



VIRKSOMHETSPLAN 2013 FOR KULTURHUSENE BLÅ GROTTE OG ST.CROIX

1. Planforutsetninger

Kommuneplan 2011-2023 – samfunnsdelen – vedtatt i Bystyret 10. februar 2011, har følgende 3 prioriterte innsatsområder:

- Kunnskap
- Kultur
- Klima

1.1 Lover og forskrifter

Kulturloven

1.2 Kommunale styringsdokumenter

1.2.1 Kommuneplanens samfunnsdel - Kultur



i Fredrikstad gjennom å prioritere:

Kultur:

- Attraktive møteplasser i sentrum og i lokalsamfunnene (3.2.M-6)
- Gode kultur- og idrettstilbud til barn og unge (3.2.M-7)
- Attraktive kulturbegivenheter og arrangementer (3.2.M-8)
- Å løfte fram vår fremste kulturarv (3.2.M-12)
- Et godt ry som arrangørby (3.2.M-9)
- Et synlig og levende studentmiljø (3.2.M-10)
- Arenaer for kulturbaserte opplevelser (3.2.M-13)
- Hovedidrettsanlegg som er tilgjengelig for alle (3.2.M-12)

Kunnskap:

- Å videreutvikle Fredrikstad som studentby (3.2.M-1)
 - Å motivere barn og unge til kunnskap (3.2.M-2)
- (punktene i parantes refererer til Kommuneplanens Samfunnsdel side 27)

1.2.2 Kommunedelplan Kultur – strategier og satsningsområder der Blå Grotte og St. Croix vil være viktige aktører

- Utvikle gode oppvekstmiljøer og møtearenaer som oppleves inkluderende
- Samarbeide med studentsamskipnaden om attraktive kultur og fritidstilbud for studenter, eldre ungdom og unge bosettere.
- Kulturhusene Blå Grotte og St. Croix ønsker å sikre byen et kulturelt mangfold av forestillinger og konserter, med sine ulike lokaler og størrelser på scenene. Ambisjonen vil kreve ytterligere profilbygging og programmering. St. Croix-huset legger også til rette for et bredt spekter av kulturaktiviteter, slik at alle kan gis en mulighet til deltagelse og opplevelser. Huset har et særskilt fokus på å gi barn og ungdom en mulighet til å øve og utvikle kunnskap og talent. Man må dermed være lydhøre i dialogen og samspillet med "de unge" som har nese for nye impulser og skiftende tegn i tiden.

2. Blå Grotte og St. Croix – mål, verdigrunnlag, arrangementer og aktivitet

2.1 Verdigrunnlag - filosofi

- Være med å styrke folks bevissthet om Fredrikstad som en levende og mangfoldig kulturby, som har "nese" for nye impulser og skiftende "tegn" i tiden.
- Behandle og ha respekt for ulike kulturuttrykk som sees på som likeverdige.
- Dialog og samspill med ulike brukere, kulturarenaer og kunst- og kulturutøvere. Menneskers ulike ressurser skal inviteres fram. Gi draghjelp og motivere de som vil noe. Være en arena der mennesker både kan yte og nyte.

Gjelder for:	Hovedansvarlig:	Revideres av:	Godkjent av:	Kommentar:
Blå grotte og St. Croix	Kulsli Heidi J	Kulsli Heidi J	Kulsli Heidi J	
Utskriftsdato:	Antall sider:	Dokumentansvarlig:	Revideres innen:	Gyldig fra:
28.05.2013	5	Kulsli Heidi J	30.08.2013	01.01.2013

- Bære preg av **foranderlighet, å være underveis**, og dermed ikke stivne i formen. **Åpen holdning/ antenne til strømninger** i tiden, nye brukere, arrangører og leietakere. Rom for **eksperimentering, samspill og kontrast**.
- **Kvalifiseringsarena**, og en arena for framførelse av **musikk, scenekunst og utstillinger**.
- En **sosial, kulturell, tolerant og inkluderende møteplass, der kontakter knyttes og nettverk bygges**.
- **Verne, fremme og legge til rette** for et **bredt spekter av kulturaktiviteter**, slik at **alle** skal ha **mulighet** til å delta og oppleve **et mangfold av kulturuttrykk**.

