

Odense Teaters strategi 2016-20

1. Mission

Teatrets mission – eksistensberettigelsen – er først og fremmest givet af det lovbestemte formål, som er at "varetage særlige opgaver på scenekunstmrådet i landsdelen og medvirke til at udvikle scenekunsten gennem eksperimenterende aktiviteter eller særlige initiativer, herunder internationale aktiviteter".

Dernæst er det nærmere fastlagt i en bekendtgørelse, at teatret i lighed med en række andre teatre og institutioner på scenekunstmrådet skal

- sikre et alsidigt udbud af scenekunst indenfor det felt og i det område, som teatret opererer i
- til stadighed bidrage til et aktivt scenekunsthiv med såvel dansk som internationalt islæt
- medvirke til at samarbejde med andre aktører på scenekunstmrådet
- bidrage til at udvikle scenekunsten gennem eksperimenterende virksomhed

For Odense Teater som landsdelsscene er det yderligere præciseret

- a. at teatret skal bidrage til at dække behovet for scenekunst ved at opføre et *alsidigt og kvalitetspræget repertoire* bestående af ældre såvel som nyere værker, idet der skal tages særlige hensyn til danske værker, og
- b. at Odense Teater har *særligt ansvar for scenekunstudbuddet* i landsdelen

Udover de lovbestemte formål skal teatret i sit strategiske arbejde inddrage og eksplicit forholde sig til tre indsatsområder fra visionspapir for udvikling af scenekunsten i Danmark.

2. Aktuelle politiske målsætninger

Med bidrag fra en kreds af aktører fra scenekunstmiljøet lancerede den daværende kulturminister i maj 2015 en fælles vision for udviklingen af scenekunstmrådet; "Scenekunstdialog – visionspapir for udviklingen af scenekunst i Danmark". Med 'kunstnerisk udvikling' som det helt overordnede udviklingsmål for scenekunsten, er der opnået enighed om, at visioner og indsatser skal koncentreres om

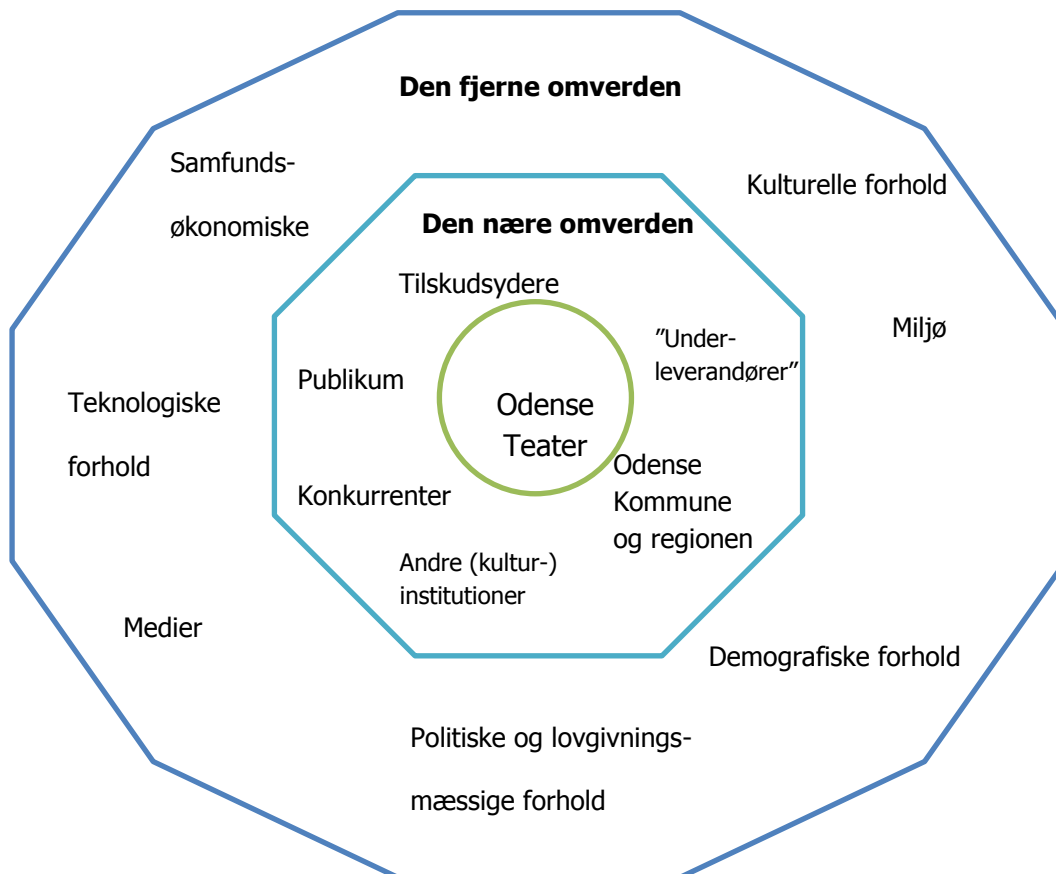
- arbejdet med publikumsudvikling
- internationalisering af scenekunstmrådet
- samarbejde på tværs af scenekunstens aktører

Efterfølgende er yderligere blevet tilføjet indsatsområdet

- talentudvikling

3. Aktuelle udfordringer - Odense Teaters omverden

Odense Teaters situation og udviklingsmuligheder påvirkes af en række forhold i den nære og den mere fjerne omverden. Den nære omverden omfatter de interessenter, som teatret løbende er i kontakt med, og hvor der sker en gensidig påvirkning, f.eks. mellem teatret og publikum og mellem teatret og Kulturministeriet. I den mere fjerne omverden findes de faktorer, som teatret ikke kan styre, og hvor fra der sker en ensidig påvirkning af teatret. Teatret må løbende tilpasse sig ændringer i omverdenen og udnytte de muligheder, der opstår.



