



LILLESTRØM KULTURSENTER

Teaterforestillinger  
Festiver  
Musikaler  
Show  
Konserter  
Jans  
Mat & Drikke

Utkast - 7. januar 2015

# Mål og strategi 2016-2026

for stiftelsen  
Lillestrøm Kulturforum/  
Lillestrøm Kultursenter



Teaterforestillinger  
Revyer  
Musikaler  
Show  
Konserter  
Dans  
Mat & Drikke



*Lillestrøm Kinoteater en gang på 1930-tallet.  
Fotograf er Alf Røed, Akershus Arbeiderblad.*

## INNHold

1. Innledning
2. Status for virksomheten
3. Mål og strategi
  - A. Mål og strategi for Lillestrøm kultursenter 2016-2026
    - o Visjoner og verdier
    - o Budskap-Slagord
    - o Fokusområder
    - o Visuell profil
    - o Etterlatt inntrykk
  - B. Utvikling av kulturkvartalet i Kirkegata
  - C. Etablering av utendørsarena i Lillestrøm
  - D. Økonomisk utvikling for Stiftelsen Lillestrøm Kulturforum
4. Virksomhetsplan for 2016 - 2026



*Lillestrøm Kultursenter på 1990-tallet.*



*Lillestrøm Kultursenter etter etter moderniseringen og påbyggingen i 2006.*



# 1. Innledning

Stiftelsen Lillestrøm Kulturforum (Stiftelsen) er en ideell stiftelse, som ble stiftet av lag og foreninger 17. april 1991. Stiftelsen har drevet Lillestrøm Kultursenter siden 1991.

Driften er regulert gjennom to avtaler med våre premisleverandører, som vi samarbeider tett med:

- en kulturfaglig driftsavtale med Skedsmo kommune (med støtte til kulturelt innhold)
- en teknisk driftsavtale med eier av Lillestrøm Kultursenter, Lillestrøm Kulturbygg AS (daglig drift, renhold, vedlikehold m.m.)

I 2016 har Stiftelsen 25-årsjubileum, og det er 10 år siden ”nye” Lillestrøm Kultursenter åpnet. I 2005 ble det utviklet en kommunikasjonsstrategi og virksomhetsplan, som har vært god å støtte seg til for organisasjonen. Den har også vært viktig for Lillestrøm Kultursenters gode utvikling og resultater.

Lillestrøm Kultursenter er i dag blant landets rimeligste kulturbygg, med hensyn til byggekostnader og drift. Når ca. 250 000 mennesker passerer årlig gjennom dørene, og det selges ca. 80 000 billetter til våre arrangement, opplever vi at målene fra 2005 er nådd med god margin.

På denne bakgrunn ønsker vi å etablere et nytt mål- og strategidokument, som skal peke ut veien videre for en ny 10-års periode. Dokumentet vil primært være retningsgivende for stiftelsens styre og ansatte. Innholdet skal også på en grei måte beskrive Stiftelsens mål og strategier for allmennheten. Eksisterende kommunikasjonsstrategi og grafisk profil opprettholdes.

Mål- og strategidokumentet vil følges opp av en ny virksomhetsplan, med handlingsprogram. Virksomhetsplanen vil være Stiftelsens daglige styringsdokument. Den vil inneholde generelle målsettinger med kvantitative mål og metodebeskrivelser. Virksomhetsplanen rulleres hvert tredje år.

Når vi i mål- og strategidokumentet bruker benevnelsen Lillestrøm Kultursenter, så er det underforstått Stiftelsen Lillestrøm Kulturforums mål og strategier som beskrives. Dette er forankret hos eiendommens eier, Lillestrøm Kulturbygg AS og Skedsmo kommune. Våre planverk speiler de mål og strategier Skedsmo kommune og Lillestrøm Kulturbygg AS uttrykker i sine planverk.

Skedsmo kommunes kommuneplan har innenfor kulturområdet følgende målsetting:

**Skedsmo kommune skal være regionens mest interessante besøksmål og Østlandets beste bosted for alle som er opptatt av kultur.**

*Dette skal oppnås gjennom tre strategier:*

**Strategi 1:**  
Ivareta bredde og mangfold i Skedsmos kulturliv.

**Strategi 2:**  
Etablere forpliktende, langsiktig samarbeid mellom kommune, kulturliv og næringsliv om sentrale felles oppgaver.

