UDVIKLINGSPLATFORMEN FOR SCENEKUNST

LÆRENDE EVALUERING

LB
Lene Bak

MARTS 2022

INDHOLD

MÅL OG RAMMER ... 3

1. OVERORDNEDE KONKLUSIONER OG LÆRING ... 5

2. MÅLOPFYLDELSE OG EFFEKT ... 8

2.1 Første indsatsområde: At forbedre produktionsvilkårene for den frie scenekunst ... 9
FYSISKE FACILITETER ... 9
PROGRAMMER TIL KUNSTNERISK UDVIKLING ... 10
BRUGERNES OPLEVELSER OG VURDERINGER ... 11

2.2 Andet indsatsområde: At styrke entreprenørskabet og internationalisering ... 11
FORRETNINGSUDVIKLING ... 11
INTERNATIONALISERING ... 13

2.3 Tredje indsatsområde: At øge sammenhængskraft og samarbejde i branchen ... 14
SAMARBEJDE PÅ TVÆRS ... 14

2.4 Sammenfattende analyse - målopfyldelse og effekt ... 15
STRATEGISK NIVEAU ... 17
TAKTISK NIVEAU ... 17
OPERATIONELT NIVEAU ... 18
SAMARBEJDE MED PUS ... 18

3. KOMMUNIKATION OG SYNLIGHED ... 20

3.1 Fjerde indsatsområde: Formidle og synliggøre den frie scenekunst i Danmark ... 21

3.2 Netværk og relationer ... 21
DET FYSISKE MØDE ... 21
DET DIGITALE MØDE ... 22
MØDET I MEDIERNE ... 23

3.3 Indhold og efterspørgsel ... 23

3.4 Vidensplatforme ... 25
HJEMMESIDEN ... 25
UPGRADE ... 25
NYHEDSBREVE ... 26

3.5 Sammenfattende analyse – kommunikation og synlighed ... 27

4. STRATEGISKE SAMARBEJDSPARTNERE ... 28

4.1 Aktørerne ... 29
DE KUNSTFAGLIGE SAMARBEJDER ... 29
DE FAGLIGE- OG INTERESSEORGANISATORISKE SAMARBEJDER ... 30

4.2 Sammenfattende analyse - strategisk samarbejde ... 30

PROLOG ... 31

MÅL OG RAMMER

Det strategiske grundlag for Udviklingsplatformen for Scenekunst er Rammeaftale med Statens Kunstfond à 3.9. 2020 og Udviklingsplatformens strategi 2020-2024. Heraf fremgår det, at Udviklingsplatformens mission er at "samle, løfte og udvikle den frie scenekunst til gavn for publikum og hele den danske scenekunstbranche". Tilsvarende er visionen at "den frie scenekunst skal være en stærk, bæredygtig og ligeværdig spiller i dansk scenekunst".

Til den overordnede strategi er knyttet fire indsatsområder og herunder en række konkretiserende nøgleindikatorer. Det er samlet set disse rammer, evalueringen forholder sig til.

Udviklingsplatformens primære målgruppe er scenekunstnere og producenter fra det frie scenekunstfelt. Den sekundære målgruppe er den øvrige scenekunstbranche.

Udviklingsplatformen for Scenekunst har eksisteret siden 2016 og er nu i sin anden strategiperiode (2020 – 2024). Platformen er støttet af Bikubenfonden og Statens Kunstfond, Projektstøtteudvalget for Scenekunst (PUS).

Det overordnede mål med evalueringen er at foretage en midtvejsevaluering af den aktuelle fase, og måleperioden er således 2020-2021. Den tidligere fase (2016-2019) blev evalueret i 2019[1] .

Evalueringen skal analysere Udviklingsplatformens betydning og værdi for det frie felt og dets samarbejdspartnere med fokus på læring og fremadrettede anbefalinger.

Evalueringen indeholder fire analyser:

1. Overordnede konklusioner og læring

Hvor kan Udviklingsplatformen med fordel skrue op eller ned for indsats og aktiviteter? Anbefalinger og forslag til justeringer i den aktuelle strategiperiode samt inspiration til den videre indsats på feltet.

2. Målopfyldelse og effekt

Hvilke konkrete resultater og langsigtede effekter er Udviklingsplatformen med til at skabe, i hvilket omfang har Udviklingsplatformen realiseret de fastsatte mål, og hvordan vurderes relevansen af platformen?

3. Kommunikation og synlighed

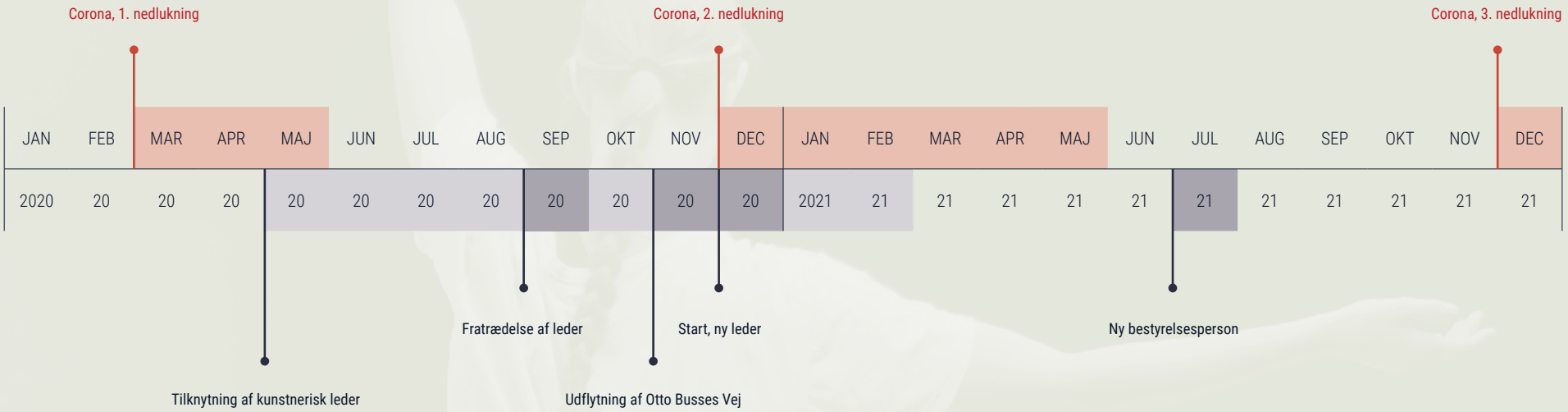
Hvordan oplever brugerne og samarbejdspartnerne relationerne til og synligheden af Udviklingsplatformen?

4. Strategiske samarbejdspartnere

Samarbejder Udviklingsplatformen med de relevante aktører, med hvilket udbytte, og hvordan oplever samarbejdspartnerne samarbejdet?

[1] Evaluering af Udviklingsplatformen, Midtvejsevaluering 2019, Golden Days Sekretariatet, marts 2019.

Tidslinje - Måleperiode



Evalueringens måleperiode har været en meget kompleks tid på grund af både indre og ydre udfordringer. Den ovenstående tidslinje illustrerer meget godt dette.

Som det fremgår af tidslinjen, er de to år præget af længerevarende Corona-nedlukninger i store dele af samfundet, herunder kulturlivet, og en stor del af Udviklingsplatformens programflade har måttet gennemføres digitalt.

Ligeledes har der været flere skift både organisatorisk og fysisk. I en længere periode var der et ledelsesvacuum med lederskift, herunder en midlertidig kunstnerisk leder. I december 2020 blev den nuværende leder, Mikkel Harder, ansat og samtidig flyttede Udviklingsplatformen ud af lokalerne på Otto Busses Vej og ind på Vartov, hvor man alene har kontorfaciliteter[2]. Senest er der kommet ny bestyrelsesforperson, Michael Thouber (direktør for Kunsthal Charlottenborg).

Evalueringen er gennemført med disse udfordringer som præmis for Udviklingsplatformen.

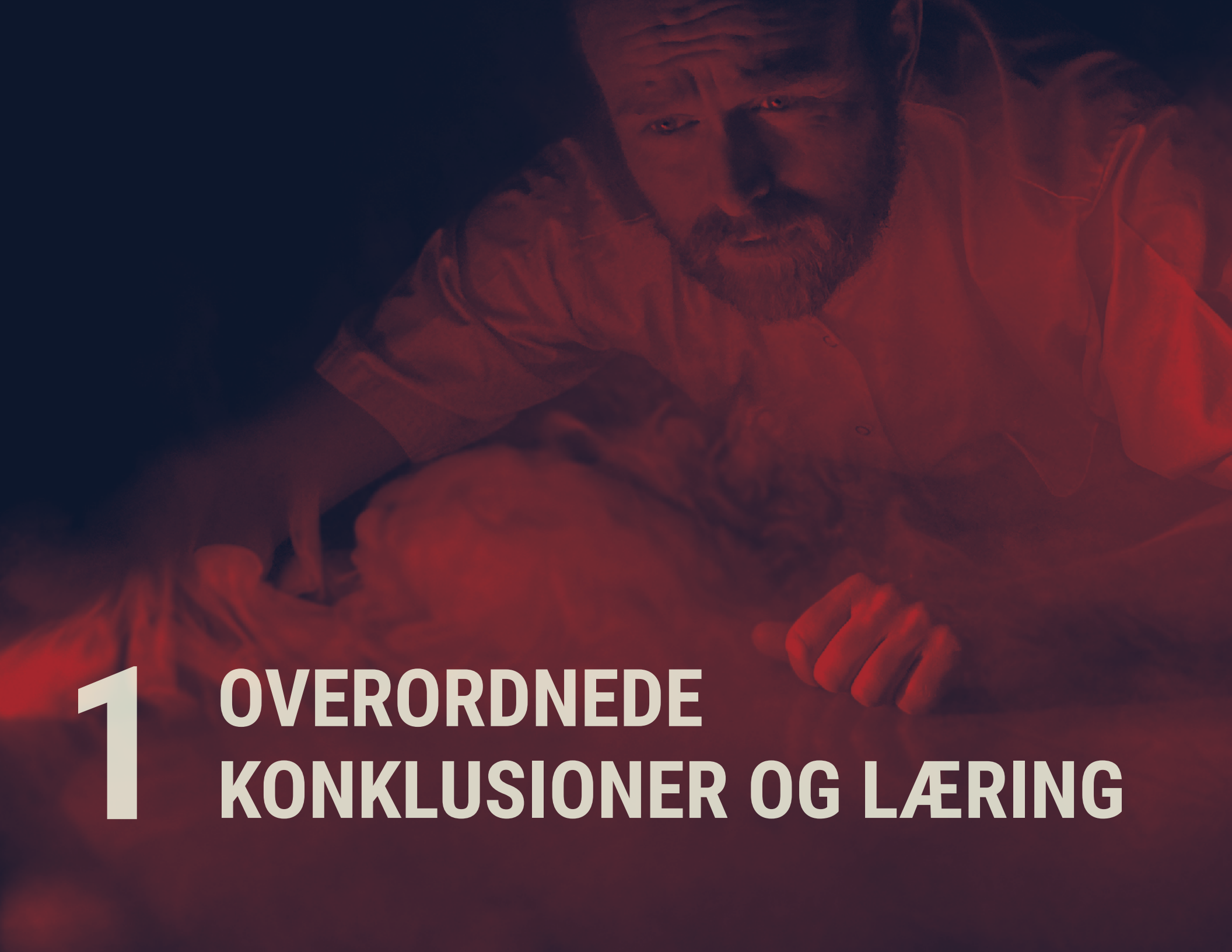
[2] Bortset fra teknikbank og lagerlokale, der fortsat lejes faciliteter til her.

