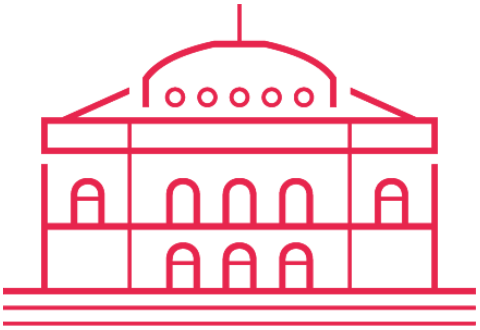
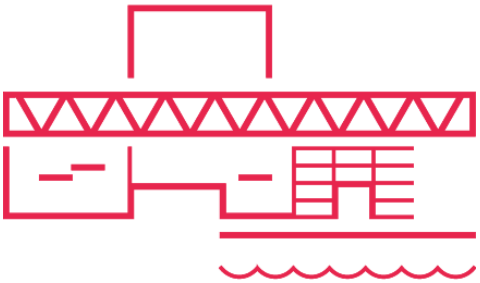
DET KONGELIGE TEATERS STRATEGI 2016-2019

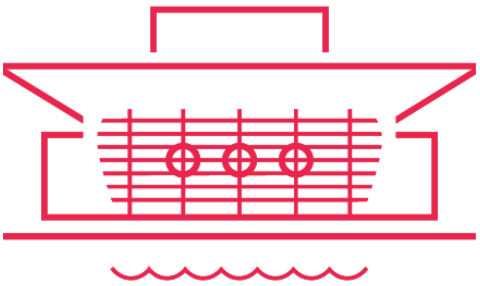
TVÆRGÅENDE TÆNKNING OG SAMARBEJDE



GAMLE SCENE



SKUESPILHUSET



OPERAEN

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

HER ER VI NU

Strategien for Det Kongelige Teater blev godkendt af den tidligere bestyrelse ultimo 2014.

Arbejdet med strategien har siden da udmøntet sig i en lang række handleplaner med selvstændige initiativer, der følger de fem temaer i teatrets strategiske vision: Det inviterende, det udvidende, det relevante, det excellente og det nytænkende.

Mission

Det Kongelige Teater skal til enhver tid skabe excellente scenekunstoplevelser – både traditionsbevidst og fornyende, nicheorienteret og bredt appellerende – og bringe dem ud til så mange som muligt.

Vision

Publikum skal over de næste fire år opleve, at tilbuddene fra Det Kongelige Teater har en mere relevant og attraktiv appel end andre konkurrerende tilbud.

Strategisk retning

Det Kongelige Teater vil over de næste fire år bevæge sig fra at være en driftsorganisation til at være en udviklingsorganisation.

Strategiske temaer

Det inviterende – vi rækker ud
Det udvidede – vi skaber unikke helhedsoplevelser
Det relevante – vi er vedkommende
Det excellente – vi leverer det ypperste i alle led
Det nytænkende – vi driver innovation

Teatrets afdelinger definerede i 2015 i alt 133 handleplaner, der sætter retningen for, hvor vi skal bevæge os hen i 2016-19.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

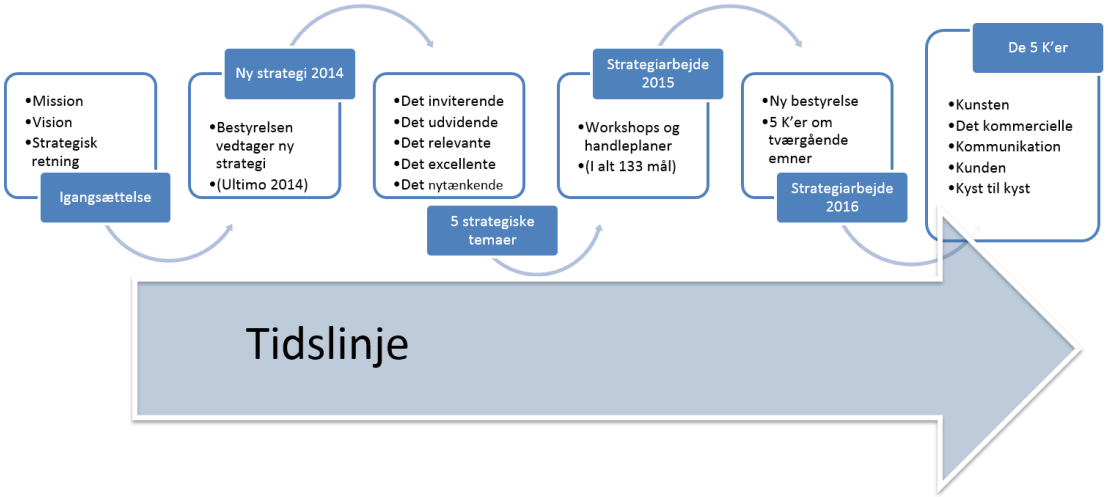
De mange nye initiativer, store som små, følges op på kvartalsvise ledelsesmøder med teaterchefen og de respektive chefer. Afdelingscheferne er ansvarlige for at involvere medarbejderne gennem workshops, møder m.v.

Ultimo 2015 besluttede direktionen, at den næste fase i strategiarbejde skulle have fokus på tværgående tænkning og samarbejde.

Formålet er at styrke den tværgående indsats på teatret med henblik på, at optimere kunsten, kommunikationen, publikumsoplevelsen, indtjeningen og tilgængeligheden i hele landet.

De 5 vigtige tværgående temaer er:

Kunsten
Kommunikation
Kommercielle aktiviteter
Kundeoplevelsen
Kyst til kyst



FORORD

Meningen med en strategi er at udstikke en retning og udfærdige en række handleplaner, der skal bringe vores organisation fra A til B. Verden forandrer sig, og vi må, gennem strategisk tænkning, forandre os med den, så vi fremstår som et relevant og vedkommende kulturtilbud.

Vi indledte strategiprocessen med at identificere fem vigtige, overordnede temaer for, hvad vi ønsker, Det Kongelige Teater skal være kendt for i den danske befolkning. Under disse overordnede temaer udfærdigede vi på tværs af organisationen en lang række konkrete handleplaner, der skal sikre, at vi når vores strategiske mål *(alle handleplaner er tilgængelige på Kongesiden)*. Handleplanerne blev udfærdiget i samarbejde med alle medarbejdere, og de er blevet fulgt op gennem møder og faste ledelsesaftaler mellem teatrets chefer og undertegnede.

Det er dejligt at kunne konstatere, at der er bevægelse over hele linjen. Allerede nu er en lang række af handleplanerne blevet indfriet inden for alle områder af organisationen.

Vi står nu overfor at skulle indlede næste fase i vores strategi, og vi tror på, at styrkelsen af det tværgående samarbejde er nøglen til at indfri vores strategiske ambitioner.

Derfor har vi identificeret fem tværgående områder, hvor vi insisterer på at ville lykkes. Vi har kaldt denne fase for 'Strategi 5K', idet K'erne står for: Kunst, Kommunikation, Kundeoplevelse, Kommercielle aktiviteter og Kyst-til-kyst. Disse 'must win battles' er vitale for teatrets virke og udvikling.

Kunst. Vi skal være opmærksomme på, at vores kunstneriske beslutninger indfrier høje forventninger inden for tre områder: Det brede, det eksperimenterende/nytænkende og det publikumsudviklende. Samtidig skal vi udvikle en stram styring og en planlægningshorisont, der optimerer den samlede

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

oplevelse for publikum, giver den fornødne plads til kommercielle aktiviteter, og som tillige sikrer, at betragtninger og erfaringer fra salg og markedsføring kan blive inddraget tidligt i beslutningsprocessen.

Kundeoplevelse. Vores publikum møder os i en lang række kontaktpunkter, som ikke kun har med kunsten at gøre. Fra de åbner hjemmesiden, til de finder vej til vores foyerer eller nyder en middag i restauranterne. Hvordan prioriterer vi blandt alle disse kontaktpunkter, og hvordan arbejder vi målrettet med at løfte den samlede oplevelse for vores publikum?

Kommunikation. Vi skal sikre en prioriteret og fokuseret kommunikation inden for fire områder: Markedsføring, presse, digitale kanaler og interessenthåndtering. Ikke mindst det sidste kan med fordel ses i et flerårigt perspektiv frem mod indgåelse af den næste teateraftale.

Kommercielle aktiviteter. Evnen til at forøge vores egenindtægter vil i de kommende år være en stadig vigtigere forudsætning for, at vi kan lykkes med vores kunstneriske ambitioner. Derfor skal der arbejdes målrettet på at styrke den kommercielle bevidsthed for de direkte berørte medarbejdere, og der skal kontinuerligt udvikles nye forretningsforslag ud fra en offensiv og opsøgende tilgang.

Kyst-til-kyst. På langt sigt vil det ikke være i København, at Det Kongelige Teaters fremtid bliver vundet eller tabt. Det bliver i hele Danmark. Hvis ikke vi klart og tydeligt lykkes med at overbevise befolkning og politikere om, at vi er til stede og er til for alle i hele landet, så har vi et reelt legitimeringsproblem. Indsatsen for hele Danmark skal derfor udvikles i et tæt samarbejde med lokale aktører og med et særligt fokus på formidlingen af vores aktiviteter. Vi kommer fremover til i højere grad at se os selv som katalysatorer, der stimulerer lokale aktiviteter, og kommer i den forbindelse til i højere grad at betragte publikum som medskabere af de scenekunstneriske oplevelser fremfor blot at være passive forbrugere.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Hvis bestyrelsen kan tiltræde det tværorganisatoriske fokus og dermed også hele måden, vi arbejder med strategi på teatret, vil vi efterfølgende formidle beslutningen til medarbejderne og inddrage dem i det videre arbejde med at operationalisere og konkretisere de overordnede mål i de enkelte afdelinger.

