

AARHUS TEATER

Rammeaftale

1. juli 2016 - 30. juni 2020

Indholdsfortegnelse

1. Aftalens formål og grundlag
2. Mission og vision
3. Strategi, opgaver og mål
4. Finansielle forhold m.v.
5. Afrapportering og faglig opfølgning
6. Underskrifter

Bilag

1. Aarhus Teaters strategi 2016-20
2. Nøgletal og indikatorer

1. Aftalens formål og grundlag

Denne 4-årige rammeaftale er indgået mellem Aarhus Teater og Kulturministeriet.

Aarhus Teater er en selvejende institution, der modtager tilskud fra staten.

Der kan findes yderligere oplysninger om institutionen på www.aarhusteater.dk

Rammeaftalen er ikke en kontrakt i almindelig juridisk forstand. Aftalen har hjemmel i § 9 i lov nr. 1531 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet samt § 13 i bekendtgørelse nr. 1131 af 25. september 2014 om teatre og andre institutioner på scenekunstrådet med særlige opgaver.

Formålet med rammeaftalen er at tilvejebringe et langsigtet og aftalt grundlag for Aarhus Teaters strategi og økonomi, der hviler på det lovgrundlag og de politiske og økonomiske forudsætninger, der eksisterer på tidspunktet for aftalens indgåelse. Aftalen er en gensidig tilkendegivelse af den ønskede udvikling af Aarhus Teater og resultaterne af dens virksomhed i aftaleperioden.

Statens tilskud ydes med hjemmel i § 5 i lov om scenekunst, jf. lovbekendtgørelse nr. 30 af 14. januar 2014. Med tilskuddet og rammeaftalen vedkender staten sig sit overordnede kulturpolitiske ansvar for Aarhus Teater som kulturinstitution af national betydning.

Rammeaftalen konkretiseres i en dynamisk handlingsplan, der udarbejdes af Aarhus Teater.

Aftalen har virkning fra den 1. juli 2016 og løber indtil 30. juni 2020, hvor den ophører med mindre andet aftales. I 2019 indledes drøftelser om en eventuel ny rammeaftale fra 2020/21.

Væsentlige ændringer af strategi, aktiviteter eller Aarhus Teaters bevillingsmæssige grundlag giver anledning til en genforhandling af aftalen.

Gældende lovgivning og hjemmelskrav, budget- og bevillingsregler, overenskomster m.v. skal følges med mindre der er tilvejebragt hjemmel til fravigelse.

"Teater er liv, drama og blod. Tragedie og komedie. Dyb eftertænksomhed og levende underholdning. En spejling af hverdagen – som den ser ud i dag, som den vil se ud i fremtiden, og som den så ud for mange år siden. En uundværlig del af tilværelsen for alle, der elsker at blive inspireret af livets vidtrækkende muligheder.

Aarhus Teater er byens største kulturinstitution med forestillinger 6 aftener om ugen på 4 forskellige scener. I klassikere, musicals, teaterkoncerter, ny dansk og europæisk dramatik og andre nye scenekunstinitiativer udfolder nogle af Danmarks bedste skuespillere og største skuespiltalenter sig. Mange af dem udklækket på den lokale skuespilleruddannelse.

Vores teaterbygning er fra år 1900, men inde bag de tykke mure tilføres teatret hele tiden nyt blod, nye idéer og nye generationers perspektiv på livet. Dét giver Aarhus Teater en særlig energi, en fusion af stolt tradition og vital fornyelse.

Teatret lever af sit publikum og for sit publikum. Men vi lever også alle af teatret. For hvor ville livet dog være kedeligt uden scenen, hvor alt det bliver sagt, som vi ikke får sagt, alt det gjort, som vi ikke får gjort – scenen, hvor livet udfolder sig lidt mere intenst, end det normalt gør i vores vante hverdag."

Uddrag fra Aarhus Teaters kommunikationsstrategi 2015

2. Mission og vision for Aarhus Teater

Aarhus Teater har formuleret følgende mission og vision for sin virksomhed:

Mission

Aarhus Teater er Danmarks største landsdelsscene. Vi skal sikre østjyderne og publikum i andre dele af Danmark et varieret, vedkommende, udfordrende og underholdende repertoire af højeste kvalitet.

Vision

Aarhus Teater skal være et af de centrale teatre i Norden og helt fremme i publikums, teaterkritikernes og teaterudøvernes bevidsthed.

Vi vil være anerkendt som et teater, der:

- Skaber scenekunst af højeste kvalitet
- Skaber relevante, aktuelle, eksperimenterende og underholdende forestillinger
- Udvikler nye teaterformer
- Er et kraftcenter for ny dansk dramatik
- Har internationalisering af scenekunsten som et fokuspunkt
- Fastholder den teatermæssige kulturarv i form af klassikere og omsætter den med et skarpt blik for nutidig relevans
- Har et stærkt og veludviklet ensemble
- Tiltrækker et varieret publikum, der afspejler befolkningen i Danmark
- Er en attraktiv arbejdsplads, der inspirerer til kreativitet, handlekraft, ansvar og arbejdsglæde

Aarhus Teater har som grundlag for denne rammeaftale udarbejdet en strategi, der er vedlagt som bilag 1 til denne rammeaftale. Strategien, som løbende kan revideres, er tilgængelig på www.aarhusteater.dk

3. Strategi, opgaver og mål for Aarhus Teater

Med udgangspunkt i missionen og visionen og på grundlag af Aarhus Teaters strategi, der er vedlagt som bilag 1 til rammeaftalen, er der aftalt nedenstående resultatmål for teatrets opgaver og virksomhed:

Opgave	Mål
1. Publikumsudvikling	Mål 1.1 Tiltrække nye publikumsgrupper og fastholde kernepublikummet samt søge at øge publikumstallet over aftaleperioden Mål 1.2 Gøde jorden for et fremtidigt publikum – teaterpædagogiske projekter
2. Samarbejde med andre aktører på scenekunstmrådet	Mål 2.1 Skabe øget kunstnerisk merværdi samt øget variation og bredde i repertoire Mål 2.2 Synliggøre Aarhus Teater nationalt i forhold til kunstnere, medier, meningsdannere og publikum
3. Internationalisering	Mål 3.1 Styrke forestillingernes kunstneriske kvalitet gennem inspiration fra udlandet og internationalt samarbejde. Mål 3.2 Berige publikum med international scenekunst Mål 3.3 Skabe sproglig tilgængelighed for et udenlandsk og dansk publikum
4. Talentudvikling	Mål 4.1 Nære og modne nye, danske talenter inden for scenekunst

I tilknytning til strategien og målene har Aarhus Teater opstillet en række nøgletal og indikatorer, som illustrerer den ønskede udvikling. Disse nøgletal og indikatorer, der ikke har karakter af resultatkrav, er vedlagt som bilag 2 til aftalen og anvendes som led i den årlige opfølgning på Aarhus Teaters opfyldelse af de ovenstående mål samt resultater.