**Strategi 3:**  
Etablere kulturelle fyrtårn.

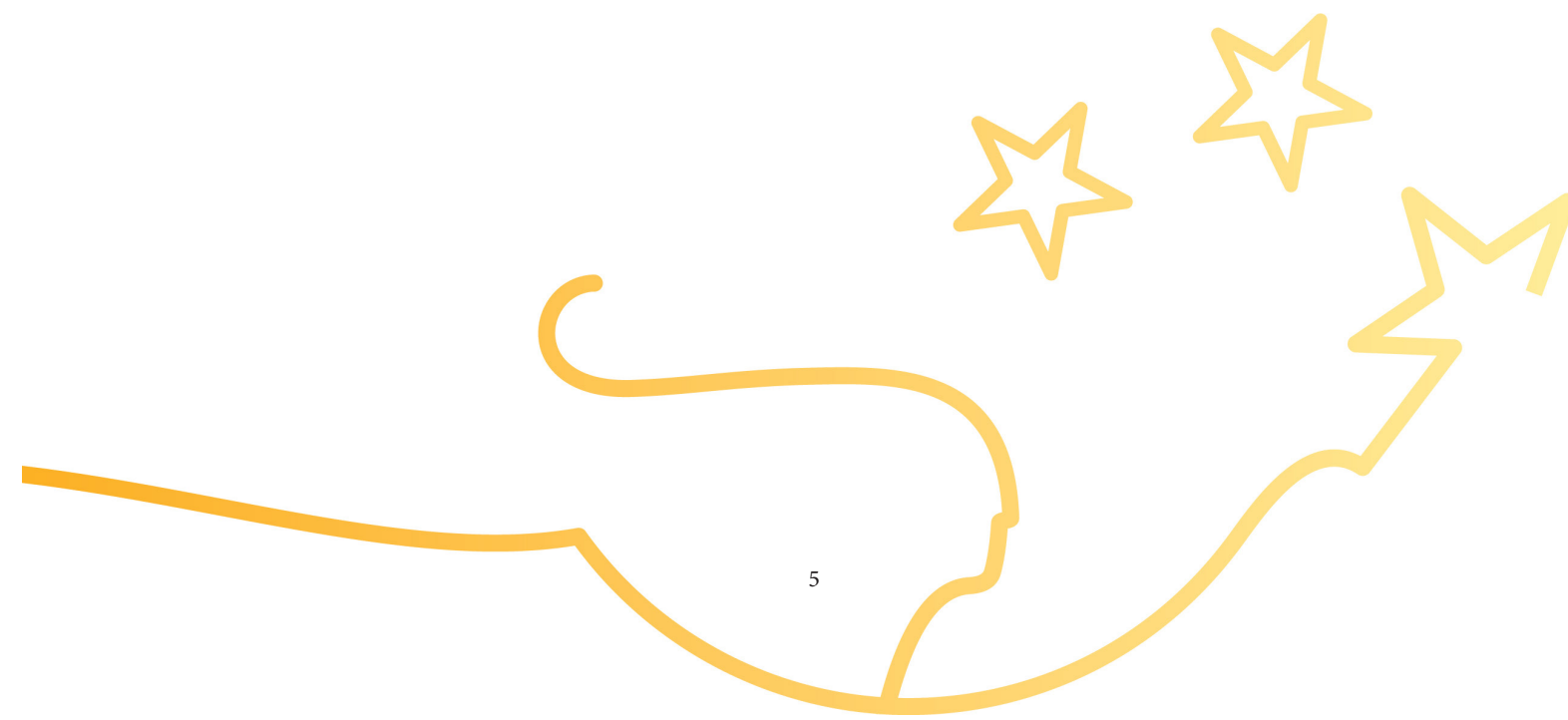
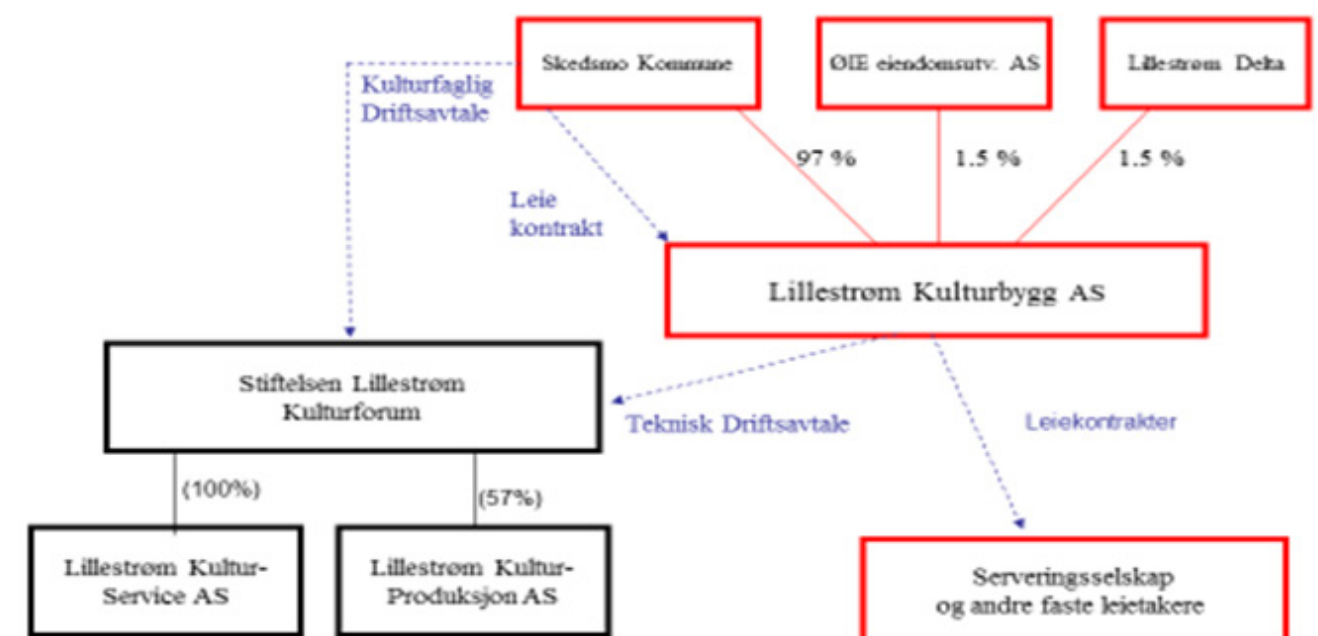
Dette danner grunnlaget for utarbeidelsen av Stiftelsens planverk. Vi ser på Lillestrøm Kultursenter som fyrtårn, samarbeidspartner og arena for bredde og mangfold.