De bedste hilsner
Morten Hesseldahl

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

KUNSTEN

Det vil vi med kunsten på Det Kongelige Teater
Vores ambition er at lave scenekunst på allerhøjeste kunstneriske niveau.

Vi vil bidrage til danskernes selvforståelse og dansk identitet ved gennem kunsten at skabe forståelse for fortiden, nutiden og fremtiden.

Vi skal hele tiden turde nytænke vores koncepter og valg i spændingsfeltet mellem tradition og fornyelse.

Vi skal spejle det, der foregår i publikum og i tiden, og dermed både følge og sætte dagsordenen.

Vores kunst skal kunne være elitær i udførelsen men ikke i opfattelsen, og vi skal tilbyde det bedste af det bedste til så mange som overhovedet muligt.

Vi vil vise, at god kunst gør livet større. Vi vil skabe begavet og vedkommende kunst, der underholder, udfordrer og inspirerer.

Tværgående tænkning

Målsætningen er en grundigere og mere langsigtet repertoireplanlægning, fordi det overordnede og langsigtede blik vil give os større mulighed for at dele erfaringer og betragtninger mellem de kunstneriske afdelinger og marketing/salg. Det vil også gøre det nemmere at planlægge tværgående kampagner og give den kommercielle afdeling større frihed til at planlægge deres aktiviteter rundt om de gældende arrangementer. Og det vil gøre teatret i stand til at styre egne ressourcer meget bedre.

Vi sætter særligt fokus på teatrets samlede repertoireflow, så vi undgår kritiske målgruppesammenfald på de store, populære forestillinger m.m. *(Se model på side 14 samt bilag 1 bagerst i dette dokument).*

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Den langsigtede planlægning vil desuden gøre det nemmere for de kunstneriske afdelinger at planlægge tværgående forestillinger. Arbejdet med dette er påbegyndt med igangsættelsen af et samarbejde om børne- og familieforestillinger på tværs af kunstarterne.

De primære afdelinger, som de kunstneriske afdelinger samarbejder strategisk med ift. langsigtet planlægning og udvikling er: Kommunikationsafdelingen, scenografi, sceneteknik, planlægning, salg og kommercielle aktiviteter.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Skuespillets visioner

Vi skal føre an med klassikerfortolkninger, danske som internationale. Vi skal udvikle helt nye danske fortællinger og spille de bedste af de nye udenlandske. Vi skal lave originale musikforestillinger. Vi skal skabe forestillinger på højt niveau for børn og familier. Vi skal udvikle projekter, der udfordrer selve kunstarten i form og indhold.

Alt, hvad vi laver, skal indeholde et eksperiment. Ellers er det lige meget. Vi reproducerer ikke, og forsøger ikke at lave museumsteater. Vi udvikler. Også klassikerne, når vi spiller dem.

Vi kan ikke nå alle, og vi skal ikke bruge energi på at nå folk, der ikke vil nås. Men de mennesker, der endnu har til gode at opleve, hvad Det Kongelige Teater kan berige livet med, skal vi nå ud til.

Vi skal tænke relevans i forhold til repertoiret, og vi skal tænke direkte og åben kommunikation, som ikke kun henvender sig til de grupper i samfundet, der i forvejen kommer i teatret.

Primære fokusområder for skuespillet i 2016:

- Udvikle vores nye, faste skuespillerensemble på 20 medlemmer, og indføre ægte repertoireteater for at være mere fleksible ift. at kunne lave ekstraforestillinger af successer og erstatte aflyste forestillinger.

- Udvikle børne- og familieforestillinger med supplerende aktiviteter i tæt, integreret samarbejde med KGL+, så vi udvikler en helhedsoplevelse.

- Udvikle originale musikforestillinger.

- Udvikle ny dansk dramatik på Lille Scene gennem det nye format KGL-dansk, og udvikle aktuelt og vedkommende teater gennem KGL Akut.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

- I samarbejde med KGL+, Eventministeriet og eksterne samarbejdspartnere vil vi gøre vores foyer mm. til dynamiske områder med plads til andre aktiviteter end skuespil f.eks. kunstperformances, udstillinger og interaktive aktiviteter.

- Identificere nye eksterne samarbejdspartnere, der kan biddrage til at skabe nye formater både for børn og voksne.

- Åbne prøver for at indvie publikum i processen og udvide deres oplevelse af, hvad teater er.

- Undersøge muligheden for at lave store udendørsforestillinger hvert/hvert andet år, måske med et fast samarbejde med Århus/Moesgaard.

- Skabe bedre forudsætninger for udvikling af kunstneriske processer i skuespillet ved at sikre, at der kan arbejdes eksperimenterende og nysgerrigt.

- Nå ikke-dansktalende og hørehæmmede publikummer.

Populære forestillinger - skuespil

Vi skal identificere de titler, der kan være med til at trække rigtigt mange mennesker i teatret, så vi sikrer et økonomisk fundament, der giver større råderum for eksperimeter.

De kendte, sikre titler bliver dog færre og færre, og ganske få nye kommer til, for Det Kongelige Teater kan ikke slippe af sted med at lave en Shu-bi-dua-musical og kalde det en hyldest til vores kulturarv eller tage storsælgende filmtitler som *Dirty Dancing, Aladdin* og *Den Lille havfrue* på plakaten. Men måske kan vi på

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

vores måde opnå det samme med en musikforestilling, der er baseret på sange fra *Højskolesangbogen*.

Sikre klassikere og store familieformater:

Jeppe på Bjerget og *Erasmus Montanus* af Ludvig Holberg samt *Hamlet* og *Romeo og Julie* af William Shakespeare er sikre klassikere.

Dramatiseringer af ridderromaner i storformat som *Kong Arthur* i Dyrehaven og *Røde Orm* på Moesgaard.

Andre store klassikere:

De kendteste græske tragedier: *Medea*, *Ødipus*, *Antigone* og *Orestien*.

Shakespeares største værker: *Helligtrekongersaften*, *Macbeth*, *Othello*, *Som man behager*, *En skærsommernatsdrøm* og *Richard III*.

Molières største: *Misantropen* og *Tartuffe*.

Ibsen: *Et dukkehjem*.

Strindberg: *Frøken Julie* og *Dødsdansen*.

Nyere amerikanske klassikere: Arthur Millers *En sælgers død* og *Heksejagt*, Tennessee Williams *Omstigning til Paradis* og Eugene O´Neills *Lang dags rejse mod nat*.

Tyske klassikere: Goethes *Faust* og Schillers *Don Carlos*.

Morten Kirkskov om bredde, eksperimenter og publikumsudvikling

"Vi kan i dag ikke forudsætte en grundviden hos vores publikum, derfor skal man kunne opleve vores forestillinger uden forudsætninger. Vi skal fortælle historier, som om det er første gang, folk hører dem. Vi skal ikke holde os tilbage ift. at turde være morsomme og underholdende, så længe vi kan skabe relevans og kant. Og vi må ikke få publikum til at føle sig dumme. Vi skal desuden skabe grundlag for, at et besøg i Det Kongelige Teater bliver en helhedsoplevelse, der også inkluderer restaurant- og cafébesøg samt aktiviteter i foyererne.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Bredt appellerende forestillinger: Vi skal opføre musikforestillinger, fordi de appellerer til et bredt publikum. Men det er ikke vores opgave at spille copy-paste musicals. Vi skal fokusere på fortællinger, der kan perspektiveres med relevans og dybde, som vi gjorde det med *Cabaret*. Vi skal undersøge de musikforestillinger, der ligger langt fra mainstreamrepertoiret for eksempel Sheiks *American Psycho,* Bowies *Lazarus* og Sondheims musicals. Og vi skal selv udvikle nye musikforestillinger, som vi gør det i den kommende sæson med udgangspunkt i *Højskolesangbogen*, hvor vi undersøger, hvilke danske værdier, vi synes, er værd at holde fast i.

Det nye og det eksperimenterende: Alt er og skal være nytænkende i det, vi gør. Vi eksperimenterer altid i det store og det små. Der skal være et vist anarki. Vi vil kontinuerligt undersøge, hvordan vi kan udvikle selve kunstformen: Hvad kan vi blande sammen med kunsten, som vi gjorde det med forestillingen *9x9x9* i samarbejde med Statens Museum for Kunst og Gyldendal? Skal vi blande taleteater og performance, skal vi arbejde mere site specific, skal vi have hverdagseksperter med, skal vi spille en forestilling på forskellige sprog med flere nationaliteter på scenen, eller skal vi lave benspænd for os selv?

Vi skal udvide oplevelsen for publikum gennem samarbejder med interesseorganisationer og andre, der kan bygge oven på og skabe oplevelser rundt om en forestilling, for andre kan supplere med noget, vi ikke kan. Eksempelvis handler forestillingerne *Personer, steder, ting* og *Med sne* i næste sæson om alkoholisme og demens, og det er oplagt at lave oplysende sideprojekter og debatter ifm. disse forestillinger.

Vi skal videreudvikle KGL Akut med relevant teater, og gennem KGL Dansk skal vi blandt andet engagere forfattere med anden etnisk herkomst end dansk, der dyrker forandringerne i det danske sprog, for at undersøge, hvordan det danske sprog udvikler sig, og for at få fortalt historier, vi ellers ikke ville få fortalt. Man skal ikke glemme, at de i dag vigtigste danske dramatikere engang var nye, unge

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

forfatterspirer. Vi bliver nødt til at give de nye fortællinger muligheden for at blive vores fremtidige klassikere.

Publikumsudvikling: Teatret har et i dag et medansvar for folks dannelse. Børn, der har en begejstring for teater, skal have mulighed for at opleve det tidligt. Vi har i de seneste år fokuseret primært på gæstespil ift. børn og familier. Vi vil selv producere børne- og familieforestillinger fra bunden i forskellige formater. Og vi bør og skal samarbejde med eksterne aktører, for der findes nogle med meget større erfaring og ekspertise på det område ude i miljøet. Allerede fra næste sæson har vi en nyproduceret børneforestilling med Wikke & Rasmussen på programmet, og vi har under overvejelse at lave en stor familieforestilling baseret på Preusslers børnebog *Krabat*.

