

EVALUERING

CPH STAGE 2013

CPH STAGE fandt sted for første gang fra d. 5. - 16. juni 2013. 52 forskellige teatre og scenekunstgrupper deltog og præsenterede op imod 150 forestillingsforevisninger og arrangementer. Festivalen fandt sted på teatre og scener over hele byen, men også på alternative venues og i det offentlige rum. Festivalen havde over 12.000 besøgende og en belægningsprocent på de egentlige forestillinger på ca. 60 %.

Allerede fra første år, har festivalen fået en fantastisk opbakning, både fra teatre og grupper, fra andre aktører inden for scenekunstmrådet, fra offentlige og bilaterale støttegivere og ikke mindst fra publikum. Vores konklusion på dette første år er således, at CPH STAGE udfyldte et behov, både hos branche og publikum.

CPH STAGE er en stor årligt tilbagevendende teaterfestival, denne korte evaluering af festivalens første år, tager fat i en række konkrete områder og tiltag, med det formål at belyse hvordan festivalen forløb, og hvad der kan gøres bedre.

STRATEGI – Fra starten var det ideen at gøre CPH STAGE til en stor teaterfestival med deltagelse af alle de københavnske scener samt grupper og teatre fra provinsen og udlandet. Udgangspunktet var at få de Københavnske scener til at deltage med én egen forestilling, ét andet arrangement og åbningen af deres scene for en udefrakommende gruppe. Vi startede med at kontakte de mindre teatre og få dem med på ideen, hvorefter vi kontaktede byens større teatre, med det kongelige som det første. Bevægelsen kom på den måde nedefra. Da teatrene selv udvalgte forestillingerne og selv kunne fastsætte billetpriserne, var det nemt for teatrene at deltage, selv med så kort varsel.

FORESTILLINGER OG ARRANGEMENTER – Teatre fra alle egne af landet deltog i CPH STAGE 2013, dertil kom enkelte forestillinger fra udlandet. Derudover var der flere premiere under festivalen, der således præsenterede det Københavnske publikum for en lang række forestillinger der ikke tidligere havde været vist i København. I år deltog grupperne fra provinsen og udlandet på same vilkår som byens teatre og grupper, hvilket var med til at begrænse antallet af f.eks. provinsgrupper, idet de havde vanskeligt ved at skaffe midler til at dække de ekstra omkostninger til rejser m.m. Vi vil næste år i gang sætte en række tiltag, der gør det mere attraktivt for provinsteatrene og udenlandske grupper at deltage, for på den måde at styrke festivalens nationale og internationale profil.

Med CPH STAGE ønsker vi at åbne byens teatre for publikum. Ud over forestillinger, præsenterede CPH STAGE derfor readings, åbne prøver, workshops, performances, debatter, minifestivaler, fester, koncerter, loppemarked og meget mere. I alt var over 30 af sådanne arrangementer del af festivalen. Ligesom det var tilfældet med forestillingerne, var størsteparten af disse arrangementer udvalgt og arrangeret af de deltagende teatre. Festival var selv arrangør af det meget succesfulde loppemarked og, i samarbejde med Østre Gasværk, det afsluttende maskebal. Disse arrangementer er en vital del af festivalen, der særligt bidrager til stemningen af festival i byen. Generelt var arrangementerne velbesøgte, men fremadrettet vil vi som festival gå mere i dialog med teatrene om deres arrangementer. Ideen er, at arrangerer egentlige arrangementsrækker f.eks. rundvisninger på de deltagende teatre, der nemmere kan indgå i det egentlige program.

PUBLIKUM OG PUBLIKUMSTILTAG – Flere end 12.000 publikummer deltog i CPH STAGE. Under festivalen var der fuldt hus til over 35 forestillinger og arrangementer. Dette var tilfældet både ved internationale gæste spil som *DESH*, ved

egentlige forestillinger som *Manifest 2083* og *Ritualet*, ved gæstespil som *Lugter her lidt af lykke*, samt ved åbne prøver (*Fruentimmerskolen*), teaterekspirimententer (*Selskab*) og debatarrangementer og teaterkoncerter.