Lillestrøm Kulturbygg AS eier Lillestrøm Kultursenter og alt innbo/løsøre. Skedsmo kommune er største aksjonær med 97 % av aksjene i selskapet. De to øvrige aksjonærene er ØIE Eiendomsutvikling AS og Lillestrøm Delta AS med 1,5 % av aksjene hver.

Lillestrøm Kulturbygg AS sitt styre består av fire personer. Styret har satt bort driften av anlegget til Stiftelsen Lillestrøm Kulturforum. Alt større vedlikehold og investeringer gjennomføres innenfor selskapets økonomi. Stiftelsen innhenter og innstiller tilbud, samt utfører noe egeninnsats i denne sammenheng.

Lillestrøm Kulturbygg AS leier ut lokaler til Skedsmo kommune (kulturlokalene som stilles til disposisjon for Stiftelsen Lillestrøm Kulturforum), Akershus Teater, Norsk Ballettinstitutt og Scene 5 (kultursenterets serveringsvirksomhet). Disse leiekontraktene utgjør hoveddelen av selskapets økonomi.

## Eier og driftsstruktur



## 2. Status for virksomheten ved inngangen til 2015

Lillestrøm Kultursenter har etter utvidelsen i 2006 blitt et moderne og godt kulturhus. Vi har fire saler av forskjellig karakter, størrelse og kvalitet. Det er i tillegg møterom, verksted og flere øvingsrom på huset.

Vi huser også Akershus Teater og Norsk Ballettinstitutt. Scene 5 bidrar med et godt serveringstilbud, slik at møter, konferanser, events og kulturtilbud gjennomføres med egnet servering. Scene 5 tilbyr i tillegg en rekke kulturarrangement i egen regi, som for eksempel bok- og vitenkafé, quiz og smaksarrangementer.

Det er ca. 250 000 brukere av anlegget hvert år. Totalt har vi ca 1200 utleieforhold og ca. 200-250 arrangementer med billettsalg pr år. Billettsalget har stabilisert seg på mellom 80-85 000 pr år. I 2014 setter vi ny rekord, med over 90 000 solgte billetter.

