

UDBUD

UDVIKLINGSFORLØB MED KØBENHAVNS KULTURKVARTER

1. BAGGRUNDEN

Udviklingselskabet [Dansk Storbyturisme](#) driver kulturturismeprojektet [Cities for Culture](#) 2023-2025. Projektets hovedformål er at skabe internationalt konkurrencedygtige kulturdestinationer, som bidrager til den bæredygtige udvikling og har klar værdi for lokalsamfundet. Projektet vil løfte storbydestinationernes kulturelle styrkepositioner ved at understøtte kulturelle initiativer, for derved at kunne tiltrække flere internationale gæster.

I Cities for Culture arbejder vi i regi af Dansk Storbyturisme (VisitAarhus, Destination Fyn og Wonderful Copenhagen) for at understøtte hver storbydestinations kulturelle styrker. I Hovedstaden sætter kulturvisionen [CopenCore](#) rammen for denne udvikling.

Projektet består af fire spor, hvor spor 1 omhandler arbejdet med kulturcases, såkaldte udviklingsforløb, med udvalgte kulturaktører. Disse udviklingsforløb er lokalt forankrede og ikke et direkte samarbejde mellem de tre destinationselskaber.

I nuværende projektperiode (Januar 2024 – januar 2025) er Wonderful Copenhagen's udviklingsforløb forankret i CopenCore's tema 1 "[COEXISTENCE](#)" som omhandler hovedstadens særlige DNA, den danske kultur og levevis. Den udvalgte kulturaktør er [Københavns Kulturkvarter](#), som udgøres af 17 kulturinstitutioner, der siden 2013 har samarbejdet om at udvikle Slotsholmen som byens kulturelle centrum. Kulturkvarteret rummer Danmarks ældste og mest betydningsfulde kulturinstitutioner samt vigtige demokratiske institutioner, som alle bidrager til fortællingen om København, det danske demokratiske samfund, kultur og levevis.

2. OPGAVERS FORMÅL OG FOKUS

Dette udviklingsforløb skal bidrage til skabelsen af Kulturkvarteret som en attraktiv og samlet kulturdestination med attraktionsværdi for både internationale gæster og lokale borgere. Et udviklingsforløb, der med afsæt i Kulturkvarteret som case, skal udmunde i økonomisk bæredygtige kulturprodukter¹, der tilkobles og udfolder temaet "Coexistence" – det Københavnske DNA og levede liv.

¹ kulturprodukter er i denne sammenhæng en bred betegnelse for de "produkter/værditilbud" som udvikles i projektet og er derfor et udtryk for den måde at "udkomme på".

Den udbudte opgave er todelt, men dog fuldstændig sammenhængende, og kan derfor med fordel løses i et konsortium af fx to bureauer, så det sikres at de nødvendige kompetencer er til stede. Vi ser også potentiale i at indgå samarbejde med kunstnere, design- eller arkitekturstuderende, som kan bidrage til den kreative udvikling af kulturprodukter. Hvis to går sammen om at give tilbud, er det et krav at én af tilbudsgiverne kan drive den samlede proces fra start til slut. Tilbudsgiver bedes derfor tydeligt beskrive én samlet proces for opgaveløsningen, med øje for delenes forskellighed, hvor leverancerne er koordineret, samstemt og gensidigt værdiskabende. Vi forventer ikke at tilbuddet indeholder konkrete bud på udviklede kulturprodukter, men derimod en nøje beskrivelse af processen fra start til slut.

Del 1. En opdateret og samlende kernefortælling

Københavns Kulturkvarter blev etableret som netværksorganisation i 2013 og har siden arbejdet på at professionalisere sig som organisation, herunder bl.a. fået udarbejdet et strategisk grundlag (vedhæftet) og en omfattende byrumsanalyse (link nederst i dokumentet). Med afsæt i dette eksisterende materiale skal kernefortællingen for Kulturkvarteret samles, opdateres og defineres med en tydelig kobling til temaet Coexistence.

Del 2. Aktivering af kernefortælling - udvikling af fælles værditilbud

Opgavens anden del består herefter i at få aktiveret kernefortællingen i minimum 3 konkrete og fælles værditilbud (også kaldet kulturprodukter).

Vi ved at de internationale gæster efterspørger lokale, autentiske oplevelser. Gæsterne viser stor interesse for at lære om vores kultur, det levede liv i byen og det københavnske DNA. De er nysgerrige på vores kultur og vil gerne (op)leve som de lokale, når de besøger byen. Det er derfor også en del af opgaven at få defineret det københavnske DNA nærmere og sætte det i relation til Kulturkvarterets institutioner, så det tydeligt fremgår hvordan Kulturkvarteret er særligt relevant i formidlingen af det københavnske DNA. Hvordan kan det komme til udtryk og blive synliggjort for de besøgende i nogle fælles konkrete værditilbud?

3. OPGAVERNS LEVERANCER

Disse leverancer skal sikre en sammenhængende og målrettet indsats for at styrke Københavns Kulturkvarter som en attraktiv kulturdestination med international appel og lokal forankring.