Vi vil også åbne vores prøver for publikum, fordi vi mener, at alle vil få gavn af det – skuespillerne fordi det holder dem skarpe i processen, publikum, fordi de gerne vil gerne kigge os over skuldrene, og salget, fordi prøvekigget forhåbentlig giver publikum blod på tanden."

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Operaens visioner

Det Kongelige Danske Opera er en af de største danske kunstinstitutioner, og ambitionen skal være intet mindre end at påvirke det kulturelle liv i Danmark. Vi mener, at operaen som kunstform passer godt ind i det 21. århundredes multimediesamfund, og vi vil vise dens relevans for et moderne publikum.

Vi vil fortælle historier, der er tilgængelige og meningsfulde for publikum og den tid, vi lever i. Vi anerkender traditionen men udvælger de klassiske operaer ud fra en relevant fortælling, og vi vil iscenesætte dem på en måde, der bringer relevansen ud til publikum. For at fortælle historier om i dag vil vi videreundersøge nye måder at præsentere opera på, som vi har gjort med *Barberen i Sevilla* på en lastbil og *Figaros bryllup* med orkestret på scenen.

Vi vil udfordre arven fra det 20. århundrede, hvor nye værker kun var for et smalt publikum. Vi ønsker at skabe nye operaer, hvis musik taler til følelserne og kan forstås af et bredere publikum. Med dette håber vi at gøre opera mere demokratisk.

Vi ønsker at vise, at vi kan opføre den danske operaarv, og vi ønsker at bidrage til denne arv ved at skabe nye, danske operaer.

Den Kongelige Danske Opera har brug for et kernerepertoire af mindst 10 produktioner, der kan genopsættes. Vi har allerede indledt dette arbejde og vil fortsat videreudvikle vores kernerepertoire.

Disse principper vil give vores opera en særlig identitet, som vi kan blive kendt for.

Primære fokusområder for operaen og Det Kongelige Kapel i 2016:

- Opbygge en forestillingsbank med et solidt, alsidigt basisrepertoire på ca. 10 titler.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

- Videreudvikle co-produktioner med internationale operahuse og festivaler.
- Bestille ny dansk opera – gerne med tekst af talenter fra andre teatergenrer.
- Udvikler nye former i mødet med publikum.
- Skabe grundlag for et dynamisk og vidtfavnende ensemble.
- Udvikle Kapellets koncertrepertoire, så orkestrets identitet og profil står stærkere i koncertlandskabet.
- Arbejde mod en mere klar organisation, tydelig ledelse, stærk identitet og god trivsel.
- Optimere deling af viden og nødvendig information om alle aspekter af produktionerne.

Populære forestillinger – opera

Vi skal opbygge en forestillingsbank med iscenesættelser på et kvalitetsmæssigt højt niveau af de store mainstream titler, der spilles med stor succes verden over, og som vi er nogenlunde sikre på kan tiltrække et stort og bredt publikum.

I titelvalget lægges der vægt på, at værket har en fortælling, der kan perspektiveres i forhold til samtiden – eller fortolkes og iscenesættes på en relevant og vedkommende måde for publikum.

Kernerepertoire til forestillingsbank:

La traviata, Verdi

Carmen, Bizet

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

La bohème, Puccini
Tryllefløjten, Mozart
Tosca, Puccini
Madame Butterfly, Puccini
Figaros bryllup, Mozart
Barberen i Sevilla, Rossini
Rigoletto, Verdi
Don Juan, Mozart
Cavalleria rusticana og *Bajadser*, Mascagni og Leoncavallo
Den flyvende hollander, Wagner
Lohengrin, Wagner
Pigen fra Vesten, Puccini
Idomeneo, Mozart
Turandot, Puccini
Trubaduren, Verdi
Maskarade, Nielsen
Rosenkavaleren, Strauss
Arabella, Strauss

Sven Müller om bredde, eksperimenter og publikumsudvikling

"Det danske publikum er et no nonsense-publikum med en intuitiv sans for kvalitet. Det er et publikum, der vil have forestillinger, som er umiddelbart forståelige og ikke kryptiske, avantgardistiske iscenesættelser, der kræver flere ugers forberedelse. Vi skal skabe tilgængelige forestillinger med relevans, nerve, passion, og vi skal turde tage gas på genren med selvironi, som vi senest gjorde det i Elisa Kragerups iscenesættelse af *Figaros bryllup*.

Bredde gennem relevans og add ons: I opera er der masser af historier, som er relevante i forhold til den måde, vi lever vores liv på i dag, og det er de operaer, vi

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

skal præsentere for det danske publikum. Det er et ufravigeligt krav til vores instruktører, at deres iscenesættelser skal tale til mennesker af i dag.

Men titler og relevans gør det ikke alene, for publikum kender ikke grundhistorierne som før. Derfor skal vi skabe omtale og nysgerrighed gennem samarbejde med personligheder fra andre kulturgenrer, som vi har gjort det med engagementet af den multi-Reumert-vindende skuespilinstruktør Elisa Kragerup til *Figaros bryllup*. Den type samarbejder skal vi videreudvikle for eksempel med en af de aktuelle TV-dramatikere som librettist til en ny opera. Vi vil desuden skabe helhedsoplevelser for publikum med aktiviteter rundt om forestillingerne.

Ny værker og eksperimenter: Vi vil lave værker, der virker. Den rigide opdeling og det kultursnobberi, der i mange år har været mellem det seriøse og det underholdende, skal vi turde ophæve. Vi skal have modet til at underholde, og vi skal bestille værker af moderne komponister, der tør skrive musik, som taler til følelserne.

Vi arbejder med at nytænke selve operaformatet og præsentationen. Med premieren på *Figaros bryllup* i denne sæson eksperimenterede vi med at sætte hele Det Kongelige Kapel op på scenen i samspil med sangerne, og med Brecht og Weills opera *Mahagonny* i den kommende sæson nedbryder vi grænsen mellem scene og sal.

Publikumsudvikling: Vi arbejder på at udvikle et nyt format, *Opera2Go*, der skal præsentere nye publikummer for en aften med uddrag fra klassisk og moderne opera. Det skal være med hele udtrækket og fuldt orkester, så publikum, der ikke har mod på en hel opera, kan få en prøvesmag på genren.

Det er lang tid siden, vi sidst har præsenteret en familie/børneopera i stort format. Det gør i vi nu i den kommende sæson med operaen *Momo*, der er baseret på Michael Endes eventyr-roman om tids-tyvene og barnet, der bragte den stjålne tid tilbage til menneskene.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Vi overvejer desuden at åbne nogle af vores prøver op for publikum, så vi kan få skabt interesse hos et nyt publikum."

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Ballettens visioner

Den Kongelige Ballet skal være et fantastisk, kamæleonagtigt, veldansende kompagni, der bør og kan mestre både de store dramatiske og klassiske balletter og samtidigt gå helt nye veje i danseformater og teatralitet.

Vi skal værne om klassikerne, men vi skal konstant at arbejde med form og fortælling, så de fremstår relevante for et moderne publikum.

Vi skal ændre ballettens omdømme, så det fremstår imødekommende, inviterende og mere folkeligt.

Vi skal blande os i sammenhænge, der har befolkningens bevågenhed og løsrive os fra Gamle Scenes plys og historie ved at turnere til steder, der ikke almindeligvis forbindes med balletten, som vi gjorde med Christiania i 2015. Vi vil skabe rammer om balletten, som et nutidigt publikum finder det attraktivt at være forbundet med.

Vi skal sørge for et bredt, internationalt repertoire, der både imødekommer publikum og dansere – et repertoire, der spænder fra det eksperimenterende à la Corpus til de store klassiske fuldtræffere.

Vi skal fortsætte arbejdet med at skabe nye formater, der er lettilgængelige, og som sikrer de strategiske mål og ryster publikums fordomme om ballet. Og vi skal forfine de eksisterende formater og i langt højere grad målrette dem mod klart definerede målgrupper.

Primære fokusområder for balletten og Balletskolen i 2016:

- Den kunstneriske identitet for Ballettens nye anneksscene A-salen skal undersøges og skærpes.

- Udvikle Corpus og kommunikationen omkring kompagniet samt sikre

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

dokumentation.

- Iværksættelse af initiativer og samarbejder med eksterne aktører for at udfordre os selv på vores tilgang til repertoiret.

- Sætte fokus på musikken i balletten ved at sikre en ny generation af pianister, udveksling med internationale balletpianister og samarbejde med Københavns Universitet.

- Udvikling af nye formater med fokus på borgerinddragelse.

- Åbne Gamle Scene yderligere med flere aktiviteter samt markering af højtider og præsentation af teatret i form af skærme med indefra-film og trailere.

- Udvikle gallaforestilling med internationale gæstestjerner for at skabe markant international pressebevågenhed og manifestere den danske ballets internationale niveau.

- Iværksætte initiativer, der får balletten at fremstå tidssvarende og relevant for et nutidigt publikum, bl.a. ved at blande os i sammenhænge, hvor ballet og kunst ikke almindeligvis ses.

- Videreudvikle Balletskolen bl.a. gennem gæstelærere og internationale samarbejder, så den fremstår tidssvarende.

- Videreudvikle organisationskulturen og kulturen for balletkompagni og instruktører i balletten.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Populære forestillinger – ballet

Balletten skal konsolidere sig og fortsat udvikle sig som de dramatiske fortællingers kompagni. Det er nedenstående populære titler eksempler på. Balletten, som er ordløs, skal mærkes som et stød i hjertekulen – dér hvor man fornemmer, at noget er større end én selv. Dét er målet for hver enkelt forestilling.

