Present* og *The*

Future, da denne triennale er en megaevent og derfor gives ekstra opmærksomhed og detaljegrad i analysen. Figurerne i rapporten vil således blive baseret på en analytisk skelnen mellem i alt 38 events.

Tabel A1.2 Population af mega- og fuldmåneevents

	Eventnavn	Sted	Antal
Megaevent	Aarhus 2017 Åbningen	Aarhus	1
	The Garden	Aarhus	3
	Røde Orm	Aarhus	1
	Aarhus 2017 Finale – Celebrate The Year	Aarhus	1
Fuldmåneevent	Januar: Ønskelandet (børneåbningen)	Region Midtjylland	Indgår ikke
	Februar: Befri Gudstjenesten	Aarhus	1
	Marts: Århundredets Festival	Aarhus	1 (8 forskellige dele af festivalen)
	April: Off Road ⁹⁷	Herning	1
	Maj: Freedom Prison ⁹⁸	Horsens	1
	Juni: Snapsting ⁹⁹	Viborg	1
	Juli: EUTOPIA	Aarhus	1
	August: Silkeborg Ildfestregatta	Silkeborg	1
	September: Watermusic	Randers	1
	Oktober: Rethink Reformation	Aarhus	1
	November: Move for Life	Region Midtjylland	4 (Aarhus (to events), Silkeborg og Lemvig)
	December: Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment	Hvide Sande	1

Note: Titel og antal er angivet ud fra eventkalenderdata med vores tilpasninger, der tager udgangspunkt i definitionen af en event som det samme indhold, der præsenteres på det samme sted. Festivaler er opgjort som samlede events. Her har vi udvalgt et så vidt muligt repræsentativt udsnit af de forskellige dele af festivalen.

⁹⁷ *Off Road* var en samlet kulturfestival i Kulturregion Midt- og Vestjylland. Vi har kun gennemført en publikumsundersøgelse ved åbningen i Herning den 11. april 2017, da det var denne del af festivalen, der ifølge Aarhus 2017 udgjorde fuldmåneeventen.

⁹⁸ *Freedom Prison* bestod dels af en række mindre teaterscener i hverdagene og dels af et stort show i weekenden den 20.-21. maj 2017. Vores spørgeskemaundersøgelse blev gennemført i weekenden.

⁹⁹ Vores undersøgelse af *Snapsting* blev gennemført ved *Pop-Up Kulturhus* af Carte Blanche, idet Aarhus 2017 oplyste, at det var denne event samt *Snapsting for Børn* på Borgvold, der modtog projektstøtte fra Aarhus 2017. Viborg Kommune afrapporterede senere på hele *Snapsting* til Aarhus 2017.

Tabel A1.3 Sampling af almindelige events

Eventnavn	Sted	Antal
Aarhus Stories	Aarhus	1
Tree of Codes	Aarhus	1
Aarhus Arkitektur Festival	Aarhus	1 (indsamlet ved tre dele af festivalen)
Orms Rejse	Aarhus	1
De Syv Dødsynder: Grådighed	Holstebro	1
International Big Band Festival	Aarhus	1 (udvalgte koncerter under festivalen)
Streetfestival 2017	Syddjurs	1
Sport Tailgate 2017	Aarhus	1 (tre forskellige dele af eventen)
Skjulte Steder: Fællesskab og et liv i balance	Aarhus	1 (forskellige dage med forskelligt programindhold)
Europæisk Middelalder Festival 2017	Horsens	1
Det Gode Bord	Aarhus	1
Aarhus Walks on Water	Aarhus	1
Landsbytræf	Favrskov	1
Dans din nabo	Aarhus	1
Jeg Er Splittergal	Aarhus	1
Bollywood Beats and Big Band	Randers	3 forskellige (Aarhus, Randers og Viborg)
Rejsen	Aarhus	1
Hypotheticals #4	Aarhus	1
Når trådene bindes: Herregårde	Herning	1
Billedstorm	Aarhus/Lemvig/Viborg	3
Aarhus Fortæller	Aarhus	1

Note: Titel og antal er angivet ud fra eventkalenderdata med vores tilpasning, så en event er det samme indhold præsenteret samme sted.

Sampling af almindelige events

Dette afsnit redegør for samplingen af de almindelige events, som har været gjort til genstand for publikumsundersøgelsen i forbindelse med Aarhus 2017. Der redegøres i den forbindelse for den korrektion, som det ca. midtvejs i kulturhovedstadsåret var nødvendigt at foretage mht. samplingen af disse events.

Den grundlæggende sampling af events blev foretaget i januar 2017. Udvælgelsen af disse baserede sig på udtræk fra Fonden Aarhus 2017s eventkalender, og de

blev udvalgt således, at der var en repræsentativ fordeling af events på følgende parametre:

- Geografi (Aarhus/øst/vest)
- Tid på året (måned)
- Betaling/gratis
- Genre (baseret på kategoriseringen i eventkalenderen).