Stiftelsen eier Samfundet – et forsamlings-lokale beliggende i Rådhusparken. Stiftelsen fikk denne eiendommen i gave av Lillestrøm Arbeidersamfund, som er en av Stiftelsens stiftere. Samfundet leies ut til lag og foreninger, samt til privatpersoner i forbindelse med bryllup, konfirmasjon, jubileer og lignende. Samfundet er for øvrig det eneste Stiftelsen selv eier. Alt annet eies av Lillestrøm Kulturbygg AS.

Salg av tjenester er også en viktig del av stiftelsens daglige drift. Ansvar for teknisk gjennomføring av Byfesten er et eksempel på dette.

## 3. Mål og strategi

### A) Mål og strategi for Lillestrøm Kultursenter 2016-2026

#### Hovedmål:

Vi skal være et av Norges fremste kulturhus når det gjelder å skape kulturelle opplevelser innenfor musikk, dans og teater.

#### Våre målsettinger:

Vi skal:

1. Presentere scenekunst i sin fulle bredde (teater, konserter, dans, m.m.).
2. Skape regionens beste kulturtilbud til barn/familie, voksne og seniorer.
3. Legge til rette for arrangementer for mennesker med flerkulturell bakgrunn
4. Skape regionens beste markedssamarbeid mellom næringsliv og kultur.
5. Legge til rette for egenproduksjon og co-produksjon av scenekunst.
6. Utvikle Lillestrøm Kultursenteret til regionens beste arena for innendørsfestivaler.
7. Jobbe for en god utvikling av Kulturkvartalet i Kirkegata.
8. Jobbe for at Lillestrøm får en god utendørsarena for musikk/scenekunst.

#### Visjoner og verdier:

Vi ønsker å videreføre de visjoner, verdier og slagord som ble utarbeidet for Lillestrøm Kultursenter i 2006.

#### Visjon/ledestjerne:

Følgende visjon (ledestjerne) er gjeldende for Lillestrøm Kultursenter og alle ansatte:

### Vi skal gi alle lyst til å komme tilbake!

Å GI alle LYST til å komme tilbake, vil kreve en ekstra innsats når det gjelder engasjement, service, kundebehandling og teknisk tilrettelegging av arrangementer.

#### Våre verdier:

All intern og ekstern kommunikasjon og adferd på Lillestrøm Kultursenter bygger på disse grunnleggende verdiene:

- **Gjестfri**
- **Offensiv**
- **Pålitelig**
- **Oppfinnsom**

Disse verdiene gir føringer for hvordan vi kommuniserer og for hvordan vi oppfører oss. I utdypet forstand får de noen konsekvenser for vårt daglige virke:

#### Gjестfri

Betyr at vi byr på oss selv, internt som eksternt. Vi skal være åpne, humorfylte og uformelle. Opplevelsen av et besøk eller et møte med oss, skal være imøtekommenhet, glede og entusiasme. Alle er i utgangspunktet våre gjester, og skal føle seg behandlet som venner.

#### Offensiv

Betyr at vi er tydelige og uredde. Vi må våge å være utradisjonelle og ha fokus på det markedet vi lever av. Vi skal satse på ytterligere heving av kompetanse- og servicenivå, og være problemløserne. Engasjement skal vises gjennom initiativ og begeistring. Vi skal by på opplevelser våre gjester ikke finner andre steder.

#### Pålitelig

De løftene vi gir, skal vi holde. Vi skal være tilstede – for hverandre og for kunden. Vi skal sette fokus på konstruktivt samarbeid, kunne stole på de vi jobber sammen med og ta ansvar for kundens opplevelser. Vi skal bygge tillit og gode relasjoner.

#### Oppfinnsom

Kreativitet skal oppmuntres og bejubles. Det skal være lov å tenke nytt og utradisjonelt. Vi skal oppleves som oppfinnsomme, fargerike og annerledes. Vi skal se muligheter og løsninger. Vår vitalitet skal oppleves gjennom et levende, pulserende og skapende miljø – samt nye produkter.

## Budskap

Som en forlengelse av verdier og visjon skal følgende løfte kommuniseres til markedet:

### **Du kan bare begynne å glede deg!**

#### **I dette ligger følgende:**

- Vi byr på store opplevelser!
- Vi byr også på en ramme rundt opplevelsene, som gjør dem til høytidsstunder.
- Vi byr på et bredt spekter av kultur, noe for enhver smak.

For å bygge merkevaren Lillestrøm Kultursenter, er det viktig at dette budskapet kan dramatiseres, at det fungerer i annonsering, at det fylles med troverdighet og at det gjenkjennes av målgruppen over tid.

