

Waves Xtra

Egnsteater Konference 2015
27-28. august 2015



**Innovationsprocesser
- fra Globalt til Lokalt**

Egnsteaterkonference 2015: Innovationsprocesser - fra Globalt til Lokalt

Rapport fra konferencen afholdt 27-28. august 2015 i forbindelse med Waves festival i Vordingborg

Egnsteaterkonferencen 2015 havde sit hovedfokus på det internationale perspektiv, og hvordan dette kan skabe innovation i det lokale arbejde hos egnsteatre rundt i hele landet.

Vi lever i en globaliseret verden, hvor bevægelsen mod international udveksling og samarbejde er i fuld gang i store dele af vores samfund. Teatrene bør følge med. Brugere forventer kulturelle oplevelser, der ikke er lukkede om sig selv, og som er i kontakt med den internationale puls. Den nye generation af unge kunstnere har det internationale miljø som sit naturlige arbejdsrum. For at sætte sig i front for den kulturelle udveksling og tiltrække den nye generation som arbejdskraft, har egnsteatrene en stor opgave med at åbne sig for og konstant indtænke det internationale miljø.

Det perspektiv handler ikke nødvendigvis om at skulle turnere, men om at integrere hele spektret fra international inspiration, nye samarbejdsmodeller til internationale festivaler og co-produktioner. Det internationale arbejde skaber nemlig innovation lokalt; det udfordrer teatrenes praksis og giver masser af nye ideer til, hvordan og hvad der skabes kunstnerisk, til teatrenes organisationsformer, til hvordan teatret profilerer sig og møder publikum.

Til konferencen holdt en række eksperter fra ind og udland inspirationsoplæg omkring dette internationale arbejde. Listen over oplæg kan ses på næste side.

Der blev samlet en del materiale i forbindelse med konferencen, alle oplæg er blevet videofilmet. Du kan se en samlet playliste over videoerne her:



Og en samlet mappe med alle powerpoint-præsentationer kan ses her:



Desuden kan du også se de enkelte oplæg ved at kigge på de respektive knapper på de næste sider.

Dette skrift er en kort præsentation af udvalgte temaer og præsentationer berørt på konferencens to dage udarbejdet af Susanne Danig i samarbejde med Pernille Møller Taasinge og Thorkild Andreasen.

Konferencen blev afholdt i regi af Waves Festivalen 15, og der indgik en række forestillinger fra programmet. Indholdsdelen var kurateret af Susanne Danig i samarbejde med Trevor Davies og TIO's internationale udvalg.

Håber I vil lade jer inspirere

Cantabile 2

Cantabile 2

Kostervej 28, 4780 Stege

+45 5534 0119 - teater@cantabile2.dk

cantabile2.dk - wavesfestival.dk

Hvordan skabes innovation fra det internationale arbejde?

Trevor Davies/KIT om, hvordan det internationale perspektiv har udfordret og udviklet KIT og perspektiv på hvordan man kan tænke internationalt i dag.



Bæredygtighed i et langt perspektiv

Ulrik Skeel/Odin Teatret – Hvordan deler man ud af sin viden og internationale arv for at sikre bæredygtighed for hele scenekunstmiljøet?



Store netværk og kunstneriske samarbejder for producerende huse

Birgitta Persson/TransEuropeHalle/Mejeriet, SE – Hvordan skaber man solide netværk for co-produktioner i teaterbranchen?



Kulturhusene i spil - Mere proces og mindre værk

Søren Søborg Ohlsen/Kulturhusene i Danmark - Præsentation af fælles værdier, faglighed og arbejdsmetoder i det europæiske netværk af kulturhuse European Network of Cultural Centres (ENCC).



Store huse, stort ansvar og internationalt perspektiv

Uta Lambertz/Kampnagel i Hamborg - om Kampnagels mangeartede internationale aktiviteter.



Nye produktionsstrukturer

Judith Knight/Arts Admin i London - om 36 års arbejde med at producere, støtte og udvikle kunstnere nationalt og internationalt.



Hvordan opbygger, vedligeholder og udvikler man netværk?

Werner Schrempp/La Strada Graz – om sin egen festival og InSitu netværket.



Nye muligheder for kunstnerisk samarbejde

Siri Facchini Haff fra Cantabile 2 præsenterer teatrets erfaring med internationale Co-produktionsseminarer.