Eventudtrækket blev efterfølgende bearbejdet på følgende vis:

- 1) Det overordnede kriterium for samplingen af en event var, at eventen modtog støtte fra Fonden Aarhus 2017. Med henblik på at sikre dette blev Fonden Aarhus 2017 konsulteret i tvivlstilfælde. Events, der tydeligt ikke indgik i det officielle program, blev frasorteret. Det samme gjaldt events i Pafos, Cypern, som var den anden kulturhovedstad i 2017.
- 2) Events blev defineret som arrangementer med et specifikt indhold, der evt. blev gentaget over flere dage/opførelser. I tilfælde, hvor f.eks. en festival blev annonceret som en samlet event, talte den dermed som en event.
- 3) Alle de events, der udelukkende havde børn, unge og familier som målgruppe, blev frasorteret for at undgå events med en overvejende andel af tilskuere på under 15 år.
- 4) Geografisk angav eventkalenderen, hvilken kommune eventen fandt sted i. På baggrund af dette opdelte vi eventene i 'Aarhus', 'øst' og 'vest'.¹⁰⁰
- 5) Det blev registreret, hvorvidt der var tale om et gratisarrangement eller et arrangement med deltagerbetaling.
- 6) Events med angivelse af flere genrer er medtaget under alle de opgivne genrer.¹⁰¹
- 7) Der er medtaget events i samtlige de måneder, eventene var tilgængelige for publikum.
- 8) De samlede events skulle være egnede til en spørgeskemaundersøgelse, hvor deltagerne blev rekrutteret på stedet. Det betød, at de events, hvor man forventede, at meget få publikummer ville være til stede ad gangen, blev frasorteret.

I juni 2017 blev der foretaget en korrigeret sampling af de ordinære events, fordi der siden januar var blevet tilføjet flere events til kalenderen, især sidst på året. Vi ønskede at holde vores sampling op mod dette opdaterede datagrundlag, hvilket var udslagsgivende i forhold til den tidsmæssige fordeling, idet der i bestemte måneder i første halvår endte med at blive gennemført færre publikumsundersøgelser, end der burde i en repræsentativ sampling.

Vi vurderer, at begge samplings kan betegnes som samlet set repræsentative på de udvalgte parametre. Den endelige, korrigerede sampling er mindre repræsentativ, men dette skyldes også flere praktiske hensyn samt events, som blev aflyst. Det korrigerede sample har lidt for mange gratis events og for mange events fra det tidlige forår (og for få fra det sene forår). Endvidere indgår der for mange events med scenekunst, billedkunst og udstillinger og for få med festivaler og musik/lyd.

Nedenfor ses en sammenligning af den endelige sampling og det samlede antal events i eventkalenderen på de udvalgte parametre, som der er samplet ud fra.

¹⁰⁰ Efter den samme inddeling, som rethinkIMPACTS 2017 bruger generelt. Øst: Norddjurs, Syddjurs, Randers, Favrskov, Silkeborg, Skanderborg, Odder, Horsens, Hedensted og Samsø Kommuner. Vest: Viborg, Skive, Struer, Holstebro, Lemvig, Ringkøbing-Skjern, Ikast-Brandø og Herning Kommuner.

¹⁰¹ Genrerne i eventkalenderen var: arkitektur, billedkunst og udstillinger, design, festivaler og happenings, film og animation, highlights, litteratur, musik og lyd og scenekunst. Til trods for et par diskutabile genrebetegnelser (især highlights, der typisk blev angivet i kombination med en anden genre), og at genrer som mad og sport manglede, valgte vi at bruge den officielle inddeling, da vi ikke havde det fornødne informationsgrundlag til at lave en alternativ kategorisering. Hertil kommer, at det var denne kategorisering, publikum blev mødt med på Aarhus 2017s hjemmeside og app.

Tabel A1.4 Samplets repræsentativitet på udvalgte parametre

Parametre bag samplingen	Vores sample af almindelige events	Samlet population af almindelige events
Andel af gratis-events	52%	52%
Geografi:		
Aarhus	61%	59%
Øst	23%	23%
Vest	16%	16%
Tid på året:		
Januar	3%	8%
Februar	6%	8%
Marts	11%	10%
April	19%	17%
Maj	22%	16%
Juni	14%	14%
Juli	14%	13%
August	22%	23%
September	28%	22%
Oktober	19%	16%
November	17%	14%
December	14%	10%
Genre/kunstform:		
Billedkunst og udstillinger	19%	26%
Musik og lyd	19%	21%
Scenekunst	5%	14%
Design	5%	2%
Film og animation	10%	6%
Arkitektur	5%	6%
Litteratur	0%	2%
Highlight	29%	14%
Festivaler og happenings	62%	46%

Potentielle fejlkilder

Henvendelser og besvarelser

Vi rekrutterede respondenter til vores spørgeskemaundersøgelser blandt publikum ved at udstyre studentermedhjælpere fra rethinkIMPACTS 2017-teamet og en række frivillige med iPads og få dem til at cirkulere rundt blandt publikum ved Aarhus 2017-events, hvor de skulle få publikum til at skrive sig op som

deltagere i undersøgelserne. Vi indsamlede oplysninger om køn, alder og sprog samt kontaktoplysninger, som herefter blev benyttet til at udsende spørgeskemaet efter den enkelte events afslutning. Det er af afgørende betydning for vores undersøgelse, at det var en tilfældigt udvalgt stikprøve af publikummer, som skrev sig op og besvarede spørgeskemaet, da vi ønsker et repræsentativt udsnit af publikummer, således at vi kan generalisere resultaterne fra vores undersøgelse til Aarhus 2017-publikummer generelt set. Der er potentielt

to fejlkilder, som kan forringe repræsentativiteten af vores undersøgelse.