Populære helaftensballetter:

Bournonville: *Et folkesagn, Napoli* og *Sylfiden*

Tjajkovskij balletter: *Svanesøen, Tornerose* og *Nøddeknækkeren*

Russiske klassikere: *La Bayadere, Don Quixote, Le Corsaire* og *Raymonda*

De store franske klassikere: *Giselle* og *Coppelia*

Flemming Flindt: *Caroline Mathilde*

John Neumeier: *Romeo og Julie, Kameliadamen, En skærsommernatsdrøm* og *Den lille havfrue*

Christopher Wheeldon: *Alice i eventyrland (under udvikling)*

Twyla Tharp: *Come Fly Away*

Andre: *Carmen, Askepot, An American in Paris, De tre musketerer* og *Pinocchio*

Populære korte balletter:

West Side Story Suite

Bolero

Nikolaj Hübbe om bredde, eksperimenter og publikumsudvikling

"Vi har en fantastisk klassikertradition med Bournonville og de store russiske mesterværker, der både formår at tiltrække det garvede publikum igen og igen og helt nye begyndere.

Klassikere og udvikling af traditionen

Tradition er vidunderlig, men man skal forstå, hvad den betyder. Derfor er det rigtig vigtigt, at vi ikke kun reproducerer, for så bliver balletten stendød. Vi skal

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

trænge ind i klassikerne, og vi skal udfordre dem, for balletten halter lidt bagefter i folks opfattelse i forhold til opera- og skuespilgenren, der har eksperimenteret meget mere med form og indhold.

Vi skal tage fat i det dramaturgiske, scenografien, lyset og kostumerne, som vi senest har gjort det med *Sylfiden* og *Et folkesagn*. Vi skal inddrage kunstnere fra andre genrer, så de kan kaste et nyt blik på klassikerne, som kunstmaleren Per Kirkeby gjorde det med scenografien til *Svanesøen*. Vi må ikke lukke os om os selv – vi har brug for ny indsigt og samtidskunstneres input, hvis vi skal være en relevant ballet og forsat kunne tiltrække nye publikummer.

Vi skal også blive ved med at udvikle selve formatet og historiefortællingen. I den kommende sæson laver koreografen Cathy Marston for eksempel en ballet over *Farlige forbindelser* hos os, hvor hun blander dans og ord, og vi har to skuespillere med fra teatret. *Come Fly Away* er et andet eksempel på arbejdet med at fortælle historier på en anden måde og med andre virkemidler.

De store klassikere har meget med skønhed at gøre, og vi skal også turde gå på opdagelse i skønhedselementet og rykke ved opfattelsen af æstetik, som Corpus gjorde det med balletten *I føling*.

Det nytænkende og publikumsudviklende

Det er rigtig vigtigt at udvikle Den Kongelige Ballet ved at søsætte projekter som Corpus. Jeg ser gerne, at Corpus i fremtiden bliver en endnu mere selvstændig enhed, så de har flere muligheder for at kunne gå nye veje ift. at udvikle formater og selve kunstarten. Det vil give en værdifuld inspiration og blodtransfusion til grundstammen i Den Kongelige Ballet.

En anden stor styrke i Corpus' arbejde er samarbejdet med andre aktører, for det udvikler os og genererer nye publikummer. Vi drømmer om endnu flere samarbejder på tværs af genrer, for at nå bredere ud til publikummer, vi ellers ikke ville nå. Vi vil også gerne udvikle formater til klart definerede målgrupper på

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

steder, hvor publikum normalt ikke forventer Ballettens tilstedeværelse – for eksempel Roskilde Festival og Musik i Lejet.

Vores andet 'kompagni i kompagniet' – Balletskolens Kompagni B – eksponerer mange nye publikummer for ballet. Vores opgave er at få bygget bro og få dem hentet over som publikummer til Ballettens grundrepertoire. Det gør vi bl.a. ved at sætte meget ind på at udvikle forestillinger for børn og familier. Vi har gjort det med *Kom Bamse nu balletter vi!* og *Fabelmageren* og i næste sæson med en stor, ny helaftensballet *Alice i Eventyrland*.

Formaterne *Dans2Go* og *Hübberiet* trak i de første to år mange nye publikummer, men nu er det mest gengangere, der kommer til de forestillinger. Så vi har en opgave foran os ift. at udvikle nye formater, der kan tiltrække nye publikummer.

Vores udviklingstanker ift. A-Salen er at gøre det til en åben scene, hvor der også kan laves andet end ballet. A-Salen får sin egen indgang, og i mellemgangen overvejer vi at tilknytte kunstnere, der kan kuratere udstillinger af billedkunstnere og scenografer."

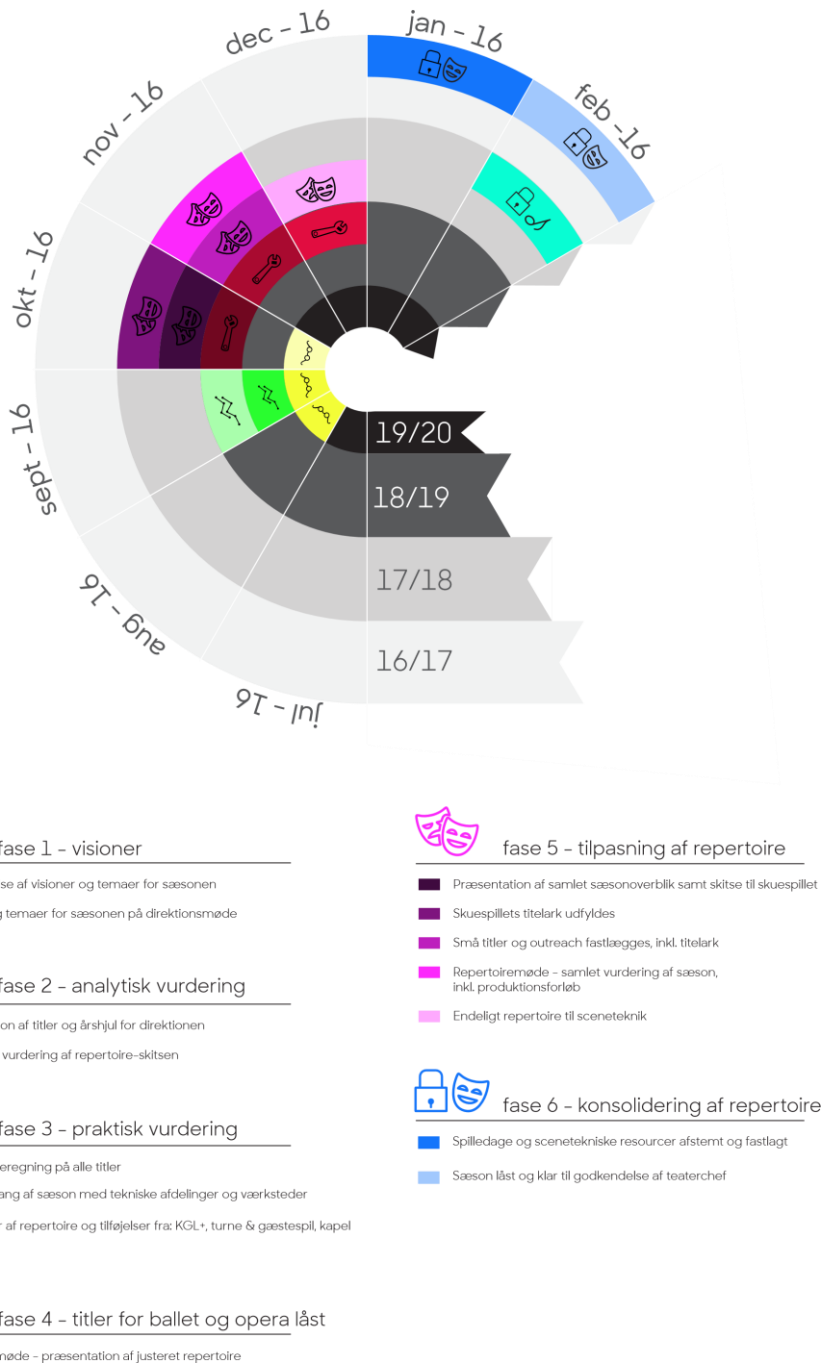
Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

REPERTOIREFLOW I 2016 – ÅRSHJUL

Grafisk overblik over de aktiviteter, der indgår i repertoireudviklingen i 2016. Se bilag 1 til sidst i dokumentet for en mere detaljeret gennemgang af faserne og aktiviteterne.



Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

KOMMUNIKATION

Kommunikationsafdelingen består af fem teams: Markedsføring (inkl. grafik), PR, Intern kommunikation, Børn- og ungeformidling samt Digital. De fem teams varetager al kommunikation – både ekstern og intern, markedsføring, pressehåndtering, tilstedeværelse på de digitale og sociale medier og grafisk produktion ifm. teatrets forestillinger og aktiviteter. Kommunikationsafdelingen arbejder for at styrke teatrets omdømme og kendskabet til teatret samt at understøtte billetsalget til teatrets aktiviteter bedst muligt.

Visioner

Kommunikationsafdelingens overordnede fokus er at skabe en ny fortælling om, hvad Det Kongelige Teater er, og hvad vi kan bidrage med i en kompleks, moderne verden.

Vi skal italesætte teatrets berettigelse i endnu højere grad og fortælle, hvordan dansk identitet forankres og styrkes gennem Det Kongelige Teaters virke.

Vi skal bidrage til, at vi, både analogt og digitalt, bliver et relevant og naturligt kulturelt tilvalg for langt flere danskere.

Vi skal arbejde mere proaktivt for at få Det Kongelige Teater ud af den negative diskurs og ud af defensiven.

Vi skal ruste os bedre til en ny 4-årsaftale - både for teatrets og for dansk kulturs skyld.

Vi skal blive endnu bedre til at videreformidle vores faglighed, mål og metoder til resten af huset. Og vi vil arbejde mod en klarere prioritering og større differentiering i vores indsatser for at give plads til proaktiv udvikling og rådgivning.