Dataindsamlingen er foregået via desk research, interviews med brugere (i alt 30) og samarbejdspartnere (i alt 12), gruppeinterviews på tværs af aktørgrupper og afsluttende læringsworkshop med nøgleaktørerne (i alt 10 personer).

Det indgår ikke i evalueringsopgaven at foretage en økonomisk analyse. Vi er klar over, at nogle af de forslag, vi fremsætter, kan kræve ekstra projektmidler eller omprioritering af eksisterende ressourcer.

Vi takker for godt og inspirerende samarbejde med alle, og ønsker held og lykke med det videre arbejde for det frie felt og for scenekunstbranchen som helhed.

Marts 2022
Lene Bak og Natasha Bülow



1 OVERORDNEDE KONKLUSIONER OG LÆRING

1. OVERORDNEDE KONKLUSIONER OG LÆRING

Hermed følger et resumé af de overordnede konklusioner og den læring, vi ønsker at fremsætte i forlængelse af analyserne.

1. **UDVIKLINGSPLATFORMEN LEVER OP TIL DE FASTLAGTE MÅL**. Udviklingsplatformen lever op til de fastlagte mål. De overordnede strategiske rammedokumenter er klare og hensigtsmæssige, og der er konsistens i målhierarkiet, fra den overordnede vision til de efterfølgende mål, indsatsområder og nøgleindikatorer. Idégrundlaget anerkendes positivt af samtlige adspurgte; brugere, samarbejdspartnere og nøgleaktører, og Udviklingsplatformens berettigelse og relevans bliver på alle måder bekræftet.

   I forhold til udbud af programmer og seminarer/webinarer overperformer platformen typisk. Det ser vi som positivt, ikke mindst under henvisning til Corona-omstændighederne i det meste af den toårige måleperiode.

   Indsatsen vedrørende forbedrede produktionsvilkår (prøvesal mm.) er ikke gennemført. Der arbejdes til gengæld målrettet for at skabe en ny og mere hensigtsmæssig fysisk platform. Flere forskellige scenarier og finansieringsmodeller er i spil.

   Vi anbefaler, at Udviklingsplatformen videreføres i minimum to år, men antagelig også længere (afhængig af performance og resultaterne af den afsluttende evaluering i 2024). De første to år i denne strategiperiode (2020-2024) har været meget atypiske, grundet både Corona og skift på de centrale poster i ledelse og bestyrelse.

2. **UDVIKLINGSPLATFORMENS PROFIL ER ENDNU IKKE TILSTRÆKKELIG KLAR**. Det gælder i forhold til de primære målgrupper, det frie felt, og det gælder blandt scenekunstbranchen som helhed. Vi er bevidste om, at der har været lagt meget energi i netop at identificere og kvalificere platformens profil. Men vi vurderer, at der stadig ligger et stykke arbejde her: Internt med at skabe den fornødne klarhed; eksternt med tydelighed omkring kommunikation og aktiv tilstedeværelse.

   Vi anbefaler, at Udviklingsplatformen bliver yderligere skarp og eksplicit om sin profil. Et fast fysisk samlingssted vil medvirke hertil.

3. **DER ER STOR TILFREDSHED MED UDVIKLINGSPLATFORMENS PROGRAMMER OG TILBUD**. Deltagerne i de forskellige tilbud er generelt meget tilfredse med programmerne og flere fremhæver, at deltagelse i et givent program har åbnet nye døre for dem.

   Vi anbefaler, at platformen fortsætter med disse programmer og løbende tilpasser i forhold til efterspørgsel og behov. Og at den til stadighed arbejder med at tydeliggøre de forskellige tilbud og kriterier for udvælgelse til at deltage. De forskellige tilbud kan strømlines mere, og der kan arbejdes med at skabe helhed omkring de enkelte programmer, især i forhold til synlighed og markedsføring. Platformen kan vælge at udvide tilbudsfladen eller tilgangsvinklen til programmerne med et mere tværæstetisk fokus.

   Internationaliseringstemaet fremstår uklart, og her foreslår vi, at Udviklingsplatformen tager initiativ til en åben drøftelse med målgruppen om mål og tilgang.

   Vi anbefaler herudover, at platformen styrker/opprioriterer sine strategiske indsatser, dels i forhold til at brande det frie felt, så feltet i stigende grad bliver set som en bæredygtig og ligeværdig part i scenekunstbranchen, dels for at skabe nyttige og konkrete samarbejder med de relevante samarbejdspartnere. Udviklingsplatformen

kan med fordel udarbejde en intern samarbejdsstrategi, der præciserer mere *konkrete* mål for samarbejdet med de forskellige parter.

4. **DEN OVERORDNEDE GOVERNANCE ER PRÆGET AF AFRAPPORTERING OG KONTROL**. Det bunder antagelig i, at der er to organisatorisk meget forskellige støtteydere samt en selvstændig bestyrelse, og kontrol har antagelig været hensigtsmæssig i de indledende faser. Men det er nu vigtigt, at Udviklingsplatformen anvender sine ressourcer til at kommunikere og performe udadtil til miljøet – snarere end opadtil til "ejerne". Det samme gælder ift. brugernes papirarbejde. Mange brugere oplever, at der er meget papirarbejde i forhold til omfanget af bistand.

   Vi anbefaler, at parterne laver et eftersyn af behov og krav i forhold til dokumentation og afrapportering. Samt at parterne i højere grad ser hinanden som strategiske dialog- og samarbejdspartnere til gavn for scenekunstmiljøet.

5. **DE FORLØB, HVOR KUNSTNERNE HAR FÅET HONORAR, FREMHÆVES**. Dette har været højt anerkendt ikke blot blandt de deltagende, men også i branchen mere generelt. Det ses som en god udviklingsmarkør i retningen af, at kunstnere rent faktisk skal have løn, når de udvikler, arbejder og påtager sig overordnede opgaver til gavn for branchen (f.eks. taskforce vedrørende Corona).

   Udviklingsplatformen understreger, at der ikke er midler til at honorere kunstnere i alle projekter, men den vil fremadrettet overveje, hvor det især kan give mening.

6. **KOMMUNIKATIONSSTRATEGIEN ER MEGET AMBITIØS OG MÅLGRUPPEN BRED**. Strategien er beskrevet i flere dokumenter, hvilke dog ikke er entydige i forhold til indholdsmæssigt fokus og målgrupper. I den aktuelle periode kommunikeres primært om Udviklingsplatformen, snarere end om den frie scenekunst.

I princippet er platformen til for *alle* i det frie felt, men i praksis er der foretaget en prioritering, så brugerne i overvejende grad er erfarne scenekunstnere og grupper.

Udviklingsplatformen har indtil videre valgt en position, hvor den alene faciliterer viden og værktøjer - ikke særskilte dagsordener. Den digitale kommunikation er primært udbudsorienteret, og der er ikke arbejdet tilstrækkeligt med SoMe-platformene.

Til gengæld har Udviklingsplatformen påtaget sig en vigtig funktion i forbindelse med Corona med information og rådgivning til brugerne. Ligeledes har platformen været hurtig til at omstille sig fra workshops og fysiske møder til digitale formater.

Vi anbefaler, at de ledende parter drøfter og beslutter et mere klart fokus for indhold og målgrupper. Vores vurdering er, at Udviklingsplatformen skal kommunikere mere udadvendt, strategisk og dynamisk. Samt at platformen forholder sig mere direkte og åbent til målgruppedifferentieringen, herunder udvider tilbudsfladen med henblik på at række ud til flere i målgruppen.

Ligeledes skal aktørerne tage stilling til, hvorvidt Udviklingsplatformen i højere grad bliver et vidensbaseret talerør for den frie scenekunst. Her er vores vurdering, at det er nødvendigt for platformen at tage en selvstændig stemme. Det vil medvirke til at styrke platformens identitet og profil, det vil medvirke til at skabe synlighed på den frie scenekunst, og det er efter vores vurdering en nødvendighed for en relevant og aktuel kulturinstitution i dag.

2 MÅLOPFYLDELSE OG EFFEKT

2. MÅLOPFYLDELSE OG EFFEKT

Med henblik på at analysere Udviklingsplatformens målopfyldelse og effekt belyser vi først platformens indsats og resultater i 2020-21: Hvad har Udviklingsplatformen sat i gang, med hvilke resultater, og hvordan oplever og vurderer brugerne de tilbud, de har deltaget i. Dernæst diskuterer og vurderer vi på målopfyldelsen og den bredere effekt og relevans af Udviklingsplatformen.

Vi tager udgangspunkt i de første tre indsatsområder og de underliggende nøgleindikatorer. Det sidste indsatsområde om kommunikation og synlighed analyseres selvstændigt i kapitel 3. De fire indsatsområder er:

1. **FORBEDRE PRODUKTIONSVILKÅRENE FOR DEN FRIE SCENEKUNST**
2. **STYRKE ENTREPRENØRSKABET OG INTERNATIONALISERINGEN I DEN FRIE SCENEKUNST**
3. **ØGE SAMMENHÆNGSKRAFTEN OG SAMARBEJDET I DANSK SCENEKUNST**
4. **FORMIDLE OG SYNLIGGØRE DEN FRIE SCENEKUNST**

Udviklingsplatformens primære målgruppe er en bred og mangfoldig skare, bestående af scenekunstnere og producenter inden for det frie scenekunstfelt[3] . Fokus for målgruppen har skiftet fra de første fire år, hvor der især var opmærksomhed på producentleddet til nu, hvor der også er fokus på scenekunstnerne. Der fremgår ikke eksplicit yderligere præcisering eller prioritering i forhold til målgruppen fra Udviklingsplatformen side.

Den typiske bruger har mere end 10 års erfaring i branchen og er bosat i Hovedstadsområdet. Ifølge den interne brugerundersøgelse[4] har 65 % af brugerne mere end 10 års professionel erfaring, mens ca. 25 % har mellem 3 og 10 års erfaring; kun ca. 10 % har under 3 års erfaring. Ca. 65 % af brugerne er bosat i Hovedstadsområdet, mens ca. 18 % er bosiddende i Region Midtjylland.

