
Evaluering af Europæisk Kulturhovedstad Aarhus 2017

Præsentation af udvalgte resultater mhp.
diskussion af erfaringer og udfordringer
ved sådanne evalueringsopgaver

EUROPÆISK KULTURHOVEDSTAD AARHUS 2017

- ▶ Ikke kun Aarhus, men **hele Region Midtjylland**
- ▶ Opstart 2007, udpegning 2012, etablering af fond 2013, nedlukning 2018
- ▶ Samlet budget på **461,3 mio. kr.**
 - ▶ **628 events** med et anslået samlet **besøgstal på 3,3 mio.**
 - ▶ 80% af programmet **produceret af regionens forskellige kulturaktører** – 20% af fonden selv
- ▶ Rammesat af **6 strategiske mål** i ansøgningen (bid book)
 - ▶ Eksempel: "*Aarhus 2017 skal anvende kreativitet, innovation, viden og eksperimenter som brændstof for menneskelig udvikling og økonomisk vækst.*"
 - ▶ Efterfølgende **omsat til KPI'er** i strategisk forretningsplan

EVALUERINGEN AF AARHUS 2017

▶ rethinkIMPACTS 2017

- ▶ Strategisk partnerskab mellem Aarhus Universitet og Fonden Aarhus 2017, 2013-2018
- ▶ **Forskningsbaseret evaluering** af kulturhovedstadsprojektet

- ▶ Evalueringens afsæt: De seks **strategiske mål** fra ansøgningen
 - ▶ Aktørperspektiver i en **inddragende proces** omkring tolkningen af mål og effekter
 - ▶ **Dynamisk evalueringsdesign**

- ▶ Hovedrapport og 7 temarapporter – og en række andre rapporter og artikler

EVALUERINGENS DATAGRUNDLAG

- ▶ 'Mixed methods' design:
 - ▶ Kvantificerbare mønstre
 - ▶ Uddybende forklaringer og eksempler
- ▶ Spørgeskemaundersøgelser og interviews blandt centrale aktører
- ▶ Dataindsamling 2015-2018

Population	Før	Under	Efter
Publikum		X	
Kulturinstitutioner	X	X	X
Politikere	X	X	X
Embedsmænd	X		X
Befolkning	X	X	X
Sponsorer	X		X
Fonden Aarhus 2017	X	X	X
Frivillige		X	X
Medier	X	X	X

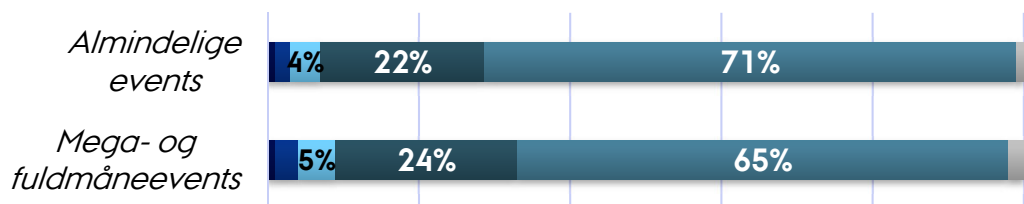
EVALUERINGENS FOKUSOMRÅDER

- ▶ 5 forskellige typer effekter
 - ▶ Kulturelle
 - ▶ Sociale
 - ▶ Politisk/organisatoriske
 - ▶ Image/identitet
 - ▶ Økonomiske

PUBLIKUM OG PROGRAM

PUBLIKUMS OPLEVELSE

- ▶ Undersøgt et udsnit af eventene
- ▶ Altovervejende positivt publikum
 - ▶ 93% positive ved almindelige events
 - ▶ 89% ved mega- og fuldmåneevents

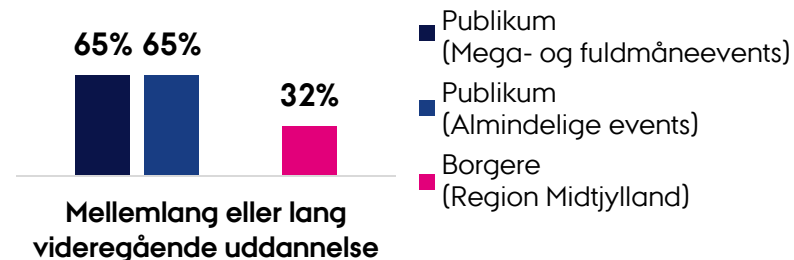


■ Meget negativ ■ Delvist negativ ■ Neutral ■ Delvist positiv ■ Meget positiv ■ Ved ikke

