

Til  
Region Syddanmark  
Damhaven 12  
7100 Vejle  
Indsendt til kontakt@regionsyddanmark.dk

30. oktober 2009

### **Ansøgning til Region Syddanmarks 3 mio. kr. pulje til at styrke kultursamarbejdet**

Kommunikationsbureauet Elsigs søger sammen med en række associerede samarbejdspartnere puljen på 3 mio. kr. til at styrke kultursamarbejdet i Region Syddanmark med det formål at få flere til at gøre brug af kultur- og oplevelsestilbud i regionen. Kulturlivet balancerer i udtryk og udfordring i mellem tradition, fornyelse og innovation. Kulturbrugerne befinder sig ligeledes i deres efterspørgsel på hele denne akse fra det kendte og rodfæstede til det udfordrende og grænsesøgende.

Vores projekt vil i sit udtryk have appel til hele paletten, idet vi både tager mere traditionelle virkemidler i anvendelse, ligesom vi går ind i at udvikle nye formidlingsaktiviteter.

De etablerede medier har som hovedregel fokus på en overordnet "totalfremstilling" af den samlede palette af tilbud af kulturel art. Ingen bliver klogere, mere berørte, mere engagerede. Dette projekt skal baseres på en mere dyb og overskuelig formidling med kvalitet, perspektiv og nærvær.

I det følgende beskriver vi i korte træk hovedidéen i vores udspil, som vi gerne uddyber og præsenterer ved et møde.

Projektet har til hensigt at formidle kulturlivet og dets aktører gennem primært følgende platforme, som skal integreres gennem helt nye medieteknologier:

#### **Et trykt magasin**

#### **Et web-magasin**

#### **Web-løsninger**

#### **Film – dokumentar og reportage.**

#### **Diverse features**

Når der tages udgangspunkt i en palette af medier, er det med det formål at skabe synergi imellem medierne og sikre en hurtigere udbredelse og kendskabsgrad. Som det vil fremgå af det følgende, er der tale om nye og innovative formidlingsaktiviteter.



## **Magasinet KulturSyd på tryk**

Tekst og billeder på papir er ikke nogen ny videnskab. Men det eksklusive magasin, som formår at gå i dybden og formidle, mens læseren sætter sig tilbage i lænestolen, har fortsat sine fortrin: Det giver plads til den langsomme formidling, hvor der også er plads til at skabe en stemning af begejstring og det er i stand til at bringe følelser frem hos læseren.

Det trykte magasin er desuden tænkt som et visitkort for de øvrige interaktive medier i paletten. Magasinet tænkes at udkomme fire gange om året i et oplag på 75.000.

Der er tale om et gratis magasin som formidles gennem kultursteder som museer, biografteater, caféer, restauranter, hoteller, biblioteker mv. ligesom det er tanken at skabe synlighed i bybilledet ved at have synlige bude på gaden i de større byer omkring magasinets udgivelsesdage.

## **Det interaktive magasin KulturSyd.dk**

Som udgangspunkt er det en udvikling af det trykte magasin. Men det er også meget mere. Det interaktive magasin tager udgangspunkt i historier og artikler fra det trykte magasin - dog fortalt på en mere levende og visuel måde, idet lyd og filmklip bliver en markant del af magasinet. Magasinet skal både være en oplevelse for læsere af det trykte magasin, hvor de får en "mer-oplevelse", men også henvende sig til dem, der ikke læser det trykte.

Magasinet bliver både en visuel og audiologisk oplevelse, idet lyd og filmklip bliver en markant del af magasinet. Interview og reportager fra magasinet vil være forsynet med journalistisk bearbejdede indslag og der vil være lydoptagelser med fx. musik. Ydermere vil den enkelte reportage kunne krydres med kulturelle voxpop, hvor kulturbrugere, som har deltaget i en kulturevent/oplevelse har mulighed for at udtale sig om oplevelsen.

Kulturinstitutioner, restauranter, caféer mv. vil desuden blive tilbudt at præsentere sig med film i magasinet. Disse film vil optræde i forbindelse med relevante artikler og ligge som links til annoncer trykt i bladet eller bragt som banner på hjemmesiden.