Tværgående tænkning og samarbejde

Kommunikationsafdelingen har naturligt en stor berøringsflade med stort set alle

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

afdelinger på Det Kongelige Teater. Derfor er det tværorganisatoriske arbejde i høj grad en grundsten i fundamentet for afdelingen.

De afdelinger, som kommunikationsafdelingen i særdeleshed har et kontinuerligt samarbejde med, er:

De kunstneriske afdelinger, planlægningsafdelingen samt KGL+ bidrager alle med essentiel information om de forestillinger og tiltag, vi skal formidle. Kommunikationsafdelingen er på samme vis en vigtig sparringspartner ift. repertoireplanlægningen mht. forventninger til målgrupper, gennemslagskraft og formidling. Denne dialog skal styrkes og implementeres tidligere i processen, så der er tid til at handle på det. Dialogen er allerede indledt, og kommunikationsafdelingen bliver fremover inviteret med til repertoire-planlægningsmøder og har desuden taget initiativ til mødestrukturer, der skal skabe gennemsigtighed og forståelse for afdelingens bidrag og styrker.

Strategisk planlægning, salg og analyse er en vigtig samarbejdspartner for kommunikationsafdelingen. Viden om vores målgrupper samt indsamling af data er alfa og omega for at kunne finjustere de kommunikative tiltag samt arbejde mere evidensbaseret i fremtiden. Derudover hænger vores hjemmeside og billetsystem uløseligt sammen, hvilket stiller store krav til videndeling og transparens i de strategiske valg for begge afdelinger. Der er allerede etableret flere mødefora, og der arbejdes på fælles digitale indholds- og oversigtsløsninger, der kan fremme fælles forståelser afdelingerne i mellem. Afdelingerne har delt ansvar i fælles projekter som Hjemmeside 2.0 og Viden Om Målgrupper.

Som noget nyt har vi etableret et decideret ansvarsområde i Kommunikationsafdelingen vedr. den interne kommunikation på Det Kongelige Teater. I samarbejde med HR og direktionssekretæren udarbejdes strategier for interne udmeldinger og kampagner. Udviklingen af den digitale interne kommunikation sker i tæt samarbejde med IT-afdelingen.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Primære fokusområder 2016:

Samtlige fokusområder for kommunikationsafdelingen involverer flere afdelinger og viser med stor tydelighed behovet for styrkelsen af det tværorganisatorisk samarbejde. Fokusområderne er alle vigtige grundsten i den nye kommunikationsstrategi, der forventes færdig i april 2016.

- Kommunikationspakker: Kommunikationsafdelingen vil optimere forventningsafstemningen med især de kunstneriske afdelinger og hold ved at introducere et kommunikationspakke-system, der viser, hvilken indsats en forestilling eller andet tiltag kan forvente mht. markedsføring, PR og digitale tiltag.

- Interne strukturer og processer i kommunikationsafdelingen: Vi skal skabe tydeligere ansvarsfordeling af opgaver samt et overblik over resurser og prioriteter i kommunikationsafdelingen, så vi kan skabe rum for udvikling af nye idéer, kvalificere input til andre afdelinger og teams samt prioritere opgaver og indhold rigtigt.

- Den nye fortælling: Vi skal identificere de relevante budskaber og pejlemærker for at kunne skabe en ny fortælling om Det Kongelige Teater. Og vi skal sikre, at den nye fortælling formidles og forankres internt.

- PR / Corporate fokus: I vores PR skal der arbejdes på at formidle flere positive corporate-historier, så vi understøtter tanken om et samlet teater og synliggør vores 'ekstra biddrag' til samfundet.

- Stærke egne medier: Vi skal styrke vores egne medier, i særlig grad de digitale platforme. Vi skal blive endnu bedre til at skabe vores egne historier gennem egne medier. Vi skal gøre det let at vælge os til – både analogt og digitalt. Vi skal være et kultursite for flere og være lette at dele, diskutere og blive en del af.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

- Interessenthåndtering: På tværs af teatret skal vi identificere de interessenter, vi primært vil kommunikere til. Dette ansvar skal fordeles mellem alle afdelinger på teatret, så vi sikrer, at vi får fortalt den 'rigtige' historie til de rette interessenter. Arbejdet er i gang, og analysen forventes at være færdig i marts.

- Kulturforståelse: I samarbejde med andre kulturinstitutioner skal vi forsøge at påvirke den generelle forståelse af kultur og kunst samt betydningen for et land som Danmark. Kulturdiskursen skal kunne rumme andet end fokus på økonomi og 'noget for noget' – kultur måles som kultur!

- Ressourceforbrug/effekt ift. trykte programmer: Vi skal kigge kritisk på ressourceforbruget og effekten af vores trykte programmer samt udvikling af digitale alternativer.

- Målgrupper: Vi skal identificere de målgrupper, vi primært vil kommunikere til - både samlet, for hver kunstart, og ift. udvalgte kommunikationskanaler (SoMe, hjemmeside, programmer mm.).

- Ambassadører: Vi skal teste vores formodninger om de barrierer, der afholder folk fra at besøge os ved at videreudvikle ambassadørtanken. Derigennem opnås også mersalg, gode og loyale budbringere, og vi får inkorporeret en member-get-member-tankegang i vores formidling i udvalgte kanaler.

- Marketing: Vi skal kombinere synlighed med effekt ved at bruge vores marketingbudget taktisk og udnytte tilstedeværelsen på digitale medier, der kan synliggøre salget bedre end offline medier.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

- Digitale medier: Vi skal have skabt et bedre overblik over indholdet på vores digitale kanaler, og vi skal udvikle nye platforme til at formidle og sælge vores forestillinger og andre arrangementer endnu bedre.

- Intern kommunikation: Vi skal udarbejde en formidlingsstrategi for den interne kommunikation, så vi sikrer tydelig kommunikation fra ledelsen samt understøtte en fælles fortælling om Det Kongelige Teater.

Udfordringer

Den interne kultur samt manglen på interne strukturer og forventningsafstemninger er de største barrierer for at lykkedes med vores kommunikationsstrategier. De tværorganisatoriske tiltag skal alle skabe grobund for at få elimineret disse barrierer.

Kommunikationsafdelingen 'ejes' af alle. Det betyder, at det ofte er en kunst, at få de høje ambitioner til at gå op med de resurser, afdelingen besidder. Kodeordet her er prioritering og en fælles forståelse internt i husene for dette.

Strategiens overordnede bue fra drift til udvikling er central for kommunikationsafdelingen. Vi skal udfordre tanken om en ligeligt fordelt PR- og marketingindsats på alle aktiviteter, og i stedet arbejde med 'indholdet' på tværs af kanaler.

Det skal også overvejes, om der skal iværksættes et egentligt brandingarbejde. For eksempel i form af en ensretning af kommunikationen ved hjælp af et slogan og/eller en overordnet kampagneoverskrift. Det vil kunne skabe større intern sammenhængskraft og følelsen af bevægelse i en fælles retning samt en bedre, mere tidssvarende og mere relevant opfattelse af Det Kongelige Teater eksternt.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

KUNDEOPLEVELSEN

Planlægning, salg og strategisk analyse varetager den centrale programlægning samt ressourcefordeling af scener og prøvelokaler. Vi står for salget af teatrets billetter og driver de støttefunktioner, der er omkring et salg.

Afdelingen varetager loyalitetstiltag og driften af teatrets abonnementsordning, og arbejder med indsamling af kvantitativ og kvalitativ viden om teatrets publikum og målgrupper samt formidling af denne viden. Afdelingen står desuden for den koordinerede forretningsudvikling af de systemer og produkter, der relaterer sig til kundeoplevelsen.

Arbejdet med kundeoplevelsen er i sin natur tværgående og er fordelt på flere afdelinger, med den centrale koordinering er forankret i Planlægning, salg og strategisk analyse.

Visioner og tværgående tænkning

Det Kongelige Teater er hele Danmarks teater og skal være skal være et åbent og inviterende oplevelsesrum for alle på tværs af baggrund og generationer.

Vi tror på, at vi kan udvikle Det Kongelige Teater til et oplevelsesrum ud over det sædvanlige, hvis vi gennem vidensdeling af både kvantitative og kvalitative data synliggør værdien af kundeoplevelsen for alle på teatret.

Vi tror på, at vi kan skabe kundeoplevelser i særklasse, hvis vi sikrer en samlet prioriterer af teatrets repertoire, så alle afdelinger har ressourcer til at løfte det, og hvis vi engagerer teatrets mange ansatte – på tværs af afdelinger, huse, scener, kunstarter og fagligheder – til at samarbejde om udvikling og optimering af kundeoplevelsen.

Vi skal arbejde for at forstå og imødekomme vores kunders differentierede behov ved at arbejde evidensbaseret i alle sammenhænge, både internt og i mødet med vores kunder.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Vi skal identificere nye målgrupper og evaluere deres møde med både nye og velkendte aktiviteter.

Vi skal både favne loyalitetskunderne, der ser en stor del af vores forestillinger sæson efter sæson, og de nye, potentielle kunder, der kun kommer forbi til en drink på dækket eller til et gratisarrangement i foyeren.

Vi skal sikre en sammenhæng mellem de digitale og analoge platforme, så publikum ikke er i tvivl om, at det er Det Kongelige Teater, der er afsender.

Vi skal være strategisk bevidste om, hvilke aktiviteter, vi koordinerer ud fra en fælles struktur, og hvilke, vi giver en differentieret indsats.

Vi skal blive endnu bedre til at systematisere vores data, så vi kan bruge informationerne til at optimere det tværgående fokus.

Vi vil sætte fokus på teatrets forhuspersonale, der er en vigtig ressource ift. den samlede kundeoplevelse.

Afdelingen for planlægning, salg og strategisk analyse samarbejder med stort set alle afdelinger på Det Kongelige Teater. Derfor er det tværorganisatoriske arbejde et grundvilkår for afdelingen. De vigtigste afdelinger, som vi samarbejder, koordinerer og udvikler med er: De kunstneriske afdelinger, kommunikationsafdelingen, kommerciel afdeling, direktionen og HR. Den vigtigste eksterne samarbejdspartner er Meyers.