[3]Det gælder professionelle faggrupper som koreografer, dansere, performancekunstnere, instruktører, dramaturger, skuespillere, scenografer, producenter og andre selvproducerende scenekunstnere. Og det gælder i princippet nyere såvel som erfarne kunstnere og grupper.

2.1 Første indsatsområde: At forbedre produktionsvilkårene for den frie scenekunst

Målene i dette indsatsområde er at udvide det frie felts tilgang til lokaler samt bidrage til at højne de deltagendes kunstneriske kvalitet.

FYSISKE FACILITETER

Der er et udtalt behov for prøvesale for frie scenekunstnere i hovedstadsområdet[5] . Men siden flytningen til Vartov råder Udviklingsplatformen ikke over fysiske muligheder at tilbyde miljøet. Der har derfor det seneste år været arbejdet på at finde nye, egnede lokaler.

Udviklingsplatformens ønske er at etablere et workspace for scenekunstnerne, hvor man kan komme og arbejde med kunstnerisk udvikling og eksperimenteren, suppleret med de forskellige understøttende rådgivningsprogrammer, og hvor man kan mødes uformelt og have en oplevelse af at være del af et fagligt, kunstnerisk miljø. Det er imidlertid ikke lykkedes endnu at finde egnede lokaler. Der skal bruges relativt mange kvadratmeter, og placeringen skal være central/relevant, hvilket giver økonomiske og praktiske udfordringer.

[4]To kortlægninger af Udviklingsplatformens brugere, december 2021 og december 2020. Baseret på spørgeskemaer, udsendt til ca. 1.200 respondenter, med hhv. 19 % og 33 % i svarprocent. Mønstrene i de to undersøgelser er nogenlunde enslydende, og vi mener derfor godt, vi kan bruge data, dog med forbehold for de konkrete procenttal, vi nævner; de er alene retningsgivende.

[5]Behovet har været italesat af brugerne både i forbindelse med en række fokusgruppeinterviews (2019) og brugerundersøgelserne, jf. note 4.

Det er samtidig et åbent spørgsmål, præcist hvilke funktioner disse lokaler skal have. Skal det alene være en prøvesal, skal der være en åben (kurateret) scene, skal der være åbne kontormuligheder, mødelokaler og/eller residencyfaciliteter, og skal der søges samlokalisering med andre relevante aktører, eller hvordan skal mixet være. Valgene her vil til dels komme til at afhænge af de fysiske og organisatoriske muligheder.

Konkret har der været dialog med Bikubenfonden om, hvorvidt Udviklingsplatformen skal flytte med til fondens nye hus på Thoravej i Københavns Nordvestkvarter.

Her kunne der være synergimuligheder mellem den frie scenekunst og den eksperimenterende billedkunst, idet ArtHub[6] flytter med ind i det nye hus og bliver en væsentlig spiller her.

I løbet af evalueringsperioden er der endvidere indledt dialog med Københavns Kommune om muligt aktivitets- og etableringstilskud.

Som en midlertidig måde at løse lokaleproblemet på har Udviklingsplatformen lejet sig ind på forskellige scener i København, dels Folketeatrets Lille Scene på Hvidkildevej og Kvisten (gammel scene), dels to sale i Kulturhus Indre By. Det sker i regi af platformens program Tid i Rum.

PROGRAMMER TIL KUNSTNERISK UDVIKLING.

Tid i Rum er et relativt nyt program. Det blev besluttet som del af den aktuelle strategiperiode, men først påbegyndt i løbet af foråret 2021 (grundet Corona). Via Open Calls rekrutteres kunstnere, som får 1-2 ugers prøvesal, samt mulighed for (i en begrænset økonomi) at tilknytte en kunstfaglig konsulent eller sparringspartner.

I 2021 har der været afholdt 14 forløb, fordelt på de nævnte scener. Udviklingsplatformen har stået for udvælgelse af deltagerne og faciliteringen af hovedparten af forløbene. Dog har to af forløbene været arrangeret i samarbejde med Scenekunstgruppen HAUT, som var inviteret til at kuratere og facilitere disse. Til HAUT´s forløb har der som forsøg været knyttet honorar til de deltagende kunstnere, ligesom HAUT har kunnet tilbyde kunstnerisk sparring i forløbene.

Herudover har Udviklingsplatformen udbudt yderligere to kunstneriske programmer i perioden: Et parløbsprogram og et kunstnerisk mentorprogram.

- **Kunstnerisk Parløb** er et program, hvor faggrupper som instruktører, scenografer m.fl. bliver matchet og sparrer med en person fra egen faggruppe. Dette er typisk faggrupper, som kommunikerer med og får respons/feedback fra andre faggrupper, men sjældent fra egne fagfæller.

- **Kunstnerisk Mentorprogram** har drejet sig om sparring til udvalgte deltagere/mentees fra relevante mentorer i form af ældre eller mere erfarne kunstnere. Programmet har vist sig at være mindre søgt det seneste år, så i 2021/22 er mentorforløbene alene rettet mod producenterne (se afsnit 2.2.).

Udviklingsplatformen foretager udvælgelsen til de to programmer sammen med skiftende, eksterne kuratorer på baggrund af Open Calls. Den udbudsform vurderer brugerne generelt positivt. Ikke mindst fremhæves dét, at der indgår skiftende kuratorer, hvilket giver den fornødne habilitet.

[6]ArtHub er en netværksskabende institution, der har til formål at fremme unge, professionelle billedkunstnere.
https://arthubcopenhagen.net/

BRUGERNES OPLEVELSER OG VURDERINGER

Fra både de skriftlige deltagerevalueringer[7] og vores kvalitative dataindsamling med interviews af brugere fremgår det, at der generelt er stor tilfredshed med alle tre programmer og deltagelse heri. Et flertal af deltagerne svarer i brugerevalueringerne, at forløbet "i høj grad" har bidraget til at udvikle deres projekt kunstnerisk, samt at de har fået adgang til ny viden og nye netværk. I interviewene er vurderingerne tilsvarende positive[8]: *De programmer, jeg har været med på, har været skidegode. Parløb blev hurtigt dejlig konkret; det var supergodt, og man kan jo ikke lige gå ud og få sådan noget direkte brugbar efteruddannelse. UP´s aktiviteter er supergode; jeg var lang tid om at opdage dem. Men nu har jeg været med på flere programmer, og især Tid i Rum har vist sig at åbne nogle helt nye døre, også på længere sigt.*

De Tid i Rum-forløb, hvor kunstnerne har fået honorar i øveperioden, fremhæves især. Dette har været højt anerkendt ikke blot blandt de deltagende, men også i det frie felt mere generelt. Branchen ser det som en god udviklingsmarkør i retningen af, at kunstnere rent faktisk også skal have løn for deres udviklingsarbejde.

Enkelte deltagere problematiserer dog programmet Tid i Rum. De nævner, at det er ærgerligt, at der ikke er mere samspil mellem den pågældende scene og de frie kunstnere, som låner scenen: *Når vi nu var på Folketeatret ville det have været oplagt at få noget sparring fx fra dramaturgen eller scenografen eller noget andet. Men det var der intet af; det var ærgerligt.* Eller: *En scene i 14 dage i et kulturhus kunne jeg selv have organiseret; der var intet samspil, ingen inspiration at hente.*

[7]Deltagernes besvarelse af spørgeskemaer, udsendt fra Udviklingsplatformen, i forhold til hhv. Tid i Rum og Mentorprogrammet, 2020-21.
[8]Vi anvender kursiv, hver gang vi refererer interviewudtalelser. Vi angiver ikke den eksakte kilde, men blot hvilken aktørgruppe, udtalelsen kommer fra.

Til det forklarer Udviklingsplatformen, at man alene har lejet scenen med mulighed for at benytte fællesfaciliteter, men at de faste scener ikke har ressourcer til at sparre med gæstekunstnerne eller på anden måde engagere sig i dem. Ansatte på de faste scener indgår typisk i en "samlet maskine", og har som oftest hverken tid, ressourcer eller økonomisk incitament til at blive lånt/lejet ud på adhoc-basis.

2.2 Andet indsatsområde: At styrke entreprenørskab og internationalisering

Målet her er dels at understøtte deltagerne i forretningsudvikling med bæredygtige forretningsmodeller og nye markedsmuligheder, dels at styrke det frie felt i forhold til internationale aktiviteter, netværk og udsyn.

FORRETNINGSUDVIKLING

Konkret er følgende to programmer sat i værk:

- **Rådgivningsforløb om producentfaglige emner**. Det kan fx omhandle økonomisk bæredygtighed, organisationsudvikling, internationalisering, co-produktion eller tværsektorielt samarbejde.

  Udviklingsplatformen udvælger deltagerne og matcher (i dialog med deltageren) til en relevant rådgiver. Disse rekrutteres fra både den private og den offentlige sektor, fra scenekunstbranchen og uden for denne. Deltagerne og deres rådgiver mødes 3-6 gange, med et defineret formål. I 2021 blev der gennemført 13 rådgivningsforløb i København og Aarhus (i samarbejde med Performing Arts Platform).

I foråret/sommeren 2020 blev rådgivningsforløbene for 2016-20 eksternt evalueret[9]. I december 2021 foretog Udviklingsplatformen selv en opfølgende evaluering af årets forløb. Besvarelserne fra de to forskellige perioder følger samme tendens. Deltagerne er generelt meget tilfredse med udbyttet, og de kan "i høj grad" eller "i nogen grad" gøre brug af forløbene. Generelt oplever deltagerne, at samarbejde med Udviklingsplatformen omkring rådgivningsforløbene har været tilfredsstillende, og at platformen har ageret med lydhørhed og hjælpsomhed.

- **Mentorordningen drejer sig ligeledes om producentrelaterede opgaver**, men retter sig i højere grad mod faglig, personlig karriereudvikling. Her udvælger Udviklingsplatformen også deltagere, mentees og matcher dem (i dialog med deltageren) med mentorer.

  Både i 2020/21 og 2021/22 afvikles der otte mentorforløb. Baseret på vores interviews med brugere er der generelt stor tilfredshed med forløbene. Flere betoner vigtigheden af, hvem man får som mentor, og generelt er der stor anerkendelse af de anvendte mentorer. Der er også her tilfredshed med Udviklingsplatformens koordinering og kommunikation omkring deltagelse. Flere samarbejdspartnere vurderer, at mentorforløbene ikke er tilstrækkeligt synlige, "en skjult perle", og at de skal eksponeres langt bedre.

  En enkelt af de adspurgte brugere problematiserer, at denne havde søgt og fået afslag med den begrundelse, at hun var for uerfaren. Hertil føjede hun, at det jo netop er derfor hun søgte om bistand. Det peger på et behov for øget klarhed om både målgruppe og udvælgelseskriterier i forhold til programmerne.

Videre har Udviklingsplatformen, sammen med forskellige større venues uden for København, gennemført en årlig temadag under formatet Producers Platform og som Waves Xtra og med fælles transport til og fra København. Temaerne har været: "Klædt på til turne", afholdt på Teater Momentum i Odense i 2020, og "Co-production", afholdt på Waves i Vordingborg i 2021.

