



FORELØBIG EVALUERING AF VIBORG KOMMUNES ANIMATIONSSTRATEGI

ANIMATION I VIBORG KOMMUNE

MAJ 2017

Indledning

Strategien 'Animation i Viborg Kommune' er vedtaget af Byrådet i 2014 for en 3-årig periode 2014-2016. Udvalget for Uddannelse, Handel og Innovation besluttede den 23. maj 2016, at udvide strategiperioden til og med 2017. Det blev samtidig besluttet, at evaluere strategien allerede i foråret 2017 for at afklare en evt. videreførelse af strategien

I evalueringen på de følgende sider opgøres filmproduktioner og andre animationsprojekter, den samlede økonomi, der genereres af animationsstrategien, samt data fra Infomedia om udbredelse, branding og brandingværdi af animation. Desuden gengives et udpluk af centrale aktører-/samarbejdspartneres oplevelse af strategiens betydning.

Endelig indgår elementer fra de politiske drøftelser og beslutninger i Udvalget for Uddannelse, Handel og Innovation i de forløbne år – herunder de årlige statusdrøftelser på møder den 1. september 2014 ([sag nr. 2](#)), 31. august 2015 ([sag nr. 1](#)) og 23. maj 2016 ([sag nr. 5](#)).

Evalueringen er opdelt i følgende elementer

- Opsummering og anbefalinger
- Baggrund for strategien Animation i Viborg Kommune
- Kommunens egen anvendelse af animation
- Efterspørgsel efter animation
- Udbygning af animationsbrand
- Organisering og sammenhæng i indsatsen
- Økonomi og støtte fra animationspuljen

Opsummering og anbefalinger

Animationsstrategien, der blev vedtaget i 2014, har afsat tydelige spor. Der er i perioden 2014-2017 godkendt produktion af 80 film.

Det høje aktivitetsniveau har øget efterspørgslen efter animation, og har været med til at forstærke Viborgs brand som animationsby både lokalt, regionalt, nationalt og internationalt, og understøtter visionen om Viborg som europæisk animationshovedstad.

Kommunens mål om:

- at anvende animation til løsning af kommunens dobbelte ambition om effektivisering og vækst
- at øge efterspørgslen efter animation, og
- at fastholde og udbygge det animationsbrand, som Viborg har opbygget

må som udgangspunkt siges at være opfyldt, også selv om det har været en udfordring - og til tider umuligt - at måle den konkrete effekt af det enkelte projekt eller tiltag.

Strategiens aktører har oplevet det som meget positivt at strategien og den afsatte animationspulje, har givet såvel kommunale som private aktører mulighed for at høste erfaringer med funktionel animation, der for alvor kan bringes i spil ved en videreførelse af strategien.

Det er åbenlyst, at Viborg Kommune har en unik position i forhold til animation, og at der ligger et kæmpe potentiale her. Viborg Kommune må ikke miste momentum og attraktion i forhold til både danske og udenlandske animationsvirksomheder, der kan have overvejelser om at etablere sig i Viborg. For det drejer animationsstrategien sig jo også om – arbejdspladser.

Med udgangspunkt i evalueringen anbefales det:

- at animationsstrategien revideres/videreføres med udgangspunkt i det nuværende formål, og

- at det herudover drøftes, om der skal udpeges særlige indsatsområder i strategien,
- at animationsstrategien indgår som en del af en eventuel kommende masterplan for animation,
- at der fortsat afsættes en pulje til understøttelse af nye produktioner,
- at produktionerne i højre grad end hidtil skal understøtte den dobbelte ambition om vækst og effektivisering – og at potentialet skal synliggøres,
- at der udarbejdes et administrationsgrundlag for behandling af ansøgninger til puljen,
- at der afsættes midler til fortsat ansættelse af en koordinator, og
- at organiseringen fortsætter uændret – idet boardet forventes at få en mere strategisk rolle i en videreført strategi.

Det anbefales videre:

- At det undersøges, om der kan indledes et samarbejde med forskere i forhold til undersøgelse af effekten af animation, virkemidler og forskellige målgruppers brug/opfattelse af animation.

Baggrund

Udviklingsstrategi for Viborg Kommune og animation

Viborg har opnået en international styrkeposition via en koncentration af videns- og kompetencemæssige ressourcer inden for animation med The Animation Workshop og Arsenalet som det centrale omdrejningspunkt.

Udviklingen er understøttet af Viborg Kommune, der gennem en årrække aktivt har satset på animationsområdet. Det kommer bl.a. til udtryk i Byrådets Udviklingsstrategi, hvor "Animation" først i Udviklingsstrategi 2011 og siden i Udviklingsstrategi 2015 har været en af tre styrkepositioner, der har Byrådets helt særlige fokus.

