

## Projektplan

# Rampljus + Sommarkulturkortet 2021 = sant

## Vilken utmaning eller vilka behov vill projektet bidra till att lösa/utfylla? Koppla till utvecklingsområde i Familjen Helsingborgs utvecklingsplan.

1. Projektet vill skapa livskvalitet till invånare och tillresta besökare genom ett gemensamt kultur- och rekreationskort – **Sommarkulturkortet** – som ger fri entré, rabatter och spännande erbjudande till upplevelser i Familjen Helsingborgs kommuner.
2. Kortet syftar till att öka antalet besök på de platser som är inkluderade. Det är positivt för besöksnäringen som är kopplad till platserna, och till den lokala turismen i stort. Det är mycket värdefullt under den svåra tid som besöksnäringen för tillfället genomgår.
3. Kortet marknadsförs genom en ny säsong av den digitala programserien **Rampljus**, som sändes med 12 ambitiösa avsnitt i våras från ett stort antal kulturellerade platser i Familjen Helsingborgs kommuner. Till detta delprojekt kommer vi kunna erbjuda kompetensutveckling inom digitalisering och digitala produktion, där vi delar med oss av den kunskap som byggts upp i Rampljus-projektet under året. Ett antal av de medverkande kommunerna har uttryckt önskemål om att samarbeta kring utbildning/kompetensutveckling kopplat till det digitala.

## Vad ska ni genomföra i projektet, gärna i punktform?

### 1. Sommarkulturkortet

På grund av rådande omständigheter med Covid-19 märkte kultur- rekreations- och besökssektorn av ett osedvanligt stort intresse för turism inom Familjen Helsingborg i somras. Turisterna bestod dels av hemestrare (i betydelsen invånare inom Familjen), dels svemestrare (i betydelsen besökare från andra delar av landet). Många besöksmål vittnade om detta och Helsingborgs försök med ett Sommarkulturkort, med fri tillgång till stadens besöksmålsanläggningar (företrädesvis utomhus) för ett rabatterat pris, genererade inte mindre än 3000 sålda kort. Det visade på den stora potential och styrka som finns i våra traktors upplevelser och besöksmål. Med den positiva känslan i ryggen vill vi utvidga Sommarkulturkortet till ett gemensamt kultur- och rekreationskort som ger fri entré, rabatter och spännande erbjudande till ett stort antal upplevelser i Familjen Helsingborgs kommuner. Projektet genomförs i samarbete mellan kultur-, fritids-, destinations- och näringslivet i de deltagande kommunerna.

### 2. Rampljus

Kortet marknadsförs genom en serie med digitala kulturmagasin – Rampljus – där vi dels synliggör den kultur som finns runt om i kommunerna; musik, konst, mat- och dryckeshantverk, teater, kulturarv och kultur-/naturupplevelser. I programserien tipsar vi om sådant som ingår i Sommarkulturkortet och samtidigt ger vi artister, konstnärer och andra verksamma i sektorn välbehövliga arbetstillfällen. Jämfört med årets Rampljus-serie kommer programmen vara kortare och mer tydligt kopplat till platsbesök och besöksnäring. Vi kommer särskilt sträva efter att lyfta de lite ovanligare besöksmålen. Med det hoppas vi bidra till en bättre spridning i turismen 2021 än den som tidvis rådde i somras.

### 3. Digital kompetensutveckling

Inom ramen för produktionen av Rampljus-serien sprider vi och delar den kunskap i digital produktion som upparbetats i tidigare Rampljus-produktion och inom övriga digitaliserings-satsningar som genomförts, inte minst under pandemin. Detta sker företrädesvis i form av work shops och möjlighet att delta i samband med att den nya serien produceras.

### Ska projektet kunna implementeras i ordinarie verksamhet, i så fall hur? Ger projektet några direkta effekter, i så fall vilka och för vem?

Ja. Vi menar att Sommarkulturkortet har potential att implementeras i ordinarie verksamhet och att det digitala kompetenslyft som kopplas till projektet kommer att gynna kommunernas förmåga generellt att producera digitalt innehåll; något som bedöms vara fortsatt viktigt även efter pandemin klingat av. Under projektets löptid kommer vi att verka för att skapa en uthållig struktur och finansiering, där Sommarkulturkortet och den digitala kompetensutvecklingen inom kultur- och destinationsverksamheterna flätas in i våra reguljära uppdrag.