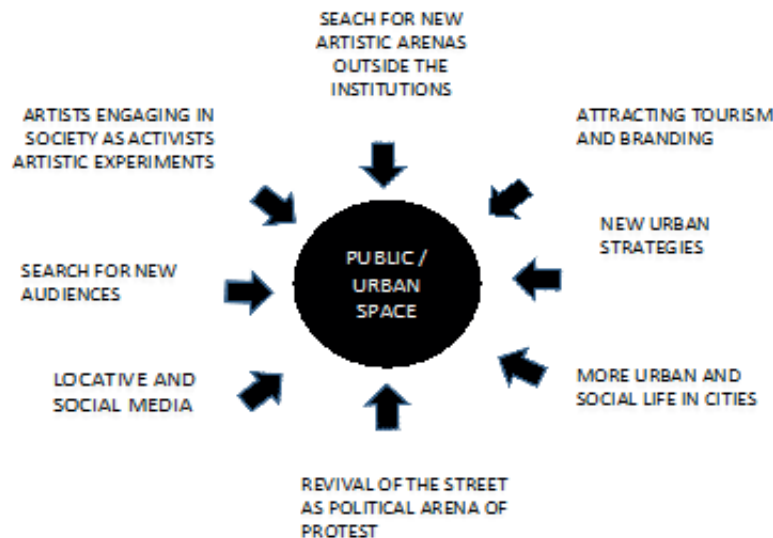


Desuden gav Bradley Allen en introduktion til Creative Europe programmet – oplysninger om dette kan ses her: www.kulturstyrelsen.dk/internationalt/eu-stoette-creative-europe-desk-danmark.

Samtidig blev der afholdt 4 workshops der med udgangspunkt i cases fra følgende teatre: Odsherred Teater, Teater Grob, Altamira Studio Teater samt Limfjordsteatret/Glimt. Her var fokus på, hvordan man kunne bruge hinandens ekspertiser til at udvikle projekter i et internationalt perspektiv.

Trevor Davies præsenterede det strategiske arbejde KIT har gjort gennem årene og nogle modeller til, hvordan man kan angribe det internationale arbejde og arbejde strategisk med det. Her er et uddrag.

Først en model for KIT's arbejde med Metropolis Festivalen:



Dernæst overvejelser til teatrene om hvordan man placerer sig i det internationale felt:

Mapping af det lokale/regionale kulturelle landskab

- Realiteter, interesser
- Kvaliteter, problemer
- Definer din rolle i det, og hvordan du vil engagere dig og agere i dette landskab

Mapping af det europæiske kulturelle landskab

- Hvad betyder det europæiske for jer, hvordan ser det ud, er det nordisk, er det lokalt, er det festivaler, handler det om relationer, europæiske problemstillinger, politiske?
- Hvor er jeres forbindelser?

Se Trevor Davies' præsentation her



eller download .pdf'en her



Hvad er din personlige motivation for at arbejde internationalt?

- At få international eksponering?
- At tjene penge som skal reinvesteres i kompagniet/produktionen?
- At give dit arbejde/produkt et længere liv?
- At opnå prestige hjemme ved at bevise dit arbejdes internationale "kvalitet"?
- At finde et publikum, som værdsætter dit arbejde og finder det relevant?
- At arbejde i anderledes og stimulerende omgivelser?
- At finde særlige samarbejdspartnere eller kunstnere?
- At undersøge og blive inspireret af nye kulturer og situationer?

Hvilket interaktionsniveau vil du arbejde på?

Svaret vil vise, hvad omverdenens reaktion vil være.

- Vil du turnere og præsentere en god forestilling?
De kan lide dig
- Vil du have regelmæssig turné som led i sæsonen?
De har tillid til dig
- Vil du finde co-finansiering til dine værker? De støtter dig
- Vil du arbejde i internationale omgivelser (workshops, residencies, konferencer)? De vil have din måde at tænke på
- Vil du være en del af en international, kreativ kreds og skabe-producere-præsentere værker i en international struktur? Du redefinerer dig selv

Hvad er dit produkt?

Hvad 'tilbyder' eller 'repræsenterer' du?

- En forestilling?
- En kontinuerlig kunstnerisk kvalitet?
- Et internationalt samarbejde (produkt) (co-finansiering)?
- Et kunstnerisk samarbejde (proces) (co-produktion & co-finansiering)?
- En række lokalt/regionalt baserede aktiviteter fx i samarb. m. lokale kunstnere?

Find din strategi:

STRATEGI 1: Produkt og markedsorienteret

- Fokus på forestilling/øjeblikket
- Stor konkurrence
- Høj brand bevidsthed
- Lave produktionskrav
- Krav om ensemble/høj kunstnerisk forpligtelse og god struktur
- Lav lokal/national kulturel reference
- Turne og marketing mekanismer på plads

Kræver:

- Synlighed
- Kontakter til festivaler, showcases, medier
- God formidling
- Agenter/formidlere

Behov:

- Flere markedsorienterede udviklingsredskaber
- Investering i projekter/produktioner
- Co-finansiering (evt. som filmordning)
- Risikovillig kapital
- Co-produktions muligheder
- Løbende scanning af den internationale scene/vidensbase
- Løbende kontakter til int. producenter og festivaler

STRATEGI 2: Kunstnerdreven

- Individuelle "ikoniske" internationale skabere med et klart brand og specifik stil
- Frie agenter
- Værker normalt globale og ikke knyttet til sted, lokalt miljø
- Ofte arbejde med en gruppe af kunstnere/konceptbaserede medskabere
- Blik for produktionsmuligheder, platforme og resurser

Kræver:

- Renommé og forbindelser
- Konstant høj standard af værker med klart kunstnerisk sprog

Behov:

- Frihed til at engagere sig med hvem som helst, hvor som helst
- Co-finansiering helt nødvendigt
- Promovering, advokering og investering i at bibeholde en klar signatur
- Et mindre og dedikeret støttende team

STRATEGI 3: Kunstnerisk Diaspora

- mulig model for Egnsteatrene?