Primære fokusområder i 2016:

- Vi vil udvikle Det Kongelige Teaters udbud af kundeoplevelser, så det imødekommer kundernes differentierede behov og forventninger til os som oplevelsesrum.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

- Vi vil sætte fokus på, hvordan vi vender vores mange gratis gæster og besøgende til købekunder gennem indsamling af data på de mange potentielle kunder.

- Vi vil sætte fokus på kvalitative analyser af vores eksisterende kunders oplevelser og forventninger til teatret, for derigennem at kunne udvikle kundeoplevelsen.

- Vi vil optimere publikumsoplevelsen i foyererne gennem synergi og interaktion mellem scenerum og foyerer og skabe branded experience spaces.

- Vi vil skabe sammenhæng mellem de digitale og analoge platforme.

- Vi skal facilitere et stærkt samarbejde i planlægningen af repertoiret og udarbejde solide målgruppebeskrivelser for hver titel samt sikre en bevidsthed om repertoiret i hele organisationen.

- Vi skal sikre en sammenhæng mellem markedsføring og salg samt styrke det fælles målgruppearbejde.

- I samarbejdet med Meyers skal vi sikre en god helhedsoplevelse for vores kunder.

- Vi vil samarbejde med branchen om, hvordan scenekunst forbliver relevant, og hvordan den opleves af publikum.

- Gennem vidensdeling skal vi engagere og begejstre vores kollegaer, så de tager medejerskab på udviklingen og optimeringen af vores kundeoplevelser.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Udfordringer

Mængden af publikummer og variationen af aktiviteter er de største udfordringer ift. kundeoplevelsen på Det Kongelige Teater. Vi skal hvert år imødekomme 650.000 publikummer med vidt forskellige ønsker og behov, på tværs af kunstarter, huse, forestillinger, formater og øvrige aktiviteter. Hertil kommer alle dem, der møder os på vores digitale platforme.

3 huse, 7 scener, 4 kunstarter, 850 ansatte i 22 forskellige afdelinger + en restauratør. 718 forestillinger, 619 andre aktiviteter, 84 turné-forestillinger og 648.000 publikummer.

Derfor er det vigtigt at udarbejde en stærk kundeoplevelsesstrategi, som har fokus på, hvornår vi udtrykker os ensartet, og hvornår vi arbejder differentieret.

Arbejdet med kundeoplevelsen er fordelt på flere afdelinger, og derfor er det en udfordring at få prioriteret arbejdet i alle afdelinger samt at finde nye måder at arbejde sammen på i organisationen.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

KOMMERCIELLE AKTIVITETER

Kommercielle aktiviteter på teatret er kommerciel udlejning, sponsorater, F&B og forhuse. Alle områderne er samlet i afdelingen Kommercielle aktiviteter og sponsorater.

Afdelingen har fokus på udnyttelse af vores faciliteter og merindtjening og medvirker til at skærpe teatrets profil i forhold til erhvervslivets efterspørgsel på kommercielle arrangementer med kulturelt tilsnit i unikke rammer.

I 2014 og 2015 har vi samlet haft mere en 100.000 gæster på besøg ifm. aktiviteter for eksterne partnere.

Kommerciel udlejning - primære lokaliteter
Operaen: Store Scene, Takkelloftet, Store foyer, Takkelloftets foyer, Lounge, Banket
Skuespilhuset: Store Scene, Det Røde Rum, Lille Scene, Foyer, Henckel- og Kørnerlounge, Promenade og Ofelia Plads
Gamle Scene: Scene/sal, Balkonfoyer, Holberg- og Heiberglounge

Restaurationsdrift
Operaen: Banket, Restaurant, Café, to store barer på gulv og 1. sal samt flere mindre barer
Skuespilhuset: Restaurant og Café Ofelia
Gamle Scene: August B samt bar i indgangsfoyer og to barer i Balkonfoyeren samt Holberg-lounge

Visioner

Det er afdelingens vigtigste opgave at skabe intelligente og strategiske samarbejder, der kan øge teatrets råderum og åbne flere muligheder for at udvikle Det Kongelige Teater. Vi tror på, at kommercielle arrangementer på teatret, ud over indtjening, også genererer god omtale af teatret, tiltrækker nye målgrupper og medvirker til øget billetsalg.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

I takt med at teatret omformes fra en driftsorganisation til en udviklingsorganisation, skal billedet af vores partnere også udvides, og vi skal være en dynamisk medspiller for vores omverden.

Vi skal nytænke målgrupper, ressourcer og muligheder, og kommercielle partnere skal inviteres med ind i udviklingen af vores progressive initiativer og medvirke til at nytænke teatret og drive os frem mod den høje kvalitet.

Vi skal være mere offensive og opsøge branchens vigtigste aktører. Vi skal være innovative og drivende inden for idéudvikling. Og vi skal samarbejde med både kunder og andre relevante aktører ift. konceptudvikling.

Vi skal være upmarket og flytte vores fokus fra mange små, ressourcekrævende og mindre synlige aktiviteter til store og højtprofilerede arrangementer og samarbejder.

Vi vil videreudvikle vores kommercielle bevidsthed og kontinuerligt udvikle business cases, og vi vil være mere markedsudviklende og markedstænkende.

Vi skal udvikle metoder, der over for sponsorer og andre samarbejdspartnere belyser gevinsten ved et samarbejde med os.

Vi skal systematisere kontakt og dialog med alle de mange potentielle kunder, der besøger vores huse.

Tværgående tænkning

Vores kommercielle strategier er på nuværende tidspunkt fordelt blandt de enkelte afdelinger under kommerciel afdeling. Herved bliver vores dialog med eksterne partnere og brugergrupper ikke fyldestgørende for, hvad teatret udbyder af muligheder, og et bredt potentiale går tabt.

Målsætningen er at opnå et fælles overblik over kommercielle visioner ved at kommunikere bedre på tværs af teatret. Vi skal nytænke tværgående fora og højne gennemsigtigheden i vores arbejde.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Ved at samles om én fælles, overordnet strategi målretter vi de kommercielle afdelingers dialog med omverdenen og gør den langt mere klar og relevant for modtageren.

Vi skal arbejde sammen om at nå de relevante kommercielle mål. Det styrker teatrets samlede image, at vi har en sund økonomi, og at vi er en eftertragtet og dynamisk medspiller for vores omverden.

Teatrets særkende – vores produkt, kunsten og husene– er vores force. Vi skal samarbejde med teatrets kunstneriske afdelinger og KGL+ om udvikling af nye koncepter for kongelig underholdning og kreativ teambuilding.

De vigtigste afdelinger, som vi samarbejder, koordinerer og udvikler med er kommunikationsafdelingen, bygning og drift, de kunstneriske afdelinger og Meyers.

Primære fokusområder 2016:

- Ny gastronomisk profil. Med Meyers som fremtidig samarbejdspartner på hele F&B-området får vi en både dygtig, erfaren og innovativ aktør, som vi i fællesskab skal udvikle hele vores F&B-område med. Vores fokus er at højne og nytænke kundeoplevelsen på teatret.

- Optimering af publikumsoplevelse i foyererne gennem synlig og inviterende information samt uddannelse af teatrets forhuspersonale og nye uniformer.

- Forbedring af salgsprocessen i Kommerciel udlejning, herunder større leadgenerering ved tættere kontakt til eksisterende kunder.

- Udvide kendskabet til udlejning på Det Kongelige Teater.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

- Afdække og udvikle kommercielle muligheder på Ofelia Plads.

- Dokumentere den kunstneriske værdi ved fremadrettet at arbejde mod en mere organiseret synliggørelse af den værdi, som nuværende og potentielle partnere kan forvente af et partnerskab med Det Kongelige Teater. Det er også ambitionen at bringe eksterne nøglepersoner tættere ind i husene, så de kan mærke de unikke oplevelser, som Det Kongelige Teater består af.

- Styrke forståelsen af vores egen organisation gennem detaljeret kortlægning af brugergrupper, målgrupper og image, så vi kan forbedre vores forståelse af, hvem vi er, hvem vi repræsenterer, og med hvilke eksterne partnere vi har det mest kompatible interessesammenfald.

Udfordring

De kommercielle aktiviteter har en tendens til at blive opfattet som et distraherende element, der ikke bidrager til teatrets kerneydelse. Den tankegang skal vi have vendt, for som ét samlet teater skal alle havde forståelse for, at vores kommercielle aktiviteter er et led i at muliggøre den høje, kunstneriske kvalitet. Gennem de kommercielle aktiviteter åbner vi teatret op for mange nye publikummer, og tilfører en væsentlig merindtægt, der bidrager til vores kunstneriske niveau. Den fortælling skal vi tydeliggøre internt.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

KYST TIL KYST

Det Kongelige Teaters tilstedeværelse ud i landet varetages af KGL+. Afdelingen udvikler, koordinerer og iværksætter en lang række tværgående, engagerende aktiviteter inden for læring og involvering ude på skoler i landets forskellige kommuner samt turnéer med supplerende aktiviteter og nye mindre forestillingsformater, der er velegnet uden for teatrets vanlige scenerum. Afdelingen står også for KGL Bio, der transmitterer udvalgte forestillinger til mere end 50 biografer i hele landet inkl. Grønland samt øvrige kultursamarbejder som bl.a. Århus Festuge.

Visioner

Den konventionelle opfattelse af, hvad det Kongelige Teater kan og skal er ikke længere tidssvarende. Vi skal ikke være et ophøjet og lukket teater, vi skal heller ikke sidde fast i klicheen om 'magien i mørket', og vi skal i højere grad end tidligere være en del af samtiden. Vi vil insistere på, at man sagtens kan få en stor balletoplevelse i en park i Brønderslev eller opnå ny samfundsindsigt ved en debat på Gram Slot.