Vi gjorde allerede det første år en indsats for at tilgængeliggøre programmet og enkelte forestillinger for ikke-dansktalende publikumsgrupper. Dette inkluderede dels anvendelsen af en tekstnings-APP på udvalgte forestillinger, produktionen af engelsksproget informationsmateriale, både i det trykte program, i et særskilt materiale, og i mindre udstrækning på hjemmesiden. I alt var ca. 25 opførsler tilgængelige for et ikke dansktalende publikum. Derudover havde vi en specifik plan for promovning af festivalen til herboende udlændinge, bl.a. gennem mailinglister, ambassader, eks-pats blogs m.m. endelig rettede vi en særlig indsats mod lærer og elever på de Københavnske sprogcentre, hvilket var en pæn succes.

Vi ser et klart potentiale i netop dette publikumssegment, og regner med at kunne udbygge det væsentligt næste år, hvor forhåbentlig endnu flere forestillinger vil være undertekstede, og hvor vi i bedre tid kan starte promovningen.

BILLETTER OG BILLETSYSTEM billetterne til festivalens forestillinger blev solgt gennem det fælles billetsystem Billetten. Billetten er som noget ganske nyt blevet det fælles billetsystem bag teaterbilletter.dk og billetbillet.dk. Ud over det bagvedliggende system, var langt hovedparten af festivalens forestillinger til salg på det samme site, nemlig www.teaterbilletter.dk. Som forventet var Det Kongelige Teater ikke del af dette system, ligesom der var enkelte mindre og ofte spontant opstående forestillinger og arrangementer der heller ikke kom med i systemet, men det var ganske få.

Dette års billetløsning fungerede overordnet fint. Der var dog en del uklarheder omkring gratisbilletter og reservering af disse som skal løses til næste år. Ligesom vi fremadrettet har sat gang i flere tiltag for yderligere at kunne samle billetsalget til fordel for publikum. Næste år regner vi med i samarbejde med Billetten, Teaterbilletter og Billetbillet at kunne samle salget af forestillingerne under festivalen på festivalens egen side. Derudover har vi sat gang i en nærmere undersøgelse af mulighederne for en ensrettet prispolitik på forestillinger under festivalen, og vil også undersøge mulighederne for et egentligt festivalarmbånd. Vi er i den forbindelse i kontakt med og indhenter erfaringer fra så forskellige aktører som Golden Days, Jazzfestivalen, ILT og kulturnatten. Ligesom vi kommer til at evaluere og bidrage til videreudviklingen af Billetten og TEREBAS arbejde med en bedre billetløsning i forbindelse med festivaler.

FORMIDLING OG PR – Festivalens strategi var baseret på et trykt program og en simpel informativ hjemmeside der blev holdt opdateret i hele festivalperioden. Hjemmesiden og facebook skulle fungere som kanal for nyheder og oplysninger. Derudover ønskede vi en høj grad af synlighed i bybilledet og få men store annoncer i dagblade m.m.

CPH STAGES trykte program blev distribueret i 15.000 eksemplarer til bl.a. cafeer, kulturhuse, biblioteker og teatre i hovedstadsområdet, derudover blev programmet udelt på gader, i dyrehaven, på hoteller, universiteter m.m. i København. Om end hjemmesiden www.cphstage.dk ikke helt var gearret til det meget store antal forestillinger som festivalen endte med at omfatte, fungerede den godt, ikke mindst på grund af designet der tilpassede sig tablets etc. Festivalens facebookside fungerede efter planen som kommunikationsvej og nåede ud til op imod 45.000 personer.

Festivalen var markant til stede i byrummet med plakatkampagner, gadestandere, postkort og bussidder. Særligt ophængningen af store bannere på de deltagende teatre var en succes. Annonceringen omfattede bl.a. helsides annoncer i de trykte medier samt webbannere på udvalgte hjemmesider.

Endelig fik festivalen massiv redaktionel omtale. Have Kommunikation der står for festivalens PR har indsamlet ikke mindre end 135 artikler, interviews og omtaler af festivalen i radio, tv, tryk- og web-medier.

