

Resultatkontrakt

Oktober, 2007/mg

Charlottenborg Udstillingsbygning/Kunsthall Charlottenborg 2008-2011

1. Indledning

Kontrakten mellem kulturministeren og departementet på den ene side og Charlottenborg Udstillingsbygning, herefter kaldet Kunsthall Charlottenborg, på den anden side fastlægger de ønskede resultater af institutionens virksomhed i kontraktperioden og de vilkår, der politisk gives herfor. Kontraktens status fremgår af afsnit 8.

2. Mission

Kunsthall Charlottenborg tjener som et nonkommercielt udstillings- og mødested for kunsten. Kunsthallen skal favne sine brugere med lige dele åbenhed og udfordring.

Med udgangspunkt i samtidens problemstillinger og gennem udstilling og udveksling med internationalt arbejdende kunstnere, danske som udenlandske, skal Kunsthall Charlottenborg skabe nærværende debat og refleksion.

Kunsthall Charlottenborg er en del af Kulturministeriet, som består af et departement og mere end 40 styrelser og kulturinstitutioner.

Kulturministeriets mission:

Gennem kunst og kultur skaber vi adgang til dannelse og udvikling for mennesker og samfund.

Kulturministeriets vision:

Kultur der beriger og bevæger.

3. Vision

Kunsthall Charlottenborg sigter mod at komme på omdrejningshøjde med internationale kunsthaller og skal have for øje at udnytte og optimere stedets enorme potentiale til gavn for alle slags kunstinteresserede brugere.

4. Strategiresume

Kunsthall Charlottenborg er midt i en forandringsproces med en lang række tiltag for at opnå større synlighed og hermed en langt større brugergruppe. Tidligere var Charlottenborg Udstillingsbygning en ramme for danske kunstnersammenslutningers forskelligartede udtryk tillige med udstillinger bestemt af bestyrelsen og effektueret af sekretariatet. Nu har Charlottenborg Udstillingsbygning fået en ny bekendtgørelse, en ny bestyrelse og en ny faglig direktør – og et nyt navn i offentligheden: Kunsthall Charlottenborg.

Bestyrelsen udarbejder de overordnede visioner for huset, og direktøren og medarbejderne tilrettelægger udstillinger, formidling og andre aktiviteter i overensstemmelse med visionen. Den nye struktur har til formål at skabe en tydelig udstillingsprofil for huset og vil via professionalisering være i stand til at agere

fokuseret såvel som internationalt og dermed synliggøre husets hidtil uudnyttede potentiale for de mange publikummer. Med vægt på kuratorisk nytænkning i udstillingerne såvel som udadvendt og vedkommende formidling skal aktiviteten i Kunsthall Charlottenborg - kunsten og kunstnernes hus - både være historisk forankret og nutidigt forbundet. Kunsthall Charlottenborgs profil skærpes med udgangspunkt i fire nye udstillingsformer: samarbejdsprojekter med internationale institutioner og kuratorer, egenproducerede udstillinger, samarbejde med ansøgere om udstillinger og endelig samarbejde med Charlottenborg Fonden om større markering af Forårsudstillingen. Desuden hentes der løbende viden til udstillingsarbejdet via det såkaldte 'foreign office' – en mindre gruppe af kunstnere, kuratorer og udviklere fra den internationale kunstscene.

Nærværende resultatkontrakt og strategi ligger således i lige forlængelse af de spadestik mod et nyt Charlottenborg, som ministeriet allerede har taget: Først rapporten fra en arbejdsgruppe nedsat af kulturministeren, dernæst den nye bekendtgørelse og endelig en ny bestyrelse og direktør.

Repositionering

I lyset af de nye tiltag for Kunsthall Charlottenborg følger nye indsatsområder som alle forholder sig konstruktivt til kulturministerens kulturpolitiske fokusområder. Den nye strategi har for øje at skabe et langt mere åbent og uformelt mødested for de mange kunstbrugere i alle aldre.

Kunsthall Charlottenborg skal derfor forandres og forankres gennem målsætninger om at skabe et nyt udstillingsfokus med internationalt omdrejningspunkt, at styrke formidlings- og markedsføringsindsatsen og at udbygge partnerskaber med erhvervslivet, lokale institutioner og andre kunstaktører i ind- og udland.

Nyt udstillingsfokus

Der skabes en samlet og enslydende udstillingsprofil med internationalt omdrejningspunkt. Udstillingsprogrammet udgøres af samarbejdsprojekter med internationale institutioner og kuratorer, egenproducerede udstillinger, udstillinger udarbejdet sammen med ansøgere og endelig Forårsudstillingen, der er et samarbejde med Charlottenborg Fonden. Alle udstillinger er del af den samlede profil for Kunsthall Charlottenborg og markedsføres alle af huset selv.

Der vil således være en rød tråd igennem årets udstillingsmoduler; forår, sommer, efterår og vinter. Udstillingernes kvalitet øges og det kuratoriske greb prioriteres og strammes med henblik på at skabe grobund for en bred formidlingsindsats og dermed gøre Kunsthall Charlottenborg mere synlig.

Der etableres et såkaldt 'foreign office' af internationale rådgivere (kuratorer, kunstnere, udviklere) som har til opgave at give Kunsthall Charlottenborg input til brug til det daglige udstillingsarbejde.