Publikum: Publikum er den helt grundlæggende forudsætning for teatrets eksistens, og området er derfor af stor vigtighed i en omverdensanalyse.

I efteråret 2015 har analysefirmaet Mediabroker foretaget en analyse af teatrets publikum ud fra Odense Teaters data fra Billettens billetsalgssystem for de seneste fire sæsoner 2011-2015.

Følgende kan aflæses

- om kønsfordelingen: det er for ca. 70 %'s vedkommende kvinder, der står for at købe teaterbilletter.

- om kundetyperne: Kundetyperne kan primært kategoriseres som hhv. Stjerne kunder (abonnenter) 35 %, Normalpris (løssalgskunder) 24 %, Børn, unge og studerende 12 %, Personale fri og køb 8% og inviterede (presse m.v.) 6 %

- om loyalitet:

Selvom antallet af Stjerne kunder har ligget rimelig stabilt på godt 2.500 kunder, udskifter teatret fra sæson til sæson omkring 1/3. Mængden af løssalgskunder svinger lidt mere fra 4.500-6.000 kunder på en sæson. Af dem er der over 4/5, der ikke kommer igen – eller i hvert fald ikke selv køber flere billetter til teatret. Omkring 1/20 af løssalgskunderne bliver Stjerne kunder.

- om sæsonudsving:

Langt størstedelen af billetterne bliver solgt, især via internettet, i perioden fra medio april, når den nye sæsonbrochure er på gaden og indtil sommerferien, lige inden Skt. Hans. Herefter igen i efteråret med ekstra pæn aktivitet lige efter sommerferien medio august og op til juleforestillingen i november. Det er i første omgang Stjerne kunderne, der næsten når at købe 50 % af det budgetterede antal solgte billetter inden sommerferien. Løssalgskunderne har en typisk købshorisont på under en måned.

Mediabroker hæfter sig i sin opsummering især ved, at Odense Teater formår at holde godt fast i Stjerne kunderne. Der er nemlig 70 % sandsynlighed for, at Stjerne kunderne vil vende tilbage til teatret indenfor de efterfølgende 3 sæsoner, og for løssalgskundernes vedkommende er det kun 18 %, der vender tilbage indenfor denne horisont.

Børn og unge i teatret

Der har de seneste sæsoner været øget fokus på skoleområdet, og via stærke forestillinger som SKAMMERENS DATTER og BRØDRENE LØVEHJERTE er det lykkedes at få mange skoleklasser til at besøge teatret. Skolernes budgetter til teater er pressede, og det virker som om, at der ikke er de store udsigter til at kunne øge indtjeningen her. Samtidig har Odense Kommune varslet en udfasning af deres transportstøtte til skoler, der skal i teatret. Det betyder, at vi har en ny situation, og nye udfordringer i forhold til at fastholde den store interesse fra skolerne. Odense Teater har indtil videre valgt at overtage den tidligere kommunale transportstøtte.

Klub_U

Et andet tiltag i forhold til at få unge i teatret, er rabatordningen Klub_U, der giver alle mellem 15-24 år og studerende mulighed for at komme i teatret på dagen for 50 kr. Med denne ordning har teatret positioneret sig stærkt i forhold til bl.a. byens biografer og andre teatre.

Tilskudsydere: Kulturministeriet er teatrets største finansielle bidragsyder med et betydeligt driftstilskud på de årlige finanslove. Der er historisk lang tradition for den statslige finansiering, og der er ingen forventning om, at dette altafgørende forhold skulle ændre sig, omend der forud for rammeaftalens fornyelse er varslet besparelser i usædvanlig størrelsesorden. Udsigten til at bevillingen reduceres 2 % årligt i rammeaftaleperioden vil medføre en nødvendig udgiftsreduktion, der sætter teatrets muligheder for at udbyde forestillinger i store formater hver sæson under pres, ligesom det kan vanskeliggøre en fastholdelse af teatrets høje aktivitetsniveau.

Der er en lang række betingelser, forpligtigelser og rettigheder forbundet med det statslige tilskud, og teatret sørger vedvarende for i praksis at afstemme krav og forventninger til det løbende samarbejde med Kulturstyrelsen.

Odense Teaters sponsorer udgøres primært af lokale virksomheder og organisationer, der via co-branding ønsker at vise opbakning til teatret. Sponsorindtægter udgør en mindre del af teatrets indtægtsbudget, og kunne derfor med fordel øges. Teatret oplever generelt, at den betydelige statsstøtte kan være en hindring for at opnå eksterne parters økonomiske medvirken i projekter eller anskaffelser, men vil alligevel øge indsatsen for at tiltrække flere til sponsorklubben

Andre kulturinstitutioner/konkurrenter:

Odense Teater har hidtil været stort set det eneste professionelle teater, som har præsenteret store teaterforestillinger på Fyn, og overordnet set det højst profilerede teater i den syddanske region. Men der er naturligvis andre dygtige teaterproducenter og teaterformidlere i området, og konkurrencen vil muligvis skærpes i de kommende år.

Lokalt i Odense findes de mindre storbyteatre Teater Momentum, Nørregårds Teater og Den Fynske Opera. *Teater Momentum* præsenterer moderne oftest ny dramatik i mindre format, og da godt en fjerdedel af Odense Teaters repertoire ligeledes består af oftest ny dramatik i mindre format, er der naturligvis en vis sund konkurrence bl.a. om det yngre publikum. Ligeledes er Teater Momentum begyndt at udbyde gæstespil (ofte med støtte fra turnénetværket) og har etableret en meget billig årskort rabatordning. Indtil videre har vi dog ikke set dalende efterspørgsel på vores gæstespil, tværtimod.