4. Finansielle forhold m.v.

Institutionens finansielle forhold i aftaleperioden 2016-2020 fremgår af nedenstående oversigt:

Mio. kr.	2015/16 Niveau 2015	2016/17 Niveau 2016	2017/18 Niveau 2016	2018/19 Niveau 2016	2019/20 Niveau 2016
Indtægter i alt	92,2	94,2	90,8	88,0	89,6
- heraf					
Kulturministeriet – driftstilskud *	68,7	68,0	66,6	65,3	65,3
Kulturministeriet - formidlingstilskud	3,7	3,1	3,4	3,4	3,5
Øvrige offentlige tilskud	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Billetindtægter	14,2	14,6	14,6	13,1	14,6
Øvrige egenindtægter	3,1	4,8	3,5	3,5	3,5
Fonde og sponsorer	2,5	3,7	2,7	2,7	2,7
Udgifter	92,2	94,2	90,8	88,0	89,6
- heraf					
Produktionsomkostninger	47,2	48,2	48,0	45,3	47,0
Øvrige produktionsomkostninger	5,2	5,9	4,7	5,2	4,5
Administrationsudgifter, herunder ledelse	13,9	14,2	13,4	13,4	13,5
PR og markedsføring inkl. billetservice	11,7	11,7	11,0	10,5	10,5
Bygningsvedligeholdelse og afskrivninger	5,2	5,2	5,3	5,3	5,6
Øvrige bygningsudgifter og inventar	8,5	8,5	8,0	8,0	8,2
Renter	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3
Årets budgetterede resultat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Forventet egenkapital ultimo (30.6.)	11,0	11,0	12,2	11,0	11,0

* Tilskud fra Kulturministeriet beregnes som summen af halvdelen af de budgetterede tilskud fra Kulturministeriet i to på hinanden følgende finansår.

Driftstilskud

Statens driftstilskud fastsættes årligt på finansloven.

Ændringer i driftstilskuddet

I de tilfælde, hvor der som følge af den årlige vedtagelse af finansloven gennemføres generelle eller selektive besparelser, kan der ske en reduktion af driftstilskuddet.

Budget, regnskab og revision

Reglerne for budget, regnskabsaflæggelse og revision fremgår af Kulturministeriets bekendtgørelse nr. 1701 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet.

5. Afrapportering og faglig opfølgning

Det offentlige tilsyn med Aarhus Teater varetages af Slots- og Kulturstyrelsen i henhold til lov nr. 1531 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet ("Driftstilskudsloven") med tilhørende bekendtgørelse nr. 1701 af 21. december 2010.

Den faglige opfølgning på rammeaftalen foregår én gang om året på et virksomhedsmøde. Grundlaget for afrapporteringen er Aarhus Teaters årsrapport (årsregnskab og ledelsesberetning mv.), hvor institutionen aflægger regnskab og redegør for opfyldelse af målene og i øvrigt redegør for årets faglige og økonomiske resultater. Heri indgår de af institutionen beskrevne nøgletal og indikatorer, jf. bilag 2.

I ledelsesberetningen redegøres endvidere kort for hvordan institutionen har arbejdet med anbefalinger om *God ledelse af selvejende kulturinstitutioner* (2011).
Se www.kum.dk/temaer/temarakiv/god-ledelse/

Aarhus Teater skal - efter omstændighederne i ledelsesberetningen - orientere aftaleparterne om eventuelle ændringer i sin strategi.

Slots- og Kulturstyrelsen kan i 2019 anmode Aarhus Teater om en selvstændig statusrapport med en samlet evaluering af de hidtil opnåede resultater i henhold til rammeaftalen. Statusrapporten kan drøftes på et møde og kan desuden inddrages i drøftelserne om en eventuel ny rammeaftale fra 2020/21.

Rammeaftalen og Aarhus Teaters årsrapporter gøres tilgængelige på institutionens hjemmeside www.aarhusteater.dk

6. Underskrifter

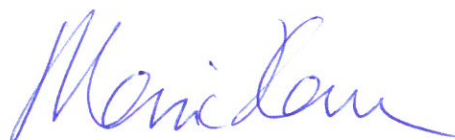
Dato 25/10-16



Aarhus Teater

Peter Parbo
Bestyrelsesformand

Dato 12/10-16



Kulturministeriet

Marie Hansen
Departementchef

BILAG 1

Aarhus Teaters strategi 2016-20

Kunstnerisk udvikling - indledende bemærkninger

Aarhus Teater skal selvsagt opfylde scenekunstlovens krav om bredde og kvalitet i repertoire. Og det er også vores opgave og ansvar som landets næststørste teater og Danmarks største landsdelsscene at udvikle scenekunsten og dermed også gerne publikums forståelse for scenekunsten og dens muligheder. En opgave, vi betragter som afgørende for teatrets fremtid.

Scenekunst kan tage uendeligt mange former, og den kan være meget mere, end man måske forestiller sig. Vi betragter det som en nødvendig og interessant udfordring at præsentere publikum for nye og anderledes teaterformater og teatertekster. Vi ønsker, at Aarhus Teater skal fremstå som en stærk kunstformidler og kunstudvikler i tæt dialog med samtiden.

Vi skal have fokus på at udvikle vores nationale scenekunst, at opdyrke og udvikle danske kunstnere, og vi skal skabe scenekunst, der også kan give os opmærksomhed og anerkendelse i udlandet, således at vi kan tiltrække dygtige udenlandske scenekunstnere. Dette kan blandt andet ske gennem brug af udenlandske kunstnere, internationale gæstespil, gennem vores samarbejde omkring ILT-festivalen og i forbindelse med Aarhus 2017.

Teaterledelsen og dramaturgiatet skal i samarbejde med det nyetablerede kunstneriske råd have fokus på at skabe et ambitiøst repertoire, der taler til vores kernepublikum, men som også kan trække et nyt publikum til.

I den kommende aftaleperiode vil vi, ud over nedenstående fire fokusområder have et særligt fokus på to kunstneriske udviklingsområder:

Vi vil udvikle et stærkt ensemble

Aarhus Teaters ensemble er vores kunstneriske råstof, som vi skal pleje og udvikle. Ensemblet skal sammensættes optimalt i forhold til vores profil og repertoire, og den kunstneriske ånd skal bygges op indefra. Det giver det bedste afsæt for god kvalitet, at vi sammen kan arbejde mod et fælles mål, og at skuespillerne udvikles i den retning teatret skal. Vores egne skuespillere skal være i front, og publikum skal kunne forbinde Aarhus Teater med dem. Vi vil desuden gerne udvide ensemblet, hvis det er muligt, og hvis det passer til vores repertoire.

Vi vil styrke den nye danske dramatik

Et andet kunstnerisk udviklingsområde er ny dansk dramatik. Vi skal sikre, at fødekæden af nye dramatikertalenter næres og gødes, så vi på den måde sikrer fremtidens scenekunst. Vi skal udfordre det dramatiske tekstbegreb, den dramatiske form og tænke den bredere ved fx at inddrage lyrikere, prosaister, filmmanuskriptforfattere og lignende, for scenekunsten kan antage flere forskellige former. Dette kan blandt andet ske ved, at vi realiserer og viderefører aftalen med Danske Dramatikere, hvor Aarhus Teater i perioden 2014-18 bestiller 12 nye stykker af nye talenter med forskellige forudsætninger for at skrive dramatik. Stykkerne opføres på Studio-scenen. På samme tid, som vi skal opdyrke nye dramatikertalenter, vil vi så vidt muligt opføre mere erfarne dramatikere på de to største scener, og vi vil have et øget fokus på at bestille nye oversættelser og bearbejdelser af fx romaner, så disse discipliner udvikles og den sproglige kvalitet styrkes og følger med tiden. Derudover er det vigtigt for os at fortsætte husdramatikertraditionen, som siden 1973 har udviklet store danske dramatikere. Denne ordning er som ensemblet med til at opbygge den kunstneriske ånd i huset.