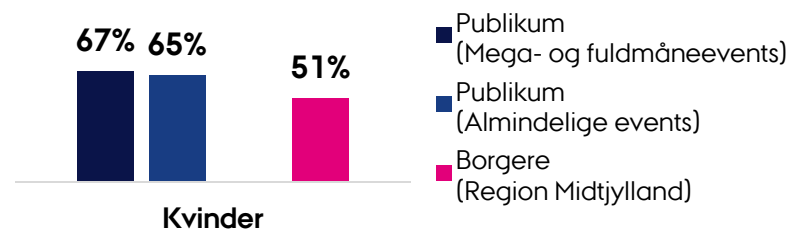
Involverende
Ubehagelig
Inspirerende
Intellektuel
Sanselig
Provokerende
Kedelig
Sjov
Skuffende
Bevægende

PUBLIKUMS SAMMENSÆTNING

- ▶ Overrepræsentation af højtuddannede sammenlignet med midtjysk befolkning



- ▶ Overrepræsentation af kvinder sammenlignet med midtjysk befolkning



- ▶ Ingen store forskelle for aldersgrupper. Kun en lille overrepræsentation af borgere på 55 år eller derover sammenlignet med yngre aldersgrupper.

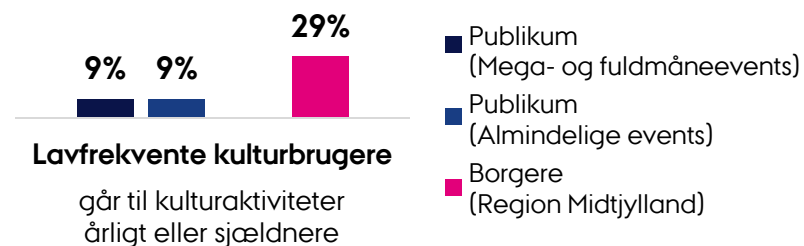
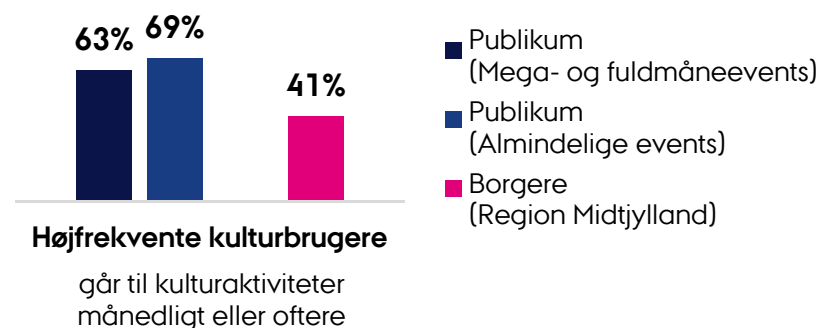
MANGE KULTURAKTIVE BLANDT PUBLIKUM

- ▶ Højfrekvente kulturbrugere udgjorde mere end seks ud af ti publikummere.

→ Væsentligt flere end i den regionale befolkning.

- ▶ Lavfrekvente udgjorde omkring hver tiende publikummer.

→ Langt færre end i den regionale befolkning.