Udviklingsstrategien fra 2015 gælder frem til 2019, hvor der skal besluttet en ny 4-årig strategi for kommunens udvikling. Udviklingsstrategiens målsætninger for "Animation" fremgår af tekstboksen.

Målsætninger

Viborg Byråd vil,

- Understøtte større realisering af det kommercielle potentiale i animation og øvrige kreative erhverv blandt andet via kobling til de traditionelle erhverv, herunder ved en udvikling af Arsenalet 2.0
- Understøtte et attraktivt og internationalt studie- og erhvervsmiljø med udgangspunkt i Campus Viborg, og anvende det internationale miljø aktivt
- Understøtte etablering af flere vækstvirksomheder inden for animation og øvrige kreative erhverv – og tiltrække investeringer udefra
- Understøtte og udvikle Viborgs position som 'Europæisk Animationshovedstad'.

Strategien: Animation i Viborg Kommune

Som led i realisering af Udviklingsstrategien har Byrådet har 29. januar 2014 ([sag nr. 25](#)) vedtaget strategien "Animation i Viborg Kommune", som er genstand for denne evaluering. Animationsstrategien er forankret i Udvalget for Uddannelse, Handel og Innovation. Strategien vedlægges som **bilag nr. 1**.

Strategien fokuserer på kommunens egen anvendelse af animation i løsningen af kommunens dobbelte ambition om effektivisering og vækst. Kommunal anvendelse af animation skal bidrage til at afhjælpe kommunale effektiviseringsudfordringer, og den kommunale efterspørgsel efter animation skal samtidig skabe vækst og arbejdspladser i erhvervet. Derigennem fastholdes og udbygges det administrationsbrand, som Viborg har opbygget.

I forbindelse med vedtagelse af strategien i 2014, blev der afsat 4,4 mio. årligt til indsatsen i årene 2014-2016. I 2017 finansieres indsatsen af overførte beløb fra 2015 og 2016 – i alt 4,1 mio. kr.

Animationssatsningen er koncentreret om 5 hovedområder: Undervisning og Pædagogik, Sundhed, Erhverv, Offentlig administration og Kultur. Herudover satses på samarbejde med interessenter fra et bredt spektrum af private og offentlige aktører, lokalt, nationalt og internationalt.

Kommunens egen anvendelse af animation

Det har været meget positivt for udvikling af animationsområdet i Viborg Kommune, at der har været "tid og plads til at lære" undervejs i processen.

2014 og 2015 har haft karakter af udviklingsår, hvor der har været fokus på at udvikle forståelse for mulighederne for at bruge animation i den kommunale velfærdsproduktion. Den lidt langsomme igangsætning har betydet, at kun ca. halvdelen af den årlige pulje til produktion af animationsfilm er udnyttet i de første år, og at der er sket overførsel af uforbrugt beløb mellem årene.

I slutningen af strategiperioden er mindsettet udbredt til alle forvaltningsområder, og der er især i Viborg Kommune, men også i virksomheder i kommunen opbygget stor viden og erfaring med funktionel animation (det vil sige når animation bliver anvendt til andet end underholdning og får et funktionelt formål, som f.eks. kommunikation i privat og offentlig sammenhæng, eksempelvis inden for sundhed, læring eller industri).

Arbejdet med animation har skabt nye stærke netværk på tværs både internt i kommunen og mellem kommuner, andre eksterne aktører og animationsvirksomheder. Netværkene er med til at booste og udvikle kommunens brug af animation. Værdien af disse netværk kan ikke opgøres, men der er ingen tvivl om at netværkene har stor værdi – også i et fremtidigt perspektiv.

Der er gennemført 80 film-produktioner, og der er skabt markant øget efterspørgsel, omsætning og profilering, som omtales nærmere i følgende afsnit. Det er derimod ikke umiddelbart muligt at dokumentere det præcise omfang af opnåede besparelser/effekter, som anvendelse af animation måtte have medført inden for de enkelte fagområder i kommunen. Her mangler udvikling af måleværktøjer.

Ved statusopgørelse i september 2015 kunne det opgøres, at der fra 2014 til september 2015 var bevilget midler til 37 projekter. Animationsstrategien støttede med 3,4 mio. kr. og blev suppleret med ekstern støtte på 5,8 mio. kr. Der var således samlet produceret for 9,2 mio. kr., hvor Viborg Kommune altså har bidraget med godt en tredjedel.

I kalenderåret 2016 genererede en krone i støtte fra Animationspuljen yderligere 3 kroner til produktion af film jf. tabel 1.