For det første kan der være en tendens til, at man som dataindsamler henvender sig til bestemte typer af personer, f.eks. kvinderne, dem, der ser glade ud, eller de ældre publikummer. Dette gjorde vi meget for at undgå. Den vigtigste regel for dataindsamlerne var, at de skulle henvende sig til hver femte publikummer, de mødte til den enkelte event. De frivillige fik tilsendt nøje instrukser forud for eventen, og på indsamlingsdagen blev de også instrueret grundigt, og der blev fulgt op af en indsamlingsansvarlig fra rethinkIMPACTS 2017-teamet. Her gjorde vi meget ud af at forklare vigtigheden i, at de valgte tilfældige publikummer. På den måde kunne vi minimere bias forbundet med dataindsamlernes rekruttering.

For det andet kan der være en tendens til, at det er bestemte typer af personer, som vælger at besvare spørgeskemaet. Det kan f.eks. være de mest kulturinteresserede, dem, der er meget positive over for eventen, eller dem, der er utilfredse med parkeringsforholdene. Dette kan dels have betydning for frafaldet i situationen, hvor vi forsøgte at rekruttere dem – altså om de takkede ja eller nej til at få tilsendt spørgeskemaet – og dels have betydning for, om de valgte at åbne det tilsendte link til spørgeskemaet og besvare spørgeskemaet, da de kom hjem fra eventen. Vi registrerede alle publikumshenvendelser, også fra dem, som takkede nej til at deltage i vores undersøgelse, og anslog køn og alder samt sprog (dansk/ikkedansk). De data kunne vi bruge til at belyse, hvorvidt der var et systematisk frafald i rekrutteringssituationen. Vores analyser viser, at der ikke var en sådan form for systematisk frafald, og der var således overordnet set en lige stor andel af mænd som af kvinder, som takkede hhv. ja og nej til at deltage, samt en ligelig andel af frafald blandt hhv. publikum bosat i Danmark og publikum bosat i udlandet. Vi så heller ikke store forskelle fordelt på køn, alder og sprog i frafaldet, efter at spørgeskemaet var blevet udsendt.

Således vurderer vi samlet set, at vores stikprøve af publikummer er repræsentativ for det samlede publikum ved Aarhus 2017-events. Vi udtaler os derfor om Aarhus 2017s samlede publikum på baggrund af de indsamlede data.

Publikummer involveret i Aarhus 2017 eller kulturlivet

Publikummer, som var involveret i eller knyttet til Aarhus 2017 – som medarbejdere i fonden, projektejdere eller frivillige – var mere tilbøjelige til at have positive holdninger til Aarhus 2017 og de enkelte events end den gennemsnitlige publikummer. Det samme gælder publikummere, som arbejdede professionelt med kultur. Derfor har vi undersøgt andelen af Aarhus 2017-tilknyttede personer og kulturprofessionelle ved de enkelte events. Dette er relevant af to årsager. Dels kunne en meget høj andel af såvel Aarhus 2017-tilknyttede personer som professionelle kulturarbejdere tyde på, at man primært engagerede et publikum, der var storforbrugere af kultur, hvilket blev bekræftet af, at der var en større andel af kulturaktive blandt publikum end blandt befolkningen generelt. Dels kunne man formode, at især gruppen af personer tilknyttet Aarhus 2017 var særligt positivt indstillet over for kulturhovedstadsprojektet og dermed også vurderede de enkelte events mere positivt. Samtidig kunne de antages at være mere tilbøjelige til at besvare spørgeskemaet.

Vi har løbende tjekket for dette og ikke fundet nogen sammenhæng, som giver anledning til bekymring. Hvis vi fjerner det publikum, som var en del af Aarhus 2017 – enten som frivillige eller ansatte – så ændrer resultatet sig stort set ikke. Når dette er gjort, er der 93,9%, som var delvist positive eller meget positive over for de almindelige events, mens 90,7% var delvist eller meget positive over for mega- og fuldmåneeventene. Det betyder, at den andel af publikum, som var en del af Aarhus 2017, var en smule mindre positive over for eventene end det resterende publikum, som ikke var involveret. Forskellene er dermed så små, at det ikke anses som en problematisk bias, at personer knyttet til Aarhus 2017 deltog i vores spørgeskemaundersøgelse.

Publikumsinterviews

I dette afsnit vil vi uddybe metoden bag de publikumsinterviews, vi foretog ved udvalgte events. Der er tale om fuldmåneeventen *Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment* i Hvide Sande og de to megaevents *The Garden – The Present* og *The Garden – The Future*.

Interviewene er udformet som enkeltmandsinterviews, hvor interviewer tog ud til selve udstillingen/eventen og opsøgte de publikummer, der var til stede. Valget om

at anvende kvalitative enkeltmandsinterviews har både sine fordele og sine ulemper. Fordelene er, at det giver intervieweren mulighed for mere uddybende at stille specifikke spørgsmål. Dette er en fordel ved kvalitative interviews, da kvantitative spørgeskemaer ofte er udformet således, at respondenterne svarer på en Likert-skala, men ikke har mulighed for at uddybe disse svar. På denne måde kan anvendelsen af sådanne kvalitative interviews bidrage med mere uddybende svar sammenlignet med kvantitative undersøgelser. Ulemperne ved at anvende enkeltmandsinterviews er, at vi ikke kan være sikre på, at de publikummer, vi talte med, er repræsentative for publikum generelt. Vi har forsøgt at imødegå dette problem på forskellige måder. For det første forsøgte vi ved events, der kun forløb over én dag, at randomisere udvælgelsen af interviewpersoner ved at henvende os til hver femte publikummer. På denne måde forsøgte vi at imødegå problemet i at tage en hel række af f.eks. venner, der alle muligvis havde den samme holdning. For det andet besøgte vi f.eks. i forbindelse med *The Garden* forskellige tilfældigt udvalgte udstillinger. På denne måde forsøgte vi at nå ud til forskellige publikummer, der fandt forskellige events interessant. Ydermere forsøgte vi ved at besøge de udvalgte udstillinger på forskellige tidspunkter af dagen ligeledes at få så mange forskellige mennesker og aldersgrupper med som muligt.