- 1) Med afsæt i Kulturkvarterets eksisterende materialer, skal deres kernefortælling opdateres og defineres med fokus på det københavnske DNA og destinationsudvikling af området. Herudover definering af målgrupper og nøglebudskaber for kommunikation af kernefortællingen
- 2) Konceptualisering, design og udvikling af minimum 3 værditilbud (kulturprodukter), der kommunikerer Kulturkvarterets fælles kernefortælling

- a. Herunder tilrettelægge og drive den kreative udviklingsproces med inddragelse af Kulturkvarterets projektkreds
- 3) Sikre at de udviklede værditilbud (kulturprodukter) er økonomisk bæredygtige og skaber værdi for både lokale borgere og internationale gæster
- 4) Styrke udviklingen gennem samarbejder og partnerskaber – gerne på tværs af kultur- og turismekæden
- 5) Sikre en forretningsbaseret tilgang til udviklingen af værditilbud med inddragelse af data og med brugeren i centrum. Derfor forventes det at der løbende testes og tilrettes undervejs. Wonderful Copenhagen's analyseafdeling er ansvarlige for dataindsamling og afsluttende effektmåling, og vil derudover bidrage med relevante analyser og data.

4. ANSVAR OG ROLLEFORDELING

Wonderful Copenhagen er projektejere og har ansvaret for projektets økonomi. Wonderful Copenhagen vil deltage i workshops samt relevante møder for at være med til at sikre projektets fremdrift, dele den nyeste viden og data indenfor kulturturismeområdet og bidrage med generel sparring på projektet. Derudover ansvarlig for håndtering af fakturaer som skal betales med projektmidler.

Det udvalgte bureau/konsulent planlægger, faciliterer og driver udviklingsforløbet (inkl. løbende sparringsmøder og workshops) fra start til slut. Hvilket indebærer ansvaret for projektstyring, herunder kontakt til projektkredsen, samt at projektramme og tidsplan overholdes. Derudover ansvarlig for kontakt og koordinering med de underleverandører, der inddrages til produktion undervejs.

Projektkredsen som består af 6 repræsentanter fra Kulturkvarteret; Thorvaldsens Museum, Nikolaj Kunsthal, DAC, Krigsmuseet, Københavns Museum samt projektleder og studentermedhjælper fra Kulturkvarterets sekretariat, dedikerer tid fra min. én person fra hver kulturinstitution som deltager i udviklingsforløbet. De er således ansvarlige for at medfinansiere med arbejdstimer og bidrage med engagement og viden igennem hele projektperioden. Det er desuden et krav for deltagelse i projektet, at partnerne deler data fra deres egen organisation samt den data der efterfølgende kommer ud af projektets effektmåling.

5. KRAV TIL TILBUD

Tilbuddet skal som minimum indeholde beskrivelser af:

- Tilbudsgivers forståelse af opgaven, herunder hvordan tilbudsgiver påtænker at løse de beskrevne leverancer
- Tilbudsgivers relevante kompetencer (vedlæg gerne CV'er). Angiv også ansvars- og rollefordeling blandt de involverede tilbudsgivere og medarbejdere samt eventuelle underleverandører
- Proces- og tidsplan, herunder inddragelse af projektkredsen
- Budget over de forskellige leverancer (inkl. samlet pris og timepriser for de involverede). Tilbudsgiver skal angive prisen (DKK, ex. moms) for løsning af hele opgaven samt udspecificere timeforbrug på de enkelte leverancer. I tilbuddet må der meget gerne tænkes i optioner og med uddybet timepris.

6. BUDGETRAMME

Udbuddets samlede budgetramme til konsulenttimer er: DKK 640.000

Udover budgetrammen er der afsat DKK 350.000 til materiel. Denne post kan således ikke dække konsulenttimer, men udelukkende alt "det fysiske" der skal produceres i forbindelse med de udviklede kulturprodukter.

7. TIDSPLAN & DEADLINE

Opgavens tidsperiode løber fra maj 2024 til og med januar 2025.

Processen indledes med et opstartsmøde med Wonderful Copenhagen hurtigst muligt efter udvælgelsen.

Afklaring forud for aflevering af tilbud

Forud for afgivelse af tilbud på opgaven, er det muligt at afholde et halv-times møde/telefonisk samtale med Wonderful Copenhagen, så eventuelle spørgsmål og tvivl vedr. udbudsmaterialet og selve opgaven kan afklares.

Følgende tidspunkter er mulige:

29. april	30. april	1. maj	2. maj	3. maj
10:00-10:30	10:30-11:00	9:30-10:00	12:30-13:00	10:00-10:30
10:45-11:15	11:15-11:45	10:15-10:45	13:15-13:45	10:45-11:15
		11:00-11:30	14:00-14:30	12:30-13:00

I bedes hurtigst muligt vende retur med, hvilket tidspunkt I ønsker at booke til Signe Krarup på mail: skr@woco.dk

Deadline for indsendelse af tilbud herefter er: 17. maj kl. 14

Tilbuddet sendes til kultur@woco.dk

De udvalgte vil få svar inden 24. maj.

UDBUDSMATERIALET BESTÅR AF FØLGENDE DELE:

- Nærværende udbudsbeskrivelse
- Byrumsanalyse af Kulturkvarteret, udført af Gehl Architects, findes [her](#)
- Slotsholmsalliancen – strategisk grundlag (bilag 1)