2.2 Kjerneoppgaver

- Gi befolkningen mulighet til å **oppleve** og **utøve** kunst og kultur på ulike, men godt egnede kulturarenaer.
- Bygge nettverk mellom ulike arenaer, miljøer, kulturutøvere og ressurspersoner – kulturutvikling
- At det lokale kulturliv skal føle en tilhørighet til kulturarenaene, gjennom et godt samspill og dialog, og utleiepriser som fremmer aktivitet.
- Være attraktive utleiearenaer for større konferanser og kulturarrangementer til mindre lokale grupperinger og organisasjoner
- Bidra til å gjøre Fredrikstad til en attraktiv studentby
- Planlegge, utvikle, initiere, veilede, stå ansvarlig og legge til rette for aktiviteter til barn og ungdom – i hovedsak St. Croix-huset

2.3 Mål, strategier, aktiviteter og målekart

Blå Grotte og St. Croix – Mål:	Tiltak:
Blå Grotte og St. Croix-huset skal være byens best tilrettelagte konsert- og scenekunstarena, både for artister og publikum.	Scener og saler skal tilfredsstille dagens krav til fasiliteter og teknisk utstyr. Ansatte skal inneha etterspurt og nødvendig kompetanse. Publikums- og artistarealene skal framstå hyggelige og funksjonelle. Ha gode rutiner for effektiv og serviceorientert drift.
Befolkningen skal gis mulighet til å oppleve og utøve et mangfold av kunst og kultur med kvalitet, og ulike aktiviteter	St. Croix-huset: - 8 trad.sessions i samarbeid m/ Østfold musikkråd. - 4 sceneproduksjoner i samarbeid m/ SAFT - Kjøpe 8 band/ artister fra ulike management som i hovedsak rettes mot unge voksne - Arrangere UKM og minimum 15 rusfrie konserter for ungdom - Kjøpe inntil 4 forestillinger pr. år med målgruppe barn/unge/familie - Utstillinger i Galleri Gangen - Kafeen som et uformelt treffsted m/ scene for konserter. Spesielt tilrettelagt for barn m/ eget lekerom - Kreativiteter for barn på lørdager. 3 verksteder pr. halvåret. Blå Grotte: - 4 klassiske konserter - 2 jazzkonserter - 2 dans/ visuell scenekunstforestillinger - 6 teaterforestillinger (inkl. Riksteateret) - 2 rockekonserter m/ flatt gulv - 2 Familiekonserter - 2 konserter rettet mot ungdom under 18 år Legge tilrette, veilede og leie ut til ulike arrangementer, aktiviteter, lag og foreninger og kurs/-konferanser og møter. Ovennevnte punkter er der virksomheten er ansvarlig arrangør, alene eller i samarbeid med andre. I tillegg kommer utleie av scener og saler, der andre er arrangører.
Bygge nettverk og ha dialog og	Nasjonale: Riksteateret, div. management, Toffenlive A/S.