KOMMUNIKATION OG MEDIER

MEDIERNES DÆKNING AF AARHUS 2017



14.000 nyhedsartikler



4.300 opslag på Facebook



37.000 opslag på Instagram

Kendskab til Aarhus som kulturhovedstad

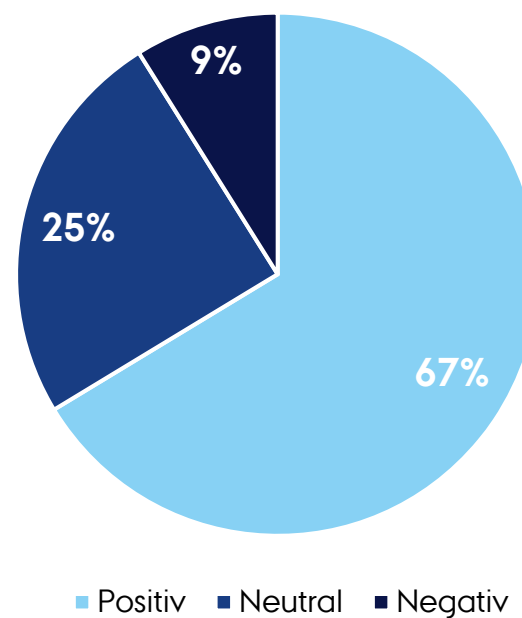


- ▶ Stor synlighed i nyhedsmedierne
- ▶ Aarhus 2017-relaterede hashtags flittigt benyttet på Instagram.
- ▶ Stort kendskab i befolkningen (uhjulpet kendskab)
 - ▶ Borgerne kunne af sig selv sætte navn på Aarhus som europæisk kulturhovedstad i 2017.

POSITIV TONE I MEDIEDÆKNINGEN

- ▶ En generelt positiv tone i mediedækningen
 - ▶ 58% positive i 2007-2015
 - ▶ 67% positive i 2016-2018
- ▶ I 2016-2018 var omkring 1/6 af artiklerne foromtaler af events

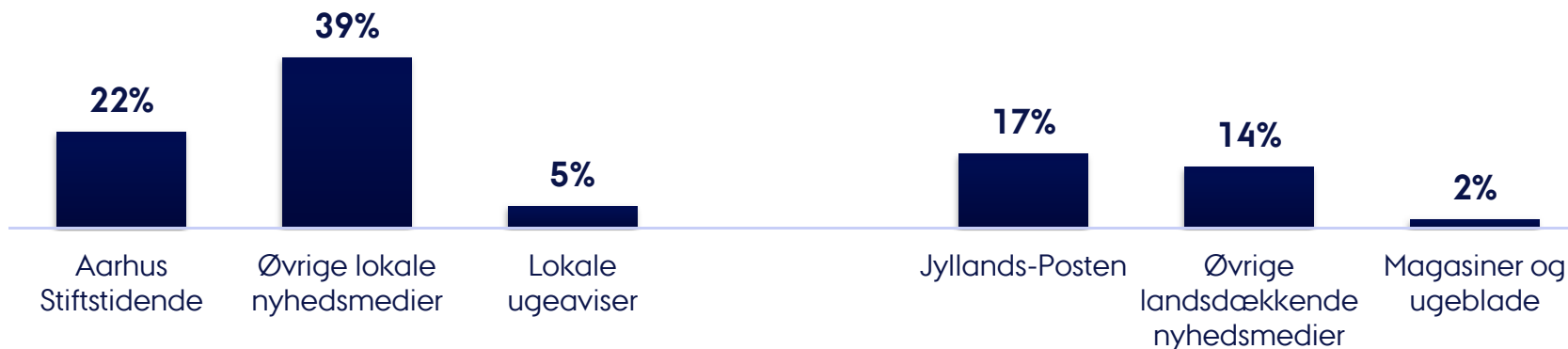
Tonen i medierne (2016-2018)



GEOGRAFISK FORDELING AF MEDIEINTERESSE

- ▶ Nyhedsmediernes omtale var båret af lokale og Aarhus-baserede aviser
- ▶ Lav medieinteresse fra nationale nyhedsmedier

Fordelingen af artikler i nyhedsmediernes, 2016-2018



FORMIDLINGEN AF AARHUS 2017

- ▶ Vanskeligt at få overblik over events og orientere sig i programmet.
 - ▶ 46% af borgerne følte sig mangelfuldt informeret om Aarhus 2017 generelt.
 - ▶ 30% af borgerne oplever, at det er svært at få overblik over de Aarhus 2017 arrangementer, der kunne interessere dem.