Nørregårds Teater er lokalt børneteater, som producerer mindre teaterforestillinger med færre medvirkende end Odense teaters større børneforestillinger. Skønt vore forestillinger er meget forskellige i format, er der en vis konkurrence om salg til skoler. På Odense Teater har vi dog i de sidste to sæsoner øget skolesalget betragteligt. En kommunal støttet ordning om transporttilskud til skoleelever fra Odense Kommune er bortfaldet, og Odense Kommune har besluttet primært at støtte, at Nørregårds Teater kommer ud på kommunens skoler ved en billetpuljeordning for skolerne, men der er dog givet tilsagn om, at de odenseanske skoler billetkøb på Odense Teater støttes med 100.000 kr. i sæson 2016/17.

Den Fynske Opera er som opera-producent ikke en egentlig konkurrent.

Fredericia Teater har i de seneste 5 år etableret sig som en meget markant producent af musicals. De kendte Disney-musicals og teaterkoncerter som *Shu-bi-dua* teaterkoncerten tiltrækker et meget stort publikum i regionen, sandsynligvis også fra Odense.

ODEON. Det nye musik- og teaterhus, hvor Odense Teater skal etablere ny blackbox-scene i 2017, rummer også en stor teatersal med plads til 1.700 gæster. Salen skal anvendes til konferencer, men vil af

driftsoperatøren også kunne anvendes til at præsentere store kommercielle gæstespil, ofte musicals. Der har ikke tidligere eksisteret en teatersal i Odense med den mulighed, og det er ret givet, at vi vil opleve konkurrence på dette område. Odense Teater er udfordret på skolesalg, kendte musicals, gæstespil og ny dramatik.

"Underleverandører": Ved underleverandører forstås mulighed for at

- rekruttere kvalificerede kunstnere/medarbejdere.
- få rettigheder til nye scenekunstneriske værker, samt bestille nye værker.
- finde egnede gæstespil og co-producenter.
- følge med udviklingen inden for sceneteknisk udstyr, specielle effekter etc.

Mulighed for at rekruttere kvalificerede kunstnere/medarbejdere

Odense Teater har gode muligheder for at tiltrække kvalificerede scenekunstnere og andre medarbejdere, både på hvad angår medarbejdere med free-lance-ansættelser, årsmåls-ansættelser og fastansatte. Grundet nærheden til hovedstaden er det muligt også at trække på den store gruppe af mennesker med scenekunsthøj kvalifikationer, som er bosiddende dér. Det er muligt at pendle til arbejde fra f.eks. København, hvad der ikke i samme grad lader sig gøre for teatre i f.eks. Aalborg og Aarhus.

Det er teatrets skøn, at der fortsat vil være et passende antal unge talenter og erfarne skuespillere og scenekunstnere i øvrigt, som vi har mulighed for at ansætte, også inden for lønrammen.

Mulighed for at få rettigheder til nye scenekunstneriske værker, samt bestille nye værker

Med den rette research og indsigt i scenekunstmiljøerne nationalt og internationalt vil Odense Teater fortsat have gode muligheder for at kunne få Danmarkspremiere på nye dramatiske værker. Det er vigtigt at bestille nye værker i god tid, og have god tid til dialog med dramatiker, komponist, dramaturger og andre, som kan være involveret i udviklingsprocessen. Vi har oplevet problemer med få rettigheder til musik-numre, som skal indgå i nye dramatiske værker f.eks. teaterkoncerter og må fremover begynde afklaringsprocessen herom i bedre tid.

Mulighed for at finde egnede gæstespil og co-producenter

Odense Teater har et godt samarbejde med de forskellige danske turneteater-producenter, som generelt er meget tilfredse med at spille på teatret; vi har gode samarbejdsaftaler og har således ingen problemer med at finde interesserede producenter, men har dog ikke altid tid/plads på scenerne, da vi selv producerer og spiller på dem. Odense Teater er dog stadig den af de danske landsdelsscener, som har det største udbud af gæstespil (10-13 pr. sæson). Det kan være vanskeligt at finde gæstespil, som ikke er for udgiftstunge til de mindre scener, da billetindtægten her er meget lav på grund af de få pladser.

Flere små og store teatre, både fra København og det øvrige Danmark, er interesserede i at co-producere med Odense Teater. Der findes en del spændende muligheder rent kunstnerisk. Det kan dog være vanskeligt at finde en samproduktionsmodel, som passer begge teatre og ikke er dyrere, end hvad det ville koste ét teater at producere. Dette kan f.eks. skyldes: øgede udgifter til transport og overnatninger eller leje af prøve- eller spillesteder, uens perioder, økonomi og overenskomstforhold mellem Odense Teater og det co-producerende teater. Hvis Odense Teater i større grad skal finde besparelser ved at co-producere, kan konsekvensen blive at antallet af fastansatte teknikere og skuespillere på teatret skal reduceres.

Mulighed for følge med udviklingen inden for sceneteknisk udstyr, specielle effekter etc.

Odense Teater har grundlæggende et tidsvarende teknisk udstyr på de fleste områder. Der er på sigt brug for en opkvalificering af bl.a. lydudstyr, højttalere og el-træk. Der findes uudnyttede muligheder på områder som grafik/video-scenograf på scenografiske fladskærmelementer, projektioner på scenografi (også kaldet "mapping"), computerstyrede scenetræk til flyvninger o.a. Disse kræver omfattende investeringer i nyt udstyr.