#### Direkta effekter:

1. Arbetstillfällen och intäkter för kulturarbetare och verksamma inom besöksnäringen. Turistekonomi.
2. Ökad tillgång till starka upplevelser för invånare och tillresta.
3. Digitala kulturupplevelser i programserien Rampljus.
4. Digital kompetensutveckling för kommunanställda.
5. Minskad isolering

### Enkel organisationsbild där olika medverkande parter, styrgrupp, projektledning, ansvar för ekonomi och koppling till kunskapsnätverk beskrivs. Alla ska vara informerade och vilja medverka.

Samtliga kommuner i Familjen utom Landskrona har bekräftat medverka. Kulturchefsnätverket är styrgrupp. En arbetsgrupp med kulturchefer eller motsvarande från Åstorp, Ängelholm och Helsingborg har formulerats. Företrädare för näringsliv- och destinationssidan i kommunerna bjuds nu in. Projektet leds och administreras från Helsingborg, som också har det ekonomiska ansvaret.

### Enkel tidplan med huvudaktiviteter.

Dec 2020: Arbetsgruppen planerar projektet och fördelar arbetet.

Jan 2021-Apr 2021: Samarbeten upprättas med de besöksmål och andra parter som ska ingå i Sommarkulturkortet och i Rampljus.

Apr 2021-Jun 2021: Digital produktion av Rampljus inklusive kompetensutvecklingsinsatser.

Maj 2021: Lansering av Sommarkulturkortet och publicering av Rampljus-program.

Jun 2021-Aug 2021: Fortsatt publicering av program samt försäljning av kort.

Sep 2021-Okt 2021: Utvärdering och åiterrapportering.

Kontinuerligt under projektets löptid verkar vi med ambitionen att skapa en uthållig struktur och finansiering, där Sommarkulturkortet och den digitala kompetensutvecklingen inom kultur- och destinationsverksamheterna flätas in i våra reguljära uppdrag.

## Enkel ekonomisk plan som berättar hur mycket pengar som söks och vad pengarna kommer att användas till. Redovisning av annan finansiering, utöver sökta medel från Familjen Helsingborg.

**Familjen Helsingborg:** 500 000 kr (Rampljus) + 200 000 kr (Sommarkulturkortet) = 700 000 kr. (Huvudsakligen går medlen till gager till medverkande externa kulturaktörer och rörliga produktionsresurser.)

**Egen insats:** minst 700 000 kr (Huvudsakligen består detta av personalkostnader och produktionsresurser såsom studios, inspelningsutrustning, postproduktion, tillgängliggörande och marknadsföring).

**Intäkter** från försäljning av Sommarkulturkortet fördelas mellan medverkande besöksmål med entréavgift.

## Beskriv hur ni själva och styrelsen ska kunna följa utvecklingen av projektets insatser, genom aktiviteter och effekter.

Rampljus kommer kunna följas genom att publiceringen av programmen är offentlig och att man även kan prenumerera på programserien. Med hjälp av t ex visningsstatistik är det möjligt att under projektets gång analysera vilken typ av innehåll som väcker intresse och ger störst resultat. Med hjälp av det är det möjligt att justera programplanen löpande.

Sommarkulturkortet kommer vara möjligt att följa genom försäljningsstatistik och genom besöksstatistik från medverkande besöksmål och andra aktörer.

Kompetensutvecklingen inom digital produktion kommer kunna utvärderas och förfinas löpande eftersom den är kopplad till den faktiska produktionen av programserien.

## Vilka är de största utmaningarna/hindren/riskerna för projektet och hur ska de mötas? Eller möjligtvis de två största.

### Risker:

1. Innehållet i Rampljus lockar inte tittare och tappar därmed sin relevans. Det i sin tur försvagar en viktig försäljningskanal för Sommarkulturkortet, som därmed inte når sin fulla potential.
2. Pandemin försvagar vår förmåga att genomföra projektet.

### Hur ska det mötas?

1. Kontinuerlig, aktivt redaktionellt arbete med analys av programmens visningsstatistik och mediala genomslag.
2. Se till att organisationen är bemannad på ett uthålligt och hållbart sätt (vilket möjliggörs genom att berörda verksamheter i princip upphört att producera live-evenemang).

## Vilken kommun ansvarar för projektet?

Helsingborgs stad

Max Granström  
max.granstrom@helsingborg.se