samspill med ulike produsenter og ressurspersoner	Regionale: Østfold musikkråd, Østfold Kulturproduksjon, Østfold Teater. Lokale: Korps og kor, Fredrikstad, lokale produsenter/ arrangører/ organisasjoner.
St. Croix-huset – Mål:	Tiltak:
Stimulere og synliggjøre ungdoms egne kulturuttrykk	Musikkøvingsrom: Mulighet for 42 øvingsøkter pr. uke for band/ artister.
Å motivere ungdom til kunnskap	Rockeværste, 20 elever , instrumentalundervisning i trommer, el-gitar og bass. 6 workshops/klinikker Oppmuntre, legge til rette, være "fødselshjelper" for dans ,
Å motivere barn til kunnskap, kreativitet og egenutvikling	Administrere Kreative verksteder for 100 barn og unge i samarbeid med lokale kunstnere med aktivitet 1 g pr uke pr verksted. (F.eks: Skulptur, keramikk, tegning/ maling, drama, kor, kreativ skrijving, teatersminke, kostyme eller annet). Arrangere Kreativiteter for barn fra 1. klasse 3 lørdager pr. halvår. Daglig lekestue for barn. Rolige familietilstelninger lørdager i desember med fremvisninger fra bl.a Kreative Verksteder.
Gi barn og unge opplevelser innen teater, musikk og utstillinger	Gi barn mulighet til selv å presentere seg på ulike scener og arenaer og gi dem et publikum:
Gi barn og unge mulighet til å vise fram det de selv driver med	konserter, teaterforestillinger og utstillinger.
Kulturhusenes program, innhold, aktiviteter og fasiliteter skal være godt kjent i befolkningen og overfor potensielle leietakere	Web-sider , Stcroix-huset.no og blaagrotte.no. Utgivelse av program – to ganger pr. år. Ukentlige annonser – 40 uker i året, noe nettannonsering, plakater, ulike kulturkalendere, nyhetsbrev, facebook

2.4 Servicemål:

Publikum, artister og andre brukere av kulturhusene kan forvente å møte hjelpsomme, imøtekom-mende og kompetente ansatte, som vil veilede og informere. Som bruker/ besøkende eller som publikum av husene, **forventer vi respekt** for andre menneskers kulturelle uttrykk, bakgrunn og engasjement. Husene er åpne for innspill, initiativ og tilbakemeldinger.

St. Croix-huset skal være en tilgjengelig kulturarena for byens befolkning. Faste åpningstider på 63 timer pr. uke. I snitt ligger man høyere p.g.a arrangementer fredag og lørdag kveld. Av 52 lørdager i året, har huset åpent 30 lørdager. Huset følger i hovedtrekk skoleruta.

2.5 Målekart:

Fokus-område	Kritiske suksess-faktorer	Indikator	Siste måling	Mål 2012	Mål 2013	Måle-skala
Brukere/ kvalitet	Tilpasse tjenester til brukernes behov	St. Croix-huset: Ant. brukergrupper . Måles en gang pr. år Ant. Arrangementer pr år. Måles hver måned Ant. leieavtaler . Måles to ganger pr. år. Antall solgte billetter (ny)	208 424 145 5.362	200 400 150	200 490 150 5.400	antall
		Blå Grotte: Ant. åpne arrangementer Blå Grotte Ant. utleiedager (lukkede) Blå Grotte Ant. Utleiedager hotellet Ant. Åpne arrangementer Speilet Ant. Utleiedager (lukkede) Speilet Antall solgte billetter (ny)	72 64 13 45 41 18.416	80 55 20 55 35	84 48 24 36 36 18.600	antall
Med-arbeidere	Godt arbeidsmiljø	Medarbeidertilfredshet	4,60	4,6	4,6	1-5
	Økt tilstedeværelse	Nærvær i %	91,25	95	95	
	Læring og utvikling	Medarbeidernes opplevelse av hjelp og støtte på jobben	4,53	4,6	4,6	1-5
	Medarbeidere vet hva som forventes av dem	Medarbeidernes opplevelse av læring og utvikling gjennom utfordrende oppgaver	4,40	4,5	4,5	1-5
		Medarbeidernes opplevelse av hva som forventes av dem	5,00	4,8	4,8	1-5

Økonomi	God økonomistyring	Avvik budsjett i %: St. Croix-huset Blå Grotte	-0,8 8,3	0,0		%
	Effektiv ressursbruk	Inntekter i kafeen. Måles en gang pr. måned. Snitt pr. mnd.	1.223	1.200	1.200	1000 kr.
		Ant. årsverk praktikanter/lærlinger. Måles en gang pr.år	2,2 2,2	1,4 1,4	1,0 1,0	Årsverk

2.6 Fysiske rammer:

Blå Grotte:

- Sal Blå Grotte som standard har **sitteplass til 450** i amfi inkl galleri, med fleksibel løsning med skyveamfi. Det kan arrangeres konserter med stående publikum eller arrangementer hvor det kan settes frem bord og stoler.
- **Speilet** i fast amfi med **135 sitteplasser**.
- Foajeer i forbindelse med sal Blå Grotte og Speilet hvor det er salgssteder med sittegrupper. Foajeer som kan brukes til mindre arrangementer.