Strategiske indsatsområder

Aarhus Teater har i den kommende 4-årsperiode fokus på de fire strategiske indsatsområder, som er defineret i visionspapiret, jf. nedenfor, og af kulturministeren.

1. Publikumsudvikling
2. Samarbejde på tværs af scenekunstens aktører
3. Internationalisering af scenekunstmrådet
4. Talentudvikling

1. Publikumsudvikling

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

Disse alarmerende tal kalder på en nytænkning af publikumsudviklingsstrategien, hvis vi skal fastholde publikum til scenekunsten om 30 år.

Denne situation er blandt andet baggrunden for, at Aarhus Teater i samarbejde med de øvrige landsdelsscener har taget initiativ til det internationale EU-støttede publikumsudviklingsprojekt Theatron, der strækker sig fra 2012-17, og som har været til stor inspiration for Aarhus Teaters publikumsudviklingsprojekt.

Mål 1.1 Tiltrække nye publikumsgrupper og fastholde kernepublikummet samt søge at øge publikumstallet over aftaleperioden

Aarhus Teater vil i kraft af de beskrevne tiltag i dette strategiafsnit om publikumsudvikling søge at øge sit samlede publikumsantal over aftaleperioden.

Teatret har i de forgangne tre sæsoner i gennemsnit ligget på et ambitiøst årligt publikumsniveau på 100.000. Dette niveau ligger til grund for publikumsestimaterne i aftaleperioden. Når vi imidlertid vælger at fastholde publikumstallet på det nuværende niveau de kommende sæsoner, skyldes det ønsket om at sikre albuerum til kunstnerisk udvikling og investering, der måske først i et længere perspektiv vil skabe et større publikum. Ligesom Finanslovens 2%-besparelser i længden kan påvirke antallet af forestillinger og dermed publikum.

Overordnet set skal vi skabe større loyalitet blandt vores eksisterende kunder (kernepublikummet) for at øge antallet af besøg. Og tiltrække nye kunder – særligt de unge (det potentielle publikum).

Det potentielle publikum udgør både den gruppe, der aldrig besøger Aarhus Teater, men som benytter sig af andre kulturtilbud, og den gruppe der sjældent besøger Aarhus Teater (1-2 gange årligt), men som har tid og penge til at gå (mere) i teatret.

Kernepublikummet udgør den gruppe, der besøger Aarhus Teater 3 eller flere gange årligt.

Vi er bevidste om, at der kan være en glidende overgang mellem kernepublikum og det potentielle publikum, så kategoriseringen er mere anvisende end endelig. Fx kan løssalgspublikummet principielt placeres i begge kategorier.

1.1a Kernepublikummet

Aarhus Teater har et kernepublikum, som ikke må føle sig overset, og som det er vigtigt hele tiden at pleje, fordi kernepublikummet udgør en god og solid base af kunder, som teatret kan regne med fra år til år. Ifølge en rapport fra medie- og analysebureauet Carat kan vi konstatere, at Aarhus Teater sådan set har godt fat i sine kunder, for så vidt som 94% af teatrets kernepublikum tilkendegiver, at de har lyst til at komme igen.

Men Aarhus Teater oplever i lighed med mange andre kulturinstitutioner, at forbruger- og købsmønstrene har ændret sig, at andelen af såkaldte 'abonnenter' er faldende, og at andelen af løssalgskunder er stigende. På Aarhus Teater har vi oplevet denne udvikling i udpræget grad, da antallet af 'abonnenter' over en tiårig periode fra 2006 - 2016 er faldet med 19% - samtidig med at andelen af løssalgskunder i tilsvarende periode er steget med 11%.

Vi ønsker at fastholde og udvide antallet af kernepublikummer, og det vil vi overordnet gøre gennem to forskellige tiltag:

- *Indførelse af nyt loyalitetskoncept i form af et teaterkort*, der giver unikke og attraktive fordele for teaterholderen. Kortet sælges for et beskedent beløb og giver fx rabat på billetkøb, mulighed for at tilkøbe flere billetter til samme forestilling, rabat på Cafe Hack og i pausebaren, fri adgang til teatrets EKSTRA-arrangementer, nyhedsbreve med tilbud om særarrangementer til kortholdere o. lign.
- *Fastholdelse af et rent rabatkoncept* 'Køb billetter til tre forestillinger og spar 50 kr. pr. billet'.
- Aarhus Teater EKSTRA: Arrangementer af vidt forskellig art, som både kan have til formål at give publikum til vores forestillinger en ekstra dimension på teateroplevelsen (fx møde med kunstnerne eller debat om forestillingens tema) og være selvstændige tilbud, som ikke knytter sig specielt til en forestilling (debatarrangementer, koncerter, kostumesalg osv.). Aarhus Teater EKSTRA har både til formål at skabe merværdi for vores eksisterende publikum og pirre et nyt publikum, som ikke nødvendigvis ville besøge os for at se en forestilling, men som efterfølgende kunne blive fristet.

1.1b Det potentielle publikum

Vi har udvalgt en række målgrupper, som vi skønner har et særligt potentiale for at gå (mere) i Aarhus Teater. Herudover er vi løbende i færd med at identificere nye målgrupper og revidere indsatsen overfor eksisterende målgrupper. I denne kategori placerer vi også løssalgspublikummet, som skal kommunikeres til på en anden måde end kernepublikummet.

- *De studerende*

Aarhus har som universitetsby over 40.000 studerende ved en mellemlang eller videregående uddannelse. Undersøgelser viser, at Aarhus Teater ikke er 'top of mind' blandt de studerendes kulturforbrug, hvilket også fremgår af billetsalget til denne gruppe. Derfor iværksætter vi forskellige tiltag, der vil skabe mere kvalificeret viden om Aarhus Teater og vores tilbud.

- *Skoler i grund- og ungdomsuddannelserne*

Vi ønsker at få flere folkeskoler, gymnasier o.lign. i teatret, da de er fremtidens publikum og det er vigtigt at præge dem med gode teateroplevelser i en tidlig alder. Vi har iværksat en 3-strengt strategi for at nå et øget billetsalg til målgruppen:

- Et relevant repertoire med forestillinger til alle aldersgrupper
- En attraktiv prispolitik (se nedenfor)
- Et omfattende teaterpædagogisk program (se 1.2)

- *Gruppesalg: Virksomheder / sponsorer*

Aarhus Teater ønsker at optimere relationen til virksomheder / teatrets sponsorer gennem etablering af en ny virksomhedsstrategi, der har til formål at hæve andelen af gruppesalg.