Tabel 1: Animationsprodukter og finansiering i 2016

Område	Antal film/ publikationer	Finansiering			Total
		Pulje Animationsstrategi	Driftsbudget Forvaltning	Eksterne midler	
Undervisning	2	495.000	50.000	2.688.000	3.233.000
Sundhed	2	312.000	150.000	162.000	624.000
Erhverv	8	284.000	249.000	199.000	732.000
Offentlig adm.	2	205.000	220.000	220.000	645.000
Total	14	1.296.000	669.000	3.269.000	5.234.000

I 2017 er der igangsat 23 produktioner. Det kommunale støttebeløb udgør 2 mio. kr.

Støtte fra animationspuljen stimulerer til yderligere efterspørgsel efter animationsprodukter. En lokal virksomhed har således oplevet, at støtte til tre film på i alt 120.000 kr. har genereret køb af 6 nye projekter (der ikke har fået tilskud fra animationspuljen), og dermed en samlet omsætning på i alt 1 mio. kr. I 2017 er flere tilsvarende eksempler.

I 2016 og 2017 er der et styrket fokus på at skalere animationsproduktioner (bl.a. gennem versionering) for derved i højere grad at kommercialisere både den enkelte produktion og de/de involverede virksomheders udbytte. Kampagnen for rottebekæmpelse er et godt eksempel på versionering til andre kommuner.

Klip fra evalueringen: Oplever du, at strategien har været med til at skabe effektivitet og vækst?

- Markant øget omsætning/vækst, og forbedret effektivisering i måden at kommunikere budskaber til borgere på.
- Animationsprojekt i samarbejde med TAW har skabt vækst med kompetenceudvikling af lærere og pædagoger i forhold til produktionsorienteret læring.
- Animation i forhold til TOPI har sat et markant fokus på undersøgelsesmodellen og dermed medvirket til at kvalitetsudvikle i denne sammenhæng på skoler og i dagtilbud.
- I hvert fald har filmene på offentlig administration området givet opmærksomhed på mange områder. Lige fra ændret mindset i forhold til Fremtidens Kommune til affaldssortering, spildevand og Banebyen.

Efterspørgsel efter animation

Det første vendepunkt i efterspørgslen kom i oktober 2014, hvor avisen 'Politiken' bragte artiklen "Frygt og bæven i Viborg" hvor historien om Viborgs animationssatsning blev præsenteret – ikke i tekst, men i tegning – se bilag 2.

Siden har udviklingen i efterspørgslen fulgt en opadgående kurve, og det kan konstateres, at efterspørgslen efter animation er blevet stimuleret og der er tiltrukket ekstern finansiering til animationsprodukterne, jf. tabel 1. Animationsstrategien og de mange produktioner har samtidig givet en væsentlig PR-værdi, som har bidraget til Viborgs image som animationshovedstad.

Der opleves en øget efterspørgsel, da flere og flere både offentlige institutioner og private virksomheder kontakter TAW og Arsenalet med forespørgsler om hjælp til gennemførelse af animationsrelaterede projekter.

De afledte effekter er flere TAW støttede udviklingsprojekter med deltagelse af Arsenalets virksomheder + andre og øget matchmaking mellem Arsenalets virksomheder og offentlige og private virksomheder (antal matches med TAW som mellemlid var i 2016: 56 stk. – i 2017 er antallet pt. ca. 40).

Udbygning af animationsbrand

Infomedia udarbejder en gang i kvartalet en medieanalyse, der kan belyse spørgsmålet om udbygning af kommunens kommunikationsbrand. Analysen dokumenterer indhold og kvaliteten af kommunens overvågningsemner – heriblandt Animation og nye medier.

Den seneste analyse (**bilag nr. 3**) viser, at andelen af omtaler stiger fra 2014 og frem til og med 1. kvartal 2017, hvor der var 151 omtaler. Ikke nok med, at der er flere omtaler, men de er også mere positive. 71% af omtalerne var positive i 2014 – i 2016 var det hele 94%.

Annonceværdien af omtaler det seneste år kan opgøres til 4,5 mio. kr. Alene i 1. kvartal 2017 var værdien af omtaler på 2,1 mio. kr.

Det fremgår også af analysen for 1. kvartal 2017, at: *"Animationen i Viborg blev både nationalt og internationalt fremhævet som på samme niveau som Viborg Domkirke og Viborg Håndbold".*

Viborg Animationsfestival er ikke en del af animationsstrategien, men skal nævnes her, da den har stor betydning som mødested og udstillingsvindue for animation i Viborg.

Et andet "mødested" er animatingviborg.dk, hvor de film, der produceres med støtte fra animationsstrategien vises frem.

Klip fra evalueringsskemaer: Oplever du en øget efterspørgsel efter animationsprodukter?