Kodningen blev i første omgang foretaget ud fra en fælles kodeliste, som går på tværs af alle vores kvalitative undersøgelser. Efter at have lavet en lukket kodning af to af de ovenstående interviews, viste det sig, at samtlige tekststykker skulle kodes under koden 'events i modtagerperspektiv'. Dermed ville en lukket kodning af disse interviews ikke give ret mange forskellige perspektiver. Derfor er der i stedet anvendt en åben kodning for at kunne afdække indholdet bedst muligt. De åbne koder er lavet løbende, men er tiltænkt til at passe på tværs af de undersøgte events. De åbne koder lyder som følger:

- Debat om eventen/udstillingen
- Publikums holdning til eventens/udstillingens omgivelser
- Hvilke følelser frembringer eventen/udstillingen hos publikum?
- Hvordan kender modtagerne til eventen/udstillingen, og hvorfor er de mødt op?
- Publikums oplevelse af eventen
- Har publikum set andre dele af kulturhovedstadsprojektet/ *The Garden*?
- Publikums viden om kulturhovedstadsprojektet.

Tabel A1.5 Hvor mange gange har vi været hvert sted – hvor mange interviews?

	Antal interviews
Aarhus 2017 Åbningen	48
Aarhus 2017 Finale – A Shared Moment	9
The Garden	12
- 'O' Space (The Present)	3
- Doug Aitken (The Present)	4
- The Future	5

APPENDIKS 2:

SPØRGESKEMASKABELON

Dette spørgeskema er den samlede skabelon for de spørgsmål, som kan anvendes i de kvantitative publikumsundersøgelser. Enkelte spørgsmål er ikke medtaget ved alle events, men samtlige centrale variable, som benyttes i analyserne, går igen på tværs af events. Ved enkelte events er der desuden tilføjet yderligere eventspecifikke spørgsmål – enten på eventhavernes opfordring eller grundet vores ønske om at belyse særlige perspektiver.

Kære deltager!

Tak fordi du tager dig tid til at besvare dette spørgeskema om din oplevelse af [eventnavn] præsenteret af [arrangør] i anledning af Europæisk Kulturhovedstad - Aarhus 2017.

Spørgeskemaet tager **ca. 5 minutter** at udfylde. Hvis du bliver afbrudt undervejs, kan du til enhver tid vende tilbage til spørgeskemaet via det link, som du fik tilsendt på SMS/e-mail.

Tryk på "**Næste**" for at begynde besvarelsen.

Hvilke(n) del(e) af [eventnavn] har du deltaget i?

(Du kan sætte flere kryds)

- (1) ☐
- (2) ☐
- (3) ☐

- (4) ☐
- (5) ☐
- (6) ☐
- (98) ☐ Ingen af ovenstående
- (99) ☐ Ved ikke

Hvad er din samlede vurdering af [eventnavn]?

(Svar på baggrund af dét, du har oplevet)

- (1) ☐ Meget negativ
- (2) ☐ Delvist negativ
- (3) ☐ Neutral
- (4) ☐ Delvist positiv
- (5) ☐ Meget positiv
- (99) ☐ Ved ikke

Vurdér din oplevelse af ...

	Meget negativ	Delvist negativ	Neutral	Delvist positiv	Meget positiv	Ved ikke
... kategori 1	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(99) ☐
... kategori 2	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(99) ☐
... kategori 3	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(99) ☐
... kategori 4	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(99) ☐
... kategori 5	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(99) ☐
... kategori 6	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(99) ☐
... kategori 7	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(99) ☐
... kategori 8	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(99) ☐

Hvad vil du særligt fremhæve fra din oplevelse af [eventnavn]?

Vælg op til tre ord, som beskriver din oplevelse af [eventnavn]

- | | | |
|------|--------------------------|-----------------------------|
| (1) | ☐ | Kedelig |
| (2) | ☐ | Sjov |
| (3) | ☐ | Sanselig |
| (4) | ☐ | Intellektuel |
| (5) | ☐ | Følelsesmæssigt bevægende |
| (6) | ☐ | Inspirerende |
| (7) | ☐ | Skuffende |
| (8) | ☐ | Provokerende |
| (9) | ☐ | Involverende |
| (11) | ☐ | Ubehagelig |
| (98) | ☐ | Ingen af ovenstående passer |

Hvordan vil du karakterisere [eventnavn] på denne skala?

- | | | |
|-----|--------------------------|------------------------|
| (1) | ☐ | Traditionel |
| (2) | ☐ | |
| (3) | ☐ | |
| (4) | ☐ | <i>Hverken / eller</i> |
| (5) | ☐ | |
| (6) | ☐ | |
| (7) | ☐ | Nytænkende |

Hvordan vil du karakterisere [eventnavn] på denne skala?

- | | | |
|-----|--------------------------|------------------------|
| (1) | ☐ | Folkelig |
| (2) | ☐ | |
| (3) | ☐ | |
| (4) | ☐ | <i>Hverken / eller</i> |
| (5) | ☐ | |
| (6) | ☐ | |
| (7) | ☐ | Elitær |

Hvordan vil du karakterisere [eventnavn] på denne skala?