Langsigtet, integreret udvikling baseret på at skabe/bygge en kunstnerisk diaspora, der forbinder det lokale/globale, produktion/præsentation, teori/praksis, personlige/samfundsmæssige

Kræver:

- Klar og radikal kunstnerisk vision
- Langsigtet strategisk og netværksbaseret udvikling
- Fokus på bæredygtighed
- Stærke uafhængige relationer
- Stabilitet og langsigtet støtte

Behov:

- En stærk base, som fungerer som platform/center
- Satellit struktur med forskellige parallelle aktiviteter
- Åben og pro-aktiv organisation
- En virkelig Glokal struktur

STRATEGI 4: Kreative projektbaserede netværker

Fra passive åbne netværker til kreative, dynamiske, proaktive projektbaserede netværker – Europæisk Union af teatre.

Mulige eksempler:

- "COMMUNITY BASED THEATRES IN RURAL AREAS"
- "SENSORIAL THEATRES"
- "ARTISTS WORKING IN AND WITH LANDSCAPES ON THE EDGE"

Mulige aktions platforme bygget på bæredygtige livscirkler:

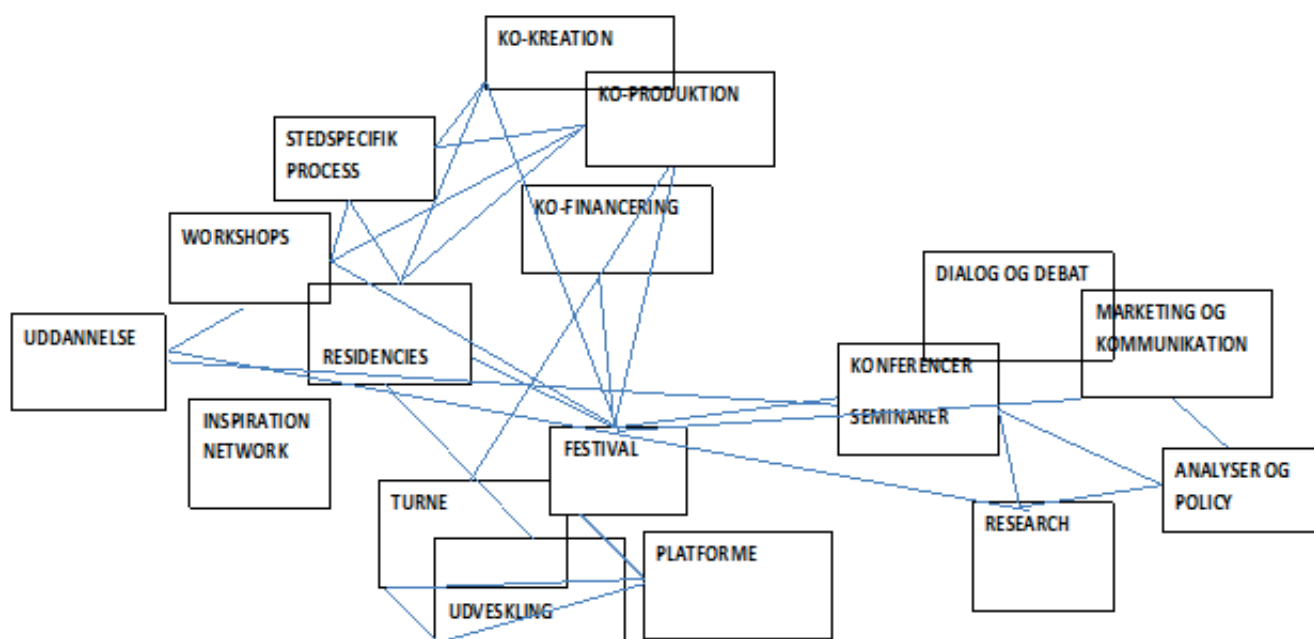
- KNOWLEDGE HUB
 - workshops/seminars/
- CONNECTING PROCESSES AND RESOURCES
 - exchanges/ residencies
- PRODUCTION AND DISEMINATION
 - co-productions and touring
- THEMATIC INVESTIGATIONS
 - common European themes
- LOCATIVE SENSITIVE
 - adaptation / site-specific / community involvement
- ART FORM MANIFESTATIONS
 - profile and support art form

Behov:

- Formidlende platforme mellem offentlig støtte strukturer, individuelle kunstnere og institutioner

Disse er en europæisk realitet, og måske en mulig national model. De dominerer i øget grad det kulturelle landskab i Europa. Og de vil blive formelle strukturer med lokale partnere i alliance med klare kulturelle brands.