#### **Visuelt:**

Det visuelle uttrykket til Lillestrøm Kultursenter skal gjenspeile verdiene våre og visjonen vår. For å oppnå dette er annonser, plakater, nettsider etc. utformet i samme mal. Virkemidler, språk og bilder skal bære preg av varme, åpenhet og kreativitet. Det er laget en egen visuell profil og denne ligger i bunn for alt vi gjør på alle visuelle arenaer.

#### **Etterlatt inntrykk:**

Lillestrøm Kultursenter leverer en kombinasjon av opplevelser, atmosfære og en kundebehandling jeg ikke finner andre steder.

Dette vil jeg oppleve igjen!

**Vi skal gi alle lyst til å komme tilbake!**



## Fokusområder

Fokusområdene er det vi jobber systematisk med og som behandles særskilt i vår virksomhetsplan. Her fremgår prioriterte satsninger og hvordan vi skal jobbe med fokusområdene. Kvantitative mål for hvert fokusområde kommer også frem i virksomhetsplanen.

#### **Publikum**

- Barn og familie
- Voksne
- Seniorer

#### **Kulturliv**

- Arrangører/leietakere
- Artister, kunstnere, musikere
- Lokalt kulturliv, amatører
- Flerkulturelle arrangementer

#### **Egenproduksjon og co-produksjon**

- Musikk
- Teater
- Festival

#### **Samarbeidspartnere**

- Offentlige
- Private/næringsliv

#### **Kommersielle aktører**

- Kurs og konferanse
- Event
- TV-produksjon
- Utleie

#### **Noen generelle salgsargumenter for fokusområdene:**

- God beliggenhet (Kulturkvartalet i Lillestrøm, Romerike og Oslo)
- Nærhet til offentlig kommunikasjon, samt restauranter i sentrum
- Universell utforming
- Gode formidlingslokaler med forskjellige størrelser og fasiliteter
- Ansatte med høy, faglig kompetanse
- Gode markedsføringskanaler
- Godt serveringstilbud

## 4. Virksomhetsplan 2016-2026

Virksomhetsplanen er vårt styringsdokument i hverdagen. Her er våre generelle målsettinger, brutt ned i kvantitative mål og beskrivelse av metode.

1. **Innledning**
2. **Mål**
3. **Organisering**
4. **Personell**
5. **Økonomi**
  - A) Rammebetingelser
  - B) Langtidsbudsjett
  - C) Resultatsprognoser
6. **Aktivitet**
  - D) Utleiesatser (lokalt kulturliv/profesjonelle/næringsliv)
  - E) Budsjetter for billettsalg, brukere, aktivitet m.m.
  - F) Langtidsprognoser
7. **Innhold/programmering**
  - G) Barn/unge
  - H) Voksne
  - I) Seniorer
  - J) Utleie til lokalt kulturliv (utleiepolitikk)
  - K) Utleie til profesjonelt kulturliv (utleiepolitikk)
8. **Servering**
9. **Egen og co-produksjon**
10. **Investering**
11. **Markedsføring**
12. **Samarbeidspartnere fra næringsliv**
13. **Offentlige samarbeidspartnere**
14. **Oppsummering**
15. **Handlingsprogram?**

#### **B) Kulturkvartalet**

Det pågår et arbeid som har som mål å utvikle sentrumsnære eiendommer i Kirkegata til et Kulturkvartal. Her har Stiftelsen ingen formelle interesser, men vi forholder oss likevel til disse planene som viktige for vår virksomhet.

Vi vil – med vår kompetanse og drift – være en viktig bidragsyter både på kort og lang sikt når det gjelder utvikling av kulturkvartalet.

*Dette vil utdypes i eget dokument.*

#### **C) Utendørsarena**

Skedsmo kommune og Lillestrøm by har behov for en utendørsarena som er tilrettelagt for større konserter, utendørsteater/spel, festivaler og øvrige arrangement. En slik arena vil kunne bidra til å forsterke vår virksomhet i lavsesong, samt økt aktivitet i byen for øvrig.

*Dette vil utdypes i eget dokument.*

#### **D) Økonomisk utvikling**

Stiftelsen Lillestrøm Kulturforum har utarbeidet en plan for å styrke Stiftelsens egenkapital. Denne planen følger mål- og strategidokumentet og virksomhetsplanen for perioden 2016-2026.

*Dette vil utdypes i eget dokument.*



**Du kan bare  
begynne å  
glede deg!**



LILLESTRØM KULTURSENTER