- *Animation er 'kommet på dagsordenen' hos en række forvaltninger og sektorer, der før ikke kendte til animation som kommunikationsværktøj. Det medfører, at disse forvaltninger og sektorer nu indtænker animation som en af flere løsningsmuligheder på deres kommunikationsudfordringer, men også udfordringer med generelt at forbedre den kommunale velfærdsproduktion.*
- *Jeg oplever absolut en stigende efterspørgsel- både direkte fra forvaltningerne, men også fra andre kommuner, som enten har hørt om eksempler vi har lavet, eller selv har deltaget i.*
- *Fumle og det ædle grundvand og den efterfølgende Fumle og de fæle rotter samlede også kommuner og regionen i stor stil, og "Rotte-filmene" er efterfølgende solgt videre. Jeg oplever meget stor interesse, når jeg er ude med præsentationer og foredrag.*

Organisering og sammenhæng i indsatsen

Ved strategiens vedtagelse i 2014 blev der etableret en organisation til sikring af sammenhæng og udvikling af indsatsen samt koordinering med animationsmiljøet både på The Animation Workshop (TAW) og Arsenalet. Ønsket har været en fast, men dynamisk organisation, der kunne justeres i forhold til de aktuelle behov.

Organiseringen er justeret af Udvalget for Uddannelse, Handel og Innovation ved statusmøde 23. maj 2016. Justeringen havde til formål at styrke koordinationsgruppens fokus på det udførende arbejde med strategiens spor og sikre at projekterne, der arbejdes med, kan skabe intelligent efterspørgsel (det vil sige efterspørgsel efter animationsprodukter, der effektivt løser f. eks. kommunale udfordringer ikke bare i Viborg Kommune men i hele landet). På denne måde maksimeres den potentielle vækst i animationserhvervet.

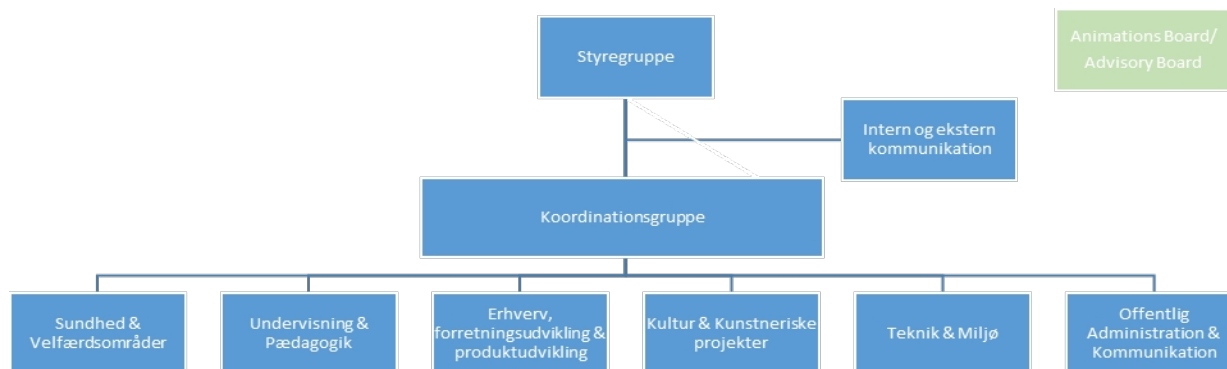
Lederne af projektgrupperne – typisk fagchefen på området – deltager i koordinationsgruppens møder.

En fuldtids animationskoordinator har ansvaret for at koordinere arbejdet. Koordinatoren er fra starten af 2017 gået ned på halv tid, og er samtidig ansat på halv tid som leder af Arsenalet.

Styregruppen, der er et nyt element i organiseringen fra 2016, består af en repræsentant fra direktionen i Viborg Kommune, bestyrelsesformanden for Arsenalet og rektor for TAW, skal være med til at sikre, at strategien udfoldes optimalt ud fra klare strategiske målsætninger, og at der er fokus på en kommerciel tilgang, der styrker de langsigtede perspektiver.

Organiseringen, der er under politisk ledelse af Udvalget for Uddannelse, Handel og Innovation, er skitseret i organisationsdiagrammet nedenfor.

Figur 1 – Organisering af Animation i Viborg Kommune, maj 2016



Det nedsatte Animation Board er et forum for Viborg Kommune til drøftelse af fremme og anvendelse af animation på offentlige og private kommunikationsplatforme. Boardet består af repræsentanter fra Byrådet, Direktionen og animationsmiljøet, herunder VIAUC/TAW samt øvrige regionale, nationale og internationale interessenter.