Den komplekse verden vi opererer i



PERSPEKTIV SKIFT

- Fra individuelle relationer til netværk og videnhubs
- Fra bilaterale aktioner til multilaterale programmer
- Fra køb/sælg til investering og deling af resurser
- Fra import/eksport til cirkulering og mobilitet
- Fra "stand alone" og det marginale til fællesskabssans, delte værdier og kulturel faktor i Europa
- Fra ad hoc opportunisme og det unikke til at åben programmering
- Fra selv at finde alt til samskabelse
- Fra et enkelt gæstespil til komplekse bæredygtige kulturelle systemer
- Fra lokale, nationale og internationale perspektiv til et europæisk og interkulturel perspektiv.
- Fra simple programmer til hybriditet og interaktion

POLICY forslag:

Gøre det internationale til en del af hele scenekunstsysteemet, dvs. stille krav til alle teatre.

Tage afsæt i de enkelte ensembler, festivaler og projekter og deres visioner/potentiale frem for satsninger og programmer, som drives fra centralt hold.

Finde/opbygge en række "rumlige" platforme for genrer og kunstformer, der kan fungere som operative partnere.

Det kort- og langsigtede hænger sammen.

Sammenhængende og rumlige bevillinger, som gives strategisk frem for ansøgning om rejser, ophold, gæstespil m.m.

Reservere en separat bevilling til danske deltagere i Creative Europe-projekter for at sikre/fremme dansk deltagelse.

Birgitte Persson presented the TransEuropeHalle (TEH) network, one of the biggest and longest running network for cultural houses in Europe. The network consists of a big variety of cultural spaces around Europe and the members have International Meetings twice a year in different places where they have workshops and seminars with networking and discussions, while exploring the local scene, artistic and social events.

The values that defines the network is a focus on:

1/ CULTURAL EQUITY

Equal access, equal voice, freedom of speech and artistic expression

2/ EMPOWERMENT

Resourcing, supporting, advocating, connecting, educating and developing

3/ CITIZEN PARTICIPATION

Civil society, grass roots, citizen initiatives, supporting communities

4/ SUSTAINABILITY

Cultural vitality, social equity, environmental sustainability and economic prosperi

TEH right now has a focus on:

- Mobility and exchange
- Professional Development
- Connecting audiences & exchanging community work methodologies
- International leadership programme
- Sustainable economy for cultural organisations

Concretised in these projects:

- Staff mobility – support of exchange among staff to learn
- Creative lenses – EU project to develop sustainable business models for the cultural sector
- Europe Grand Central - To transform perceptions of border crossings from suspicion into curiosity
- BASECAMP – Participating in leadership

Besøg Birgitte Persson
og TransEuropeHalle
på www.teh.net

Se Birgitte Perssons
præsentation her



eller download .pdf'en her





Presentation of the unique production/presenting platform Arts Admin based in London – a platform that in various ways supports performing artist in their creations.

WHAT IS THE CHARACTERISTICS OF ARTS ADMIN

- Unique national resource for contemporary artists
- Produces the work of artists across all disciplines - performance, dance, theatre, live art, installation
- Provides consistent and supportive management to nurture, develop and promote artists' work
- Staff of 25 including directors, producers, artists' advisors, education producer, marketing, building, finance and office managers, plus trainees and assistants
- Works in partnership with producers, promoters and arts organisations in Britain and internationally
- Based at Toynbee Studios in London's East End
- Runs bursary schemes, training programmes, free advisory service, education programme, showcases, workshops
- Developed organically over 35 years in response to the needs of artists
- Regularly funded by Arts Council England
- Innovative and contemporary
- Interdisciplinary: theatre, visual arts, installation, dance and live art
- Theatres, galleries, site specific, indoor, outdoor
- Tours, one-off special events
- Local, national, international
- Solo performers, large companies
- Every project different

KEY VALUES: INNOVATION,
COLLABORATION, CO-OPERATION,
LOYALTY, FLEXIBILITY, OPPORTUNITY,
RESILIENCE, PARTICIPATORY, SITE SPECIFIC,
GREEN

WHY THE MODEL OF ARTS ADMIN?

Works for artists who:

- Create work outside of theatres and traditional arts venues
- Make one-off special events
- Make site-specific work
- Work across artistic disciplines or move between art-forms
- Work with different collaborators, not in permanent groups
- Work on a project-by-project basis
- Sharing resources in times of economic necessity
- Sharing expertise
- Responding to new ways of distributing artists' work
- Sense of inclusion for artists
- Co-operation and collaboration
- Artistic identity

WHAT ARE THE CHALLENGES ARTS ADMIN FACES?