- | | | |
|-----|--------------------------|---|
| (1) | ☐ | Henvender sig til et bredt & mangfoldigt publikum |
| (2) | ☐ | |
| (3) | ☐ | |
| (4) | ☐ | <i>Hverken / eller</i> |
| (5) | ☐ | |
| (6) | ☐ | |
| (7) | ☐ | Henvender sig til et snævert & specifikt publikum |

Vil du karakterisere [eventnavn] som ...

- | | | |
|------|--------------------------|--|
| (1) | ☐ | ... en overvejende lokal begivenhed |
| (2) | ☐ | ... en overvejende regional begivenhed |
| (3) | ☐ | ... en overvejende national begivenhed |
| (4) | ☐ | ... en overvejende international begivenhed |
| (99) | ☐ | <i>Ved ikke</i> |

Hvilken beskrivelse passer bedst med, hvorfor du var til stede ved [eventnavn]?

- | | | |
|-----|--------------------------|-------------------|
| (1) | ☐ | Tilfældigt |
|-----|--------------------------|-------------------|
- Jeg havde ikke et klart formål med at komme.

(2) ☐ **Involveret**
Jeg var der for at vise min opbakning eller selv deltage aktivt i begivenheden.

(3) ☐ **Social**
Jeg var der for at være sammen med andre mennesker.

(4) ☐ **Inspiration**
Jeg var der for at søge nye impulser, viden eller fordybelse.

(5) ☐ **Fornøjelse**
Jeg var der for at blive underholdt.

(6) ☐ **Fan**
Jeg var der, fordi jeg er fan.

(7) ☐ **Ingen af ovenstående passer**
Beskriv selv, hvorfor du var til stede: _____

(8) ☐ Ved ikke

Hvilken beskrivelse passer bedst med, hvorfor du var til stede ved [eventnavn]?

- (1) ☐ Jeg var der for generelt at hygge mig med andre mennesker.
- (2) ☐ Jeg var vært og ville give nogen jeg kender en oplevelse.
- (3) ☐ Jeg var vedhæng, det var vigtigt for andre, at jeg fulgtes med dem.

Hvilken beskrivelse passer bedst med, hvorfor du var til stede ved [eventnavn]?

- (1) ☐ Jeg var der for at søge ny viden.
- (2) ☐ Jeg var der for at fordybe mig.
- (3) ☐ Jeg var der for at få nye impulser.

Hvilken beskrivelse passer bedst med, hvorfor du var til stede ved [eventnavn]?

- (1) ☐ Jeg var der for at vise min opbakning til begivenheden.
- (2) ☐ Jeg var der for selv at deltage aktivt i begivenheden.

Var [eventnavn] afgørende for, at du besøgte [arrangør] i dag?

- (1) ☐ Ja
- (2) ☐ Nej

Hvor havde du hørt om [eventnavn], da du besluttede dig for at deltage i/besøge arrangementet/eventen/etc.?
 (Du kan sætte flere kryds)

- (1) ☐ I lokale/regionale medier (avis/tv/radio)
- (4) ☐ I landsdækkende medier (avis/tv/radio)
- (5) ☐ I XX[arrangør]s trykte sæsonprogram
- (6) ☐ I XX[arrangør]s nyhedsbrev
- (7) ☐ På XX[arrangør]s hjemmeside
- (8) ☐ På XX[arrangør]s Facebook-side
- (18) ☐ På XX[arrangør]s Instagram-profil
- (9) ☐ På Aarhus 2017s hjemmeside
- (10) ☐ På Aarhus 2017s Facebook-side
- (11) ☐ I husstandsomdelt Aarhus 2017-programavis
- (80) ☐ På Kulturportalen.dk
- (12) ☐ På Facebook i øvrigt og andre sociale medier (Instagram, Twitter mv.)
- (13) ☐ Gennem mund-til-mund (familie, venner, kolleger mv.)
- (14) ☐ Rundt om i bybilledet (plakater, bannere, mv.)
- (97) ☐ Andet _____
- (98) ☐ Havde ikke hørt om arrangementet på forhånd
- (99) ☐ Ved ikke

Vidste du på forhånd, at [eventnavn] er en del af det samlede program for Europæisk Kulturhovedstad - Aarhus 2017?

- (1) ☐ Ja, det vidste jeg - og det var afgørende for, at jeg kom
- (2) ☐ Ja, det vidste jeg - og det var medvirkende til, at jeg kom
- (3) ☐ Ja, det vidste jeg - men det betød ikke noget for, at jeg kom

(4) ☐ Nej, det vidste jeg ikke

På en skala fra 1-7, hvor interesseret er du generelt i kulturhovedstadsåret Aarhus 2017?

(1) ☐ 1 Slet ikke interesseret

(2) ☐ 2

(3) ☐ 3

(4) ☐ 4

(5) ☐ 5

(6) ☐ 6

(7) ☐ 7 Meget interesseret

(99) ☐ Ved ikke

Hvordan er din generelle holdning til Aarhus 2017?

(1) ☐ Meget negativ

(2) ☐ Delvist negativ

(3) ☐ Neutral

(4) ☐ Delvist positiv

(5) ☐ Meget positiv

(99) ☐ Ved ikke

Hvordan har [eventnavn] påvirket din generelle holdning til Aarhus 2017?