Odense Kommune og Region Syddanmark:

Odense – fra stor by til storby?

Det er et mål for Odense Kommune i fremtiden at transformere sig fra en stor by i provinsen til "storby", jf. www.odense.dk Et mål der bl.a. handler om i højere grad end tilfældet er at give unge mennesker lyst til at bosætte sig på Fyn efter endt uddannelse; at give virksomheder lyst til at flytte til regionen og at skabe arbejdspladser og vækst. Strategien for denne transformation baserer sig bl.a. på de kulturtilbud som findes i Odense og udviklingen af disse – og dette er naturligvis en del af en udvikling, som Odense Teater bør og skal være en del af.

Som en del af indsatsen er der kommet nye kulturtilbud til, bl.a. i form af festivalerne HCA og Karrusel, som Odense Teater allerede har bidraget til og samarbejdet med. Men Odense Teater kan med fordel have sin egen strategi for, hvorledes teateret indgår i denne udvikling, bl.a. med interessante og markante kulturtilbud til den yngre befolkningsgruppe. Det er i den forbindelse vigtigt, at teateret kan markere sig som en nysgerrig og modig kulturinstitution, der tør tage chancer og formår at beskæftige sig med nutidige emner og kunstformer (om muligt provokere), hvis unge mennesker skal opleve teaterets forestillinger som et "storby-kultur-tilbud".

Andre tiltag kan være af inddragende art som at huse vækstlagsgrupper inden for scenekunst (bl.a. festivalen Scenoskop), skabe forskellige kultur-events og borgerscene-forestillinger, som henvender sig specielt til denne gruppe. Odense Teater kan med fordel samarbejde med nogle af de andre kulturinstitutioner om denne strategi bl.a. Brandts, Filmværkstedet, Tip Toe Big Band, teatrene og festivalerne, men også naturligvis med kommune, politikere og erhvervsliv. Det er vigtigt, at teateret formår at møde de unge på selve uddannelsesstederne (bl.a. universitet, seminarer mv.) og kan finde egnede ambassadører blandt de studerende, som teatret kan være i dialog med, og som kan hjælpe med at formidle de kulturtilbud, som findes til deres medstuderende.

Nyt publikum i den syddanske region

Odense Teater har et relativt stort og trofast publikum i Odense, færre fra det øvrige Fyn og få fra den øvrige del af den syddanske region. Kendskabsgraden til Odense Teater og dets kulturtilbud er ligeledes aftagende, jo længere væk fra Odense dets potentielle brugere bor.

En oplagt mulighed kunne være at flytte forestillingerne til andre områder i regionen. Dette er gjort tidligere, men Odense Teater har ikke haft fast turne-virksomhed i en årrække. Turnéerne ophørte, fordi teateret vurderede, at aktiviteten krævede for store økonomiske og personalemæssige ressourcer, og besværliggjorde et højt aktivitetsniveau på scenerne i Odense. Det var vurderingen, at Odense Teater kunne opnå højere billetindtægter, få flere publikummer og have færre udgifter uden turnévirkomhed.

Men det er bestemt forsøget værd at kigge på mulighederne for atter at turnere og gøre Odense Teater synlig andre steder end i Odense. Det er også muligt at mindske udgifterne, hvis teatret vælger a) at turnere med produktioner med mindre scenografi og teknik, samt færre medvirkende og b) at spille på

teatre eller andre turnesteder i en afstand fra Odense, som ikke kræver overnatninger, diæt etc. og c) kan spille længere på det valgte spillested og ad den vej minimere udgifter til transport, op- og nedsætning. Odense Teater kan i højere grad undersøge muligheden for at finde og etablere "satellit-spillesteder" – teatre, teaterforeninger, kulturhuse, museer og lignende, som Odense Teater kan samarbejde med for om muligt at kunne præsentere forestillinger for et nyt publikum andre steder i regionen end på teatret i Odense. Hvis Odense Teater atter skal turnere i større eller mindre omfang, skal der naturligvis bruges ressourcer til at planlægge, formidle, sælge og gennemføre dette. Teatret vil samtidig befinde sig på et nyt marked med mulighed for at få nyt publikum, men også i konkurrence med andre teatre, som udbyder turné, samt mindre teatre og andre kulturinstitutioner i de egne, hvor Odense Teater evt. vil turnere i.

4. Vision


På baggrund af missionen, de aktuelle politiske udfordringer og omverdensanalysen ovenfor har Odense Teater følgende vision, der bygger på 3 ønsker om at være:

 **Syddanmarks væsentligste producent og udbyder af professionel scenekunst.** Vi vil derfor

- udvikle nye teateraktiviteter og formidling rettet mod publikumsgrupper, der er mindre bekendt med scenekunst
- være kultur- og samfundsdebatende, være i samspil med publikum og det omgivende samfund
- synliggøre den syddanske region nationalt og internationalt igennem teatrets kunstneriske virke og regionale forankring.

 **Et af Danmarks absolut førende teatre hvad angår kvalitet, udbud og format.** Vi vil derfor

- stræbe efter høj kunstnerisk kvalitet
- være kulturbærende for teaterkunsten og dens traditioner
- lade os inspirere af de scenekunstneriske strømninger og måder at drive teater på i ind- og udland.

 **Et moderne, fleksibelt og åbent teaterhus.** Vi vil derfor

- være i stand til at håndtere meget forskellige produktionsformer og kunstneriske processer, og medvirke til at udvikle, hvor og hvordan teater produceres og skabes i fremtiden
- søge at udvide publikums forståelse af den scenekunst, vi præsenterer, f.eks. gennem særarrangementer, foredrag og debat
- give flere publikummer mulighed for at opleve vore kunstneriske succeser f.eks. gennem genopsætninger, turné og forlængede spilleperioder.