Den generelle vurdering fra de adspurgte er, at disse temadage har været gode og relevante, og at den fælles transport har virket stimulerende for erfaringsudveksling og netværk. Samtidig er der generelt mange brugere, der oplever, at formatet stadig er uklart eller *indforstået*, som en interviewperson udtrykker det.

Endelig har platformen afholdt en række webinarer om mere driftsbetonede temaer: 1) Selvangivelse, skat og moms, 2) Foreningen som organisatorisk ramme, 3.) Digital Presence og 4.) Covid-restriktioner som kunstnerisk benspænd. Webinarerne har typisk været udbudt i samarbejde med hhv. Performance Art Platform i Aarhus, Dansehallerne, Det Frie Felts Festival eller CphStage.

Webinarerne var oprindeligt tænkt som fysiske møder med kombinerede opkvalificerings- og netværksaktiviteter, men Corona-situationen gjorde, at de måtte tænkes om, og altså gennemføres som digitale møder. Det har bevirket, at det har været overvejende envejskommunikation og uden meget netværksmulighed. Til gengæld har brugerfladen været bemærkelsesværdig stor både i antal og geografi.

Udviklingsplatformen har efter vores vurdering været effektiv til at udvikle nye, digitale formater i medfør af Corona. Den mere netværksopbyggende del har (selvsagt) lidt under nedlukningerne, og det er alles ønske – brugere som platform - at den del skal oppriorite-res i den kommende fase.

[9]Udviklingsplatformen for Scenekunst, Evaluering af rådgivningsforløb i perioden 2016-2020, august 2020, Steen Nørgaard.

Samtidig er der høstet nyttig viden og erfaring med at nå en bredere kreds og med andet indhold på de digitale platforme. Her er det fremadrettet vigtigt at finde den rette balance mellem på den ene side de fysiske møder og netværksskabelse og på den anden side digitale møder og bredere brugerflade.

INTERNATIONALISERING

Hvad angår Internationalisering har der været noget mindre aktivitet i perioden. Det skyldes tildels Coronaen, men nøgleindikatorerne her er heller ikke så udspecificerede.

Flere af de generelle programmer har rummet internationaliseringstemaer, når dette har været efterspurgt, ligesom der på videndelingsplatformen UPgrade er et udbygget tema om internationalisering.

Her ligger der omfattende, instruktivt materiale i form af afklaringsskema, værktøjer til udvikling af internationaliseringsstrategi, små film og cases. Ligeledes afholdes løbende webinarer og workshops med internationaliseringstemaer.

Det konkrete resultatmål her hedder, "at give det frie scenekunstfelt mulighed for at udvide sine internationale aktiviteter, at opnå større international synlighed og give mulighed for nye impulser internationalt". Det virker for os at se som et hensigtsmæssigt mål, men indsatsen kræver antagelig mere end hjælp til selvhjælp via værktøjerne på UPgrade.

Udviklingsplatformen arbejder da også mere strategisk på de internationale kompetenceudviklings- og netværksaktiviteter, her primært via operatøropgaver og/eller med støtte fra PUS. Konkret drejer det sig om tre tiltag.

1. **Et tværnationalt uddannelses- og udvekslingsprogram** om bæredygtighed i scenekunsten, i samarbejde med Arts Council England (ACE) og organisationen Julies Bicycle. PUS har kurateret de ti danske deltagere; ACE de ti engelske.

2. **CINARS-samarbejde**, en firedages workshop om: "Issues and strategies for international development for the performing art". CINARS er en canadisk organisation, der er specialiseret i internationalisering og international turnévirksomhed i scenekunstbranchen.

3. **Cph Stage International Days**, som i 2021 havde fokus på Digital Presence, hvor Udviklingsplatformen var samarbejdspartner. Projektet er udsprunget af Corona-omstændighederne, men taler ind i både internationaliserings- og bæredygtighedsdagsordenerne.

Vi har ikke data til at evaluere disse tiltag, men vurderer umiddelbart, at programmerne virker hensigtsmæssige i forhold til internationalisering i det frie felt. Ligeledes finder vi det interessant, at især det dansk-engelske program har sat en markant og relevant tematisk ramme, nemlig bæredygtighed i scenekunstbranchen. Dette tema kan Udviklingsplatformen for os at se eksponere langt bredere.

Med den seneste ansættelse af en international producent på Udviklingsplatformen må vi forvente, at denne dimension opprioriteres.

På sigt ser vi endvidere et potentiale i, at Udviklingsplatformen tager en struktureret debat med feltet om Internationalisering (globalisering), og hvordan platformens strategi i den forbindelse skal tilrettelægges.

2.3 Tredje indsatsområde: At øge sammenhængskraft og samarbejde i branchen

Målet her er at skabe mere dialog og gensidig forståelse mellem det frie felt og den øvrige scenekunstbranche, og at få scenekunsten fra det frie felt formidlet bredere ud, geografisk og demografisk.

SAMARBEJDE PÅ TVÆRS

Indsatserne her drejer sig især om strategisk kontakt- og netværksarbejde og koblinger mellem det frie felt og de faste scener. Konkret har Udviklingsplatformen i 2021 faciliteret en række dialoger mellem aktører fra det frie felt og den øvrige scenekunstbranche. Det har bl.a. drejet sig om matchmaking mellem det frie felt og egns- og institutionsteatrene med henblik på faglig udveksling og lån af scene i perioder, hvor de faste scener har ledig kapacitet. Der er aktuelt seks §5- og egnsteatre, der stiller deres scener til rådighed, pænt spredt ud i hele landet.

De adspurgte samarbejdspartnere er alle positive over for initiativet. Der er imidlertid efter vores vurdering for få konkrete match. Udviklingsplatformen har ikke fulgt op på initiativet, hvilket antagelig er nødvendigt, i hvert fald i en periode, med henblik på at sikre, at initiativet "lever". Vi ser et oplagt potentiale i brotiltag som disse.

Udviklingsplatformen har - i samarbejde med Performing Arts Platform - etableret en tværgående taskforce om Corona-situationen. Netværket har haft til formål at indsamle og videreformidle nødvendig viden om nedlukning og konsekvenser heraf for scenekunstbranchen, først og fremmest det frie felt. Udover de to nævnte parter består gruppen af repræsentanter for hhv. De Frie Koreografer, Uafhængige Scenekunstnere, Projektcentret i Dansehallerne, Brancherådet for Scenedans og Scenekunstproducenter i Danmark.

Taskforcen har afholdt cirka 15 dialogmøder over en periode på halvandet år. Udviklingsplatformen har stået for koordineringen af information og videreformidling. Netværket har fungeret efter hensigten i miljøet, og har på den måde også fungeret som formidler mellem staten og det frie scenekunstfelt: *Jeres arbejde i forbindelse med Corona-krisen og hjælpepakker har været helt uvurderligt.*

Det har for os at se været en oplagt sag for Udviklingsplatformen, hvilken den har grebet og løst til stor tilfredshed i miljøet. Flere af de deltagende i netværket påpeger dog, at de har ydet meget gratis arbejdskraft, mens Udviklingsplatformen og de øvrige institutionelle parter er lønnede. Vi foreslår, at den/de relevante parter etablerer en honorarpulje til organisatorisk arbejde på tværs af de faglige organisationer.

Yderligere et konkret mål er at komme bredere ud geografisk og demografisk. Her har Udviklingsplatformen initieret og/eller deltaget i forskellige rammeprogrammer og strategiske netværksmøder:

- **Deltaget i Dansk Teaters dialogmøder** (fire gange årligt) samt i Turnénetværkets årsmøde. Dette med henblik på at øge opmærksomheden på hhv. det frie felts produktioner og turnémulighederne.

- **Afholdt workshop** med de 10 (af PUS udvalgte) kunstnere/grupper, der skal deltage på Teaterseminaret, om pitching af deres forestilling. Det har endnu ikke været muligt at lave statistik på indsatsen, men Udviklingsplatformens midlertidige overblik er, at en stor del af de deltagende har fået afsat forestillinger.

- **Været operatør for PUS på initiativet K:Select**. K:Select består i, at scenekunstnere fra det frie felt sætter egne forestillinger op på Det Kongelige Teater, Lille Scene. PUS kuraterer kunstnerne; Det Kongelige Teater lægger scene til, og Udviklingsplatformen får det til at fungere i praksis.

  Dette har givet effekt både for de deltagende frie scenekunstnere (fast scene, nyt publikum mv.) og for Det Kongelige Teater (nye typer forestillinger og formater). Der er generelt stor tilfredshed med programmet fra deltagerne. Dog beskriver flere af de deltagende, at det er en udfordring, at der ikke er nogen, der løfter markedsføringsopgaven. Det vender vi tilbage til i næste afsnit.

En del af deltagerne i de ovenstående programmer kommer fra forskellige dele af landet, dog mest Hovedstadsområdet og Aarhus. Dette kan skyldes, at der ikke er så mange ansøgere fra resten af landet, og at disse ikke søger fordi meget foregår i København. Flere af programmerne kan imidlertid sagtens foregå lokalt (Mentorprogram, Rådgivning, Parløb, Tid i Rum på egnsteatre). At Aarhus Kommune har prioriteret driften af Performing Arts Platform bidrager til den aarhusianske/midtjyske forankring for det frie scenekunstfelt i den geografi.

Den geografiske spredning og nationale rækkevidde er især vigtig for PUS, men ikke et særligt fokus for Bikubenfonden. Begge positioner er forståelige og legitime, og vi ser ikke problemet i stort omfang i forhold til Udviklingsplatformen. Sammenligner vi fx med PUS´ projektstøtte og den geografiske fordeling , går 72 % af de frie midler til Hovedstadsområdet[10], 18 % til Region Midtjylland (2017).

Fremadrettet kunne Udviklingsplatformen dog supplere programfladen med relevante udvekslinger og besøgsture til forskellige institutioner og grupperinger rundt i hele landet.

[10] Geografisk fordeling af statens støtte til scenekunst, Danmark på vippen, maj 2018.

Det har været afprøvet tidligere med tilfredshed, men konceptet skal udvikles, så det sikres, at der er gensidigt udbytterige møder. Ligeledes kunne nogle af de andre større kommuner kopiere Aarhus Kommunes model med en lokal platform.

2.4 Sammenfattende analyse - målopfyldelse og effekt

Sammenfattende vurderer vi, at de grundlæggende, strategiske rammedokumenter er klare og hensigtsmæssige, og at der er konsistens i målhierarkiet fra den overordnede vision til de efterfølgende mål, indsatsområder og nøgleindikatorer. Idégrundlaget anerkendes positivt af samtlige adspurgte; brugere som samarbejdspartnere, og Udviklingsplatformens berettigelse og relevans bliver på alle måder bekræftet.