Animation Board har hidtil mødtes en gang om året i forbindelse med Animationsfestivalen. Boardets kompetencer er ikke hidtil udnyttet i nævneværdig grad. Mest af alt har boardet fungeret som ambassadører, der kan synliggøre og italesætte Viborg som Animationshovedstad. Der er dog en klar forventning om, at boardet vil få en langt mere fremtrædende rolle i en mere fokuseret strategi.

Klip fra evalueringsskemaer:

Er Koordinationsgruppen lykkedes med at skabe fremdrift i Animation i Viborg Kommune?

- *De fem chefer for hhv. skole- sundheds, kultur-, erhvervsområdet og borgerservicechef som repræsentant for den øvrige administration er lykkedes med at udbringe budskabet om funktionel animation til hver deres fagområder.*
- *Gruppen har været med til at få manges øjne op for mulighederne i at bruge animation. Kombineret med strategier for TAW og Arsenalet er det samlede animationsmiljø styrket markant de senere år.*
- *Det har taget lang tid og mange projekter, at nå frem til kendskab om mediets muligheder og hvordan det aktivt kan bruges til formidling. Der er nu markant flere ønsker til projekter end der er penge til.*

Økonomi og støtte fra animationspuljen

Som en del af Animation i Viborg Kommune er der for hvert af årene 2014, 2015 og 2016 afsat 4.400.000 kr.

Ud over basisfinansiering til primært koordinationsfunktioner (årligt 700.000 kr.) har udgangspunktet for budgettet været, at der med fokus på anvendelse og udbredelse af animation inden for de 5 projektgruppeområder afsættes i alt 3,2 mio. kr. og som led i en generel branding af Animation i Viborg Kommune 500.000 kr.

I 2014 og 2015 er der som tidligere nævnt arbejdet med at udvikle forståelse for mulighederne for at bruge animation i den kommunale velfærdsproduktion. Grundet projektets forskydning mellem årene, er der alle årene overført mindreforbrug til det følgende år.

2,3 mio. kr. er i 2014 overført til 2015

2,4 mio. kr. er i 2015 overført til 2017

1,7 mio. kr. er i 2016 overført til 2017

Samlet er der overført 4,1 mio. til videreførelse af strategien i 2017. Beløbet er allerede disponeret fuldt ud. De sidste midler blev fordelt på koordinationsgruppens møde den 2. maj 2017, hvor der forelå 23 projekter med ønske om et samlet støttebeløb på 2,0 mio. kr.

Der anvendes et særligt ansøgningsskema. Det fremgår af ansøgningsskemaet, at støttebeløbet som udgangspunkt kan udgøre max. 50%. Typisk har animationskoordinatoren og projektlederen på det pågældende område (f.eks. Undervisning og Pædagogik) forberedt ansøgningen, som endeligt godkendes i koordinationsgruppen/styregruppen. Udvalget for Uddannelse, Handel og Innovation er løbende orienteret om bevillinger fra puljen – som minimum i forbindelse med den årlige status.

Der er gennemført mange perspektivrige projekter siden 2014, men der er også gennemført projekter, hvor forventningerne til udbyttet måske ikke har været vurderet helt realistisk. Det kan hænge sammen med, at der ikke foreligger meget forskning, der undersøger effekten af animation, studier af virkemidler eller forskellige målgruppers brug/opfattelse af animation.

Generelt har det været en udfordring at måle – og til tider i praksis umuligt – at påvise effekten af de gennemførte projekter. I forhold til 2014, er der i dag langt større opmærksomhed på at måle effekten af indsatsen – og det skal der også være fremover.

Ved videreførelse af strategien anbefales udarbejdet et administrationsgrundlag for behandling af ansøgninger, og at der i højere grad vil blive stillet krav om dokumentation for, at produktionen understøtter den dobbelte ambition om vækst og effektivisering.

Klip fra evalueringsskemaer:

Er det en forudsætning for, at du vil indgå i et animationsprojekt, at der er en central pulje til finansiering af animationsprojekter

- *Ikke en forudsætning, men puljen fremmer helt klart forståelse og beslutning om at benytte animation frem for andre virkemidler.*
- *Nej, men det er klart, at det gør beslutningsbarrieren meget mindre, så flere kommer i gang*
- *Som udgangspunkt bør det fokus, der nu er sat på animation kunne skabe udvikling med den økonomi, der er tilstede i de enkelte områder. Effektivisering og vækst strategien, bærer animationen – og den indsats som animation understøtter og udvikler, skal have sammenhæng med den investering, vi lægger i den.*
- *Ja, ellers bliver det sandsynligvis for dyrt.*

Animation i Viborg Kommune



VIBORG
KOMMUNE

Derfor animation

Vision

"Viborg er en foregangskommune. Gennem nytænkning, dialog og et levende demokrati går vi nye veje og skaber unikke resultater"
(Viborg Kommunes Vision, 2006)

Animation i Viborg Kommune

Viborg Kommunes Udviklingsstrategi (2011) peger på animation som en af tre væsentlige styrkepositioner.