5. Strategiske mål 2016 - 2020

Odense Teater vil i den kommende 4-års periode have fokus på de tre indsatsområder, der er defineret i visionspapiret ("*Scenekunstdialog. Visionspapir for udviklingen af scenekunst i Danmark*") fra 2015, samt på kunstnerisk udvikling og talentudvikling. I alt har Odense Teater følgende fem overordnede strategiske mål:

1. Kunstnerisk udvikling
2. Publikumsudvikling
3. Samarbejde med andre aktører på scenekunstmrådet
4. Internationalisering
5. Talentudvikling

Kunstnerisk udvikling

Det er Odense Teaters mål at producere scenekunst af højeste kvalitet, og - i kraft af vores scenekunstneriske virke - at være langt fremme i publikums, teaterkritikernes og teaterudøvernes bevidsthed. Vi vil anerkendes, som en scenekunstproducent, der satser på kvalitet, relevans, aktualitet og som tør at gå nye veje. I perioden 2016-20 vil vi:

1. *Udvikle nye danske dramatiske værker af høj kvalitet.*
2. *Udvikle nye teater- og produktionsformer.*
3. *Producere relevante, aktuelle og/eller eksperimenterende forestillinger af høj kvalitet – baseret på klassiske, såvel som moderne værker.*

Mål 1.1. Udvikle nye, danske dramatiske værker af høj kvalitet.

Med sigte på at skabe tidsvarende, moderne og aktuelt teater af høj kvalitet, vil vi i aftaleperioden bestille og udvikle nye dramatiske værker. Teksterne til disse værker udvikles primært af danske dramatikere i samarbejde med dramaturger og instruktører. De ny-udviklede dramatiske værker kan være:

- Originale ny dramatiske tekster.
- Dramatiseringer efter forlæg fra film eller roman.
- Værker udviklet kollektivt (med skuespillere og instruktør) med eller uden forlæg.

Det er samtidig målet, at disse aktuelle forestillinger og deres urpremierer skal være langt fremme i teaterkritikernes og publikums bevidsthed, således at de aktuelle, nye værker ikke forbigås, men opleves som en væsentlig og relevant del af ny dansk kunst og kultur.

Mål 1.2. Udvikle nye teater- og produktionsformer (nye tiltag inden for produktionsformer, formater eller sceneteknik).

Med henblik på at udvikle nye scenekunstneriske udtryk, der kan overraske og begejstre et nutidigt publikum, er det vigtigt, at Odense Teater eksperimenterer og tør udfordre, hvor og hvordan vi laver teater. I den kommende rammeaftaleperiode vil vi årligt producere minimum en forestilling, hvor nye former afprøves. Der kan f.eks. være tale om:

- Alternative spillesteder, f.eks. site-specifik forestillinger, udendørs teater, installationer og vandreforestillinger.
- Produktioner, hvori ny sceneteknik spiller en for publikum væsentlig rolle, f.eks. videografisk scenografi-projektion, lyd eksperimenter etc.
- Alternative formater og prøveforløb, evt. kollektive processer, som i højere grad inkluderer f.eks. skuespillere, instruktører, lys- og lyd designer eller scenografer, i skabelsen af det nye værk. Processer, der skaber overraskende og nye scenekunstneriske former og udtryk, til glæde for et nysgerrigt moderne publikum.
- Tværdisciplinære forestillinger, hvor andre kunstarter, videnskab, sociale forhold etc. udfordrer, spiller mod og/eller sammen med den gængse skuespillerbaserede teaterform.

Mål 1.3. Producere relevante, aktuelle og eksperimenterende forestillinger af høj kvalitet – baseret på klassiske, såvel som moderne værker.

Odense Teater vil medvirke til at fastholde den teatermæssige kulturarv ved at spille danske og udenlandske klassiske værker og fortolke dem med et skarpt blik for nutidig relevans. Samtidig skal teatret have et vågent øje for, hvad der aktuelt rører sig i den moderne verdensdramatik, oversætte og producere relevante forestillinger på et niveau, der kan måle sig med de originale produktioner.

Både hvad angår klassikere og moderne tekster er det målet, at Odense Teater præsterer teater af højeste kvalitet. Dette skal bl.a. kunne måles på gode anmeldelser, prisnomineringer, publikumstilkendegivelser og –målinger samt interne kunstneriske evalueringer.

Generelt vil Odense Teater søge, at de kunstneriske mål opfyldes ved, at der afsættes tilstrækkelige ressourcer (finansielle midler og kompetent arbejdskraft) til at bestille, producere og udvikle forestillinger af høj kvalitet. Teatret vil prioritere en produktionsstruktur og planlægning, der sikrer høj kunstnerisk faglighed hele vejen rundt om, hver enkelt produktion.

Publikumsudvikling

Som nævnt i Kulturministeriets "Scenekunst i Danmark – veje til udvikling" (2010) og i "Scenekunstdialog. Visionspapir for udviklingen af scenekunst i Danmark" (2015) skal publikumsudvikling være en integreret del af teatrenes virksomhed. Undersøgelser viser nemlig, at publikumsantallet generelt i Danmark er faldet med 30 % de seneste 30 år, og at den typiske teatergænger er en velsitueret kvinde i 50-60+ alderen.

Odense Teater har formået at fastholde et stort publikum, men kernepublikummet er (ifølge egne undersøgelser) på Odense Teater 60+ eller ældre. At fastholde publikum til scenekunsten om 30 år kalder på en nytænkning af publikumsudviklingsstrategien.