Når det gælder de opstillede nøgleindikatorer, realiserer Udviklingsplatformen tilfredsstillende, og i flere forhold med overperformance. I lyset af Corona-situationen har flere aktiviteter og formater måttet omtænkes. Udviklingsplatformen har været effektiv til at omstille sig og udvikle digitale tilbud, og samlet set kan vi konkludere, at der er en tilfredsstillende målopfyldelse. Dette bortset fra målene i indsatsområde 1 vedrørende øget tilgang til lokaler for det frie felt (vender vi tilbage til herunder).

Vi ser en svag tendens til mange gengangere. Det er vigtigt, at Udviklingsplatformen er opmærksom på dette. Det er uhensigtsmæssigt, hvis der opstår et narrativ om, at platformen i for høj grad favoriserer de samme brugere.

I princippet er platformen til for alle i det frie felt. Men i praksis er både retorik og udvælgelsesprincipper lidt anderledes, idet Udviklingsplatformen taler om at *bringe erfarne talenter videre*. Som brugerundersøgelsen viser, er 2/3 af brugerne professionelle med over ti års erfaring.

Her vil vi anbefale, at Udviklingsplatformen forholder sig mere eksplicit til målgruppedifferentiering og udvælgelseskriterier for programmerne.

Det kan overvejes at udvide tilbudsfladen med henblik på at række ud til flere i målgruppen, fx erfarne, mellemerfarne og nyuddannede. I forhold til de nyuddannede kan indsatsen måske blot bestå i besøg og information til de sidste årgange på de professionelle uddannelsesinstitutioner. En udvidelse af tilbudsfladen kan efter vores vurdering også rumme en mere tværæstetisk tilgang. I nogle af de gennemførte recidensies er der takter i den retning, og vi finder det helt i tråd med kunstarternes aktuelle udvikling.

Videre vil vi problematisere den, efter vores vurdering, stramme indsats- og målstyring og afrapporterings- og dokumentationspligt. De kvantitative resultatmål, der er fastsat under nøgleindikatorerne, virker for os at se uhensigtsmæssige. De bliver for styrende og i praksis lidt kontraproduktive. Vi er klar over, at de to hovedstøttemodtagere og Udviklingsplatformens bestyrelse har ganske forskellige styringsrammer, -muligheder og tidshorisonter. Den stramme styring har antagelig været hensigtsmæssig i de indledende faser. Men Udviklingsplatformen har vist, bl.a. qua nærværende evaluering, at den (selv i Corona-udfordrede tider) performer og skaber resultater. For os at se, er det vigtigt, at platformen nu bruger sine ressourcer til at kommunikere og performe udadtil til miljøet, snarere end opadtil til "ejerne".

Vi anbefaler derfor, at den samlede governance omkring Udviklingsplatformen justeres, så styringsprincipperne går fra meget dokumentation og afrapportering (kontrol) til ligeværdig udviklingsdialog og samarbejde (tillid). Herved kan Udviklingsplatformen få friere rammer til at styrke den dynamiske og strategiske indsats - som et vigtigt supplement til de mere mekaniske programudbud.

Tilsvarende kunne en justering i forhold til brugerne overvejes. Mange brugere oplever, at der er meget papirarbejde i forhold til omfanget af bistand. Flere afstår fra at søge af samme årsag.

Hvorvidt det er nødvendigt at åbne strategien for justeringer til brug i anden halvdel af strategiperioden, (som det har været foreslået af Udviklingsplatformen), er for os at se ikke afgørende. Man kan selvfølgelig sige, at den aktuelle strategi er defineret af en tidligere leder og ditto bestyrelse og -forperson. Men vi finder fortsat, at strategien kan fungere som en hensigtsmæssig ramme for Udviklingsplatformens arbejde.

Fremadrettet og lidt skematisk sat op kan man se strategien og de tre indsatsområder som vist i illustrationen. Det kommenteres efterfølgende.

Figur 2.1 Stratetisk overblik

STRATEGISK NIVEAU

På det strategiske niveau ligger arbejdet med branchens sammenhængskraft og samarbejde, sammen med arbejdet med at positionere det frie felt som en ligeværdig spiller i branchen. Her skal Udviklingsplatformen sætte mere aktivt og eksplicit ind. Og her kan et øget, ligeværdigt samarbejde med støtteyderne medvirke til at skabe resultater i forhold til rammebetingelserne i branchen og på tværs mellem det etablerede og det frie felt.

I den forbindelse er et åbent og målrettet samarbejde med de faglige og interesseorganisatoriske aktører også vigtig. Det samme gælder den strategiske synlighedsindsats. Det vender vi tilbage til i de efterfølgende to kapitler.

TAKTISK NIVEAU

På det taktiske niveau er opgaven at forbedre produktionsvilkårene for kunstnere og aktører i det frie felt. Her ligger der en hasteopgave i form at skaffe det nye sted, hvor miljøet kan komme, få en oplevelse af at være del af et fagligt, kunstnerisk miljø, og hvor Udviklingsplatformen bliver mere synlig og tilgængelig.

Hvordan det endelige mix af lokaler/funktioner skal se ud, er et åbent spørgsmål. Det er frem for alt vigtigt med prøvesal, hvortil er koblet de forskellige understøttende programmer fra Udviklingsplatformen. Platformens rådighed over egne lokaler vil kunne gøre samspil og kunstnerisk sparring og udvikling for deltagerne mere sammenhængende og tilpasset brugernes behov. Rum til kontorer og mødelokale(r) virker ligeledes hensigtsmæssigt. Det er forskellige brugere, der prioriterer hhv. prøvesal og kontorfaciliteter. Flere af de jyske brugere fremhæver endvidere behovet for mødelokale og base, når de har aktiviteter i hovedstadsområdet.

Hvorvidt Udviklingsplatformen skal etablere sig i egne lokaler eller evt. søge at komme med i Bikubenfondens nye hus i Nordvest-kvarteret er et taktisk-politisk spørgsmål, som vi ikke kan give et entydigt svar på. Der kan være fordele ved at komme med i Bikubenfondens hub. Det vil per automatik give et kunstnerisk og tværæstetisk miljø, professionelle lokaler og faciliteter, og altså direkte/indirekte adgang til ressourcer og muligheder. Omvendt kan det give spekulationer i miljøet om habilitet, armslængde mv., ligesom der kan opstå tidsmæssige og andre udfordringer imellem Statens Kunstfond, Bikubenfonden og Udviklingsplatformen.

Flere af de adspurgte samarbejdspartnere nævner, at Udviklingsplatformen evt. godt kan ligge to steder, både i egne lokaler med prøvesal, mødested mv. i Centrum og med kontormuligheder hos Bikubenfonden. Det vil vi principielt set stille spørgsmålstegn ved. En i forvejen lille organisation, som skal arbejde med sin synlighed og tilgængelighed over for en mangfoldig målgruppe, vil nemt kunne drukne ved en sådan løsning.

De nye perspektiver, hvor Københavns Kommune evt. kan bidrage med aktivitets- og etableringstilskud, ser vi som en absolut interessant mulighed for platformen, og en oplagt sag for Københavns Kommune, også - og ikke mindst - med reference til Performing Arts Platform i Aarhus.

Endelig kan samlokalisering med andre relevante aktører være interessant (som på Otto Busses Vej). Et miljø med andre paraply- eller interesseorganisationer har forskellige oplagte synergimuligheder.

Uanset hvilket scenario, der vælges, er det vigtigt, at Udviklingsplatformen præciserer sit eget idégrundlag og definerer sin samarbejdsposition i det endelige lokaliseringskoncept.

OPERATIONELT NIVEAU

Det operationelle niveau består aktuelt af de forskellige udbudte programmer, webinarer og øvrige formater. Set udefra er Udviklingsplatformen især kendetegnet ved disse. Her ser vi to potentielle forbedringer, dels strømlining af programudbudsformen og dels mere helhedstænkning i processerne omkring de enkelte programmer.

- **Strømlining af programudbud**
  Som programmerne bliver udbudt, fremstår det for brugerne noget tilfældigt, hvornår der kommer nye Open Calls, programudbud mv., og en del af de interviewede brugere beskriver udbuddet som patchwork-agtigt. Det kræver, at den enkelte følger med på Udviklingsplatformens hjemmeside kontinuerligt.

  Vi foreslår, at de forskellige programmer planlægges ind i en årscyklus, så vidt muligt samstemt med de gængse sæsoner for det frie felt. Herved vil oplevelsen af patchwork kunne minimeres og tilgængeligheden øges, ligesom den grundlæggende forankring af Udviklingsplatformen vil blive styrket. Dette skal naturligvis ikke blokere for, at Udviklingsplatformen kan agere agilt og lave adhoc-aktiviteter og nye formater.

  Fra Udviklingsplatformens side nævner man, at man har spurgt brugerne, hvornår det fx er mest gunstigt med rum for kunstnerisk udviklingsarbejde. Men på grund af lokalesituationen har man ikke hidtil kunnet imødekomme behovet/timingen.

- **Mere helhedstænkning**
  Mange brugere efterspørger en mere helhedsorienteret bistand, når de deltager i et program. Det gælder især i forhold til salg og synlighed på markedet.

  Vi eksemplificerer på næste side med tre bruger-cases, hvor det i dem alle fremgår, at mere helhedstænkning kunne optimere effekterne, og at denne ekstraindsats nødvendigvis må komme fra Udviklingsplatformen. Platformen har væsentligt flere muskler og et helt andet ståsted end den enkelte scenekunstner. Dette kan for os at se udnyttes bedre, så det er platformen, der forhandler generelle aftaler i land med helhedsperspektivet for øje, frem for at den enkelte gruppe skal stå med opgaver, de ikke har erfaring og/eller netværk til.

SAMARBEJDE MED PUS

Endelig vil vi adressere temaet omkring Udviklingsplatformens operatørrolle i forhold til PUS. Opgaverne for PUS har især drejet sig om de internationale rammeprogrammer samt programmer, der har til formål at støtte national geografisk spredning og skabe bro mellem det frie felt og de etablerede systemer. Disse indsatser flugter fint med Udviklingsplatformens mission og vision.

Indsatsen har også givet platformen yderligere volumen. Hvorvidt Udviklingsplatformen skal forfølge en egentlig vækstdagsorden, er endnu ikke drøftet, og en sådan diskussion kan være værd at tage i bestyrelsen.

Fremadrettet er det for os at se stadig vigtigt, at Udviklingsplatformen nøje vurderer de mulige PUS-opgaver i forhold til strategien. Tilsvarende er det vigtigt, at de to parter i forbindelse med overleveringer er meget skarpe på mandat og rammer (jf. også ovenstående anbefaling om at tænke i helheder).

Udviklingsplatformen skal først og fremmest bevare uvildighed og legitimitet i forhold til det frie felt. Platformen må ikke ende med at blive oplevet som PUS´ forlængede arm eller produktionsapparat. Det gælder også, og ikke mindst, i forbindelse med udvælgelse/kuratering af deltagere. Her skal der være åbenhed og gennemsigtighed i forhold til, hvem der kuraterer og efter hvilke kriterier.

