



Aarhus Festuge

Den 28.6. 2016

Indledning

Aarhus Festuge så dagens lys første gang i 1965 og har siden da udviklet sig til en stor kulturaktør med stolte traditioner og samtidig altid med fornyelse og progres for øje. Fremadrettet skal Festugen udvikle sig på basis af en overordnet vision, sammenfattet i dette strategidokument: [Aarhus Festuge Vision 2022.](#)

Med udgangspunkt i Festugens bestyrelse er visionen udviklet i en proces med involvering af mange forskellige aktører, både sponsorer og medarbejdere, kulturaktører og andre samarbejdspartnere. Strategien er primært et internt dokument. Det skal bruges til at sikre kontinuitet og langsigtet klarhed samt som grundlag for stadig improvisation.

At Aarhus Festuge har en skriftligt formuleret vision er nyt. Og det er vigtigt at sige, at strategi og vision ikke er i stedet for det sædvanlige festugeprogram – det skal vi selvfølgelig have også! Men vi vil lave noget mere og noget andet end "blot" det årlige program. Festugen kan bedre udvikle sig i både form og indhold, hvis der er en rød tråd, der rækker flere år frem.

Bestyrelsen har formuleret succeskriterierne for de kommende år og den nye direktør, hvilket er indarbejdet i strategien, således:

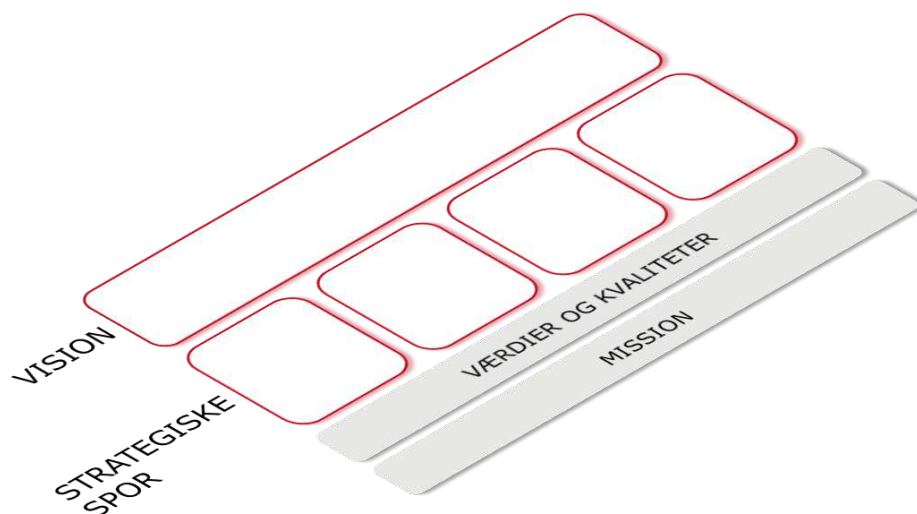
- Sikre et program med et højt kunstnerisk niveau, der inspirerer, overrasker og udfordrer et bredt publikum
- Sikre balancen mellem kontinuerligt at udvikle Festugens form og fastholde det særlige, som Aarhus Festuge er rundet af
- Favne og inddrager det lokale kulturliv
- Formå at skabe en synergieffekt mellem Aarhus Festuge og Aarhus 2017 - og i den sammenhæng etablere, koble og forankre nye netværk nationalt og internationalt
- Gennemføre en visionsproces for Aarhus Festuge

Vi glæder os til at realisere den sammen med alle gode samarbejdspartnere!

Juni 2016 - Rikke Øxner
Direktør for Aarhus Festuge

Visionens grundelementer

Opbygningen af visionsdokumentet kan illustreres således:



Visionen

Visionen arbejder med et femårs sigte og beskriver det billede af Aarhus Festuge, som vi gerne vil realisere frem til 2022. Den er organisationens egen overordnede ledestjerne, men den er også grundlag for at invitere til samarbejde med alle, der medvirker til at realisere Festugens vision. Både visionen og de strategiske spor er agile overfor påvirkninger over tid og kan justeres efter behov.

De strategiske spor

De Strategiske Spor konkretiserer og kvalificerer visionen i form af fire gennemgående Spor. De skal fungere som retningsmarkører på vej i realisering af visionen.

Værdier og kvaliteter

Værdier og kvaliteter er alt det, vision og realisering skal "stå på" – fundamentet. Værdierne beskriver det grundlag, organisationen vil arbejde på og være kendt for (internt fokus). Kvaliteterne beskriver de kriterier, organisationen ønsker skal være bærende i de forskellige samarbejder og i de resultater, der skabes (eksternt fokus).