Denne situation er bl.a. baggrunden for, at Odense Teater - i samarbejde med Danmarks øvrige landsdelsscener - administrerer og deltager i det internationale EU-støttede publikumsudviklingsprojekt Theatron, der afsluttes i 2017, og som har været til inspiration for og fortsat inspirerer Odense Teaters aktuelle publikumsudviklingsprojekt.

I den kommende rammeaftaleperiode vil Odense Teater intensivere arbejdet med at tiltrække et publikum, som i højere grad afspejler befolkningen i Danmark og forsøge at række ud mod dem, som sjældent eller aldrig går i teatret. Vi vil arbejde på at nedbryde eventuelle (kulturelle) fordomme om, hvad Odense Teater er, og hvem det er til for, og forsøge at skabe fornyet interesse om scenekunst i vor tid. Vi vil have fokus på at:

1. *Styrke kendskabet til kerne- og marginalpublikummet.*
2. *Få nye publikumsgrupper i teatret.*
3. *Udvide publikums forståelse af scenekunst.*
4. *Yde bedre publikumsservice.*

Mål 2.1. Styrke kendskabet til kerne- og marginalpublikummet.

For at skabe en relevant kommunikation og målrette markedsføringen er der behov for indgående kendskab til publikum. Vi vil styrke vores kendskab yderligere ved at:

- Få lavet en ny analyse af billetdata som opfølgning på analyse for perioden 2011/12 - 2014/15, der bl.a. kortlægger kundetyper, loyalitet, købsmønstre mv.
- Udarbejde publikumsundersøgelser både fysisk og digitalt, som kan give nyttig viden og input til forbedringer. Der er i forbindelse med det fælleseuropæiske teaterprojekt for publikumsudvikling Theatron igangsat en publikumsundersøgelse, der skal køre hele sæsonen 2015/16. Undersøgelsen sigter mod at afdække publikumsprofiler for de forskellige typer af forestillinger samt på at afdække, hvornår og hvordan publikum begynder at fatte interesse for teatret.
- Lave fokusgruppeundersøgelser med udvalgte publikumsgrupper, hvis der vurderes at være særligt behov for det.

Mål 2.2. Søge at øge publikumstallet over aftaleperioden, og få nye publikumsgrupper i teatret.

Odense Teater vil søge at øge publikumstallet over aftaleperioden, og skal intensivere arbejdet med at tiltrække nye publikumsgrupper. Vi vil skabe forestillinger, arrangementer, billetordninger, nye formidlings- og kommunikationstiltag, der henvender sig til på forhånd udvalgte og definerede nye publikumsgrupper.

Målgrupper kan være:

- Unge mellem 15 og 25 år, samt studerende - Odense er en studie-by og potentialet skal udnyttes.
- Personer bosat uden for Odense Kommune.
- Publikum i alderen 25-35 år uden børn og i arbejde.
- Publikum i alderen 40-60 år, som har mere fritid efter deres børn er blevet store.
- Særligt udvalgte grupper, f.eks. personer af anden etnisk herkomst, personer med ingen eller kortere uddannelse, mænd og lign.
- Virksomheder, foreninger og sponsorer til gruppesalg.

I den kommende rammeaftaleperiode skal Odense Teater iværksætte forskellige tiltag med henblik på at nå disse grupper:

- Den særlige rabatordning for unge og studerende Klub_U skal fortsætte og ekspandere. Dette skal ske ved i højere grad at inkludere Klub_U brugere. Vi vil finde frivillige "ambassadører" i målgruppen, der skal hjælpe os med at kommunikere repertoiret, bl.a. ved at anmelde forestillingerne og afholde særlige arrangementer for medlemmerne. Teatrets særlige repertoire for U-TEATER og aktiviteterne på dens scene UNDERGRUNDEN indgår også i denne strategi.
- Hvad angår det potentielle publikum, som er bosiddende i den syddanske region, men uden for Odense Kommunes grænser, vil vi dels øge markedsføring og kontakt i udvalgte kommuner, og dels prøve at finde egnede spillesteder/teatre i region Syddanmark, som vi kan samarbejde med, og - om muligt - gæste disse med teatrets egenproduktioner.
- Hvad angår publikum i alderen "25-35 år i arbejde" og "40-60 år med store børn" vil tiltagene primært være at finde i en drejning af repertoire og markedsføring, som i højere grad rettes mod disse grupper.
- Vi vil skabe produktioner, der på forskellig vis kan inddrage særligt udvalgte publikumsgrupper i forestillingens skabelsesproces og evt. også som medvirkende på scenen. Vi vil sondere muligheden for i højere grad at inddrage frivillige i afviklingen af forestillinger og om muligt skabe et korps af frivillige.
- Vi vil afprøve nye tiltag for at øge salg til grupper fra erhvervslivet, virksomheder og institutioner, og skabe særlige arrangementer før eller efter forestillingerne for disse grupper. Det kræver en del opsøgende arbejde og koordination af en række pakkemuligheder, der skal udrulles for potentielle grupper.

I kraft af de ovenfor beskrevne tiltag er det Odense Teaters ambition at øge teatrets samlede publikumstal målt over aftaleperioden.

Mål 2.3. Udvide publikums forståelse af scenekunst.

Vi vil udvikle og tilbyde nye formidlingstiltag f.eks. i form af foredrag, særarrangementer, rundvisninger og undervisning, for at øge kendskabet til scenekunst, bl.a. målrettet de som sjældnere går i teatret.

Mål 2.4. Yde bedre publikumsservice.