CASE 1
TURNÉVIRKSOMHED

Fint at brugerne bliver rustet til at deltage på Teaterseminaret med henblik på at blive synlige for opkøberne. De frie grupper kan imidlertid ikke matche egnsteatrenes markedsføringsbudgetter og -apparater.

Man kunne fx organisere programmet således, at de ti grupper, der bliver valgt til at deltage – ud over at deltage i workshop – får allokeret et beløb til pjecer, bannere og øvrige markedsføringsomkostninger. Og/eller man kunne tilbyde en målrettet sparring med eksternt PR-bureau eller med Udviklingsplatformens kommunikationsmedarbejder.

CASE 2
K:SELECT

Programmet K:Select er et ideelt program i forhold til Udviklingsplatformens vision. Men også her er netop markedsføring en udfordring for de deltagende scenekunstgrupper. Udviklingsplatformen informerer alene om forestillinger og kunstnere på egne platforme, og Det Kongelige Teater har ikke forestillingerne med i deres markedsføring.

Den egentlige markedsføring over for et nyt/potentielt publikum står den enkelte kunstner altså med. Det er ikke optimalt, og en del af hele hovedideen – geografisk, demografisk spredning – tabes. Udviklingsplatformen kan styrke tiltaget ved at bidrage med markedsføringen i K:Select, enten ved selv at give sparring om PR, ved at afsætte midler til et eksternt PR-bureau, eller ved at forhandle opgaven ind hos Det Kongelige Teater.

CASE 3
TID I RUM

Både tid og rum til kunstnerisk eksperimenteren er centralt for de frie scenekunstnere. Til forløbene er knyttet et beskedent beløb til køb af konsulent. Men deltagerne efterspørger mere interaktion fra de pågældende faste scener.

Programmet kunne give mere effekt, hvis det også blev brugt som anledning til at blande de deltagende kunstnere med fagpersoner fra det etablerede teatermiljø. Her kunne Udviklingsplatformen gå ind og lave (økonomiske) aftaler med relevante fagpersoner/etablerede grupper. Forløbene med HAUT virker her ideelle, idet HAUT med forskellige greb sikrer udveksling og kunstnerisk sparring.

3 KOMMUNIKATION OG SYNLIGHED

3. KOMMUNIKATION OG SYNLIGHED

3.1 Fjerde indsatsområde: Formidle og synliggøre den frie scenekunst i Danmark

Målene i det fjerde indsatsområde er at opbygge og understøtte det frie scenekunstfelts status som en central og ligeværdig aktør samt at positionere den frie scenekunst.

Disse mål for det fjerde indsatsområde er mere eller mindre identisk med selve visionen for Udviklingsplatformen, og kommunikationsopgaven må altså ses som meget vigtig.

Strategierne herfor beskrives i flere forskellige strategidokumenter, hhv. i den overordnede strategi under afsnittet Kommunikation[11] , i den selvstændige kommunikationsstrategi[12] og i nøgleindikatorerne. De forskellige dokumenter beskriver imidlertid ikke mål og målgrupper entydigt. Grundlæggende kan vi se to retninger:

- **Øget synliggørelse af Udviklingsplatformen som organisation**
  Udviklingsplatformen vil:
    - Øge platformens status ved at fremhæve den frie scenekunsts succeshistorier og italesætte dens udfordringer og potentialer i både en national og international kontekst.
    - Øge synligheden af platformen og dennes indsatsområder, og formidle en tydeligere profil til målgruppen og kulturbranchen.
- **Øget synliggørelse af den frie scenekunst i branchen og i den brede offentlighed**
  Udviklingsplatformen vil:
    - Arbejde målrettet på at formidle og synliggøre den frie scenekunst i offentligheden for at opbygge og understøtte det frie scenekunstfelts status som en central og ligeværdig aktør i dansk scenekunst.
    - Synliggøre den frie scenekunst som en aktiv og attraktiv spiller i dansk scenekunst overfor resten af scenekunstbranchen og i kulturdebatten.

Det giver samlet set en overordentlig stor og bredspektret kommunikationsopgave - til mange forskelligartede målgrupper. Målgrupperne er således både platformens brugere og hele det frie scenekunstfelt, scenekunstbranchen og kulturbranchen mere bredt, aktører i kulturdebatten samt offentligheden og internationale aktører.

Vi ser generelt et behov for, at Udviklingsplatformen prioriterer og målretter sin kommunikationen i forhold til mål, hovedbudskaber og målgrupper. Med henblik på at konkretisere dette belyser vi kommunikationen, hvad angår netværk og relationer, indholdsproduktion samt vidensplatforme.

3.2 Netværk og relationer

DET FYSISKE MØDE

Corona-situationen og flytningen er, som tidligere nævnt, faktorer, der i høj grad har haft indflydelse på det fysiske møde i perioden. Det har blokeret for en lang række netværksarrangementer og uformelle møder både i miljøet og med samarbejdspartnerne.

[11]Strategi 2020-2024, Udviklingsplatformen for Scenekunst.
[12]Kommunikationsstrategi 2020-2024.

Mange af de adspurgte brugere oplever således, at Udviklingsplatformen er blevet mindre tilgængelig, og flere pointerer, at de ikke oplever, at Udviklingsplatformen er til stede i miljøet. Der er fra brugerne generelt en stor efterspørgsel efter et fysisk sted og en organisation, der samler kollegaer og netværk fra det frie scenekunstfelt både på tværs af fagligheder og geografi. Den uformelle mulighed for at skabe netværk, inspirere hinanden og muligheden for at føle et fagligt og udviklingsorienteret fællesskab betyder meget for de fleste brugere.

Udviklingsplatformens samarbejdspartnere vurderer til gengæld, at Udviklingsplatformens evne til at netværke og skabe relationer er blevet væsentlig bedre i den aktuelle fase. Samtidig inviterer flere af aktørerne på forskellig vis til mere konkret samarbejde, hvor strategiske aktører kan blive bedre til at løfte hinanden. Det vender vi tilbage til i kapitel 4.

DET DIGITALE MØDE

Udviklingsplatformen er til stede med budskaber på hjemmeside, i nyhedsbreve og på de sociale medier: Linkedin, Instagram og Facebook. Udviklingsplatformen har også en kanal på YouTube, men den bliver brugt som *backend* for Udviklingsplatformens videoer og ikke som direkte kommunikationskanal. Derfor er den ikke taget med i den videre analyse.

Generelt oplever de fleste brugere, at Udviklingsplatformen har en høj grad af synlighed på sine egne platforme, og brugerne finder informationerne her relevante.

Samtidig pointerer både brugere og samarbejdspartnere, at kommunikationen ofte fremstår lidt indforstået, og der mangler en tydelighed omkring Udviklingsplatformens profil. Generelt er der kendskab til platformens eksistens, men for mange i den primære målgruppe ved ikke, om platformen er for dem, hvordan de kan bruge platformen, hvad den laver, om man må ringe for at spørge til råds, og hvor den holder til: *Mange ved, at Udviklingsplatformen for Scenekunst findes, færre ved, hvad den står for.*

Udviklingsplatformens tilstedeværelse på LinkedIn, Instagram og Facebook er væsentlig for at styrke det frie scenekunstfelts fællesskab, dels fordi det er en oplagt mulighed for at mindske de geografiske skel, dels fordi der her er mulighed for at skabe rum, hvor brugerne aktivt kan vidensdele og erfaringsudveksle.

Antallet af følgere på de sociale medier ser ud som følger[13].

Tabel 3.1. Følgere på de sociale medier

PLATFORM	FØLGERE	SIDE-LIKES
Facebook	2.242	1.878
Instagram	1.215	
LinkedIn	369	

I forhold til de interne brugerundersøgelser[14] og de her opgjorte antal brugere kan vi konstatere, at der er pænt høje følgerskarer på både Facebook og Instagram. LinkedIn er ikke særlig søgt, og her er der for os at se et interessant potentiale, ikke mindst fordi LinkedIn henvender sig til den brede kulturbranche og samarbejdspartnerne.

[13]Kommunikation_monitorering 2021-22, målt ultimo januar 2022.
[14] To kortlægninger af Udviklingsplatformens brugere, december 2021 og december 2020, jf. note 4.

De sociale medier er forskellige, og de appalerer til forskellige målgrupper. Det er også sådan Udviklingsplatformen arbejder med de forskellige sociale medier. Vi vurderer, at det vil styrke dynamikken, hvis Udviklingsplatformen flytter fokus fra den oplysende envejskommunikation til en mere dialogbaseret kommunikation. Opfordring til dialog kan gøres på forskellig vis. Det kan ske fx ved aktivering af mulige ambassadører på Instagram og Facebook, gennem en tilrettelagt kampagne, der styrker et bestemt hashtag samt ved konkrete opslag, der inviterer til dialog og deling, stiller spørgsmål og søger at involvere.

MØDET I MEDIERNE

Nøgleindikatorerne fremhæver kvantitative mål om synlighed i medier som Kulturmonitor.dk, Iscene.dk og Teaternyheder.dk. Disse mål er til fulde opfyldt.

Det er vigtige medier, fordi Udviklingsplatformen herigennem når både det frie felt og den samlede (scene-)kunstbranche. For os at se skal Udviklingsplatformen også orientere sig mod redaktionelle medier, der kommer langt bredere ud, hvis platformen skal forfølge de ambitiøse mål for kommunikationen. En bredere synlighed omkring det frie scenekunstfelt vil antagelig også have positive effekter indadtil i miljøet ("vi bliver set og anerkendt"), ligesom det vil kunne markere Udviklingsplatformen som en stærk aktør.

Vil Udviklingsplatformen også ramme den generelle offentlighed og skabe opmærksomhed internationalt, bliver platformen nødt til at se til den danske dagspresse og relevante internationale platforme.

En målrettet pressestrategi, der inkluderer udvalgte medier og redaktører, vil her være hensigtsmæssig.

Vi er opmærksomme på, at dette er en stor opgave. Den kan angribes på forskellig vis. En pressestrategi kan opdeles i faser, som gradvist styrer mod en bredere synlighed.Nogle af presseopgaverne kan løftes i partnerskaber med særlige medier eller med relevante samarbejdspartnere.

Forfølges dette spor, skal Udviklingsplatformen skærpe sit indholdsmæssige fokus på de forskellige platforme. Det diskuterer vi herefter.

3.3 Indhold og efterspørgsel

Udviklingsplatformens indhold på sine platforme er i overvejende grad udbudsorienteret og forbliver altså på det operationelle niveau (jf. figur 2.1. i kapitel 2). Her orienteres om kommende aktiviteter, deadlines og programmer. I den seneste revisionsrunde er der endvidere blevet suppleret med flere cases og interviews af brugere, der har deltaget i et program.