- Workload
- Priorities
- Insecurity of project funding
- Artistic compromises on small budgets
- Encouraging venues to take risks on new work in this economic climate
- Reaching new audiences not 'usual suspects'
- Art form 'boxes' and how to work outside them
- How to "do less, better"

WHAT ARE THE ADVANTAGES OF WORKING LIKE ARTS ADMIN?

- Shared resources, information, expertise
- National and international networks
- Reduced costs
- Shared opportunities
- Toynbee Studios
- Joint marketing and profile
- Artistic identity and inclusion
- Allow artists to create work to their own timetable
- Resilience

Werner Schremppf presented the basic strategies of La Strada Graz, one of the most respected streetart festivals in Europe.

LA STRADA GRAZ AIMS AT REALIZING THE FOLLOWING:

- Extending artistic variety in the programming
- Street art and street theater
- Puppets, masks, visual theater and contemporary dance
- Contemporary circus
- Community art
- Producing new creations aim is 30 to 40% of the program
- Offer the artists the possibility to create new formats
- Invite local artists to move out and work with the city
- Creation festival for art in public space and new circus
- Finding co-producers in an international framework
- Collaborating in an international scale
- Partner in IN SITU, European network for artistic creation in public space
- Member of FACE - Fresh Arts Coalition Europe

Presentation of InSitu a mayor network in Europe, that supports new productions with multi-disciplinarity, europeanness and innovation. InSitu provides support to creative talent, is a driving force of mobility with focus on the societal function of art in public space.

NETWORK MEMBERS OF INSITU

Lieux publics, Marseille (FR) - Coordination Entity
Atelier 231, Sotteville-lès-Rouen (FR)
Consorzio La Venaria Reale, Venaria Reale (IT)
Ctyri dny, Prague (CZ)
Detmold Festival, Detmold (DE)
FAI AR, Marseille (FR)
Fundación Municipal de Cultura, Valladolid (ES)
KIT, Copenhagen (DK)
La Paperie, Saint-Barthélemy-d'Anjou (FR)
La Strada, Graz (AT)

Les Tombées de la nuit, Rennes (FR)
Norfolk & Norwich Festival, Norwich (GB)
ODA Teatri, Pristina (XK)
Oerol Festival, Terschelling (NL)
Performing Arts Ostfold, Ostfold (NO)
PLACCC Festival, Budapest (HU)
Plzen European capital of Culture 2015, Plzen (CZ)
Theater op de Markt, Neerpelt (BE)
UZ Arts, Glasgow (GB)

InSitu projects and visions:

META Project: 2011 - 2016

Shared Cities / Embracing Europe: supporting artistic creation, Financial support, mobility aid, residencies, promotion, know-how

Promotion of new projects

Seminars, workshops and discussions: side-by-side

Europeans Abroad - Collaboration with countries outside of Europe

4,4 Million euros

PLATFORM 2014-17

What influence do innovative artistic projects in public space have on visionary urban development processes in Europe's cities?

What is the significance of creation centres, international networks and collaborations for the development of new productions?

How can creative processes be designed to offer artists the best possible conditions for realizing new projects in a supra-regional context?

Emerging art for emerging spaces

Art beyond established cultural sites can make an enduring contribution to the development of a city and its citizens.

Festivals like those of the IN SITU members are partners in bringing vitality to urban development zones. Through the festivals, participating visitors also experience new places and engage with them.

Visions for the future

Cooperate with artists in an intercultural way

Influence living spaces and urban development

Combine forces

Find new audiences

Overcome invisible walls, both physical and virtual

Læs mere om InSitu
på www.in-situ.info

Se Werner Schrempfs
præsentation her



eller download .pdf'en her



Internationaliseringens svære kunst. Kort om en case med Odsherred Teater

Et teater: *"Tjener, jeg vil gerne bestille en udenlandsk turne!" Tjeneren svarer: "S'gerne! Vi serverer den mod en betaling af selvindsigt, fleksibilitet og investering af en masse ressourcer."*

Og hvad svarer teatret så til denne "betaling"? For gratis eller nemt er det ikke, hvis man som enkeltstående kunstner eller institutionsteater gerne vil gøre sig på det internationale marked.

Der er mange spørgsmål man bliver nødt til at stille sig selv før man sætter ind på at internationalisere sit virke. Og spørgsmålene kan langt hen af vejen være vanskelige at svare på..

Under egnteaterkonferencen i Vordingborg havde fire teatre meldt sig som cases, der iblandt Odsherred Teater (OT). OT har co-produceret forestillingen "Pim og Theo" sammen med engelsk/norsk baserede teater NIE. Forestillingen, der handler om mordene på Pim Fortuyn og Theo van Gogh, er produceret til et internationalt ungdomspublikum og har allerede turneret i flere lande i Europa.