Det handler grundlæggende om at gøre teateroplevelsen fra start til slut mere nutidig og appellerende for et moderne publikum. Derfor vil vi arbejde med at

- øge dialogen med kernepublikummet via målrettede nyhedsbreve og intensiveret brug af sociale medier.
- optimere mødet mellem publikum og teatret, fordi mange andre faktorer end selve forestillingen spiller en afgørende rolle for publikums samlede oplevelse af teatret. Publikum møder bl.a. teatret via vores egen markedsføring og via omtale i andre medier. Vi søger via så mange målrettede påvirkninger som muligt at få dem gjort interesseret i at komme i teatret. Herefter kommer de i kontakt med teatret, når de køber billet. Det kan være i billetkontoret, Billettens udsalgssteder eller via internettet. I forbindelse med teaterbesøget opleves mødet i form af parkeringsforhold, personalet i forhuset, forplejnings muligheder, toiletter, selve forestillingen, turen ud af huset og hjem igen.
- udvikle nye tiltag, der skal forbedre publikums oplevelse af Odense Teater. Vi har netop fået designet ny hjemmeside, der er responsiv, dvs. den fungerer optimalt hvad enten man er på smartphone, tablet eller computer. Vi har fået lavet bænke til publikum, så flere kan sidde ned inden forestillingen og i pausen. Vi får ombygget billetkontoret, så vi snart kan tilbyde flere forplejningsmuligheder, ligesom billetservicen kommer til at ligge mere centralt i teatret.
- optimere publikumsservice i det nye Odeon. I forbindelse med at Odense Teater flytter aktiviteterne fra Sukkerkogeriet over i den nye Odeon byggeri, får vi en ny situation, fordi det ikke bliver Odense Teaters personale men Odeons personale, der skal stå for kontakten til publikum. Vi har derfor allerede indledt dialog med de ansvarlige hos Odeon, så vi kan få lejlighed til at påvirke serviceforholdene i det nye hus.

Samarbejde med andre aktører på scenekunstmrådet

Odense Teater vil samarbejde med teatre, teaterproducenter og andre aktører på scenekunstmrådet, for at kunne tilbyde publikum et bredt repertoire af høj kunstnerisk kvalitet, der omfatter mange forskellige genrer og former for scenekunst. De rigtige samarbejdsaftaler kan endvidere mindske ressourceforbrug og udgifter til produktion og medvirke til at forlænge forestillingers levetid, så flere kan få glæde af at se dem.

Odense Teater vil:

1. *Co-producere forestillinger med andre teatre, frie grupper og uddannelsesinstitutioner.*
2. *Engagere gæstespil fra andre teaterproducenter.*
3. *Samarbejde med andre aktører uden for scenekunstmrådet.*

Mål 3.1. Co-producere forestillinger med andre teatre, frie grupper og uddannelsesinstitutioner for at optimere det kunstneriske udtryk, mindske ressourceforbruget og forlænge forestillingens levetid.

Odense Teater vil i den kommende rammeaftaleperiode finde egnede teaterproducenter at producere forestillinger sammen med. Projekterne bør have høj kunstnerisk kvalitet for teatret, underbygge vor repertoirestrategi og ikke have negative konsekvenser for drift og økonomi. Alle professionelle scenekunstaktører, både landsdelsscenerne, scenerne under Københavns Teater, egnsteatrene, de små storby teatre, de frie grupper og private aktører er mulige samarbejdspartnere.

Når Odense Teater vælger co-produktion frem for at producere alene, vil det være for at:

- optimere det kunstneriske udtryk, f.eks. gennem erfaringsudvekling,
- mindske ressourceforbruget ved produktionen,
- forlænge forestillingens levetid, f.eks. gennem turné, så flere kan få glæde af den.

Odense Teater vil fortsat samarbejde med skuespilleruddannelsen i Odense under Den Danske Scenekunstskole om at producere de studerendes afgangsforestilling.

Mål 3.2. Engagere gæstespil fra andre teaterproducenter.

Det er vigtigt, at Odense Teater kan præsentere et stort og bredt udvalg af scenekunst i alle genrer og former for publikum. Ved at lade andre teaterproducenter gæstespille på Odense Teater sikres publikum mulighed for at opleve scenekunst, som vi ikke selv producerer, bl.a. opera, ballet, moderne dans – eller scenekunst, som vi sjældnere producerer, f.eks. farcer, performance teater, småbørnsteater etc.

Der kan også være tale om muligheden for at præsentere bestemte skuespillere eller dramatiske tekster, som ellers ikke ville kunne præsenteres for publikum i vores region.

Mål 3.3. Styrke teatrets lokale forankring gennem samarbejde med andre aktører.

Odense Teater vil bl.a. for at styrke teatrets lokale forankring og udnytte fælles mål samarbejde med forskellige (primært lokale) foreninger, kultur- og uddannelsesinstitutioner, virksomheder og politiske instanser. Der kan være tale om fælles mål med hensyn til at afholde kulturelle arrangementer og deltage i festivaller, men også mål, der i højere grad omhandler viden, research og formidling af viden.

Internationalisering

Odense Teater vil i den kommende rammeaftaleperiode styrke det internationale perspektiv i teatrets arbejde ved at:

1. *Oversætte og producere nye internationale værker af høj kvalitet (Danmarkspremierer).*
2. *Dele viden og best practice ved at deltage i det internationale netværk Theatron.*
3. *Give mulighed for at opleve internationale kunstnere ved at ansætte internationalt kunstnerisk personale.*
4. *Tiltrække et ikke-dansktalende publikum ved at give mulighed for tekstning og live-tolkning af forestillinger.*

Mål 4.1. Oversætte og producere nye internationale værker af høj kvalitet (Danmarkspremierer).