Missionen

Missionen beskriver organisationens primære formål. Her tages udgangspunkt i den selvejende institutions vedtægter

Vision 2022 – Aarhus Festuge

I 2022 opleves Aarhus Festuge sådan:

Aarhus Festuge er MIN festuge. Den er med til, at **JEG** er stolt af at være århusianer, og den giver mig lyst og tillid til at bidrage og blande mig i byen, kulturen, udviklingen. Den har medvirket aktivt til, at Aarhus er blevet en bedre, rigere og mere inspirerende by at bo i. Festugen løber af stablen 10 dage i august/september, men den er også en dynamisk og synlig kulturaktør året rundt som del af byens og festugens eget årshjul.

Høj kunstnerisk kvalitet og mangfoldighed i festugeprogrammet sikrer både aktiv deltagelse, betagelse og bjergtagelse, og Aarhus Festuge fastholder og udvikler sin position som landets største kulturbegivenhed. Festugen er en internationalt anerkendt og attraktiv begivenhed; kendt for sin modige og innovative måde at arbejde med kunst, kultur, involvering og samarbejde på, og kendt for at vise hvordan kultur kan være drivkraft for nye måder at tænke på.

Festugen opererer **strategisk og langsigtet** med treårige temaer og længerevarende partnerskaber. Herved har de øvrige kulturaktører, samarbejdspartnere og sponsorer lettere ved at spille med, markedsføre Festugen eller koble sig på Festuge-brandet, og organisationen selv har mulighed for at skabe langsigtede effekter og fremstå med en tydeligt italesat profil og stor synlighed på mange platforme.

De strategiske spor

Den overordnede vision konkretiseres og kvalificeres i form af fire **strategiske spor**:

- Spor 1 – Medejskab blandt borgere, besøgende, erhvervsliv, kulturliv og kommune
- Spor 2 – Kultur som forandrings- og sammenhængskraft
- Spor 3 – Professionelle netværk og 2017-videreførelse
- Spor 4 – Traditioner og fornyelse

De Strategiske Spor beskrives i det følgende:

SPOR 1 Medejskab blandt borgere, besøgende, erhvervsliv, kulturliv og kommune

Festugens kunstneriske kvalitet er høj og funderet på mere end 50 års professionel indsats. Begivenhed såvel som brand rummer store potentialer. Med henblik på at udnytte ressourcerne optimalt skal der nytænkes, så langt flere aktører direkte og indirekte medvirker til afvikling af den konkrete begivenhed og til at sikre optimal synlighed og positiv historiefortælling. Ligeledes skal organisationen geares, så denne i højere grad bliver i stand til at arbejde strategisk, facilitere, uddelegere, netværke, følge op.

Festugen vil – som en væsentlig supplerende del af sin arbejdsform – søge dialog og samarbejde med byen. Det gælder enkeltborgere og borgergrupper, virksomhederne, de handlende, interesseorganisationer, andre kulturinstitutioner, de forskellige kommunale forvaltninger m.fl. En videreudvikling af Festugens frivillige organisering er en central del af dette.

Alle steder, hvor det giver mening, skal de forskellige aktører i stigende grad have lyst til at være en del af Festugens strategi, ligesom Festugen vil søge dialog i forhold til de øvrige relevante aktørers mål og opgaver. På den måde vil der opstå langt mere synergi og fælles udnyttelse af de kulturelle og byudviklende platforme - med gensidig udfordring og styrket branding af såvel Festugen som hele byen.

SPOR 2 – Kultur som forandrings- og sammenhængskraft

Festugen har vist sig særdeles stærk, når det gælder forandringskraft. Dette skal videreudvikles og udnyttes i stadig større dimensioner. Der skal eksperimenteres med risikovillighed og stor plads til "det skæve"; der skal arbejdes med mere retningsbestemte eksperimenter og med afsøgning af varige nyskabende resultater.

Kulturen som drivkraft skal også bringes i spil i forhold til at skabe nye kunstneriske og arkitektoniske udtryk, nye kulturelle fællesskaber, samarbejder på tværs af kunstarter, nationaliteter, sektorer.

Samtidig er Aarhus Festuge kendt som det sted, det tidspunkt og det forum, hvor tråde knyttes på tværs af de gængse skel og tankesæt. Sammenhæng og sammenhold skaber tillid og overblik for den enkelte og for byen. Det skal der arbejdes med i både lille og stor skala. Fx ved at understøtte og iscenesætte rum og rammer for det gode møde, det nye vækstlag, det nye byliv. Og fx ved at tænke i og synliggøre særlige forbindelser og ruter i byen og i programmet – med forskellige temaer, oplevelser, dialogplatforme.