De øvrige er Grøn teknologi og bæredygtig produktion samt Store oplevelser.

Den strategiske brug af animation i Viborg Kommune har for Viborg Kommune et primært formål.

Animation er et redskab, der bidrager til at løse Viborg Kommunes dobbelte ambition om effektivitet og vækst.

Ved forstærket brug af animation øges efterspørgslen og samtidig fastholdes og udbygges det animationsbrand, som Viborg har.

Viborg Kommune har derfor udarbejdet strategien Animation i Viborg Kommune

Det vil vi

Viborg Kommune vil invitere til samarbejde med interessenter fra et bredt spektrum af offentlige og private aktører, lokalt, nationalt og internationalt.

Viborg Kommune vil selv udnytte effektiviserings- og kvalitetsmæssige potentialer, der ligger i at anvende animeret formidling i den kommunale opgavevaretagelse, f.eks. animerede selvbetjeningsløsninger eller anvendelse af animation i læringssituationer.

Viborg Kommune vil endvidere bidrage til at sikre, at langt flere aktører, både offentlige og private, efterspørger animation som del af en kommunikationsplatform, f. eks. som instruktionsfilm eller markedsføring.

Ved at fokusere Viborg Kommunes animationssatsning indenfor 5 hovedområder, vil Viborg Kommune også skabe events og store oplevelser, der kan understøtte erhvervsudviklingen.

Samtidig vil Viborg Kommune bidrage til at skabe positiv udvikling i antallet af lokale arbejdspladser i animationsbranchen og tilknyttede erhverv.

Sammenhæng i indsatsen

Animation i Viborg Kommune er en ambitiøs og fokuseret indsats, der kræver en stærk organisering. Viborg Kommune nedsætter derfor:

- **Animation Board Viborg**, der er et nationalt forum, som har til formål at bidrage til at øge efterspørgslen efter animation som led i offentlige og private kommunikationsplatforme.

- **En Koordinationsgruppe**, der har til formål at sikre fremdriften i Animation

i Viborg Kommune, at sikre koordination mellem animationsmiljøet og Viborg Kommune, og sikre sammenhæng mellem Animation Board Viborg og de fem projektgrupper, der nedsættes indenfor:

- **Undervisning og pædagogik**, med fokus på integration af animation i undervisning

- **Sundhed** med fokus på formidlingsfunktioner indenfor sundhedsområdet

- **Erhverv**, med fokus på kommerciel anvendelse af animation

- **Offentlig administration**, med fokus på brug af animeret formidling i den offentlige forvaltning

- **Kultur**, med fokus på inddragelse af animation i kulturelle sammenhænge

Såfremt der viser sig behov, oprettes nye projektgrupper.

Sådan gør vi

Animation i Viborg Kommune er en langsigtet strategi og investering, der kræver kommunal medfinansiering.

Den kommunale finansiering skal udover basisfinansiering til primært koordinationsfunktioner anvendes som medfinansiering til konkrete udviklingsprojekter med fokus på at øge efterspørgslen efter animationsydelser indenfor et af

de 5 projektgruppeområder eller som led i en generel brandingproces af Animation i Viborg Kommune.

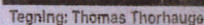
Projektgrupperne bemandes ud fra lokale behov, og de udarbejder handleplaner, der tager udgangspunkt i, hvad der efterspørges lokalt. Disse handleplaner kan behandles i relevante politiske fora, herunder MED-udvalg.

Koordinationsgruppen udarbejder på denne baggrund en samlet handlingsplan for Animation i Viborg Kommune, herunder projektfinsiering, der anvendes som platform for drøftelser i Animation Board Viborg.

Der afrapporteres løbende til det politiske niveau.

PRÆSENTERER

- EN LED REJSE IND I Hjertet AF
~~JYSK~~ DANSK ANIMATION



TEGNET REPORTAGE VIBORG ANIMATIONS FESTIVAL

Fortsat fra forsiden

Frygt og bæven i Viborg

Redaktionens note: Vi sendte vores tegner Thomas Thorhauge til Viborg Animations Festival, men har mistet kontakten til ham. Politiken er dog kommet i besiddelse af tegnerens ubearbejdede notater, som vi bringer i stedet. Vi beklager den rodede opsætning. Festivalen er allerede i fuld gang med med sine faglige workshops og konferencer, men åbner i morgen for publikum.