Det er en vigtig forudsætning for kvaliteten af Odense Teaters repertoire, at publikum kan opleve væsentlige nye udenlandske værker af anerkendte dramatikere på internationalt niveau.

Odense Teater vil præsentere:

- Ny udenlandsk dramatik, der har særlig relevans for vores samtid, ved f.eks. at omhandle globale/internationale problemstillinger.
- Ny udenlandsk dramatik, som repræsenterer et nybrud i den dramatiske skrivekunst, hvad angår sprog, form etc. Hvis værkerne endnu ikke er oversat til dansk vil Odense Teater prioritere.

Hvis de nye udenlandske værker ikke allerede findes i dansk oversættelse, hvilket oftest er tilfældet, vil Odense Teater antage kompetente oversættere, der med passende kunstnerisk omhu kan gendigte teksten.

Mål 4.2. Udvikle de kunstneriske udtryksformer og publikumsarbejdet ved at dele viden og best practice gennem internationale netværk, som eksempelvis Theatron.

Odense Teater deltager som partner i det internationale netværk Theatron (indtil udgangen af 2017).

Netværket har primært til opgave at udveksle viden om strategier for publikumsudvikling; kunstneriske projekter, produktionsformer, service og publikumsundersøgelser. Odense Teater har ved at adoptere projekter og ideer formået at hente ny inspiration til publikumsudvikling, bl.a. til teatrets borgersceneproduktioner.

Odense Teater vil fortsat gennem Theatron (eller andre internationale forbindelser) søge efter nye måder at producere og præsentere teater på, f.eks. ved i højere grad at bruge digitale medier i produktion, formidling og PR.

Mål 4.3. Sikre høj kvalitet og erfaringsudveksling med internationale scenekunstmiljøer ved at ansætte internationalt kunstnerisk personale.

Odense Teater vil i den kommende rammeaftaleperiode stræbe efter at finde og ansætte kunstnerisk personale af høj kvalitet med unikke kvaliteter til bestemte roller og opgaver i den kunstneriske produktion. Dette gælder både hvad angår de optrædende skuespillere, musikere, dansere etc. samt de producerende instruktører, scenografer, komponister, koreografer og lysdesignere etc. Odense Teater vil også ansætte udenlandske kunstnere for at:

- sikre den højeste kvalitet i teatrets scenekunstneriske produktion.
- erfaringsudveksle med andre nationers scenekunstmiljøer.

Mål 4.4. tiltrække et ikke-dansktalende publikum, ved at give mulighed for tekstning og/eller live-tolkning af forestillinger.

Odense Teater vil på udvalgte produktioner etablere tekstning (f.eks. på engelsk) for et ikke-dansktalende publikum. Dette skal bl.a. medvirke til, at teatret får flere besøgende af herboende udenlandske studerende og ansatte i internationale stillinger samt turister, nyankomne flygtninge og andre uden dansk kundskaber.

Talentudvikling

For at fremme udviklingen af nye talenter, samt for at publikum kan opleve unge spændende kunstnere på Odense Teater vil vi i den kommende rammeaftaleperiode prioritere:

1. *Lærepladser og praktikordninger for studerende inden for scenekunstmrådet.*
2. *Samspil med nye vækstlag.*
3. *Engagere og støtte nyuddannede talenter fra scenekunstsolen.*

Mål 5.1. Lærepladser og praktikordninger for studerende inden for scenekunstmrådet.

Odense Teater vil støtte unge talenter og styrke deres uddannelse ved at tilbyde praktikordninger og lærepladser f.eks. for studerende fra den Danske Scenekunstscole og fra teatertekniker-uddannelsen i Aarhus. Andre studerende kan også komme på tale, f.eks. fra musikkonservatoriet eller universitetet (ex. dramaturgi).

Det er vores erfaring, at Odense Teater opleves som et meget kvalificeret praktiksted; hvad nok primært skyldes, at vi er en stor teaterproducent med mange kompetente, erfarne ensembleskuespillere og fastansatte teknikere og med et bredspektret repertoire og kunstsyn.

Unge scenekunstnere i uddannelse vil fortsat have mulighed for at erfare, hvordan Odense Teater håndterer forskellige praktiske og kunstneriske arbejdsgange i vor teaterproduktion.

Mål 5.2. Fremme udviklingen af unge talenter i regionen med særligt fokus på nye vækstlag.

For at fremme udviklingen af unge talenter i regionen vil Odense Teater i den kommende rammeaftaleperiode prioritere at støtte og huse vækstlagsinitiativer.

Odense Teaters alternative scenekunstspor U-TEATER skal samarbejde med aktører i scenekunstens vækstlag. Samarbejdet kan f.eks. bestå i:

- Låne lokaler og udstyr ud til lokale vækstlagsproducenter.
- Afholde arrangementer, hvor vækstlaget mødes.
- Co-producere med frie professionelle og semiprofessionelle teatergrupper.
- Afholde festivaler f.eks. Scenoskop Teaterfestival (festival for vækstlagsteater og scenekunst).

Mål 5.3. Engagere og støtte nyuddannede talenter fra scenekunstmrådet.

Odense Teater vil for at fremme udviklingen af scenekunsten i Danmark ansætte nyuddannede talenter fra scenekunstuddannelserne (0-3 år efter endt uddannelse).

Det er en bred satsning, der bl.a. kan omfatte skuespillere, musikere, instruktører, scenografer, teaterteknikere samt lys- og lyd designere. De nyansatte talenter arbejder på teatret bør rumme passende udfordringer, der giver dem mulighed for at udvikle sig kunstnerisk, såvel som håndværksmæssigt. Deres indsats vil i særlig grad støttes og fremmes gennem rådgivning, evalueringer og medarbejdersamtaler.