- *Identifikation af nye målgrupper*

Aarhus Teater udarbejdede i samarbejde med et mediebyrå i 2010 en omfattende rapport, der havde det overordnede forretningsmål at sælge flere billetter. I analysearbejdet identificerede vi en række forskellige målgrupper og vurderede deres potentiale i forhold til billetsalg (løssalg). Vi fandt frem til to grupper med et særligt potentiale, idet de både har tid, penge og er disponeret for kulturtilbud:

- *De frie fugle:* 25-37 år uden børn og i arbejde. Har ikke besøgt teater de sidste 3 år
- *Livsnyderne:* 55-70 år, hvis børn er 15+ år. Besøger teater max. 3 gange årligt. Har besøgt teater inden for de sidste 12 mdr.

Vi har i perioden frem til i dag arbejdet med disse to målgrupper og kommunikeret til dem gennem definerede medier og kanaler. Men der er sket meget på medie- og kommunikationsområdet siden 2010, og derfor vil vi gennem en ny analyse i samarbejde med et mediebyrå undersøge relevansen af vores fokus på De frie fugle og Livsnyderne i dag, eventuelt justere indsatsen eller satse på helt nye målgrupper.

- *Løssalg*

Vi ser som bekendt en ændret publikumsadfærd og nye købsvaner, hvor publikum i modsætning til tidligere, hvor man bestilte billetter ved sæsonstart, nu i langt højere grad køber billetter meget senere. Tendensen generelt i kulturlandskabet er tydelig: Løssalget stiger, mens abonnementssalget falder, og derfor må vi estimere, at denne tendens fortsætter i de kommende år. Når vi imidlertid indfører endnu en rabatform – Aarhus Teater-kortet – må man formode, at løssalget på Aarhus Teater vil falde en anelse til fordel for det nye fordelskoncept.

1.1c Styrkelse af kommunikationsredskaber

- *Styrke den digitale kommunikation*

Med digitaliseringen er der sket et paradigmeskift i måden at kommunikere til og med sit publikum på. Det er helt afgørende at adressere denne grundlæggende adfærdsændring og tilrettelægge kommunikationen, så den i langt højere grad inddrager de forskellige digitale platforme og sociale medier. Dermed stilles der nye krav til teatrets kommunikationsafdeling.

Hvor der firkantet sagt indtil år 2000 primært var fokus på at sælge teatrets forestillinger gennem analoge virkemidler, skal en moderne kommunikationsafdeling på et teater foruden forestillingssalg og den fortsatte tilstedeværelse på printmedier nu også agere på de digitale medier, være i dialog med sit publikum og skabe evidensbaseret viden om sit publikum.

Vi vil styrke den digitale kommunikation ved at:

- Øge vores tilstedeværelse på de sociale medier og styrke indholdet
 - Styrke brugen af levende billeder (video)
 - Udvikle og implementere en ny CRM-strategi og opgradere den systematiske analyse af data på vores forskellige digitale platforme med henblik på at få kvalificeret viden om vores brugere og dermed skabe en relevant dialog med dem
 - Skabe evidensbaseret viden om vores publikum gennem publikumsundersøgelser (traditionelle fysiske spørgeskemaer, online surveys, fokusgruppeundersøgelser o.lign.)
- *Analyse og implementering af nyt oplevelsesdesign*
Vi vil igangsætte en analyse af kundes fysiske og digitale møde med Aarhus Teater før, under og efter en forestilling / et arrangement. Vi vil særligt se på customer flow, touchpoints og servicedesign lige fra vores egne digitale kanaler til det fysiske møde med vores billet- og servicepersonale. Analysen skal munde ud i et opdateret oplevelsesdesign.
- *En attraktiv billetprispolitik til unge*
I en forsøgsperiode på to år vil vi undersøge, om en særlig attraktiv prispolitik kan generere flere unge teatergængere under 25 år (også studerende over 25 år med gyldigt studiekort). Derfor tilbyder vi i sæsonerne 2015/16 og 2016/17 teaterbilletter til kun 50 kr. - ikke blot til udvalgte, men alle forestillinger i repertoiret lige fra de store teaterkoncerter og musicals til klassikerne og den ny dramatik. Dermed er en billet til Aarhus Teater billigere end til de unges foretrukne kultursted – biografen. Målet er, at hver tredje teatergænger på Aarhus Teater skal være under 25 år (i dag er det hver fjerde). Forsøget, der er muliggøres ved en betragtelig egenfinansiering, evalueres i 2017.

1.2 Gøde jorden for et fremtidigt publikum – teaterpædagogiske projekter

Indsatsen over for skoler i grund- og ungdomsuddannelserne har en central placering i Aarhus Teaters publikumsudviklingsstrategi. Vi skal gøde jorden for et fremtidigt publikum ved at styrke såvel læreres som elevers kendskab og relation til dramatik og scenekunst, idet det ofte er i forbindelse med skolen, at mange børn og unges første møde med teatret finder sted, og hvor deres såkaldte 'teaterparathed' grundlægges.

Aarhus Teater har oprettet en ny afdeling – Aarhus Teater Læring – med tre teaterpædagoger og en leder. Afdelingen har til formål at tilrettelægge læringsmålsstyrede forløb for lærere og elever i både grund- og ungdomsuddannelserne. I disse forløb oplever vi samtidig den positive sideeffekt, at eleverne modnes, dannes og etablerer en personlig robusthed. Denne oplevelse understøttes af forskellige teaterpædagogiske forskningsrapporter.

Vi antager, at lærere og elever etablerer en dybere relation til og forståelse for scenekunsten ved selv at arbejde aktivt med dramatik og teaterpædagogik – og dermed stimuleres de fremover til i højere grad at gå i teatret / bruge teatret i undervisningen. Denne antagelse understøttes også af diverse forskningsresultater på området.

Aarhus Teater Læring arbejder med to teaterpædagogiske spor, som løbende evalueres og udvikles. Herudover vil teaterdirektøren have et øget fokus på repertoiret til børn og unge.

a. Ej blot til lyst – et partnerskab med 6 folkeskoler

Ej blot til lyst er et 3-årigt teaterpædagogisk projekt finansieret af A. P. Møller Fonden og Aarhus Teater. I *Ej blot til lyst* arbejdes der med æstetiske læreprocesser i folkeskolens danskundervisning i forbindelse med den nye folkeskolereform. Hovedsigtet er at styrke dansklærernes teaterpædagogiske kompetencer. Projektet skabes i et forpligtende, tværfagligt samarbejde med 6 partnerskoler i Aarhus og Odder Kommuner. Hver skole deltager hvert år i tre forskellige teaterpædagogiske forløb, der alle er knyttet op på Aarhus Teaters egne forestillinger. Læreruddannelsen i Aarhus (VIAUC) indgår som faglig sparringspartner, og vi har indledt et samarbejde med Aarhus Universitet, som følger projektet og udarbejder en afsluttende rapport, som offentliggøres i 2018.

b. Det generelle teaterpædagogiske program - til alle folkeskoler og gymnasier

Aarhus Teater har de seneste sæsoner med stor succes tilbudt et omfattende teaterpædagogisk program for lærere og elever i grund- og ungdomsuddannelserne. Grundtanken er, at skolerne skal involveres, engageres og aktiveres i teaterarbejdet *udover* at være publikum til vores forestillinger. Som med *Ej blot til lyst* er vores antagelse, at deltagelse og involvering på sigt skaber mere kompetente og loyale teatergængere.