SPOR 3 – Professionelle netværk og 2017-videreførelse

Aarhus Festuge arbejder i stigende grad netværksorienteret og med strategiske samarbejder og partnerskaber. Det gælder både i forhold til de primære aktører omkring festugeprogrammet, de finansielle samarbejdspartnere, sponsorer og byens handlende samt de øvrige kunst-, kultur- og videninstitutioner.

Internationalt medvirker Festugen til at tiltrække og sammenbinde byens netværk med relevante udenlandske og tværnationale netværk. På den måde skal der arbejdes med at skabe stærkere og bredere forankring, så det bliver "byens kontakter", og så disse netværk medvirker til at styrke den gængse globale bevidsthed for borgere og bysamfund. På sigt vil det ligeledes styrke Festugens rekrutteringsbase, så flere interessante kunstnere ønsker at være del af programmet.

Aarhus som Europæisk Kulturhovedstad 2017 er en kæmpe satsning for Aarhus Kommune såvel som hele regionen og det øvrige Danmark. Denne støtter Aarhus Festuge op om ved at bidrage aktivt i forskellige samarbejdsprojekter. Sammen med centrale kulturinstitutioner vil Festugen arbejde med i videst muligt omfang at tilbyde sig som platform og brobygger for videreførelse af projekter og netværk, initieret i forbindelse med Aarhus 2017.

SPOR 4 - Traditioner og Fornyelse

Aarhus Festuge udfordrer til stadighed balancen mellem tradition og fornyelse. Faste Fyrtårnstraditioner skal udvikles og konsolideres, samtidig med at Festugens program også altid repræsenterer fornyelse og overraskelser – begge dele med høj kunstnerisk kvalitet. Denne kombination medvirker til, at Aarhus Festuge positionerer sig tydeligt og stærkt i den stadig stigende oplevelsesøkonomiske konkurrence, nationalt som internationalt.

Med henblik på at gøre Festugen synlig som aktør året rundt skal der udvikles et årshjul med både faste traditioner og plads til nye tiltag, samarbejder, platforme. Som udgangspunkt skal forårshalvåret bruges til eksternt orienterede aktiviteter, så som synlighedstiltag, interaktiv dialog med byen og aktivering af festugens tema, samt kulturelle appetizers frem til den egentlige Festugebegivenhed.

Efterårshalvåret er til gengæld primært dedikeret til internt orienterede aktiviteter, så som organisatorisk læring og kapacitetsudvikling, i Festugens egen organisation og i fællesskab med relevante uddannelsesinstitutioner og evt. kulturinstitutioner. Med tiden kan aktiviteten udvikle sig til et Festugeakademi, hvor også eksterne aktører – som fx kreative erhverv og unge iværksættere – kan deltage.

Organisationens fundament

Aarhus Festuges værdier er internt orienterede og beskriver det grundlag, organisationen ønsker at arbejde på og være kendt for - sammenfattet i fire punkter:

- En VI-organisation – Medejerskab, Medskaben og Medansvar
- Åbenhed og tillid - lyst til udveksling og gensidig læring og udvikling
- Højt ambitionsniveau og styr på fagligheder og roller
- Vovemod, højt til loftet og godt forankret

Kvaliteterne er eksternt rettede og beskriver de kriterier, organisationen ønsker skal være bærende i samarbejde og resultatskabelse – sammenfattet i fire punkter:

- **Den faglige platform** tager udgangspunkt i et bredt kulturbegreb med respekt for og inddragelse af både en stærk kunstfaglighed og en bredere kulturfaglighed. Supplerende hertil arbejder vi bl.a. både med socialantropologiske og arkitektur-fagligheder.
- **Ressourcer og roller** i Festugens organisation omfatter personer og kompetencer, der sikrer, at Festugens strategi realiseres bedst muligt
- **De gode historier om Festugen** skal fortælles ofte og højt. De skabes, fortælles og forstærkes af alle byens borgere - kulturens og byens ambassadører
- **Frivillige** er en stor, aktiv og ligeværdig ressource. De frivillige tager og får ejerskab og ansvar

Festugens mission er formuleret i vedtægterne som følger:

”Aarhus Festuge har til formål at tilrettelægge og gennemføre en årlig kulturfestival, der styrker kulturens placering i samfundet. Den er international samtidig med, at den favner lokal og national kunst og kultur. Den har fokus på professionel kunst og kultur af høj kunstnerisk kvalitet. Samtidig fungerer den som et vindue for semiprofessionel og amatørkunst og –kultur og en platform for dialog og udveksling på tværs. Festivalen tilrettelægges og præsenteres i samarbejde med byens øvrige kulturinstitutioner og aktive kulturudøvende.

Ud over den årlige kulturfestival kan organisationen medvirke til/tage initiativ til at gennemføre andre kulturelle begivenheder...”