St. Croix-huset:

- **Kafeen** – husets hjerte
- **Galleri Gangen** – utstillingsarena for alle
- **Toer'n** – Base for husgruppa på dagtid, utleie kveldstid
- **Scener – Store sal** – for teater og større konserter. Formet etter black-box prinsippet. **Lille Sal** – Scene for mindre konserter & teater. **Scene Sans** for mindre konserter.
- **Flere aktivitetsrom** – i ulik størrelse som brukes til forskjellige aktiviteter
- **Verksteder, mørkerom, keramikk, studio, musikkøvingsrom – rockecontainer.**
- 2. Etasje på huset er kontorer til **administrasjon fritidsklubber**, og utleie til **Sceneteppes**.

2.7 Økonomi – personal:

Hele virksomheten	2012	2013
Brutto utgifter	13.202	13.643
Inntekter	5.098	5.119
Netto utgifter	8.104	8.524

Blå Grotte og St. Croix-huset har **totalt 15,2 årsverk** fordelt slik:

Virksomhetsleder – 1 årsverk. Daglig koordinatør/ programansvarlig Blå Grotte 1,0 årsverk.

Utleieansvarlig og stedfortreder St. Croix-huset 1 årsverk. Utleieansvarlig Blå Grotte 1 årsverk.

Programmering og aktiviteter innen barn, ungdom og voksne og markedsføring 3,6 årsverk.

Markedsføring Blå Grotte 1 årsverk.

Kafeen St. Croix-huset 2,2 årsverk.

Lyd-, lys- og sceneansvarlig Blå Grotte og St. Croix-huset 3,2 årsverk.

1,0 årsverk merkantilt område Blå Grotte og St. Croix-huset.

2.8 Utfordringer:

Drift:

- Øke bruken av foajeen på Blå Grotte og scenen på Speilet gjennom: Lørdag formiddagskonserter i samarbeid med lokal produsent. Invitere unge uetablerte musikere til å bruke scenen gratis. Åpen scene prosjekt. Samarbeide med lokale og uetablerte produsenter.
- Bygge opp et kvalitetsbevisst publikum innenfor ulike sjangere som erfaringsmessig ikke har stor publikumsappell gjennom å: Spisse markedsføringen til grupper vi mener vil ha interesse for slike produksjoner. TV-skjerm med reklame i et av glassmonterne på utsiden av Grotta.

Investeringer:

I kommuneplanen punkt 3.2.S-14 står det "styrket fokus på våre kommunale virksomheter som innbydende treffsteder". Skal man ta dette på alvor må det settes av mer ressurser til vedlikehold og oppgraderinger.

- Oppgradere teknisk utstyr på Speilet gjennom: Ny lysmixer og mer kabling ift strøm og signaler
- Bytte ut vinduene i foaje Blå Grotte med skyvevinduer. Oppgrader og skifte ut møbler
- Behov for intimsal med 200 til 300 sitteplasser, men hvor det er behov for et stort scenerom. Skille av Blå Grotte salen med scenetepper/ rullegardiner.
- Gjøre inngangspartiet til St. croix-huset mer innbydende, gjennom kunstprosjekt og mer lyssetting for å gjøre det mer innbydende.
- Street-art/ grafitti turløype fra Verdensspeilet opp trappa mellom rådhuset og Blå grotte til St. Croix-huset. Etablere et kunstprosjekt på Blå Grotte veggen inn mot rådhuset.