Programmet består af en vifte af teaterpædagogiske aktiviteter for lærere og elever, som løbende evalueres og justeres. Det kan være teaterværksteder, skriveværksteder, fagrelevante kurser for lærere, fagrelevante undervisningsmaterialer samt rundvisninger og møde med teatrets skuespillere.

c. Styrke repertoiret for børn og unge

Det er en forudsætning for det teaterpædagogiske projekt, at der er teateroplevelser til alle børn og unge, for at så bred vifte af unge mennesker som muligt kan opleve scenekunst på Aarhus Teater. Derfor bestræber vi os på at tilrettelægge repertoiret, så der er forestillinger til alle aldre.

2. Samarbejde på tværs af scenekunstens aktører

Aarhus Teater samarbejder allerede med en lang række teatre om såvel co-produktioner som gæstespil. I de kommende år vil vi indgå endnu flere samarbejder med relevante teatre i indland og udland, hvor dette er oplagt. Dog vil vi ikke samarbejde uden kritisk sans, og det må ikke være på bekostning af vores profil og kunstneriske kvalitetskrav.

Mål 2.1 Skabe øget kunstnerisk merværdi samt øget variation og bredde i repertoiret

Ved at samarbejde med forskellige scenekunstneriske aktører forener vi Aarhus Teaters egne kompetencer og ressourcer med den enkelte samarbejdspartners *spidskompetencer*, således at vi sammen skaber en kunstnerisk merværdi, som vi hver især principielt ikke kunne skabe. Samtidig er samarbejdet med til at give de forskellige aktører en nødvendig bredde og variation i vores repertoire.

En sidegevinst ved disse samarbejder er desuden, at vi kan sikre en bedre udnyttelse af kulturmidlerne ved hver især at bidrage med ressourcer og kompetencer.

2.1a Styrke udviklingen af scenekunsten og afsøgningen af teatermediets muligheder.

- *Sort/Hvid* og Aarhus Teater indgår fra sæson 2016/17 et 3-årigt samarbejde. Sort/Hvid har med Christian Lollike som kunstnerisk leder udviklet et særligt blik for blandt andet tværástetiske udtryksformer, fx i teatrets møde med opera, ballet, installationskunst og site specific-produktioner, som dermed bidrager til en udvikling af det scenekunstneriske udtryk. Gennem arbejdet med Sort/Hvid er det således et ønske at skabe en moderne og aktuel æstetik og afprøve andre teaterudtryk, oftest med afsæt i Aarhus Teaters ensemble. Samtidig sidder Christian Lollike i Aarhus Teaters kunstneriske råd, således at samarbejdet kan ske i en tæt dialog om Aarhus Teaters behov for udvikling og profilering.
- *Udflugten* er et igangværende tværástetisk projekt (afsluttes i Kulturbyåret 2017), der i samarbejde med flere af byens kulturinstitutioner og erhvervsliv udfordrer værkbegrebet ved at producere forestillinger / site specific events – og altid udenfor Aarhus Teaters matrikel. Vi udnytter den enkelte samarbejdspartners unikke placering eller kompetencer til at skabe et værk, der aldrig ville kunne finde sted på Aarhus Teaters egne scener.
- *Fysisk teater: Kristján Ingimarsson Company* og Aarhus Teater samarbejder i Aarhus 2017, hvor den islandske performer Kristján Ingimarsson udfordrer teatret og vores egne skuespillere med en fysisk og mere performanceinspireret tilgang til produktionen.

2.1b Skabe vedkommende dramatik for et ungt publikum

Opgang2 og Aarhus Teater fortsætter deres samarbejde til og med sæson 2017/18. Opgang2 evner at skabe vedkommende og relevante forestillinger i øjenhøjde og af høj kunstnerisk kvalitet for en svær målgruppe – nemlig det unge publikum – ofte med anden etnisk baggrund. Samtidig supplerer Opgang2 Aarhus Teaters satsning på ny dramatik, idet alle deres stykker er uropførelser.

2.1c Styrke musikdramatikken

Aarhus Teater og Aveny-T fortsætter deres musikdramatiske samarbejde i sæson 2016/17. De to teatre har sammen udviklet teaterkoncerter og musicals på højt niveau, blandt andet med *Teaterkoncert med sange af Leonard Cohen*, som vandt Reumertprisen for Årets Musikdramatiske Forestilling 2011.

De store musikdramatiske opsætninger til Store Scene er omkostningstunge og skal sikre et stort publikum. Ved at fordele produktionsudgifterne mellem to teatre mindskes de individuelle udgifter, hvorved kulturmidlerne udnyttes optimalt. Samtidig kan en fælles synliggørelse af forestillingerne bidrage til en større national bevågenhed, der gavner billetsalget. (jf. 2.2)

Mål 2.2 Synliggøre Aarhus Teater nationalt i forhold til kunstnere, medier, meningsdannere og publikum

Aarhus Teater har som landsdelsscene naturligvis sine rødder i det østjyske område, og det er også herfra, at langt størstedelen af vores publikum kommer. Vi rekrutterer ligeledes mange dygtige kunstnere fra vores eget område, ligesom vi har en fortrinlig relation til de lokale og regionale medier, det lokale kultur- og erhvervsliv m. fl.

Vi spiller som landets største landsdelsscene også en vigtig rolle i det nationale scenekunsthiv, og derfor er det af stor betydning, at vi skaber synlighed om vores teater og vores skuespillere i hele Danmark. Det er en udfordring i forhold til centraliseringen af kunstnere, meningsdannere og toneangivende medier i hovedstaden, at vi geografisk befinder os i provinsen, og at den mentale afstand fra København til Aarhus synes meget længere end omvendt.

Når vi vælger at indgå samarbejder med fx Teater Sort/Hvid, Aveny-T, Folketeatret og CPH Stage, er det for mindske denne mentale afstand fra hovedstad til provins, så vi får bedre mulighed for:

- At tiltrække de bedste kunstneriske kræfter til Aarhus, bl.a. fordi vores forestillinger opføres både i Aarhus og København
- At synliggøre Aarhus Teater og vores ensemble nationalt i forhold til nationale medier, anmeldere, meningsdannere og publikum.

3. Internationalisering

Internationalisering af scenekunsten og internationalt samarbejde tjener overordnet som en *kvalitetsfremmende* inspirationskilde og spiller på den måde en afgørende rolle for den kunstneriske udvikling af scenekunstormrådet i Danmark.

3.1 Styrke forestillingernes kunstneriske kvalitet gennem inspiration fra udlandet og internationalt samarbejde.

Vi skal lade os inspirere af udenlandske erfaringer og benytte os af internationale kræfter, der hvor det giver særlig mening i forhold til den kunstneriske udvikling. Derfor har vi i aftaleperioden et fokus på international scenekunst.