(5) ☐ Jeg er blevet **meget mere positiv** over for Aarhus 2017

(4) ☐ Jeg er blevet **lidt mere positiv** over for Aarhus 2017

(3) ☐ Jeg er **hverken blevet mere eller mindre positiv/negativ** over for Aarhus 2017

(2) ☐ Jeg er blevet **lidt mere negativ** over for Aarhus 2017

(1) ☐ Jeg er blevet **meget mere negativ** over for Aarhus 2017

(99) ☐ Ved ikke

Hvor ofte deltager du generelt i kulturaktiviteter?

- | | | |
|------|--------------------------|----------------------|
| (1) | ☐ | Nærmest dagligt |
| (2) | ☐ | Ugentligt |
| (3) | ☐ | Månedligt |
| (4) | ☐ | Halvårligt |
| (5) | ☐ | Årligt |
| (6) | ☐ | Sjældnere end årligt |
| (7) | ☐ | Aldrig |
| (99) | ☐ | <i>Ved ikke</i> |

Hvor ofte går du generelt til [kategori]?

- | | | |
|------|--------------------------|----------------------|
| (1) | ☐ | Nærmest dagligt |
| (2) | ☐ | Ugentligt |
| (3) | ☐ | Månedligt |
| (4) | ☐ | Halvårligt |
| (5) | ☐ | Årligt |
| (6) | ☐ | Sjældnere end årligt |
| (7) | ☐ | Aldrig |
| (99) | ☐ | <i>Ved ikke</i> |

Hvor ofte besøger du [arrangør]?

- | | | |
|-----|--------------------------|-----------------|
| (1) | ☐ | Nærmest dagligt |
| (2) | ☐ | Ugentligt |
| (3) | ☐ | Månedligt |
| (4) | ☐ | Halvårligt |
| (5) | ☐ | Årligt |

- (6) ☐ Sjældnere end årligt
- (7) ☐ Aldrig
- (99) ☐ Ved ikke

Arbejder du professionelt med kultur (fx museer, musik, madkultur, idræt)?

- (1) ☐ Ja
- (2) ☐ Nej
- (99) ☐ Ved ikke

Er du involveret i dagens event eller Aarhus 2017 generelt?

- (1) ☐ Nej, jeg er på ingen måde involveret
- (2) ☐ Ja, jeg er tilknyttet dagens event
- (3) ☐ Ja, jeg er tilknyttet et andet event under Aarhus 2017
- (4) ☐ Ja, jeg arbejder i Aarhus 2017-sekretariatet
- (5) ☐ Ja, jeg er frivillig ved Aarhus 2017 (såkaldt "Rethinkers")
- (6) ☐ Andet _____
- (99) ☐ Ved ikke

Hvad er dit køn?

- (1) ☐ Mand
- (2) ☐ Kvinde

Hvad er din alder?

Hvad er din længste, gennemførte uddannelse?

- (1) ☐ Folkeskole (7./8./9. eller 10. klasse)

- | | | |
|------|--------------------------|--|
| (2) | ☐ | Studentereksamen (STX, HHX, HTX eller HF) |
| (3) | ☐ | Erhvervsuddannelse (grundlæggende/afsluttende) |
| (4) | ☐ | Kort videregående uddannelse (under 3 år) |
| (5) | ☐ | Mellemlang videregående uddannelse (fra 3 år til under 5 år) |
| (6) | ☐ | Lang videregående uddannelse (5 år eller derover) |
| (99) | ☐ | <i>Ved ikke / ønsker ikke at svare</i> |

Hvor er du bosat?

- | | | |
|-----|--------------------------|-------------------------------|
| (1) | ☐ | Aarhus Kommune |
| (2) | ☐ | Det øvrige Region Midtjylland |
| (3) | ☐ | Det øvrige Danmark |
| (4) | ☐ | Udlandet (angiv land) _____ |

Vælg dit postnummer

- | | | |
|------|--------------------------|------------------|
| (1) | ☐ | 8000 Aarhus C |
| (2) | ☐ | 8200 Aarhus N |
| (3) | ☐ | 8210 Aarhus V |
| (4) | ☐ | 8220 Brabrand |
| (5) | ☐ | 8230 Åbyhøj |
| (6) | ☐ | 8240 Risskov |
| (7) | ☐ | 8250 Egå |
| (8) | ☐ | 8260 Viby J |
| (9) | ☐ | 8270 Højbjerg |
| (10) | ☐ | 8310 Tranbjerg J |
| (11) | ☐ | 8320 Mårslet |
| (12) | ☐ | 8330 Beder |
| (13) | ☐ | 8340 Malling |
| (14) | ☐ | 8355 Solbjerg |

- | | | |
|------|--------------------------|-----------------|
| (15) | ☐ | 8361 Hasselager |
| (16) | ☐ | 8380 Trige |
| (17) | ☐ | 8381 Tilst |
| (18) | ☐ | 8462 Harlev J |
| (19) | ☐ | 8471 Sabro |
| (20) | ☐ | 8520 Lystrup |
| (21) | ☐ | 8530 Hjortshøj |
| (22) | ☐ | 8541 Skødstrup |

Hvilken kommune bor du i?