I forbindelse med salg af printannoncer og banner vil annoncørerne således også kunne vælge at tilkøbe filmeksponering. En af de associerede samarbejdspartnere til denne ansøgning vil kunne fremstille disse image- og reklamefilm, men institutionerne kan også vælge at få dem fremstillet hos eget reklamebureau.

---

## **Web**

Hjemmesiden [www.kultursyd.dk](http://www.kultursyd.dk) bliver central i afviklingen af det interaktive magasin. Der vil desuden blive opbygget nyhedsarkiv med interview, reportager mv. af journalistisk art ligesom hjemmesiden vil blive brugt til at skabe interaktivitet med brugerne, bl.a. i form af konkurrencer, mulighed for at læserne bidrager med egne anmeldelser og oplevelser i form af ord, billeder og film.

På web og i det interaktive magasin vil være mulighed for at gå ind i et tysk og engelsk univers for at kunne appellere til de mange borgere i den nordtyske grænseregion, turister generelt og udlændinge, som opholder sig kortere og længere tid i Danmark som led i uddannelse og arbejde. Delen med oversættelse vil dog ikke være ligeså omfattende som den dansksprogede del.

På web-delen vil det blive tilstræbt at skabe samarbejde med øvrige medier omkring kulturformidling i regionen, fx i form af feeds med nyheder og datoer på arrangementer. Det påtænkes at samarbejde med regionens forskellige kulturinstitutioner og som en ekstra feature etablere en ordning, hvorved brugeren kan opnå rabatter og andre fordele ved fx at tilmelde sig nyhedsbrev og benytte tjenester via sms.

En udgave af hjemmesiden optimeret til visning på mobile enheder, sørger for at KulturSyd er tilgængelig hvor som helst.

## **Redaktionelt koncept**

Det redaktionelle koncept bygges op efter journalistiske kriterier, således at de enkelte medier i projektet afspejler mangfoldigheden, bredden og dybden i det kulturelle liv i regionen. Den redaktionelle mission bliver at skabe begejstring og nysgerrighed, så borgerne får lyst til at gå på opdagelse og til at involvere sig i de kulturelle tilbud.

Som udgangspunkt forestiller vi os at både de etablerede kunstnere og kulturinstitutioner skal brandes igennem de journalistiske aktiviteter, men også at den mere folkelige og frivillige del af kulturlivet tages alvorligt. Dermed vil vi i prioriteringerne både gå efter det unikke og særprægede, men også efter at afspejle den alsidighed, som kendetegner det brogede kulturelle billede.

De forskellige medieplatforme vil optage annoncer.

## **Projektets forventede effekt**

KulturSyd vil være en markant profilering og branding af kulturlivet i regionen.

Ved at anvende nye medier vil vi vække interesse hos nye kulturbrugere – herunder vil vi satse på en yngre målgruppe. Effekten af dette skal være, at KulturSyd bliver synlig og til en platform, som brugerne tager til sig, og benytter i fremtiden. Projektet skal være interessant på lang sigt.

Med regionens grænsenære tilknytning satser vi desuden med en oversat del på at få det nordtyske område i tale ligesom projektet generelt vil have interesse blandt turister.

Projektet vil give de kulturelle aktører og kulturinstitutioner nye muligheder for at kommunikere deres budskaber.

## **Markedsføring og PR**

Der udarbejdes banner som Region Syddanmark, kommunerne, turistkontorer, hoteller, kulturelle institutioner, foreninger, restauranter m.fl. kan sætte på deres respektive hjemmesider.

Der foretages banner- og videoannoncering på netsteder som f.eks. facebook, kulturnaut, google, aas m.fl.

Annoncering vil ske i medier i regionens område og evt. i nordtyske medier. Det trykte magasin skal i sig selv bl.a. også ses som en væsentlig pr-aktivitet for det samlede projekt.

## **Fokusgruppe**

Vi ønsker at skabe ejerskab hos de kulturelle aktører ved at gennemføre fokusgruppinterview med repræsentanter fra forskellige grene af kulturlivet i regionen. Disse fokusgrupper kan desuden være med til at udvikle det redaktionelle koncept. Der gennemføres to fokusgrupper med cirka 15 deltagere i hver. En gruppe afholdes inden første udgivelse, en gruppe afholdes, når projektet kører.

