

FORMIDLINGSTILSKUD – DEN DEMOKRATISKE STØTTEORDNING

<https://www.proscenium.dk/formidlingstilskud-den-demokratiske-stotteordning/?article-page=>

D.05.12.14

Nytåret nærmer sig og dermed ansøgningsfristen for formidlingsordningens pulje 2 for sæson 2015/16. Hos Teaterbilletter.dk er der deadline for den fælles ansøgning den 17. december, hvilket giver os mulighed for at få styr på de ca. 100 producenter, der traditionelt ansøger pulje 2 tilskud gennem den fælles ordning. Samtidig tilmelder man sig det fælles rabatsamarbejde og sæsonkataloget. Hvis man søger eget formidlingstilskud, er ansøgningsfristen den 4. januar.

Der er ikke geografiske begrænsninger for at være med i det fælles rabatsamarbejde. På salgssitet www.teaterrabat.dk er der således også indgået samarbejde med Odense, Aarhus og Aalborg Teatre om billetsalg og publikums optjening af rabat på tværs. Teaterrabat.dk er i forvejen fælles salgssite for teatrene i Teaterbilletter.dk-samarbejdet og teatrene hos BilletBillet.

Formidlingsordningen er vigtig for salget af billetter med rabat både til voksne og i særdeleshed til børn og unge under 25 år. Den er også vigtig, fordi den er øremærket til det sidste led i et ofte presset budget – nemlig at få publikum i teatret. Der er ingen tvivl om, at det er sjovest for alle, at der sidder et publikum dér på den anden side af den manglende 4. væg – eller at de står over for spilleren i det site-specifikke interagerende drama – eller en helt tredje forståelse af publikum alt efter hvilken type scenekunst man forholder sig til. Scenekunstens magiske nu opstår i relationen mellem kunst(-nere) og publikum. Formidlingsordningen afspejler dette og afspejler behovet for en mangfoldig scenekunst over for et mangfoldigt publikum. Samtidig er det en meget demokratisk støtteordning, der baserer sig på det enkelte teaters/producents billetsalgshistorik.

Er det så en ordning, der tilgodeser de store publikumsmagneter? Nej, statistikken peger i den modsatte retning. Publikum er villige til at betale forskelligt for forskellige typer oplevelser. Kulturministeriets analyse af formidlingsordningen fra 2011 viser, at publikum er villige til at betale langt mere for at gå i Det Kongelige Teater eller til musical på et stort teater end til ny dansk dramatik på en lille scene. Formidlingsordningen giver et fast kronebeløb pr. rabatbillet. Det giver de små teatre med relativt billige priser en stor fordel. De kan nemlig stort set tilbyde ½ pris på en C-billet med fuld dækning fra formidlingstilskuddet, mens de store musicals m.v., der har billetpriser op til 500 – 600 kr. kun kan tilbyde 10 – 15 % rabat. Så den type forestillinger, som publikum i forvejen er villige til at betale dyrt for, kan ikke tilbyde nær så attraktive rabatorordninger som de forestillinger, der måske kræver lidt mere mod og lyst til at prøve nyt af sit publikum. Til det kan man tilføje at det publikumssegment, som kan lokkes til at prøve noget nyt med et godt tilbud til en trængt pengepung ofte er unge under 30 år eller voksne i grupper f.eks. aftenskoler m.v. For slet ikke at tale om hele B/U området, hvor tilskuddet til billetterne er

altafgørende for at skoler og børneinstitutioner overhovedet har mulighed for at komme i teatret.

Formidlingsordningen er altså vigtig for teatrene fordi den er øremærket til formidlingen af billetter – ikke kun til rabatter, men hele synliggørelsen af repertoire og profil inklusiv målrettede tilbud til netop det segment, som teatret henvender sig til. Desuden kan den bruges til at opbygge en loyal publikumsgruppe, hvilket især er relevant for de stationære teatre.

For projektteatrenes vedkommende kan formidlingsordningen lige nøjagtig være den brik, som gør at man tør kaste sig ud i opsætningen af sit projekt, fordi tilskuddet er knyttet an til billetsalget. Det er ofte helt unge kompagnier, som tager chancen og opsætter forestillinger kun baseret på billetsalget – og ikke mindst på den sikkerhed, der ligger i det formidlingstilskud, som udløses. Det er de færreste, som kan lægge et produktionsbudget baseret på billetindtægter, men med formidlingstilskuddet bliver det et muligt regnestykke, især hvis man har en god fornemmelse af hvordan man finder sit publikum f.eks. via sociale medier. Dermed er tilskud fra formidlingsordningen også med til at give bedre muligheder for nye kompagnier og sikre udvikling i dansk scenekunst.

Man kan efterlyse flere ting i formidlingsordningen f.eks. mere fleksibilitet i forhold deadline og mulighed for at søge flere gange årligt, større fleksibilitet for de såkaldte budgetteatre, minimumspriser, der i højere grad tager højde for skoler og institutioners budgetter til teaterbesøg – og ikke mindst afrapportering af forholdet mellem rabatsalg og løssalg på forestillingsniveau i stedet for producentniveau. Men alt dette er teknikaliteter. Det væsentlige er at formidlingsordningen er guld værd for dansk teater – og for teatrenes publikum – både de trofaste, dem der kommer i grupper og ikke mindst børn og unge – mere om dem en anden gang.

Johanne Prah
Teaterbilletter.dk