- | | | |
|------|--------------------------|-------------------|
| (18) | ☐ | Favrskov |
| (34) | ☐ | Hedensted |
| (37) | ☐ | Herning |
| (41) | ☐ | Holstebro |
| (42) | ☐ | Horsens |
| (46) | ☐ | Ikast-Brande |
| (56) | ☐ | Lemvig |
| (63) | ☐ | Norddjurs |
| (67) | ☐ | Odder |
| (70) | ☐ | Randers |
| (72) | ☐ | Ringkøbing-Skjern |
| (77) | ☐ | Samsø |
| (78) | ☐ | Silkeborg |
| (79) | ☐ | Skanderborg |
| (80) | ☐ | Skive |
| (85) | ☐ | Struer |
| (87) | ☐ | Syddjurs |
| (97) | ☐ | Viborg |

Hvilken kommune bor du i?

- | | | |
|------|--------------------------|-----------------|
| (2) | ☐ | Aabenraa |
| (3) | ☐ | Aalborg |
| (5) | ☐ | Albertslund |
| (6) | ☐ | Allerød |
| (7) | ☐ | Assens |
| (8) | ☐ | Ballerup |
| (9) | ☐ | Billund |
| (10) | ☐ | Bornholms |
| (11) | ☐ | Brøndby |
| (12) | ☐ | Brønderslev |
| (13) | ☐ | Dragør |
| (14) | ☐ | Egedal |
| (15) | ☐ | Esbjerg |
| (16) | ☐ | Faaborg-Midtfyn |
| (17) | ☐ | Fanø |
| (19) | ☐ | Faxe |
| (20) | ☐ | Fredensborg |
| (21) | ☐ | Fredericia |
| (22) | ☐ | Frederiksberg |
| (23) | ☐ | Frederikshavn |
| (24) | ☐ | Frederikssund |
| (25) | ☐ | Furesø |
| (26) | ☐ | Gentofte |
| (27) | ☐ | Gladsaxe |
| (28) | ☐ | Glostrup |
| (29) | ☐ | Greve |

(30)	☐	Gribskov
(31)	☐	Guldborgsund
(32)	☐	Haderslev
(33)	☐	Halsnæs
(35)	☐	Helsingør
(36)	☐	Herlev
(38)	☐	Hillerød
(39)	☐	Hjørring
(40)	☐	Holbæk
(43)	☐	Hvidovre
(44)	☐	Høje-Taastrup
(45)	☐	Hørsholm
(47)	☐	Ishøj
(48)	☐	Jammerbugt
(49)	☐	Kalundborg
(50)	☐	Kerteminde
(51)	☐	Kolding
(52)	☐	København
(53)	☐	Køge
(54)	☐	Langeland
(55)	☐	Lejre
(57)	☐	Lolland
(58)	☐	Lyngby-Taarbæk
(59)	☐	Læsø
(60)	☐	Mariagerfjord
(61)	☐	Middelfart
(62)	☐	Morsø
(64)	☐	Nordfyns

- | | | |
|------|--------------------------|----------------|
| (65) | ☐ | Nyborg |
| (66) | ☐ | Næstved |
| (68) | ☐ | Odense |
| (69) | ☐ | Odsherred |
| (71) | ☐ | Rebild |
| (73) | ☐ | Ringsted |
| (74) | ☐ | Roskilde |
| (75) | ☐ | Rudersdal |
| (76) | ☐ | Rødovre |
| (81) | ☐ | Slagelse |
| (82) | ☐ | Solrød |
| (83) | ☐ | Sorø |
| (84) | ☐ | Stevns |
| (86) | ☐ | Svendborg |
| (88) | ☐ | Sønderborg |
| (89) | ☐ | Thisted |
| (90) | ☐ | Tønder |
| (91) | ☐ | Tårnby |
| (92) | ☐ | Vallensbæk |
| (93) | ☐ | Varde |
| (94) | ☐ | Vejen |
| (95) | ☐ | Vejle |
| (96) | ☐ | Vesthimmerland |
| (98) | ☐ | Vordingborg |
| (99) | ☐ | Ærø |

I forbindelse med [eventnavn], hvor lang tid varer dit besøg i Aarhus Kommune?
(Angiv antal nætter)

- | | | |
|-----|--------------------------|---|
| (1) | ☐ | Jeg er her kun en enkelt dag uden overnatning |
|-----|--------------------------|---|

- | | | |
|------|--------------------------|--|
| (2) | ☐ | Jeg overnatter hos familie/venner |
| (3) | ☐ | Jeg overnatter via Airbnb |
| (4) | ☐ | Jeg overnatter på hotel/feriecenter |
| (5) | ☐ | Jeg overnatter på campingplads/vandrehjem |
| (6) | ☐ | Jeg overnatter i et sommerhus/feriehus |
| (7) | ☐ | Jeg overnatter på krydstogtskib/lystbåd/el.lign. |
| (99) | ☐ | Ved |

*ikke***Hvor mange Aarhus 2017-events deltager du i ifm. dit besøg i Aarhus Kommune?**

- | | | |
|------|--------------------------|----------------------|
| (1) | ☐ | 1 event |
| (2) | ☐ | 2 events |
| (3) | ☐ | 3 events |
| (4) | ☐ | 4 events |
| (5) | ☐ | 5 events |
| (6) | ☐ | 6 events eller flere |
| (99) | ☐ | Ved ikke |

Tak for din besvarelse!

Du har nu fuldført spørgeskemaet. Tryk på **"Afslut"** for at lukke vinduet.

Mange tak for din hjælp!