- *Etablering af et kunstnerisk råd med internationalt udblik*
Vi har etableret et kunstnerisk råd med særlige kompetencer og viden blandt andet på det internationale teaterområde. Rådet består af teaterchef for Sort/Hvid Christian Lollike, den norske instruktør Runar Hodne og post doc ved Institut for Kunst og Kulturvidenskab, Københavns Universitet og mangeårig dramaturg på Det Kgl. Teater, Solveig Gade. Formålet med det kunstneriske råd er - i tæt dialog med teaterdirektøren og dramaturgiatet - at holde et vågent øje på blandt andet internationale tendenser, kunstnere og forestillinger med henblik på en styrkelse og udvikling af vores eget repertoire.
- *Udenlandske instruktører og scenografer*
Vi vil – udover at benytte vores eget ensemble og dygtige danske gæster – tiltrække stærke *udenlandske instruktører og scenografer* m.fl. til teatret, dels for at udvide mængden af kunstneriske kræfter, som herhjemme hurtigt kan blive begrænset, dels for at være med til at sikre et kvalitativt internationalt niveau og tilføje repertoiret andre spidskompetencer, end vi har herhjemme.
- *Studieture for vores ensemble og dramaturgiat*
Vi vil så vidt muligt arrangere studieture for vores eget ensemble med henblik på at indhente ny inspiration fra udenlandske kolleger. Dramaturgiatet skal have øget fokus at hente ny inspiration, få nye kontakter og udvide det internationale netværk.
- *Theatron-netværket*
Aarhus Teater har sammen med de øvrige to landsdelsscener taget initiativ til det 5-årige internationale publikumsudviklingsprojekt, der indtil videre løber til og med juni 2017. Her har vi fortsat mulighed for at udveksle erfaringer og forestillinger samt udvikle nye scenekunstneriske udtryk, som det blandt andet har været tilfældet med det såkaldte 'virkelighedsteater' (Borgerscenen), og disse erfaringer vil vi bygge videre på i den kommende periode.

3.2 Berige publikum med international scenekunst

Vi vil foruden vores egenproduktioner præsentere publikum for internationale gæstespil og så vidt muligt internationale coproduktioner.

- *ILT – international teaterfestival i Aarhus*

ILT er en international, kurateret teaterfestival i Aarhus, arrangeret i samarbejde mellem Teatret Svalegangen, Teatret Gruppe 38, Aarhus Kommune og Aarhus Teater. Festivalen finder sted hvert andet år, og giver publikum en enestående mulighed for at opleve fremragende scenekunstoplevelser til alle – uanset alder, pengepung eller teatererfaring. Ud over danske og internationale performances af høj kvalitet, rummer ILT også flere forskellige sideaktiviteter og events (fra artist talks til teaterbrunches med kunstnerne), der giver publikum mulighed for at udforske og opleve scenekunsten på alternative måder.

På Aarhus Teater præsenterer vi typisk festivalens store internationale opsætninger, ligesom vi lægger hus til en række af sideaktiviteterne.

- *Theatron-samarbejdet*

Som medlem af det internationale teaterprojekt Theatron, der løber frem til foråret 2017, er det vores ønske fortsat at præsentere gæstespil fra vores kollegateatre i netværket.

- *Aarhus 2017*

I forbindelse med, at Aarhus i 2017 bliver europæisk kulturhovedstad, arbejder vi på at præsentere én stor international coproduktion i samarbejde med Aarhus 2017. Herudover er det tanken, at vi sammen med et andet dansk teaterkompagni producerer en forestilling, der både skal turnere i Danmark og udlandet fra 2017.

3.3 Skabe sproglig tilgængelighed for et udenlandsk og dansk publikum via oversættelse

Vi vil nedbryde den sproglige barriere til vores forestillinger og sikre, at der er mulighed for både et dansk og udenlandsk publikum at opleve teater i vores hus.

Internationalisering handler i høj grad om at gøre Aarhus Teater tilgængeligt for den internationale teaterbranche og for det betragtelige udenlandske publikum i Aarhus. Og omvendt for et dansk publikum, når de præsenteres for internationale forestillinger.

Det vil vi gøre gennem forskellige oversættelsesmæssige tiltag:

- *Oversættelse af forestillinger*

For det udenlandske publikum:

Vi vil afprøve oversættelse til engelsk af udvalgte forestillinger i vores repertoire. Det kan foregå via tekstmaskine, 'live-oversættelse' i hovedtelefoner eller brug af apps.

For det danske publikum:

Vi vil på samme måde afprøve oversættelse af internationale gæstespil til dansk.

- *Oversættelse af hjemmeside*

Vi vil oversætte relevante dele af vores hjemmeside til engelsk for det udenlandske publikum og teaternetværk.

4. Talentudvikling

Teaterbranchen har et naturligt fokus på at styrke fødekæden af fremtidens publikum. Men mindst lige så vigtigt er det at styrke udviklingen af talenter både på og bag scenen, så fødekæden af professionel scenekunst bevares og styrkes. Med Aarhus Teaters position som Danmarks største landsdelsscene har vi et særligt ansvar for, at dette sker.

Aarhus Teater har et nært naboskab og samarbejde med Skuespiluddannelsen og Dramatikeruddannelsen. Med sammenlægningen af scenekunstuddannelserne under Den Danske Scenekunstuddannelse hører Aarhus-afdelingerne formelt ikke længere under Aarhus Teater, men samarbejdet er fortsat tæt og formaliseret. Herudover har Aarhus Teater en lang række samarbejder med forskellige grene af scenekunstuddannelser.

4.1 Nære og modne nye, danske talenter inden for scenekunst

Det vil vi gøre gennem en række samarbejder og praktikordninger med forskellige uddannelser inden for scenekunst og ved at engagere flere af de nyuddannede skuespillere, scenografer, instruktører og dramatikere.

- a. *Ansættelse af nyuddannede (eller næsten nyuddannede) skuespillere, instruktører og scenografer*
- b. *Skuespiluddannelsen, Den Danske Scenekunstuddannelse Aarhus*
Vi har indgået en 4-årig samarbejdsaftale (2014-18).
- c. *Dramatikeruddannelsen, Den Danske Scenekunstuddannelse Aarhus*
Vi har indgået en 4-årig samarbejdsaftale (2014-18).
- d. *Husdramatikerordning*
Vi fortsætter husdramatikerordningen i den kommende aftaleperiode.
- e. *Aftale med Danske Dramatikere*
Aarhus Teater har indgået en 4-årig aftale med Danske Dramatikere (2014-18). Formålet er at nære og modne nye, danske dramatikere i form af bestilling af manuskripter og så vidt muligt opføre stykkerne på teatret. Aftalen evalueres med henblik på evt. genforhandling.
- f. *Samarbejde med Den Danske Scenekunstscole, Center for scenekunst og design.*
Aarhus Teater vil løbende benytte sig af instruktør- og scenografstuderende i praktik til vores forestillinger.
- g. *Samarbejde med Den Danske Scenekunstscole, Center for kunstnerisk produktion og ledelse.*
Aarhus Teater har et formelt samarbejde om at tage praktikanter inden for lys- og lyd-design.
- h. *Samarbejde med Aarhus Tech og Frederikshavn Tekniske Skole*
Aarhus Teater optager løbende scenetekniske elever.
- i. *Maler- og skrædderelev*
De specialiserede scenekunsthåndværk er i fare for at uddø. Vi vil sikre en fortsat udvikling indenfor området ved at tage teatermaler- og skrædderelever blandt andet i samarbejde med VIA University inden for beklædningshåndværk.