*"Det var megacærrerligt. [...] For jeg anede ikke, hvad der foregik."
(Borger i interview, marts 2018)*

- ▶ Stor uklarhed blandt borgere og publikum ift. hvilke events, som var del af Aarhus 2017

Vidste du på forhånd, at eventen var en del af Aarhus 2017 programmet?



- ▶ Det var ikke et strategisk fokus for Fonden Aarhus 2017 at gøre det tydeligt, hvilke events der var en del af Aarhus 2017.
→ det vigtigste var at vække borgernes interesse for kultur.

NETVÆRK OG SAMARBEJDER

TVÆRGÅENDE SAMARBEJDER

- ▶ Nogle af de største og mest positive effekter findes her
- ▶ Aarhus 2017 var tænkt som et samarbejdsprojekt med mange forskellige aktører
 - ▶ Tværkommunalt samarbejde (fortsat i Europæisk Kulturregion)
 - ▶ Borgerinddragelse
 - ▶ I ansøgningsfasen
 - ▶ I konkrete events, som fx åbningen
 - ▶ Som frivillige 'ReThinkers'
- ▶ Samarbejde med fonde og sponsorer
- ▶ Samarbejde omkring programmet
 - ▶ 80% af programmet var produceret decentralt, ofte i samarbejde mellem flere lokale aktører
- ▶ Internationalt samarbejde

KULTURENS ROLLE

KULTURENS ROLLE

- ▶ Aarhus 2017 har styrket prioriteringen af kultur – især i Aarhus Kommune og Region Midtjylland
 - ▶ Tre ud af fire Aarhus-politikere og regionsrådspolitikere vurderer, at prioriteringen af kultur er styrket.
 - ▶ 35% af politikerne i de øvrige kommuner at den er styrket, mens kun 1% mener, at den er svækket
- ▶ Kultur inddrages strategisk inden for andre politikområder
Samarbejdet mellem kulturområdet og andre forvaltningsområder er styrket

"Man har ændret synet på kultur, og hvad kultur kan"

(Kommunalpolitiker, Aarhus Kommune)

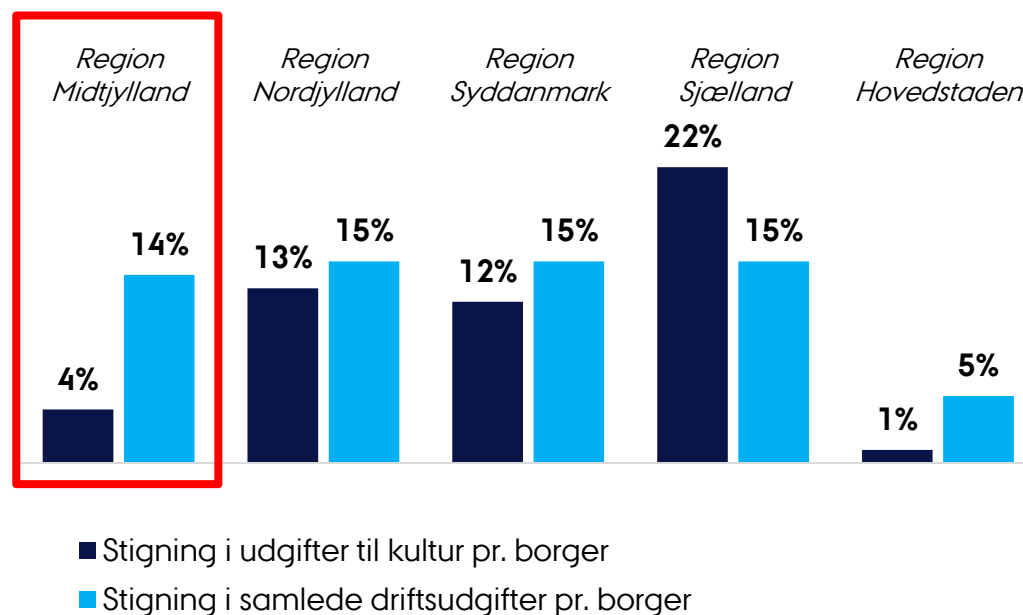
"Vi kommer til at bruge kultur i nogen andre sammenhænge og skal tænke det på en anden måde"

(Kommunalpolitiker, vestlige del af regionen)

KOMMUNERNES ØKONOMISKE PRIORITERING

- ▶ Der ses ikke en højere økonomisk prioritering af kulturområdet.
- ▶ Lavere vækst i kulturbudgetterne end i kommunernes samlede driftsudgifter pr. borger.
- ▶ I kroner er der dog kommet flere penge til kultur på de kommunale kulturbudgetter.