Med venlig hilsen,
rethinkIMPACTS 2017

APPENDIKS 3: SAMMENLIGNING MED ANDRE KULTURHOVEDSTADS- PROJEKTER

Data om tidligere kulturhovedstadsprojekter er udledt af de enkelte evalueringsrapporter, som EU har foretaget i kølvandet på de forskellige europæiske kulturhovedstadsprojekter. Der tages forbehold for tallenes fuldkomne sammenlignelighed, da regnskabspraksis og metoder til optælling af publikummer kan variere mellem de forskellige kulturhovedstadsprojekter. Dog er det tilstrækkeligt sammenligneligt til at kunne se på tendenserne, da der også er samme afsender på alle evalueringsrapporterne.

Tabel A3.1 Sammenligning af programudgifter og publikummer i forskellige kulturhovedstadsprojekter

Kulturhovedstad	Programudgifter	Publikummer
<i>Aarhus 2017</i>	329 mio. kr.	3,3 mio.
<i>San Sebastian 2016</i>	216 mio. kr.	1,08 mio.
<i>Wroclaw 2016</i>	307 mio. kr.	5,2 mio.
<i>Mons 2015</i>	327 mio. kr.	2,2 mio.
<i>Pilsen 2015</i>	93 mio. kr.	1,4 mio.
<i>Riga 2014</i>	158 mio. kr.	1,6 mio.
<i>Umeå 2014</i>	88 mio. kr.	<i>Ikke oplyst</i>
<i>Košice 2013</i>	105 mio. kr.	<i>Ikke oplyst</i>
<i>Marseilles 2013</i>	449 mio. kr.	11 mio.

Kilde: Ex-post Evaluation of the European Capitals of Culture, European Commission.

APPENDIKS 4: METODE TIL OPGØRELSE AF EVENTS OG EVENTDAGE (FONDEN AARHUS 2017)

Dette dokument er udarbejdet af Anne Juhl Nielsen, monitoreringsansvarlig ved Fonden Aarhus 2017, og forklarer inddelingen i events og eventdage samt metoden bag eventkalenderdatasættet generelt.

Forfatter: Anne Juhl Nielsen

Dato: 23. april 2018

Metode til opgørelse af events og eventdage

Formål

Formålet med dette notat er at redegøre for baggrund samt metode for opgørelse af events og eventdage. De data, der ligger til grund for opgørelserne er tilgængelige på Fonden Aarhus 2017s hjemmeside.

1: Datagrundlag

Datagrundlaget for opgørelse af events og eventdage er rådata trukket fra Fonden Aarhus 2017s webbaserede eventkalender, der har været offentligt tilgængelig på www.aarhus2017.dk. Data er i overvejende grad blevet indtastet af Fonden Aarhus 2017. I eventkalenderen er der også events, der ikke har modtaget bevilling fra Fonden Aarhus 2017 – de såkaldte affiliated projekter. Disse affiliated events indgår ikke i opgørelserne af events og eventdage. I datasættet er alle events, der er en del af Aarhus 2017-programmet markeret med et "Aarhus 2017" i kolonne A.

2: Databehandling

Samtlige poster i eventkalenderen er gennemgået med henblik på at knytte eventen til en bevilling givet af Aarhus 2017. Events, der ikke kan knyttes til en bevilling indgår ikke i opgørelserne baseret på events og eventdage.

Efterfølgende er alle poster gennemgået med det formål at vurdere hvilket antal events og eventdage, der er indeholdt i den enkelte post.

Der er i meget begrænset omfang tilføjet data.

3: Definition af event og eventdag

To parametre er afgørende for definition af events og eventdage: indhold og lokation

I forbindelse med opgørelse af antallet af events har Fonden Aarhus 2017 anvendt følgende afgrænsning:

- En event er en aktivitet med et publikum.
- En event er defineret som en forestilling, en udstilling eller en anden begivenhed, der har særegen karakter og indhold.

Antallet af eventdage afspejler det antal gange en event bliver gentaget. Hvis en event på samme lokation skifter indhold, vil der være tale om en ny event.

Opgørelsesmetode - eksempler:

- Røde Orm er én event med 31 eventdage. Der er tale om en forestilling med samme indhold, der gentages.
- Koncepter som fx Det Levende Bord og Det Grænseløse Køkken tæller med som én event med tilhørende eventdage.
- Artist Talk: Hvis der i forbindelse med en udstilling eller lignende har været en artist talk, vil denne tælle som selvstændig event, da der er tale om et initiativ med selvstændigt indhold.
- Festivaler vil typisk være én event med et antal eventdage. Såfremt der er givet tilskud til en eller flere specifikke events på en festival eller lignende, vil disse dog tælle som enkeltstående events. Fx enkelte events under Aarhus Festuge.

5: Forklaring til koder i eventdata

P= projekter uden underlæggende events, et såkaldt "item". Disse skal ikke tælles med i hverken events eller eventdage, da de ellers vil blive talt med dobbelt

PE = projekter med event, der skal tælles med i opgørelse af events og eventdage

E = Events, såkaldte "child items". Disse tælles med i opgørelse af events og eventdage.

4: Fejlkilder og usikkerheder

Datagrundlaget er som nævnt de events, der er oprettet i eventkalenderen på www.aarhus2017.dk. Temaer, genrer og målgrupper er oprettet i forbindelse med oprettelse af den enkelte event, og er derfor udtryk for hvordan eventen har været markedsført på Aarhus 2017.

Det er Fonden Aarhus 2017s vurdering at langt størstedelen af de mange events er oprettet i eventkalenderen, men der kan være enkeltstående events, der ikke er offentliggjort ad denne kanal, og som derfor ikke er en del af datasættet og de endelige opgørelser. Opgørelserne er således et minimumsbillede.