Der er som nævnt tilfredshed blandt brugerne med de konkrete informationer. Men i forlængelse heraf efterspørger mange både brugere og samarbejdspartnere, at Udviklingsplatformen taler med en mere tydelig stemme på feltets vegne. Der beskrives oplevelser som: *UP huserer der - omme bag scenen - og mener ingenting selv. Udviklingsplatformen for Scenekunst er ikke tilstrækkelig klar i profilen. Hvem er de til for; hvad har de på hjerte?*

Selv vurderer platformens ledelse, at den primære kommunikationsopgave (og mission) er at facilitere udvikling. *Vi har jo ingen medlemmer, vi har ikke som sådan et mandat, og vi kan ikke tale nogen gruppers sag op i forhold til andre i målgruppen*, lyder det herfra.

Dette synspunkt deles med nogle af de adspurgte faglige og organisatoriske samarbejdspartnere. De stiller spørgsmålstegn ved, hvilken stemme platformen skal tale med, og hvilken position, den skal indtage. *UP skal ikke være fagpolitisk talerør. Det er jo snarere Dansk Teater, forbundene og PUS, der skal det*.

Vi anerkender fuldt ud dilemmaet. Men samtidig er det vores vurdering, baseret på analyserne i denne evaluering, at Udviklingsplatformen er nødt til at tage opgaven som talerør for det frie scenekunstfelt mere på sig. Herved kan profilen blive klarere for omverdenen, og relevansen for målgrupperne mere konkret. Platformen skal have en selvstændig stemme. Kunsten og kunstnerisk udvikling anno 2022 skal i vores optik have en aktualitet og relevans i det omkringliggende samfund – uden at gå på kompromis med den kunstneriske integritet. Det kan Udviklingsplatformen understøtte.

Vi anbefaler, at Udviklingsplatformen udvikler sin kommunikation, så der i højere grad også arbejdes med den strategiske kommunikation. For at klare de nævnte udfordringer - med integritet og bedst mulig gennemslagskraft - er det vigtigt, at platformen afklarer sin position og lægger sig på et veldefineret niveau for indhold og hovedbudskaber.

Udviklingsplatformen kan for os at se indtage en vidensbaseret position og kommunikere med udgangspunkt i hovedpointer i strategiens indsatsområder. Det er der ikke andre, der gør i forhold til det frie felt. Informationerne om programmer og aktiviteter skal dermed suppleres med mere udadvendte hovedbudskaber og mærkesager til både interne og eksterne målgrupper. Det kan fx være med temaer og dagsordener som:

- Hvorfor er det vigtigt at forbedre adgang til rammer for kunstnerisk udvikling?
- Hvad er Udviklingsplatformens tilgang til internationalisering/globalisering, og hvordan kan det frie felt være med til at bidrage ind i det tema?
- Hvordan arbejder frie scenekunstnere med forskellige typer af bæredygtighed, og hvordan bliver det relevant i en større kontekst?
- Hvordan er netop det frie felt en vigtig kilde til kunstnerisk og tværkunstnerisk eksperimenteren (forskning), og med hvilke effekter?
- Hvordan kan vi i højere grad sikre honorar til kunstnere i det frie felt, når de udvikler og producerer?

Udviklingsplatformen nuværende leder har indirekte påbegyndt nogle af disse dagsordener. Således ser vi fx dialogen med Københavns Kommune og tilskud til lokaler som et resultat heraf. Arbejdet med Corona-taskforcen var ligeledes et skridt i samme retning i form af at være proaktiv og vidensbaseret på feltets vegne.

Udviklingsplatformens primære støtteydere kan have forskellige positioner her. Men det er vores vurdering, at det tjener alle parter bedst at give plads til sådanne dagsordener. Udviklingsplatformen er en selvstændig organisation med egen bestyrelse. Og armslængden må sikre, at Udviklingsplatformen kan tale ud fra en fri position inden for aftalte rammer.

3.4 Vidensplatforme

HJEMMESIDEN

Udviklingsplatformens hjemmeside har over de seneste to år haft følgende besøg:

Tabel 3.2. Hjemmesidens brugere[15]

ÅRSTAL	UNIKKE BRUGERE	UNIKKE SIDEVISNINGER
2018	5.613	27.053
2019	8.825	38.449
2020	13.934	44.376
2021	15.760	48.039

Det vurderer vi, er pæne tal i forhold til det samlede brugerfelt[16]. Antallet af unikke brugere er steget markant fra 2018 til 2020/21. Antallet af unikke sidevisninger er også steget, dog ikke med tilsvarende stigningstakster.

Mens evalueringen har pågået, har hjemmesiden ændret fokus og går nu mere tematisk til værks. Den er bygget mere overskueligt op med syv forskellige faner, der giver et hurtigt og klart overblik.

Et flertal af brugerne er positive over for hjemmesiden, fordi den giver et nyttigt overblik over branchen og leverer materialer, som brugerne kan anvende aktivt i deres arbejde: *Jeg har brugt ressourcerne på hjemmesiden, både rådgivning, excelark og så videre. Det bruger jeg løbende, og det har haft direkte indflydelse på mit arbejde.*

Enkelte andre brugere oplever ikke hjemmesiden som god: *Jeg håber da, der er nogen, der bruger den. Jeg synes, den er for statisk og gammeldags. Man ved aldrig helt, om den er opdateret.*

Det er vores vurdering, at den aktuelle optimering af hjemmesiden er nyttig og med fordel kan fortsættes.

Flere brugere efterspørger, at hjemmesiden i højere grad bliver brugt til at understøtte og tydeliggøre den agenda, som Udviklingsplatformen står for (jf. ovenstående afsnit om Indhold): *Jeg oplever ikke, at de har en agenda. Jeg oplever en berøringsangst for at prioritere, der gør, at det demokratiske virker udfladende.* Det understøtter vores anbefaling i ovenstående afsnit om platformens indhold.

UPGRADE

UPgrade er en digital værktøjskasse i form af en af hjemmesidens syv faner. Formålet er at stille værktøjer og metoder til rådighed og herved facilitere viden, læring og udvikling.

Som en del af hjemmesiden er UPgrade også blevet opdateret, mens evalueringen har pågået. Det ser vi som en god og tiltrængt kvalitetsudvikling, som generelt har forbedret kvaliteten af produktet, så det nu fremstår mere brugervenligt.

[15]Kommunikation_monotorering 2021-22, målt ultimo januar 2022
[16]To kortlægninger af Udviklingsplatformens brugere, december 2021 og december 2020, jf. note 4.

Cases-undersiden indeholder gode og instruktive cases inden for internationale samarbejder, kommunalt samarbejde og EU-projekter. Derudover findes en case med fokus på digital scenekunst og en med fokus på samarbejde med etablerede aktører. Tema-undersiden leverer tilsvarende værktøjer til turné, administration, kommunikation og markedsføring samt publikumsudvikling (via henvisning til Applaus).

UPgrade anerkendes af langt hovedparten af de adspurgte brugere, først og fremmest fra dem, der anvender værktøjerne aktivt, men også fra brugere, der ikke eller sjældent anvender UPgrade, idet de fremhæver selve ideen. UPgrade er således et væsentligt værktøj, der har en tydelig relevans for feltet.

NYHEDSBREVE

Udviklingsplatformen har siden 2018 udgivet nyhedsbreve til brugerne. Der ses ikke noget systematik i antal, og udkommetidspunkter har varieret meget. Se tabel 3.3.

Over de fire år er der sket en væsentlig forøgelse i antal modtagere af nyhedsbreve, tæt på 100 %, fra ca. 600 modtagere til ca. 1.160. Det viser, at nyhedsbrevet har en stor relevans, og det er samtidig i det lys åbnings- og click-raterne skal ses. Raterne svinger marginalt, men den store tilgang af følgere er udtryk for, at der i 2021 nominelt er langt flere modtagere end i 2018.

Helt i tråd med vores forslag om et årshjul for programmerne vil vi anbefale, at der udarbejdes og ekspliciteres en fast kadence for udsendelse. Det kan fx være hver anden eller fjerde fredag i måneden el.lign. Udviklingsplatformen kan forhøre sig blandt nogle af brugerne, hvornår og hvordan det passer bedst.

I takt med evt. udvikling af en indholdsstrategi (jf. ovenstående afsnit), kan Udviklingsplatformen supplere med et format for de mere holdningsprægede budskaber,

Tabel 3.3. Nyhedsbreve

ÅRSTAL	ANTAL NYHEDSBREVE	ANTAL MODTAGERE Ved årets udgang	ÅBNINGS-RATE[17] Gennemsnitlig	CLICK-RATE[18] Gennemsnitlig
2018[19]	13	600	58 %	11 %
2019	32	813	54,4%	9%
2020[20]	33	1.000	52 %	9 %
2021	24	1.160	50 %	12 %

[17]Procentvis mængde af modtagere, der åbner det udsendte nyhedsbrev.
[18]Antallet af modtagere af nyhedsbrevet, der åbner det og klikker videre via de links, som nyhedsbrevet består af.
[19]Tal hentet fra Evaluering af Udviklingsplatformen, Midtvejsevaluering 2019, Golden Days Sekretariatet, marts 2019.
[20]Kommunikation_Monotorering 2021-22, målt ultimo januar 2022.

så modtagerne af nyhedsbrevet ikke alene bliver orienteret om nye tiltag og programmer, men også får mulighed for at opbygge en tættere relation til Udviklingsplatformen gennem denne kanal

3.5 Sammenfattende analyse – kommunikation og synlighed

Overordnet set er der ikke fornøden konsistens i de forskellige strategidokumenter om kommunikation. Vi anbefaler, at der laves en afklaring af rammer og grundlag med de relevante parter. Her skal præciseres, hvordan balancen skal være mellem synliggørelse af på den ene side brugerne og deres udbytte, og på den anden side Udviklingsplatformen selv. Og her skal tages stilling til, i hvilket omfang og hvordan platformen skal styrke sin strategiske kommunikation.

Det er ikke nogen let opgave, men den er vigtig. Både af hensyn til sekretariatet og med henblik på at skabe et bedre grundlag for at skærpe Udviklingsplatformens profil og gennemslagskraft.

Herefter kan Udviklingsplatformen arbejde med at styrke sit brand, både til gavn for Udviklingsplatformens eksistensberettigelse og det frie scenekunstfelt. Sikrer man en synergi på tværs af egne interesser og interessenterne omkring platformen, vil synlighedsarbejdet antagelig forekomme mindre komplekst, og man vil komme tættere på at realisere den overordnede vision for Udviklingsplatformen.

Når brugerne efterspørger mere synlighed og pondus, efterspørger de indirekte en stærkere organisation og en synlig leder. Udviklingsplatformens leder er ansigtet udadtil og er i væsentligt omfang med til at tegne hele indsatsen. Her er der gode takter i forhold til den nye/aktuelle leder især i forhold til samarbejdspartnerne. Men også her kan klarhed om platformens position og indhold i kommunikationen medvirke til en øget gennemslagskraft.