The Animation Workshop

De lidt dechifrerbare streger til højre forestiller angiveligt Viborg Kaserne, som nu lægger hus til The Animation Workshop (red.).



I Thorhauges materiale dukkede disse serviet-tegninger op, der synes at stamme fra samtaler om animations beskaffenhed. Denne er tilsyneladende udført af Andreas Suurballe, tegner med speciale i functional animation (red.).

VIBORG ANIMATIONS Festival



GÆSTER?



Ifølge festivalens program fortæller filmproducer Ron Diamond lørdag og søndag om, hvordan animationsbranchen vinder Oscars (red.).

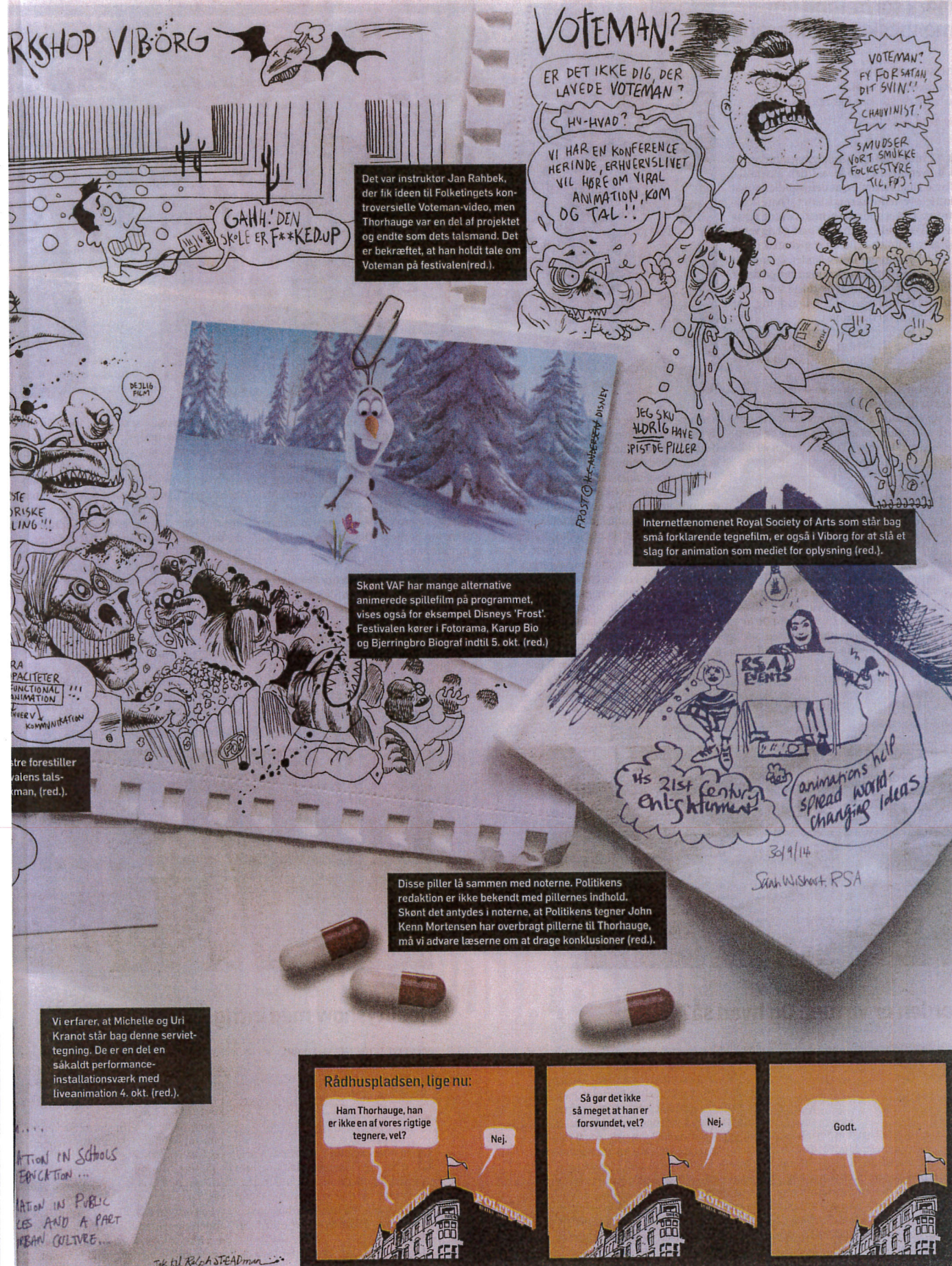


VIBORG

TRØR DE HER MÆNNEXER HAV EN PLAN

VIBORG TAXA: 86 62 66 00
VIBORG POLITI: 76 19 14 82

DEG TRØR DET LIG
JAKOB STEGELHAGEN
→ KØB ???