Som hele Danmarks teater er vi en vigtig partner i kulturlivet og i uddannelsessystemet. Vi vil ud til danskerne med mange forskelligartede aktiviteter, der både er anderledes, interessante og relevante. Ikke kun med blik for målgrupper og segmenter – alder er underordnet, interesse og nysgerrighed er det vigtigste.

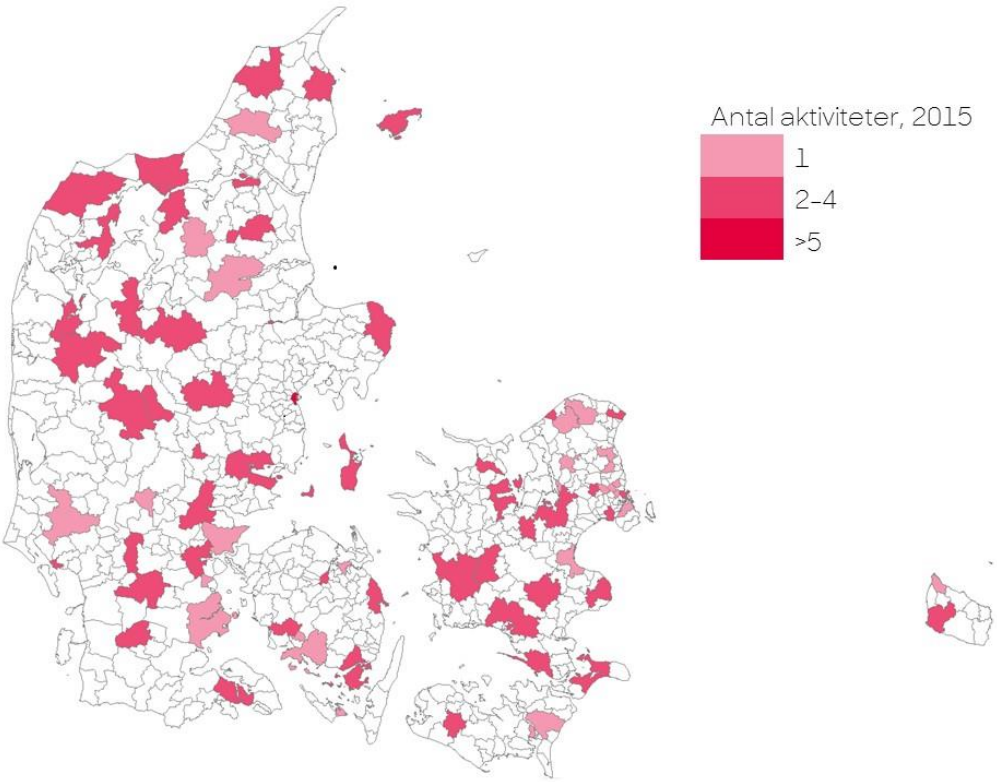
Vi skaber rum for at scenekunsten kan udfoldes på mange forskellige platforme som debatter, events, anderledes forestillingsformater og workshops. De forskellige aktiviteter har primært fokus på brugerinvolvering og medskabelse. Vi stiller nationalscenens viden og kunnen til rådighed som 'open source', der kan udmøntes i initiativer lokalt forankret ude i landet.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Vi skal sætte fokus på længerevarende kommunale og regionale partnerskaber, så der skabes større geografisk lighed gennem kompetencedeling og udvikling. I fællesskab med landets største byer udarbejder vi en elastisk strategi, der understøtter og inspirerer det lokale behov og potentiale.



Kort: Det Kongelige Teaters turnéaktiviteter er fordelt på 75 byer i Danmark i 2015. Aktiviteterne udgør samtlige turnéforestillinger, KGL+ aktiviteter samt KGLBio i 2015. Den eneste by, der har mere end fem aktiviteter er Århus, der i 2015 havde 31 aktiviteter.

Netværk og lokalt samarbejde er essentielt, og vi prioriterer at udvikle os og holde os ajour inden for dette felt både nationalt og internationalt. Danmarksturnéen ifm. *Sylfiden* & *Tema og variationer* - hvor der i samarbejde med lokale partnere blev skabt 10 forskellige aktiviteter rundt om forestillingen i de byer, hvor balletten optrådte - gav genklang i et fornyet og styrket netværk med provinsen. Dette tiltag skal videreudvikles, så der altid er aktiviteter tilknyttet ensemblernes turnéer, der bidrager til den udvidede oplevelse af et møde med teatret og kunsten – så vi

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

på den måde, konstant og kontinuerligt, udbygger relevansen for og tilknytningen til hele landet.

Vores tilstedeværelse ude i landet genererer desuden omfattende og positiv omtale i et stort og bredt spektrum af lokale medier.

Primære fokusområder i 2016:

- Det er vigtigt, at teateret i højere grad definerer sig som hele landets teater og samarbejdspartner på en bred front gennem kommunale og regionale partnerskaber.

- Vi stiller vores viden og kunnen åbent til rådighed for partnerskaber og forskellige grader af brugerinvolvering. Vi har kunstneriske kompetencer på landets højeste niveau samt helt sjældne håndværk og tekniske ressourcer, der kan komme i spil i forskellige sammenhænge og i hele landet.

- Kommunikation er et essentielt omdrejningspunkt, hvis vi i højere grad skal lykkedes med at løfte fortællingen om teatrets brede tilstedeværelse i hele landet. Det kræver en kanalstrategi, hvor vi definerer vores tilstedeværelse både live og digitalt og på hvilke portaler. Vi skal først og fremmest investere i mere dialog med vores brugere og samarbejdspartnere – fra det brede digitale til det lokale kaffemøde. Vi skal udvikle nye arbejdsformer og områder på en måde, så det bliver en del af vores fælles fortælling.

Tværgående samarbejde

Samarbejdet med kommunikationsafdelingen skal styrkes, så teateret fremstår med en fælles fortælling om bredden af aktiviteter. Kommunikationen skal mere end at sælge billetter, den skal også engagere, inspirere og give borgerne medejerskab af fortællingen. Det er ikke mindst vigtigt at engagere de unge, nye generationer.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Vi skal være i tæt dialog med de kunstneriske afdelinger for kontinuerligt at udvikle supplerende oplevelser omkring eksempelvis teatrets børne- og familieforestillinger. Ligesom vi skal bidrage til de mindre formater, der sikrer, at vores huse fremstår tilgængelige og inviterende. Blikket er på helheden, på at udvide oplevelsen af et møde med Det Kongelige Teater, uanset hvor i landet.

Teatrets turnévirksomhed:

Kernen i vores turnévirksomhed – tilbagevendende begivenheder:
Turné for opera, ballet og skuespil til de store kulturhuse i en 3-årig cyklus
2 skuespilproduktioner og 1 kammeropera til Teaterforeningerne
Aarhus Festuge – med mulige produktioner inden for vores kunstarter
Årlig juleforestilling i Musikhuset Aarhus
Sommerarrangementer: *Sommerballet* og *Opera i det fri* samt en aktivitet på Skamlingsbanken

Ad hoc turnéer:
Kapelkoncerter
Eventministeriet
Børneballet til Aarhus
Kompagni B
Udlandsturnéer

Udfordringer

Teatrets kunstneriske ensembler skal anerkende, at disse supplerende aktiviteter – ude i landet – er en naturlig del af ens virke som fastansat kunstner ved Det Kongelige Teater. I flere ensembler er det godt på vej, men det er vigtigt, at den ledelsesmæssige italesættelse og de aftalesæt, ensemblerne arbejder ud fra, også afspejler denne nye fortælling om teatret.

Fra tid til anden vil formater karambolere med den hidtidige opfattelse af, hvor og hvordan stor scenekunst skal mødes og iscenesættes. Der skal ske et

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

paradigmeskift, så vi både kan samarbejde med andre og involvere bredt uden tab af kvalitet og egne aftryk, og der skal gøres op med, at Det Kongelige Teater altid er det store udtræk. KGL+ har fokus på udvikling og skal derfor udfordre både gråzoner og vanetænkning.

Vores arbejde med dette felt er hovedsagligt båret af en generøs fondsdonation. Denne udløber med udgangen af 2016, og derfor er det essentielt at sikre en fremadrettet ekstern finansiering, så teatret kan bibeholde det niveau af både kompetencer og aktiviteter, vi har fået opbygget.

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

REPERTOIREFLOW BILAG 1:

Til det tværfaglige arbejde med at sammensætte sæsoner har vi udarbejdet en model, der skal sikre strategisk repertoireplanlægning centreret omkring de kunstneriske visioner. Modellen skal desuden sikre optimal udnyttelse af produktions- og scenekapacitet og synliggøre det tværorganisatoriske samarbejde omkring langsigtet repertoireplanlægning for alle involverede afdelinger på teatret.

Modellens bærende elementer er den visuelle fremstilling af aktiviteter, forestillingernes titelark, baseline, målgruppebeskrivelser, måltal og sceneressourcer, som forankrer og støtter op om den kunstneriske proces i planlægningen af fremtidige repertoirer samt understøtter det tværfaglige arbejde.

Det er i den forbindelse afgørende, at dialogen på tværs af organisationen sker rettidigt for at give rum til mulige justeringer i de enkelte sæsoner, i forhold til premieredatoer, repertoiresammenfald, planlægning og afleveringsterminer for produktion på værkstederne, marketing, salg og muligheder for at søge sponsorater mv.

Planlægningen består af en indledende fase efterfulgt af 6 datolagte faser, hvor hver fase består af en række underpunkter med leverancer fra udvalgte afdelinger.

INDLEDENDE	➢ 34 måneder før sæsonstart

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

FASE	
Aktiviteter/mål	For at muliggøre særlige projekter, bl.a. med internationalt eftertragtede kunstnere, vil det i denne fase være muligt at indgå forpligtende aftaler, herunder fastlæggelse af premieredatoer. Sådanne projekter forudsætter orientering af direktionen, herunder beskrivelse i titelark.