Nøgletal og indikatorer

1. Publikumsudvikling

Mål 1.1 Tiltrække nye publikumsgrupper og fastholde kernepublikummet samt søge at øge publikumstallet over aftaleperioden

Nedenstående beregninger tager udgangspunkt i et samlet publikumsantal på 100.000 pr. sæson (estimat).

1.1 a Det samlede publikumstal

Nøgletal / indikator	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)	Hele perioden
Publikumstal	100.000	100.000	75.000*	100.000	375.000*

* I sæson 2018/19 forventer Aarhus Teater en omfattende ombygning og modernisering af teknik og scenefaciliteter på Store Scene, der vil vare 3-4 måneder. Vi har derfor i sæson 2018/19 kun mulighed for at producere 3 forestillinger på Store Scene i modsætning til normalt 4. Det betyder, at det estimerede publikumstal i sæson 2018/19 er nedjusteret til 75.000 og at det samlede publikumstal for rammeaftalens periode er 375.000 i modsætning til 400.000 i en 'normal' periode.

1.1 b Kernepublikummet

Nøgletal/indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Teaterkortholdere* (% af samlet billetsalg)	0	1	2	4	4
'Abonnenter' / 'Køb 3 – spar 50 kr.' (% af samlet billetsalg)	10	8	8	8	8

* Vi estimerer, at hver teaterkortholder køber minimum 5 billetter. 1% svarer til 200 solgte teaterkort svarende til 1.000 solgte billetter.

1.1 c Det potentielle publikum

Nøgletal/indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
De studerende (% af samlet billetsalg)	3	4	5	6	7
Skoler (% af samlet billetsalg)	13	14	20*	24	24
Børn og unge under 25 år (% af samlet billetsalg)	15	18	18**	19	20
Gruppesalg (% af samlet billetsalg)	2	3	4	4	4
Løssalg (% af samlet billetsalg)	39	36	34	32	30
Nye publikumsgrupper (projekt) – se 1.1c <i>Publikumsundersøgelser</i>	-	-	-	-	-

* Stigningen forudsætter, at teatret 1. fastholder en lav billetpris (50-kroners ordningen evalueres i foråret 2017) og 2. tilbyder en ekstra forestilling til skoler på Store Scene eller Scala.

** En fastholdelse af niveauet i sæson 2017/18 og fremover forudsætter, at teatret har mulighed for at bevare en lav billetpris til det unge publikum.

1.1 d Styrkelse af kommunikationsredskaber

Den digitale kommunikation

Nøgletal/ indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Sociale medier (marketing)					
Facebook					
- antal page likes	49.500	55.000	57.000	60.000	62.000
- reach (% af samlede page likes)	5	7	8	9	10
- tracking af købsproces (projekt)	Kortlægning	Opstart	Implementering	Evaluering	Ny proces?
Instagram	2.600	2.860	3.146	3.461	3.807
- antal følgere på @aarhusteatr.dk	0	500	1.000	1.500	2.000
- antal følgere på @mitteater.dk	-	Opstart	Implementering	Evaluering	Ny proces?
- Aktivisering af # på forestillinger (projekt)					
Sociale medier (PR)					
Twitter (projekt) @M_Daugbjerg	-	Start	Implementering	Evaluering	Ny proces?

Video*

Nøgletal/ indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Antal videoer	65	80	80	80	80
Antal views	66.165	75.000	90.000	110.000	135.000
Antal sete minutter	82.479	92.500	111.000	135.700	166.500
Fanbase	200	300	425	575	750

* Opgørelsen baserer sig udelukkende på statistik fra Youtube i perioden 01-31.01.2015. Fremover vil vi også benytte flere kanaler til distribution af video, hvilket kan påvirke estimaterne.

CRM

Nøgletal/ indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
CRM (projekt):	- Afsøgning af område - Afklaring af målbare data - Kortlægning af mulige KPI'er (Key Performance Indicator)	- Tilknytning af konkrete målepunkter (KPI'er) og initiativer som sættes i gang med hensigt på at forbedre resultaterne herunder: - Kortlægning af kunde-grupper - Systematisering af dialogen til kunde-grupper	- KPI gennemgang og mulig ny viden - Systematisk dialog med kunde-gruppe - Måling (KPI) - Status	- Optimering på den systematiske dialog - Systematisering af data - KPI gennemgang - Status	Status

Nyhedsbreve

Nøgletal/ indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Nyhedsbrev generelt					
- antal permissions	24.000	26.400	29.040	31.944	35.138
- åbningsrate (%)	36,5	38	38	39	40
- klikrate – antal klik pr. nyhedsbrev	580	609	639	671	705
Nyhedsbrev studerende					
- antal permissions	360	720	1.440		
		Fase 1	Opsamling	Fase 2	Fase 3

Publikumsundersøgelser (evidens)

Nøgletal/ indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Fokus: Eksisterende publikum	Generel rapport om AT-publikum*	Min. 1 kvantitativ og 1 kvalitativ undersøgelse	Min. 1 kvantitativ og 1 kvalitativ undersøgelse	Min. 1 kvantitativ og 1 kvalitativ undersøgelse	Ny generel rapport
Nye publikumsgrupper	-	- Undersøgelse af nye målgrupper** - Non-visitor-undersøgelse***	-	-	-

* Undersøgelse lavet i samarbejde med Zentrum für Audience Development, Freie Universität, Berlin (Theatron)

** En opfølgning på undersøgelse fra 2010 (i samarbejde med mediebureauet Carat), hvor vi identificerede to nye målgrupper: "De frie fugle" og "Livsnyderne" – er de stadig aktuelle? Nye målgrupper? Laves i samarbejde med Epinion.

*** Laves i samarbejde med Zentrum für Audience Development, Freie Universität, Berlin (Theatron)

Nyt oplevelsesdesign

Nøgletal/ indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Oplevelsesdesign (projekt)	- Skitsering af strategiske arbejdsområder - Afdækning af behov og mål for arbejdet med service-design - Begrebs-afklaring - Fokus på publikums behov og kunderejsen fra start til slut	- Strategisk målsætning for service-design konkretiseres - Afdækning af publikums behov og møde med teatret gennem fokusgrupper - Identifikation af touchpoints - Opstart på pilotprojekter med fokus på forskellige kunderejse-typer og møder med teatret	- Vurdering af teatrets brand i publikums optik gennem publikumsundersøgelse - Touch-points-analyse - publikums interaktion med teatret og teatrets brand - Klarhed over servicerejsen gennem mapping af publikums oplevelse af den - Klarhed over teatrets servicedesign i kunderejsen –både digitalt og fysisk	- Opfølgning på overordnet service-design - Tilretning af servicerejsen – både digitalt og fysisk	- Opfølgning på overordnet service-design - Tilretning af servicerejsen – både digitalt og fysisk

Billetprispolitik for unge under 25 år (50 kr.-ordning)

Nøgletal/ indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Andel af unge under 25 år af samlede publikum (%)	25	33	33*	33*	33*

* Antallet på 33% unge forudsætter en fastholdelse af lav billetpris. 50-kr.-ordningen evalueres foråret 2017.