Så OT havde en god case: En velfungerende forestilling, en klar fornemmelse for at den ville gøre sig for et voksent publikum og en lyst til at bringe den videre ud i verdenen. Så hvorfor ikke bare gøre det?

Fordi den proces man skal igennem med sig selv (eller en top-tunet agent eller producent) førend man har dynamikken til at gøre det, kræver en del.

Workshopdeltagerne kom med mange gode forslag til at bringe forestillingen videre – se nedenfor i teksten. Men vi blev ved med at vende tilbage til de grundlæggende spørgsmål: På hvilket grundlag vil teatret gerne være internationale? På hvilken måde? Hvordan kan man bruge sine samarbejdspartnere – i denne forbindelse NIE? Er forestillingen aktuel i sit tema og kunstneriske udtryk? Hvordan lægger man en langsigtet international strategi? Egnsteaterkonferencen ville belyse de mange aspekter ved at arbejde over de nationale grænser og bruge arbejdet som en udviklingsfaktor i ens eget kunstneriske virke og som kunstner og kulturaktør i en globaliseret verden.

Og der er nok lige så mange svar som spørgsmål. Men Odsherred Teater gik inspireret fra workshoppen og på trods af at en international agent med de rigtige spørgsmål var savnet, viste deltagerne at dialogen er et godt sted at begynde.

Noter fra workshoppen

- Int. agenter skal inviteres til at se forestillingen.
- Historien omkr. forestilling skal rettes til at være en voksenforestilling.
- Spille på forskellige tidspunkter og derved at adskille publikumsgrupperne.
- Opmærksomhed på ikke-teater aftagere pga. udstillingsaspektet.
- Tilpasse forestillingen til et turnéformat.
- Finde et dansk mediehus som partner med inspiration fra St. Martin og The Guardian.
- Vende vægtningen og måske forsøge at komme ind hos en aftager gn. en workshop eller en udstilling og derigennem få solgt forestillingen.
- Tage direkte kontakt til hollandske aftagere
- Tage kontakt til organisationer, der arbejder med menneskerettigheder og ytringsfrihed.
- Tilføje et virtuelt koncept, som kan følges bredt internationalt.
- Evaluering: uafhængig evaluator som kan pege på udviklingsmuligheder.
- Få eksterne øjne på aktualiteten af temaet og indholdet af forestillingen.
- Lave en holdbar international salgsstrategi. Vigtigt punkt i turnéplanlægning – for det er en mulig videre salgsturné.
- Skabe et nyt momentum enten nationalt eller internationalt og få forberedt en salgsstrategi som kan implementeres. – udvælg 1-2 festivaler, som der arbejdes målrettet på.
- Findes der netværk inden for andre kunst og kulturaktører, hvis netværk, man kan hægte sig på.
- Det danske kulturinstitut som bro ind i et område i verden.
- Ser længere frem – have en langsigtet strategi for internationalt netværk og produktionsfællesskaber – og i den forbindelse promovere jeres forestilling.
- Afklaring: hvad vil i med Nie som samarbejdspartnere? Evt. optimering af det samarbejde. Forventningsafstemning.
- Hyre en salgsagent, som kan køre jeres internationale turné
- kaffemøde med udgiverforeningen
- Udvalgte et land at fokusere på. Fx Holland: Trans Europe Halle kunne være en indgang til det hollandske marked
- Sørge for at sammensætte et godt program til de int. – aftagere
- Bruge forlaget, der har udgivet bogen forestillingen bygger på som link

Hvordan etablere man sig som international kompagni i Danmark

Kort om en Case med Altamira Studio Teater – Holstebro

Pierangelo Pompa er en yngre italiensk kunstner, som i flere år har været tilknyttet Odin Teatret i mesterlære som instruktørassistent. I løbet af de sidste par år har han sideløbende dannet sit eget teater Altamira Studio Teater med performere og musikere, som han har håndplukket fra Italien, Frankrig og Danmark. Teatergruppen har de sidste par år etableret sig lokalt i Holstebro i en form for residency hos Nordisk Teaterlaboratorium og som en teaterforening med lokale bestyrelsesmedlemmer.

Hvordan opnår man bedst national anerkendelse for sit arbejde?

Sørg for at få vist forestillinger og arbejde i byer, hvor der er et netværk af scenekunstnere, hvilket primært vil sige København og Aarhus.

Forvent ikke at tjene penge på billetsalg i første omgang. Fokus er at andre lærer Altamira at kende. Derfor er det også ekstremt vigtigt, at der kommer kolleger fra scenekunstmiljøet og ser disse forestillinger.

Inviter bredt, men forvent ikke, at de inviterede kommer for at se forestillinger blot på baggrund af en invitation.