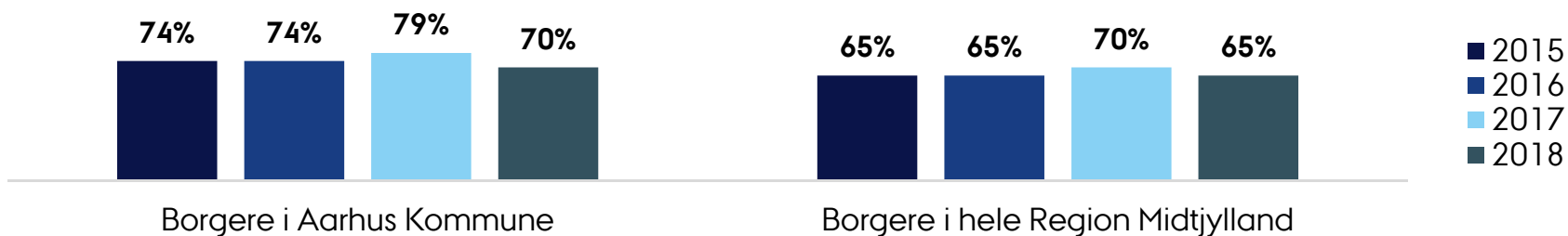
Udgifter pr. indbygger (2007-2018)



VIGTIGHEDEN AF KULTUR – BORGERNES PERSPEKTIV

- ▶ Omkring 2/3 af regionens borgere er enige i at
 - ▶ Kultur binder os sammen som borgere
 - ▶ Kultur giver os vigtige, nye impulser
 - ▶ Kulturtilbud giver øget livskvalitet og trivsel
- ▶ Stabilt høj, positiv holdning til kulturens værdi.
- ▶ Ikke opbakning til at øge kulturudgifter på trods af at mange ser en værdi i kultur.

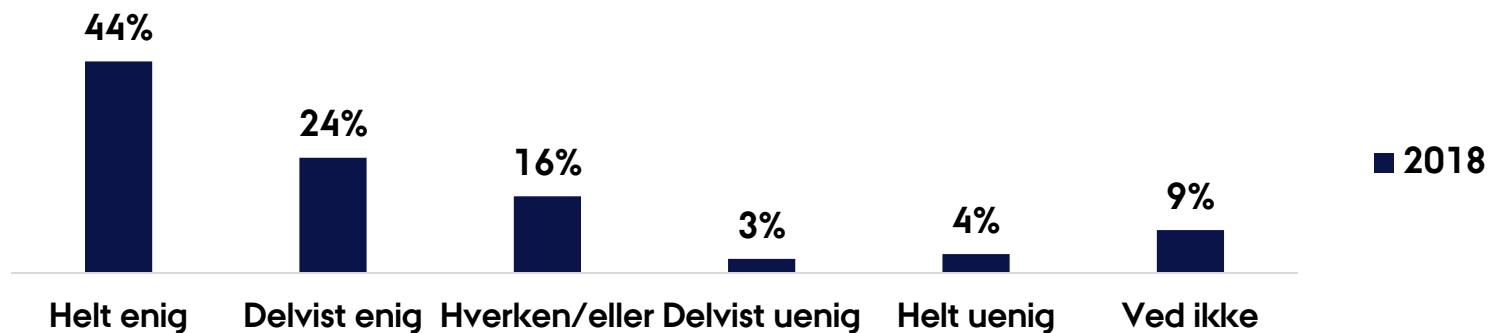
Borgere, som synes det er vigtigt at have adgang til gode kulturtilbud i lokalområdet



AARHUS 2017 VAR EN GOD BESLUTNING

► Borgernes perspektiv

“Det var en god beslutning af Aarhus og Region Midtjylland at være kulturhovedstad i 2017”