## **Projektets gennemførelse**

Projektets budget dækker en periode på et år. Det vil være realistisk med projektstart i forsommeren.

I projektperioden vil ansøgeren desuden arbejde på at skabe modeller og muligheder for, hvordan initiativet kan drives videre efterfølgende.

## **Økonomi**

Projektets økonomi fremgår af vedlagte rammebudget.

Der søges således om tilsagn på 3 mio. kr.

---

## **Om ansøgeren – Kommunikationsbureauet Elsigs**

Bureauet drives af Torben Elsig-Pedersen, der har 20 års erfaring med journalistisk produktion og pr. Blandt opgaverne er bl.a. magasinproduktion for Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger og efterskolerne i Danmark. Hertil kommer en lang række PR- og kommunikationsopgaver.

Kommunikationsbureauet Elsigs drives fra det kreative og innovative miljø Spinderihallerne i Vejle, hvor kultur og erhverv bor side om side for at fremme udviklingen af oplevelsesøkonomien.

## **Associerede samarbejdspartnere**

Denne ansøgning er skabt efter dialog med en række formidlingsvirksomheder, som i givet fald vil blive knyttet til projektet som associerede samarbejdspartnere. Øvrige underleverandører vil kunne blive tilknyttet, hvis der er behov herfor.

### **Jysk Web:**

Leverandør af gennemtænkte webløsninger og konsulenttydelser i et af markedets stærkeste cms-systemer, Typo3 CMS. Opstart apr. 2006. Firmaet drives af Esben Leonhard Frederiksen med fokus på langvarige kunderelationer, baseret på god service og kompetent rådgivning. Firmaet står bag en lang række avancerede hjemmesider, senest en større udviklingsopgave for Justitsministeriet.

### **The Sign**

Grafisk bureau, der arbejder med alt fra design af logoer og hjemmesider til magasiner. Firmaet drives af Lars Christensen, som har en fortid som art director hos Marginal Reklamebureau i Vejle.

### **Redhead:**

Uafhængigt film- og videoselskab, ejet og drevet af cand. mag i international virksomhedskommunikation, Ole Berg, som ligeledes har en filmuddannelse fra den internationale filmskole i Ebeltoft. Firmaet har til huse i Spinderihallerne, Vejle, og specialiserer sig i velproducerede kort- og reklamefilm – primært til web og infostandere etc.

Venlig hilsen

### **Torben Elsig-Pedersen, indehaver**

Kommunikationsbureauet Elsigs

Spinderigade 11 E

Studio B11

7100 Vejle

Tlf. 40 94 57 40

torben@elsigs.dk

www.elsigs.dk

---

## KulturSyd.dk – Magasin på tryk og net

### UDGIFT

#### MAGASIN

Tryk	-520000
Distribution til cafeér, biblioteker, storcentre mv	-200000
Forsendelse til enkeltmodtagere	-160000
Gå-gade bude	-40000
Layout	-160000
Foto og illustrationer	-120000
Redaktion og projektstyring	-420000
Udvikling	-100000
Fokusgrupper	-60000

#### WEB

Etablering og udvikling	-190000
Hosting	-70000
Grafisk udformning og illustration	-40000
Drift	-70000
Redaktion - herunder oversættelse	-200000

#### FILM

Etablering og udvikling	-110000
Drift	-100000
Redaktionelle omkostninger	-400000

#### ADMINISTRATION

Salg - annoncespot og print annoncer	-310000
Administration og ledelse	-250000
Revision	-40000
Markedsføring	-150000
Transportomkostninger	-140000
Husleje	-50000

**UDGIFTER I ALT** 

---

 -3900000

### INDTÆGT

Printannoncer	600000
Filmspot	300000
Tilskud Region Syddanmark	3000000
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<hr style="display: inline-block; width: 500px; vertical-align: middle;"/> 3900000

**OVERKUD/UNDERSKUD** 

---

 0