Derfor kan det være givet rigtigt godt ud at bruge et mindre honorar på at hyre en kommunikationsrådgiver ind.

I Altamiras tilfælde anbefales det også, at man lukrerer på, at teatret er i residency hos Odin Teatret, og at Pierangelo har været i mesterlære hos Eugenio Barba. Det er vigtigt at andre har nogle referencepunkter at knytte til sig, når man er ny på scenen, også selv om man helst vil stå på egne ben.

Hvordan skaffer man et økonomisk fundament som nyetableret?

Det er vigtigt som udenlandsk gruppe også at kende til de statslige puljer, som eksisterer; for eksempel præsentationspuljen til teater i København og Den Internationale Pulje, samt kende til deadlines for disse.

Sørg for at søge hjælp hos dem, der kender éns arbejde bedst i forvejen, i dette tilfælde Nordisk Teaterlaboratorium.

Det vigtigt, at man som nyetableret gruppe løfter i flok og også tager sig af praktiske forhold. Ingen kan nøjes med at agere i prøvesalen i et lille kompagni, slet ikke når man er nystartet. Det kan derfor være nødvendigt at kigge på organisationen, og fordele det arbejde, som ligger ved siden af det kunstneriske. Hvem vil være god til hvad?

Derudover er det i høj grad vigtigt at involvere sin bestyrelse. Den må ikke se passivt til, men aktivt bidrage, blandt andet til at hjælpe med at forstå regler og indsendelse af ansøgninger.

Det er farligt at devaluere sit eget værd, hvis man samtidig gerne vil tjene penge på sit arbejde.

Hvordan kan man komme til at turnere med sine forestillinger til egnsteatre rundt om i landet?

Det kan være svært at få andre teaterledere til at afsætte tid til at komme og se ens arbejde, specielt hvis man er nyetableret, og særligt, hvis der også skal køres efter det. Det anbefales at man afsætter tid til fysisk at aflægge andre teatre besøg. Man må være opsøgende og fortælle om sit arbejde, da den personlige relation er altafgørende. Derudover anbefales det også at orientere sig mod, hvem det kunne være interessant at co-producere med, da det kan bringe en tiltrængt økonomi i spil. Når man er på besøg hos andre teatre må man selv orientere sig mod, hvilken slags teater man besøger og overveje, om der kunne være muligheder for andre samarbejder end blot salg af færdigproducerede forestillinger.

Altamira anbefales desuden at kigge på, hvilke ydelser de allerede nu leverer lokalt i Holstebro og overveje om ikke disse kan sælges til andre institutioner uden for Holstebro også. I dag underviser spillerne på Talentakademiet, de arbejder på skoler og samarbejder med museer. Der er andre teatre, som har talentskoler tilknyttet, f.eks. Limfjordsteatret og Randers Egnsteater, og det kunne være oplagt at disse fik tilbudt undervisningsmoduler fra Altamira.

Der er desuden uddannede musikere med i Altamira, så musikskoler ville også være oplagt at kontakte. Det anbefales, at Altamira desuden orienterer sig mod Huskunstnerordningen i forhold til at fortsætte samarbejder med skoler mod en honorarydelse.

Overordnet er anbefalingerne

Man må ikke forvente, at blot fordi man har et godt kunstnerisk produkt, så sælger det sig selv.

Det kræver benhårdt arbejde fra alle medvirkende, at få gjort opmærksom på sin trup. Man må afdække kompetencer mellem medlemmerne og fordele arbejdsopgaver, der ligger ud over det kunstneriske med sig.

Man må benytte sig af sit allerede eksisterende netværk, og få dette til at arbejde for sig. Specielt når man er en forening med bestyrelse, er det vigtigt at denne er en aktiv sparringspartner.

Man skal ikke være bange for at læne sig op af allerede kendte samarbejdspartnere som kvalitetsstempel til at åbne nye døre, i dette tilfælde Odin Teatret/Nordisk Teaterlaboratorium.

Fysiske møder med kollegiateatre er nødvendige at tage initiativ til. I første omgang uden salg for øje, men ud fra en nysgerrig tilgang til, hvem andre er, og for at andre teatre får et personligt forhold til sig. I samme omgang lærer man også selv, hvordan det øvrige scenekunstlandskab ser ud.

Det er vigtigt, at man også tænker i samarbejdspartnere og co-produktion. Dette gælder både for at tilføre økonomi til sit scenekunstprojekt, men også fordi en co-producent kan være indgangsvinkelen til at søge ekstern finansiering og kan være garant for kvalitet overfor potentielle købere, som endnu ikke kender til ens navn og særkende.

Hvordan laver man mapping i det internationale felt?

Workshop havde fokus på

International handlingsplan med mapping af internationale kontakter. Forstå hvem der kan være interesseret i og kunne forstå processen, så de kan inviteres til en gennemgang inden premieren, hvem skal inviteres til premieren, og hvem skal inviteres når forestillingen er spillet ind. Få kan evt. involveres mere direkte og inviteres til at give feedback.