EVALUERINGSTILGANG OG UDFORDRINGER

10 DILEMMAER

“Spredt ud over det hele”	<->	Dybdegående på (få) udvalgte punkter
★ Summativ (kontrol)	<->	Formativ (læring)
Intervention	<->	Observation
Evaluering af resultater	<->	Evaluering af processer
★ Eksisterende metoder/indikatorer	<->	Udvikle nye metoder/indikatorer
Låst evalueringsdesign (inkl. baseline)	<->	Dynamisk evalueringsdesign (løbende justering)
Rekvireret	<->	Uafhængigt
Kort-sigtet	<->	Lang-sigtet
Forsker-baseret	<->	Forsknings-baseret
Analyse af output	<->	Analyse af effekter

YDERLIGERE PROBLEMSTILLINGER

- ▶ **Modstridende interesser** blandt opdragsgiverne
 - ▶ Fonden → **kortsigtet**, fokus på **succes**, 'one off'
 - ▶ Kommune og Region → succes, men også mulighed for at **lære af fejl**
 - ▶ Universitet → **redelighed**
- ▶ Uklarhed mellem det **angivne formål** og formålet/**anvendelsen i praksis**
 - ▶ Hvem skal anvende evalueringseresultaterne? Til hvad? Hvornår?
- ▶ Når målet bliver ved med at flytte sig
- ▶ Skiftet **fra 'venligtsindet** formativ evaluatør' til **'kontrollant'**
 - ▶ Læring fordrer **åbenhed om fejl**/problemer
 - ▶ **One off**, ikke meget plads til eksperimenter... Og en række **kortsigtede** projekter.

KOMPLEKSITET

- ▶ **Flere typer data** – både kvalitative og kvantitative
- ▶ **Mange typer populationer** – kulturaktører, publikum, politikere, embedsmænd, befolkning, sponsorer, frivillige, medier og fonden selv
- ▶ **5 forskellige effektområder**

Tilgang:

- ▶ **Fælleskodeliste** – tværgående fokuspunkter
- ▶ Mere dybdegående og fokuseret afrapportering i **temarapporter**

OFFENTLIGHED, INTERESSE OG PUBLICERING

- ▶ Politisk følsomt!
- ▶ På samme tid stærk forventning om indsigt – og tavshed.
- ▶ Meget **bredere målgruppe(r)** end 'normale' akademiske publikationer
 - ▶ **Medierne:** Søger **skandalen** eller i det mindste fejl og hår i suppen
 - ▶ **Politikerne:** Søger succeshistorien, **legitimeringen**
 - ▶ **Involverede kulturaktører:** Søger legitimeringen, argumentet for **fremtidigt støttegrundlag**
 - ▶ **Ikke-involverede kulturaktører:** Holder nidkært øje med, at også **problemerne** kommer **frem i lyset**
 - ▶ **Det akademiske miljø:** Skeptisk blik på **akademiske standarder**, uafhængighed og kritisk distance
- ▶ **Borgerne:** Nysgerrige, men dog svært at holde interessen fanget
- ▶ **Fonden:** ...

AKTØRINDDRAGENDE PROCES

- ▶ Workshops tidligt i processen
- ▶ **Styrket grundlag** for evalueringen
 - ▶ Bedre **forståelse** af nøglebegreber
 - ▶ **Input** til evalueringskriterier – og deres prioritering
- ▶ Opbakning, **lettere adgang** til dataindsamling
- ▶ Interesse for **evalueringsresultater**

MULIGE DISKUSSIONPUNKTER

- ▶ Formativ og summativ evaluering – hvordan sikres gnidningsløs kombination?
- ▶ Aktørinddragende proces – hvordan udnyttes aktørernes viden og input?
- ▶ Offentlighed og interesse – hvordan favnes og afvejes?
- ▶ Legacy – en del af evalueringsprocessen?
- ▶ Styregrupper v. større evalueringsprojekter – sammensætning og mandat?
- ▶ Når målet/evalueringsgrundlaget løbende ændres – hvordan håndteres det bedst?



AARHUS
UNIVERSITET

HANS-PETER DEGN

Centerleder

Center for Kulturevaluering