FASE 1 Oktober	VISIONER, 34 måneder før sæsonstart
Titel	Præsentation af visioner på direktionsmøde
Tovholder	Kunstneriske chefer Christina Østerby bistår forberedelserne i august og september måned
Deltagere	Direktionen
Fokus	Præsentation af visioner samt tværfaglig indsamling af idéer i direktionen til fremtidige temaer, som kræver langsigtet planlægning og eventuelle sponsorater(f.eks. Shakespeare/Verdi-fejring, Carl Nielsen-år).
Aktiviteter	Efter direktionsmøde: Idéark med tematiseringer opdateres og arkiveres sammen med titelark.
Mål	Visioner og tematiseringer fastlægges, så direktionen og berørte afdelinger på teatret kender sæsonens fokus.

FASE 2 August	Skitse til repertoire – 24. måneder før sæsonstart
Titel	Titelark og kategorisering
Tovholder	Christina Østerby
Deltagere	Kunstneriske chefer, Christina Østerby
Fokus	Operaen og balletten afleverer titelark på sæsonens titler

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

	Skuespillet afleverer en matrix, der giver mulighed for et varierende antal forestillingers fastlæggelse
Aktiviteter	Titler indføres i Kongeplanen Titelark påbegyndes og titlerne kategoriseres Årshjul med sæsonen klargøres
Mål	Årshjul med sæsonens titler samt titelark med på direktionsmøde primo september

FASE 2 September	➢ DIREKTIONSMØDE – TITELARK – 23 måneder før sæsonstart
Aktiviteter/mål	Skabe balance mellem premieredatoer og titlernes kategori, så repertoiret til en hver tid tilbyder publikum et løbende samt varieret udbud.

FASE 2 September	SKITSE TIL REPERTOIRE – 23 måneder før sæsonstart
Titel	Tværfaglig vurdering af repertoireskitsen
Tovholder	Christina Østerby
Deltagere	*Møde 1:* Planlægning, salg og strategisk analyse Budget Kommunikation og markedsføring Kommerciel afdeling *Møde 2:* Førnævnte Ballettens ledelse Operaens ledelse Salgs- og planlægningschefen
Fokus	Vurdering af: Kategorisering

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

	Målgruppebeskrivelser Målgruppesammenfald ift. placering Salgbarhed Mulige sponsorer Markedsføringspotentiale
Aktiviteter	Møde 1: Forberedende møde med fokus på det samlede repertoire på tværs af kunstarter Møde 2: Møde med hver af de to kunstarters ledelse med fokus på hhv. ballettens og operaens repertoire
Mål	På baggrund af tværfaglige indput opdateres titelarkmed: Kunstnerisk intention, salgbarhed og målgruppebeskrivelser

FASE 3 Oktober	PRAKTISK VURDERING - 22. måneder før sæsonstart
Titel	Beregning af baseline samt prissætning
Tovholder	Sebastian Platon
Deltagere	Kunstneriske chefer Budget Christina Østerby, Henrik Sten Petersen og Marianne Petersen
Fokus	Baseline-beregninger samt prissætning på alle titler
Aktiviteter	Mailleverance: Præsentation af prissætning samt baselines på alle titler, på baggrund af fase 2- vurderinger. Repertoirejusteringer på baggrund af baselines
Mål	Baselines og prissætning på alle titler

FASE 3 November	PRAKTISK VURDERING - 21 måneder før sæsonstart
Titel	Gennemgang af ressourceforbrug

Tovholder	Christina Østerby
Deltagere	Scenografisk produktion Kostumeafdelingen Sceneteknik Producenter Kapel Kor
Fokus	Overblik over ressourceforbrug på de enkelte titler
Aktiviteter	Afleveringsplan aftales med scenografisk produktion Manglende titler (herunder skuespillet, gæstespil og KGL+) tildeles produktionstid Aftaler om ekstern produktion indgås
Mål	Justering af repertoire på baggrund af ressourceforbrug

FASE 3 Januar	TILFØJELSER OG JUSTERINGER – 19 måneder før sæsonstart
Titel	Nye tilføjelser til repertoiret samt justeringer
Tovholder	Christina Østerby
Deltagere	Kommerciel afdeling KGL+ Turné og gæstespil Planlæggere og producenter
Fokus	Afledte arrangementer, gæstespil og koncerter fastlægges
Aktiviteter	Opdatering af Kongeplanen med tilføjelser og justeringer
Mål	Titelark på gæstespil og koncerter oprettes De nye titler gennemgås med fase 2 og3s vurderinger samt budgetberegninger

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

FASE 4 Februar	TITLER FOR BALLET OG OPERA LÅSES – 18 måneder før sæsonstart
Titel	Direktionsmøde – præsentation af justeret repertoire
Tovholder	Henrik Sten Petersen
Deltagere	Direktionen
Fokus	Præsentation af repertoire og baseline
Aktivitet	Som forberedelse: Opfølgning på baselineopfyldelse med udgangspunkt i justeret repertoire og opdaterede titelark.
Mål	Samlet sæsonoverblik Titler på opera og ballet fastlåses Ændringer efter fase 4 kræver godkendelse fra Teaterchefen

FASE 5 Oktober	PRÆSENTATION AF SKUESPILSTITLER – 10 måneder før sæsonstart
Titel	Direktionsmøde – præsentation af skuespillets titler
Tovholder	Christina Østerby
Deltagere	Direktionen samt Christina Østerby
Fokus	Visuel præsentation (årshjul) af det samlede repertoire – med Skuespillets titler i fokus
Aktivitet	Præsentation på direktionsmøde. Christina Østerby hjælper med forberedelse samt opdatering af årshjul i august og september.
Mål	Titelark på alle Store Scene-produktioner for Skuespillet Samlet sæsonoverblik Startskud for fase 2-5 på Skuespillets titler → Deadline 15. december

FASE 5 Oktober-November	FASE 2 – 5 PÅ SKUESPILLET

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Titel	Tværfaglig vurdering af repertoire-skitsen på skuespillet samt baseline beregninger
Tovholder	Christina Østerby
Deltagere	Planlægning, salg og strategisk analyse Budget Kommunikation og markedsføring Kommerciel afdeling Salgs- og planlægningschefen
Fokus	Vurdering af: Kategorisering Målgruppebeskrivelser Målgruppesammenfald ift. placering Salgbarhed Mulige sponsorer Markedsføringspotentiale
Aktivitet	Tværfaglige møder 1 forberedende møde med fokus på Skuespillets titler i relation til øvrige repertoires placering Møde med Skuespillets ledelse Baselineberegning
Mål	På baggrund af tværfaglige input og baseline opdateres titelark, med: Kunstnerisk intention, publikumsintention og målgruppebeskrivelser.

FASE 5 November	TILPASNING AF REPERTOIRET - 9 måneder før sæsonstart
Titel	Små titler og outreachaktiviteter
Tovholder	Christina Østerby
Deltagere	Skuespillet, Turné og gæstespil, KGL+

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Fokus	Alle små titler på skuespil , gæstespil, CORPUS samt større outreachaktiviteter
Aktiviteter	Alle titler fastlægges i Kongeplanen Titelark på alle aktiviteter
Mål	Opdatering af titelark samt samlet repertoire

FASE 5 November	OVERBLIK OVER PRODUKTIONSFLOW – 9 måneder før sæsonstart
Titel	Repertoiremøde – samlet vurdering
Tovholder	Christina Østerby
Deltagere	Produktion: Sceneteknik, scenografisk produktion
Fokus	Repertoiret som helhed, overblik over produktionsflow
Aktiviteter	Repertoiremøde
Mål	Justering ogtilpasning forud for sceneteknikkens endelige gennemgang

FASE 5 December	TILPASNING AF REPERTOIRET – 8 måneder før sæsonstart
Titel	Endeligt repertoire leveres til sceneteknik 15. december
Tovholder	Sceneteknisk afdeling
Deltagere	Sceneteknik
Fokus	Endeligt overblik over produktionsudgifter
Aktiviteter	Beregning af ressourcetræk
Mål	Afstemning af alle scenetekniske ressourcer

FASE 6 Januar	KONSOLIDERING AF REPERTOIRET – 7 måneder før sæsonstart
Titel	Repertoiremøde – final
Tovholder	Christina Østerby

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255

Deltagere	Produktion: Sceneteknik, scenografisk afdeling
Fokus	Forventningsafstemning – ressourceafstemning
Aktiviteter	Repertoiremøde
Mål	Alle spilledage er lagt ind – og alle sceneteknikske ressourcer skal være afstemt

FASE 6 Februar	KONSOLIDERING, ALLE SPILLEDAGE LÅST! - 6 måneder før sæsonstart
Titel	Repertoiret konsolideres
Tovholder	Christina Østerby
Deltagere	
Fokus	Endeligt repertoire er fastlagt, og der er taget højde for erfaringer fra indeværende sæson i forhold til justering af antal opførsler og baseline
Aktiviteter	Repertoiremøde
Mål	Repertoiret låst

Bilag	Beskrivelse	Fase	Tovholder
Idéark	Idéark med tematisering og visioner	Fase 1	Christina Østerby
Titelark	Kunstnerisk idé, første skitser om produktionen og kategorisering	Fase 2	Kunstnerisk chef
Årshjul	Visuel præsentation af titler og premiere Datoer for sæsonen	Fase 2	Christina Østerby
Målgruppebeskrivelser	Format er under udarbejdelse	Fase 2	Christina Østerby
Baseline	Indeholder prissætningen for de enkelte titler samt en	Fase 3	Sebastian Platon

	vurdering af indtjeningspotentialet.		
Måltal og ressourcer	Oversigt, måltal og sceneteknikske ressourcer for de enkelte afdelinger	Fase 3	Christina Østerby

Det Kongelige Teater
August Bournonvilles Passage 2-8
Postboks 2185
DK-1017 København K

admin@kglteater.dk
Tlf. (+45) 33 69 69 33

CVR 10842255