Mål 1.2. Gøde jorden for et fremtidigt publikum –teaterpædagogiske projekter

1.2 a Ej blot til lyst

Nøgletal/indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Ej blot til lyst					
- lærere, antal	150	150	150		
- elever, antal	750	750	750		
- Forskning	Følgeforsk.	Følgeforsk.	Følgeforsk. Præsentation af resultater / rapport Konference	Videreudvik- ling af Ej blot til lyst*	Videreudvik- ling af Ej blot til lyst*

* Forudsætter at forskningen kan påvise et bæredygtighedsperspektiv og at den fornødne finansiering kan findes.

1.2 b Det generelle theaterpædagogiske program

Lærerkurser					
- folkeskoler	1	1	1	1	
- gymnasier	1	1	1	1	
Undervisnings- materialer, antal	2	Min 2	Min 2	Min 2	Min 2
Rundvisninger skoler, antal	50*	50*	50*	20	20
Teaterværksteder	33	50	50**	50**	50**
Udvikling af nye teaterpædago- giske koncepter (projekt)		Analyse Ansøgninger	Implemente- ring	Implemente- ring	Evaluering

* Inkluderer 30 rundvisninger i forbindelse med Ej blot til lyst

** Forudsætter ekstern medfinansiering

1.2 c Styrke repertoire for børn og unge

Nøgletal/indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
- Småbørn (u. 6 år)	1	1*	1*	1*	1*
- Indskoling	1	1*	1*	1*	1*
- Mellemtrin	1	1*	1*	1*	1*
- Udkoling / ungdomsudd.	1	1*	1*	1*	1*
Antal egenproduktioner til børn og unge	1	1	1-2**	1-2**	1-2**

* Antal forestillinger (produktioner) pr. sæson for målgruppen. Vi sikrer, at der hver sæson er teater til børn og unge i alle aldre. Nogle forestillinger vil være egenproduktioner, andre gæstespil.

** Vi undersøger muligheden for fra sæson 2017/18 at producere endnu en forestilling til den unge målgruppe udover den faste familieforestilling i november- december.

2. Samarbejde på tværs af scenekunstens aktører

Mål 2.1 Styrke det kunstneriske udtryk i flere retninger

2.1 a Styrke udviklingen af scenekunsten og afsøgningen af teatermediets muligheder

Nøgletal/indikator	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Samarbejde S/H	1-2 produktioner	1-2 produktioner	1-2 produktioner	0-2 Evaluering af samarbejdet. Evt. fortsættelse.
Udflugten (outreach)	3 begiven- heder Evaluering	1 begivenhed Afsøgning af nye outreach- projekter og samarbejds- partnere	- -	- -
Kristján Ingimarsson	1 co- produktion	På turné	-	-

2.1 b Skabe vedkommende dramatik for et ungt publikum

Nøgletal/indikator	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Opgang2	1 co- produktion Jalla-festival	1 co- produktion Jalla-festival Evaluering	0-1 co- produktion Evt. Jalla- festival	0-1 co- produktion Evt. Jalla- festival

2.1 c Styrke musikdramatikken

Nøgletal/indikator	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Aveny-T, antal co-produktioner	1 Evaluering	0-1	0-1	0-1

Mål 2.2 Profilere Aarhus Teater og dets ensemble

Nøgletal/indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
- Udvide ensemblet	13	15	15	15	15
- Antal ensemble-skuespillere i co-produktioner		5-6	5-6	5-6	5-6
- Antal AT-produktioner på andre scener (som gæstespil eller co-produktion)	1	1	1	1	1
- CPH Stage	0	Min. 1 (i perioden)			

3. Internationalisering

3.1 Styrke forestillingernes kunstneriske kvalitet gennem inspiration fra udlandet og internationalt samarbejde

Nøgletal/indikator	År 0 (2015/16)	År 1 (2015/16)	År 2 (2015/16)	År 3 (2015/16)	År 4 (2015/16)
- Engagere kunstnerisk råd med internationale kompetencer	Opstart 4 møder	4 møder	4 møder	Evaluerings 4 møder	Evt. fortsættelse
- Engagement af internat. Instruktører/scenografer	Min. 5 i perioden	-	-	-	-
- Sendte ensemble på studieture til udlandet		Min. 1 (i perioden)	-	-	-
Indikator: Fastholde relation til internationale netværk	Theatron	Theatron Afslutning Evaluerings Rapport	Afsøgning	Afsøgning	Afsøgning

3.2 Berige publikum med international scenekunst

Nøgletal/indikator	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
ILT Festival (biennale)	1	-	1	-
Aarhus 2017 – internat. coproduktion	-	1	-	-
Theatron gæstespil	0-1	-	-	-
Egne internationale gæstespil	-	0-1	-	0-1
- Præsentation af nye eller klassiske internationale stykker (oversat til dansk)	2	2	2	2

3.3 Skabe sproglig tilgængelighed for et udenlandsk og dansk publikum

Nøgletal/indikator	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
Oversættelse af forestillinger				
- til engelsk / andet fremmesprog	2 (i perioden)	-	-	-
- til dansk (hvor det er nødvendigt)	1 (i perioden)	-	-	-
Oversættelse af dele af hjemmeside til engelsk (projekt)	Analyse	Implemen- tering	Implemen- tering	Implemen- tering Evaluering

4. Talentudvikling

4.1 Nære og modne nye, danske talenter inden for scenekunst

Nøgletal/indikator	År 1 (2016/17)	År 2 (2017/18)	År 3 (2018/19)	År 4 (2019/20)
4.1 a Ansættelse af nyuddannede ... - skuespillere - instruktører - scenografer - dramatikere	Min. 6 (i perioden) Min. 3 (i perioden) Min. 3 (i perioden) Min. 2 (i perioden)	- - - -	- - - -	- - - -
4.1 b DDS - Skuespiluddannelsen, Aarhus	Min. 1 præsentationsf orestilling Min. 2 3.års elever i praktik	Min. 1 præsentationsf orestilling Min. 2 3.års elever i praktik	Min. 1 præsentations forestilling Min. 2 3.års elever i praktik	Min. 1 præsentationsf orestilling Min. 2 3.års elever i praktik
4.1 c DDS - Dramatiker uddannelsen, Aarhus	-	-	Midtvejsprojekt som del af repertoire	-
4.1 d Husdramatikerordning	Nuværende husdramatiker	Nuværende husdramatiker	Ny husdramatiker	Ny husdramatiker
4.1 e Særaftale med Danske dramatikere	-	Særaftale på 12 bestillinger opfyldt. Evalueret	-	-
4.1 f Den Danske Scenekunstscole, Center for scenekunst og design	Min. 2 instruktør- og 1 scenograf- studerende (i perioden)	-	-	-

4.1 g Den Danske Scenekunstscole, Center for kunstnerisk produktion og ledelse.	Min. 1 lysde- signer- og 1 lyddesigner- studerende (i perioden)	-	-	-
4.1 h Aarhus Tech og Frederikshavn Tekniske Skole	Min. 2 scenetekniske elever i praktik	Min. 2 scenetekniske elever i praktik	Min. 2 scenetekniske elever i praktik	Min. 2 scenetekniske elever i praktik
4.1 i Øvrige: Malerelev	Praktikaftale med 1 (i perioden)	-	-	-
Skrædderelev	Praktikaftale med 1 (i perioden)	-	-	-