Hvad er det her projekt vi gerne vil have partnere med i? Tænk det igennem – map det!

Det er meget klart at invitere partnere ind i talentarbejdet/ungearbejdet. Hvad skal partnere egentlig til for, når projektet bliver til noget lige meget hvad? Vi vil ikke bare spille – vi vil have noget mere.

Diskussion af hvordan man håndtere internationalt arbejde, når man er midt i proces.

Diskussion af hvorfor er det overhovedet er interessant at arbejde med et internationalt perspektiv – hvorfor gider man?

Hvordan følger man op på ISPA/IETM, hvor Glimt pitched projektet? Den kunstneriske grundide er ikke lavet som et kunstnerisk sparringsprojekt – mere en søgen efter formidlingspartnere/co-presenter/Festival/teatre. Man valgte at pitche den for at finde co-producenter. Men så fandt GLIMT og Limfjordsteatret hinanden, hvilket betød at fokus blev flyttet til turnevirksomhed.

Hvilket publikum skal opdyrkes, hvad skal vi give publikum, hvad vil vi dem?

Gode råd

- Brug recidencies til at opbygge et formidlingsnetværk og evt. nære det fremtidige kunstneriske arbejde.
- MAP jeres processer.
- Brug tid på at se de kvaliteter, der allerede ligger i jeres projekt – brug ikke mere tid på at opfinde.
- Det er godt med noget mere struktur i organisation og tænkning. Opfind nogle modeller /sprog for, hvordan man kan udvikle sig som institution. Vær klar i spytet om hvad I ønsker!
- Publikumsudviklingsdelen – hvad, hvor, hvordan. Brug interessenter – vær åbne, vær kommunikative omkring ståsted/proces mv.
- Inviter gerne folk/interessenter ind tidligt i forløbet. Brug folks viden og kompetencer.
- Egnsteatrenes prioritering mere generelt bør overveje styringsværktøjer og planer, kampen om kommunens penge og hvad de går til.... Vi skal tale ind i det – tal udvikling.
- Bestyrelsens rolle er vigtig i italesættelsen af visioner/ambitioner om internationalt arbejde/turne eller....

Hvad er internationalisering?

Det internationale perspektiv i dansk scenekunst og det generelt at arbejde internationalt er komplekst og en bred størrelse. Hvad er internationalisering? Der er mange måder, organisatorisk, strukturelt, publikumsmæssigt og kunstnerisk at gøre dette på.

Teater Grob prøver at lægge arm med globalisering som kunstnerisk tema i kraft af fokus på "danskeren" i forskellige situationer i udlandet og dennes eller deres blik på sig selv og egen identitet, når de er på anden geografisk grund. Teatret har taget udgangspunkt i sin egen kunstneriske identitet og kunstneriske præmis i det nære relationelle for det danske publikum. Med det udgangspunkt er den kunstneriske intention at udfolde det i et værk med en række forestillinger, hvor globalisering skal ligge som en rød tråd.

Workshoppen tog udgangspunkt i og formulerede en række spørgsmål omkring den kunstneriske proces.

ESSENTIELLE SPØRGSMÅL TIL DEN KUNSTNERISKE DIMENSION

- Hvilke potentialer og udfordringer er der i at tænke globalt og langsigtet?
- Udfordrer projektet den kunstneriske identitet – hvordan?
- Hvad lærer I undervejs – hvad ønsker I at tage med videre?
- Er jeres kunstneriske bånd en større forhindring end ressource i forhold til at tage greb med det interkulturelle aspekt og globaliseringen?
- Oplever I at jeres kunstneriske praksis bliver udvidet eller uforandret?
- Hvad er der af fordele og ulemper, hvis vi tager meget stærkt udgangspunkt i vores egen kunstneriske praksis for at kunne agere internationalt?
- Er det vigtigt at være bevidsthed om et internationalt perspektiv for et dansk publikum?
- Udfordrer et internationalt perspektiv den kunstneriske identitet eller komplimentere den?
- Hvor findes globalisering mellem dig og mig i hverdagslivet - hvad er dansk identitet og hvordan er vi lokalt forankret i en global verden?
- Er det vi laver en samfundsmæssig satsning eller er det international strategi?
- Hvad er der af globale elementer i det rum vi præsenterer på en dansk scene?
- Hvor bevarer vi viden om vores processer og erkendelser?
- Hvordan laver vi research, når vi gerne vil væk fra vores egne fordomme og symboler?
- Hvordan modtager vores lokale publikum det internationale perspektiv?
- Hvordan udfordrer det vores kommunikationsstrategier?
- Hvordan arbejder man med scenografi på forestillinger, der er tænkt internationalt i stil og til turne?