Med hensyn til den aktuelle fase er det især de strategiske netværk og relationer, der er blevet styrket. Platformens synlighed i miljøerne og på de mere dialogbaserede, sociale medier er mindre stærk.

Det er for os at se ærgerligt, at platformen ikke har brugt de ydre og fysiske udfordringer i perioden til at opgradere og opprioritere dialogen på de sociale medier. Her ser vi et klart udviklingspotentiale.

Til gengæld har Udviklingsplatformen været effektiv til at udvikle nye, digitale formater. De udbudte webinarer fungerede efter hensigten med langt større udbredelse af indhold end de traditionelle fysiske kurser og møder, og her har Udviklingsplatformen høstet nyttig erfaring. Fremadrettet kan platformen løbende tage stilling til, hvornår et tiltag skal være mere netværksorienteret med fysisk møde, og hvornår den brede formidling er mere hensigtsmæssig.

I forhold til mere tilstedeværelse i miljøet forudser vi, at denne helt automatisk vil blive styrket - i første omgang grundet samfundets generelle åbning, og herefter når Udviklingsplatformen lykkes med at få andre lokaler. I nye lokaler skal der sættes stærkt ind på netværk med miljøet. Det kan være i forbindelse med programmerne og andet professionelt arbejde, men det kan i lige så høj grad være i form af de uformelle arrangementer som fx *gåhjemmøder, fredagsbar, morgeninspiration.*

4 STRATETISK SAMARBEJDE

4. STRATEGISK SAMARBEJDE

I dette kapitel belyses Udviklingsplatformens aktuelle og potentielle samarbejdspartnere: hvem er de, hvordan ser de Udviklingsplatformen, i hvilket omfang samarbejder de?

4.1 Aktørerne

Udviklingsplatformens mest centrale samarbejdspartnere findes i de følgende to kategorier[21] :

1. **Scenekunstfaglige samarbejdspartnere**
   Performing Arts Platform, Cph Stage, Det Frie Felts Festival, CPH QUEER Theatre Festival, April-festivalen, HAUT, TOASTER, Applaus, Det Kongelige Teater, Folketeatret, Projektcentret i Dansehallerne, Bora Bora, WAWES Festival m.fl.

2. **Faglige og interesseorganisatoriske samarbejdspartnere**
   Dansk Teater, Skuespil- og Artistforbundene, Frie Koreografer, Uafhængige Scenekunstnere, Turnénetværket, Danmarks Teaterforeninger m.fl.

DE SCENEKUNSTFAGLIGE SAMARBEJDER

Nogle af de scenekunstfaglige samarbejder består i integrerede partnerskaber som fx med Performing Arts Platform i Aarhus, hvor flere kurser, webinarer mv. laves/udbydes i fællesskab. Andre samarbejder drejer sig snarere om planlægning og afvikling af konkrete events og festivaler som fx CPH QUEER Theatre Festival og branchedagen på Det Kongelige Teater i forbindelse med World Pride og Det Frie Felts Festival.

Fra interviews med flere af den type samarbejdspartnere fremstår der stor tilfredshed med samarbejdet med Udviklingsplatformen. *Udviklingsplatformen er gode til at samarbejde. De er altid lydhøre og rækker ud. Samarbejdet er blevet langt bedre de sidste par år*, er nogle af de vurderinger, der kommer fra scenekunstneriske samarbejdspartnere.

Flere af de samarbejdspartnere, der har samarbejdet med platformen frem mod en større event fremhæver, at platformen er god til at strukturere eventen, har erfaring og skabeloner, der giver tryghed, og/eller at samarbejdet har været værdifuldt og lærerigt også på længere sigt med styrkede netværk.

Enkelte aktører beskriver en oplevelse af, at Udviklingsplatformen er for sent ude, at platformen forventer, at "action kan ske i morgen", at der opleves for mange afbud pga. sygdom mv. Hvorvidt oplevelserne skyldes platformen eller samarbejdspartnerne har vi ikke mulighed for at vurdere her. Men et signal her må være, at det, man efterspørger i samarbejdet med Udviklingsplatformen er system, overblik og hjælp til at agere proaktivt.

Overordnet ser vi et behov for, at de scenekunstfaglige *paraplyer* som Udviklingsplatformen, TOASTER, HAUT, Dansehallerne, S/H-musikdramatik, Cph Stage m.fl. bliver mere skarpe på samarbejde, arbejdsdeling og positionering i forhold til hinanden og over for miljøet. Der er iværksat meget på scenekunst-/performanceområdet i de seneste 4-6 år, hvilket er positivt for scenekunsten. Det er imidlertid afgørende, at disse paraplyer ser hinanden som strategiske partnere med fælles dagsordener.

Både Udviklingsplatformen og de adspurgte samarbejdspartnere er enige i dette. Vi ser til gengæld et potentiale i, at parterne går ind i en mere aktiv dialog om samarbejde, strategiske alliancer og en eller anden form for mild arbejdsdeling. Sker dette ikke, kan der skabes en usund konkurrence, hvor de primære målgrupper og publikum bliver taberne.

Vi baserer denne anbefaling på udtalelser fra flere af brugerne. Det drejer sig om hhv. dårlig timing parterne imellem, scenekunstmidlernes allokeringer mv.: *Cph Stage, Udviklingsplatformen og Statens Kunstfond lagde alting på samme tid. Driftsstøtte forpligter. De skal da samarbejde alt det, de kan for at få mest muligt ud af pengene. De er jo alle sammen på lønningslisten; vi andre får mindre og mindre støtte.*

[21] Vores inddeling. Aktørerne er nævnt i tilfældig rækkefølge; der er givetvis flere aktører.

Vi er klar over, at nogle af disse problemstillinger er klassikere i kunstbranchen, men vi vurderer samtidig, at synspunkterne er reelle og vigtige at sende videre til scenekunstens paraplyorganisationer.

Herudover har flere af samarbejdspartnerne en refleksion i forhold til Udviklingsplatformens strategiske skifte fra fokus på producentleddet til mere kunstnerisk udvikling: *Hvis man arbejder med kunstneriske residencies, skal man have styr på sin kunstneriske profil, sine kunstneriske mål, arbejdsmetoder og formater*, lyder det fra en af samarbejdspartnerne. Udviklingsplatformen betoner, at den alene faciliterer kunstnerisk udvikling og ikke kuraterer kunstnerisk. Her er der efter vores vurdering behov for, at platformen præciserer og kommunikerer sin rolle og indsats tydeligere.

DE FAGLIGE- OG INTERESSEORGANISATORISKE SAMARBEJDER

Samarbejde med de faglige organisationer og paraplyer har især bestået af netværks- og relationsstyrkende kommunikation, og den nuværende leder af Udviklingsplatformen har opprioriteret dialogerne her, hvilket anerkendes af de adspurgte samarbejdspartnere.
Der er generelt en oplevelse af, at platformen de sidste par år er blevet mere synlig og opsøgende i forhold til netop den relationsstyrkende indsats. Der bliver beskrevet en bevægelse *fra* en periode, hvor platformen igangsatte og udbød mange programmer uden klar retning og uden så meget dialog med feltets øvrige aktører *til* nu også at række ud efter de relevante faglige og strategiske aktører.

Anbefalinger til Udviklingsplatformen fra flere af disse aktører lyder dog på mere konkret samarbejde, fortsat skærpelse af platformens profil og styrkelse af synligheden over for den samlede scenekunstbranche.

Også blandt de faglige organisationer rejser flere af aktørerne spørgsmålet om, hvorvidt der er for mange aktører - for stort et fedtlag: *Der er ved at gå inflation i videndeling. Det er jo kunstnerne, der skal empoweres, ikke bare vi andre i mellemlaget, der skal udveksle viden.* Vi kan ikke gå nærmere ind i denne problematisering, men den bekræfter vigtigheden af at tænke i konkret samarbejde, synergi, og reel nytteværdi for miljøet.

4.1. Sammenfattende analyse - strategisk samarbejde

Sammenfattende er det vores vurdering, at Udviklingsplatformen samarbejder med de rette samarbejdspartnere, og at disse er åbne over for Udviklingsplatformen. Dog ser vi også de professionelle uddannelsesinstitutioner som centrale.

De bedste samarbejdsflader er dem, hvor der foregår reelle samarbejdsaktiviteter. Det er der flere gode eksempler på, især i forhold til de scenekunstfaglige samarbejdspartnere. Derfor ser vi fortsat et potentiale for disse parter i at tænke mere i strategiske alliancer.

Udviklingsplatformen har flere indsatser, der arbejder imod øget sammenhængskraft. Det gælder fx Tid i Rum med institutionsteatrene, K:Select på Det Kongelige Teater, det frie felts deltagelse på Teaterseminaret mv. Der er dog fortsat et stort potentiale i sådanne tiltag, der – i skalaen 1:1 – bringer de frie scenekunstnere ind på og sammen med de etablerede scener.

Ligeledes vurderer vi, at der er et potentiale i forhold til det faglige og interesseorganisatoriske samarbejde og de relevante aktører her. Med henblik på at optimere Udviklingsplatformens resultater og synlighed, kan den med fordel lave en plan for ønsket synergi og samarbejde.

PROLOG

Evalueringen er gennemført i perioden oktober 2021 – marts 2022. Måleperioden har som bekendt dækket første halvdel af Udviklingsplatformens aktuelle aftaleperiode, 2020 – 2021.

Efter næste del af aftaleperioden, 2022 - 2023 skal Udviklingsplatformen igen evalueres. Her håber vi, at denne midtvejsevaluering kan bruges som grundlag for og opfølgning på de særlige opmærksomhedspunkter og læringer, der er fremkommet.

Vi håber også, at Udviklingsplatformen og de relevante parter kan bruge midtvejsevalueringen som arbejdsredskab i de aktuelt forestående opgaver og udfordringer.

Vi ønsker Udviklingsplatformen god vind med det videre arbejde!

FOTO

TID I RUM Kunstnerisk udviklingsforløb / foråret 2021. Projekt: VI, DYRENE af Giraff Graff v. Camilla Graff Junior. Foto: Jacob Stage

TID I RUM Kunstnerisk udviklingsforløb / foråret 2021. Projekt: SURVIVORS af LOCATION X v. Taneli Törmä. Foto: Jacob Stage

TID I RUM Kunstnerisk udviklingsforløb / foråret 2021. Projekt: Fænomenet Peer – eller Lost in Communication af Teaterkollektivet Nordic Trash Collaboration v. Charlotte Calberg. Foto: Jacob Stage

TID I RUM Kunstnerisk udviklingsforløb / efterår 2021. Projekt: Hr. X af Out of Balanz. Foto: Katrina Bugaj

TID I RUM Kunstnerisk udviklingsforløb / efterår 2021. Projekt: The Mirror Project v. Antoinette Helbing. Foto: Katrine Damkjær

TID I RUM Kunstnerisk udviklingsforløb / efterår 2021. Projekt: The Mirror Project v. Antoinette Helbing. Foto: Katrine Damkjær