SAMARBEJDER OG FREMTIDEN - CPH STAGE udsprang bl.a. fra en opfordring fra Københavns Kommunes Kultur- og fritidsforvaltning til øget administrativt samarbejde på teaterområdet. I hele dens strukturelle og økonomiske

opbygning, er festivalen et sådant samarbejdsprojekt. Overordnet fungerede samarbejdet omkring årets festival rigtig godt, dels var der under festivalen en række samarbejder blandt de deltagende teatre, f.eks. mellem Republique og Bornholms Teater, Folketeatre og Teater Thy m.fl. men derudover samarbejdede festivalen selv med en række andre aktører. Særligt væsentligt var det, at det lykkedes at få forhandlet en forsøgsoverenskomstaf tale på plads mellem teatrenes interesseorganisationer og Dansk Skuespillerforbund. En aftale der bl.a. muliggjorde Folketeatrets deltagelse i festivalen og som kan danne grundlag for en egentlig fremadrettet aftale for festivalen. Derudover samarbejdede vi med aktører fra det private erhvervsliv; MICO og HAVE Kommunikation, Politiken etc. Endelig skal det nævnes, at vi udover at modtage økonomisk støtte fra bikubenfonden også på anden vis samarbejdede med og nød godt af støtte fra fonden og ikke mindst reumert-juryen. Således skrev en række jurymedlemmer anbefalinger af forestillinger og arrangementer under festivalen. Sammen med enkelte anbefalinger fra kendte skuespillere, blev disse gjort tilgængelige på hjemmesiden www.aaretsreumert.dk og distribueret via Facebook, hvor de modtog mange positive tilbagemeldinger.

Fremadrettet vil festivalen forsætte med at udvikle sådanne samarbejder. Til næste år er festivalen samarbejdspartner med Dansk-ITI om realiseringen af den del af Nordiske Scenekunstdage der finder sted i København, hvilket vil være første skridt i internationaliseringen af festivalen. Denne bevægelse bakkes op af at vi i samarbejde med Høreforeningen og andre aktører på døveområdet, vil forsøge at rejse penge til implementeringen af en tekstnings-APP der kan køre simultant på dansk og engelsk. APP'engør således på én gang forestillingerne tilgængelige for hørehæmmede og ikke-dansktalende publikummer. Dette APP-tiltag er et skoleeksempel på den slags tiltag vi ser festivalen som en oplagt mulighed for at kunne være igangsætter på. Tiltag der udvider publikumssegmentet for teatret generelt, og så frem de er succesfulde på festivalen herfra kan sprede sig til resten af teatersæsonen.

I festivalens største styrke ligger også dens største udfordring, nemlig at skabe den rette balance mellem på den ene side teatrenes selvbestemmelse, deres ejerskab for- og incitament til at deltage i festivalen, og på den anden side festivalen som en enhed med en klar formidling til publikum. I arbejdet med næste års festival forestiller vi os følgende tre fokusområder; for det første at sikre en bredere deltagelse af de danske teatre, særligt provinsteatrene og de større Københavnske scener. Vi har allerede fået meget positive tilbagemeldinger fra både Det Kongelige Teater og Aalborg teater. For det andet at lancere CPH STAGE som en international festival, her byder samarbejdet med Dansk-ITI sig til som et oplagt første skridt, idet det helt naturligt vil bidrage med scenekunst fra de skandinaviske lande. Endelig for det tredje, vil vi arbejde for at styrke festivalens enhed og tilgængelighed, bl.a. gennem et mere gennearbejdet PR samarbejde med teatrene. Ligesom vi som nævnt vil undersøge mulighederne for en nytænkning af billetsituationen. Ambitionen er her en langt større integration, således at vi som et minimum samler billetsalget på vores egen hjemmeside. Der er dog meget store udfordringer forbundet med dette, idet det ligger ved roden af den ovennævnte grundlæggende udfordring for festivalen.

Vi håber at festivalens succes her på det første år har understreget behovet for – og relevansen af en stor teaterfestival i København. Som det fremgår af ovenstående er vi allerede i gang med et væld af tiltag og ideer til tiltag for næste års festival. Vi ser et meget stort udviklingspotentiale i den festival vi nu har skabt. Både i forhold til publikum, som samarbejdsigangsætter og til at skabe international opmærksomhed på dansk scenekunst og København som kulturby.

På vegne af CPH STAGE

Morten Krogh

Festivalleder