Det var instruktør Jan Rahbek, der fik ideen til Folketingets kontroversielle Voteman-video, men Thorhauge var en del af projektet og endte som dets talsmand. Det er bekræftet, at han holdt tale om Voteman på festivalen (red.).

Skønt VAF har mange alternative animerede spillefilm på programmet, vises også for eksempel Disneys 'Frost'. Festivalen kører i Fotorama, Karup Bio og Bjerringbro Biograf indtil 5. okt. (red.)

Internetfænomenet Royal Society of Arts som står bag små forklarende tegnefilm, er også i Viborg for at slå et slag for animation som mediet for oplysning (red.).

Disse piller lå sammen med noterne. Politikens redaktion er ikke bekendt med pillernes indhold. Skønt det antydes i noterne, at Politikens tegner John Kenn Mortensen har overbragt pillerne til Thorhauge, må vi advare læserne om at drage konklusioner (red.).

Vi erfarer, at Michelle og Uri Kranot står bag denne serviet-tegning. De er en del en såkaldt performance-installationsværk med liveanimation 4. okt. (red.).

Rådhuspladsen, lige nu:

Ham Thorhauge, han er ikke en af vores rigtige tegnere, vel?

Nej.

Så gør det ikke så meget at han er forsvundet, vel?

Nej.

Godt.

ANIMATION IN SCHOOLS
EDUCATION ...
ANIMATION IN PUBLIC
PLACES AND A PART
OF URBAN CULTURE ...

Tak til R&P&A STEADMAN

Viborg Kommune

Medieanalyse

1. kvartal 2017



INFOMEDIA

Nøgletal: Udviklingsstrategiens to af tre ben

1. kvartal 2017

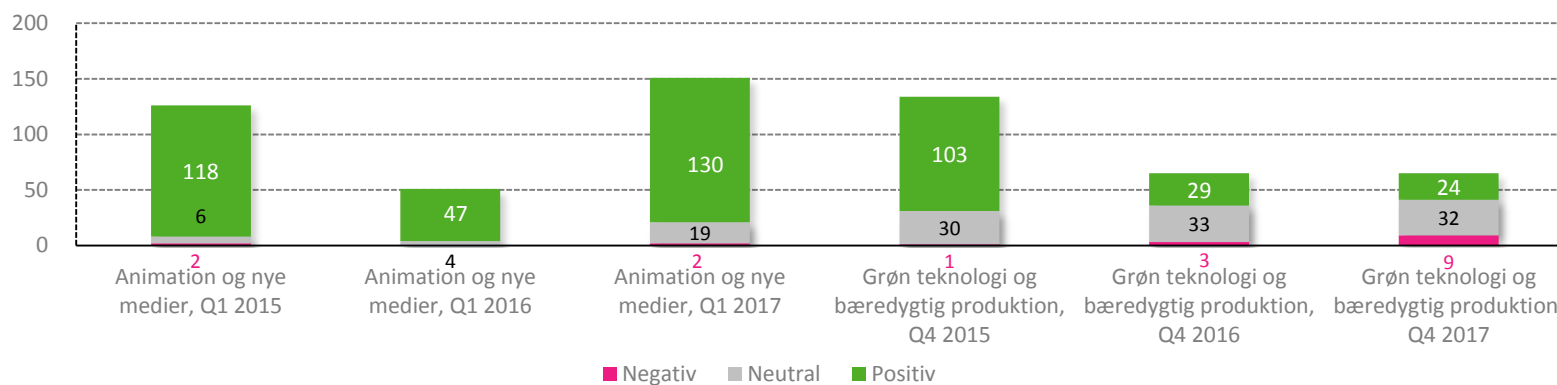
Tabel 8

Nøgletal for kvartalet							
Udviklingsstrategiens to af tre ben*	ANTAL	POSITIV	NEUTRAL	NEGATIV	ANNONCE-VÆRDI DKK	LÆSERTAL	PR-SCORE
Animation og nye medier	151	86%	13%	1%	2.133.133	4.992.009	+63
Grøn teknologi og bæredygtig produktion	65	37%	49%	14%	610.409	2.468.396	+21
I alt	216	71%	24%	5%	2.743.542	7.460.405	+50

* For mere info om det tredje ben – se særskilt opgørelse af 'Events/Store Oplevelser'

Figur 8: To af udviklingsstrategiens tre ben

Antal omtaler



• PR-scoren går fra +100 til -100, hvor 0 er neutral omtale. I scoren vægtes der for vinkel, antal læsere, størrelsen på artiklen, antal gange nævnt og om Viborg Kommune indgår i overskriften.