Det internationale perspektiv prioriteres og sammentænkes med den danske scene med henblik på at styrke husets faglighed.

Kunsthall Charlottenborg som anerkendt national og international kunstinstitution

Institutionen og dens medarbejdere anvender og udvikler netværk til samarbejdspartnere i udlandet med henblik på gennem vidensflow at højne udstillingsniveauet og dermed skabe en tydelig udstillingsprofil for stedet. Den nye udstillingskvalitet skal tiltrække diverse medier fra ind- og udland med henblik på at optimere synlighedsindsatsen af Kunsthall Charlottenborg.

Formidlings- og markedsføringsindsats

For at nå visionen for Kunsthall Charlottenborg præciseres en række tiltag for at åbne huset for langt flere kunstbrugere. Alle tiltag på formidlings- og markedsføringsområdet er tænkt i en sammenhæng, som har for øje at danne et solidt grundlag for, at huset i fremtiden kan være en demokratisk og uformel platform for mødet med kunsten.

Husets formidler er en naturlig del af udstillingsteamet og er således med fra opstarten af en udstillingsproduktion. Kunsthall Charlottenborg skal udarbejde formidlingsmateriale til børn og unge, og der lægges vægt på anderledes formidling med inddragelse af nye medier.

Kunsthistorikere (evt. ældre studerende), vil fungere som kunsthalsværter. De tager sig af omvisninger, workshops og anden formidling, men runderer også i salene og samtaler uformelt med publikum i løbet af dagtimerne.

Som både alternativ og tilføjelse til udstillingerne vil mulighedsrummet **Mezzanin** (det gamle Mellemdæk) være en mødeplads for samtidskunstens mangfoldige udtryksformer. Mezzanin skal fungere som ramme for nonkommercielle kunstaktiviteter og enkeltstående begivenheder som artist talks, debatter, seminarer, diskussioner, performances, oplæsninger, screenings osv. Hver udstilling på 1. sal 'fortsætter' efter åbningsdagen på Mezzanin i form af en række relevante aktiviteter. Når hverken Kunsthall Charlottenborg eller husets samarbejdspartnere bruger Mezzanin, vil det vederlagsfrit kunne benyttes af kunstarbejdere, som kan booke det direkte på kunsthallens hjemmeside. Mezzanin vil i meget høj grad defineres af sine brugere, hvorfor det også er oplagt at se mere på de strategier såvel som ressourcer, der knytter sig til begrebet brugerdreven innovation.

Et øget fokus på kommunikation er essentielt i ønsket om at komme uden for murene med den nye profil og således tiltrække langt flere publikummer end hidtil. Området gøres til et selvstændigt fokusområde i institutionen og en kommunikationsmedarbejder får til opgave at udarbejde en PR- og markedsføringsstrategi.

Der iværksættes en ny visuel identitet omkring det nye navn, Kunsthall Charlottenborg, og der etableres en ny hjemmeside med nye funktioner og søgemuligheder, og som stemmer overens med den samlede visuelle identitet.

Med nye procedurer udadtil følger naturligt et kig på processerne indadtil. Derfor klarlægges og styrkes husets interne kommunikation og organisation ved tilbagevendende strategidage for alle medarbejderne samt ved fælles optimering af transport af information. Der udarbejdes en organisationsplan for institutionen i samarbejde med medarbejderne. Desuden præciseres medarbejdernes arbejdsprofiler i forhold til forandringerne.

Partnerskaber med erhvervslivet, lokale institutioner og andre

Kunsthall Charlottenborg forventer at kunne hente væsentlige sponsorater hjem til udstillingsproduktionen. Dels via fonde og offentlige støtteordninger i Danmark såvel som i udlandet, dels ved aftaler om udstillingssponsorater med større virksomheder. Samarbejderne vil også blive forsøgt initieret på formidlings- og kommunikationsområdet. Også Mezzaninen forventes at tiltrække støtte og sponsorater. For et effektivt samarbejde med sponsorer og bidragsydere tænkes sponsoraterne sammen med husets modydelser i form af omvisninger og specialaktiviteter samt udlån af bygningens faciliteter til firmaarrangementer udenfor åbningstiden.

Der udarbejdes en sponsorplan for koordinering af indsatsen med afsæt i den rådgivning og sparring der er opnået gennem et såkaldt 'advisory board' af professionelle erhvervsfolk. Dette rådgivningsorgan skal ses som en mulighed for etablering af netværk i erhvervslivet og vil samtidig supplere, realisere og perspektivere bestyrelsens økonomi- og sponsorudvalg.

Sammen med Danmarks Kunstbibliotek og Det Kgl. Danske Kunstakademis Billedkunstskoler etableres et formaliseret samarbejde kaldet Komplex. De tre institutioner repræsenterer tre forskellige vidensformater indenfor kunsten: udstilling, uddannelse og forskning/vidensdeling. Det er oplagt, at institutionerne bruger hinanden mere, men det er lige så oplagt, at brugerne af den ene institution kender til de andre institutioner. Geografisk set er alle institutionerne en del af Charlottenborgkomplekset, og derfor afholdes der hvert år åbent hus med debatter og fest på tværs af de tre institutioner.

Det lokale samarbejde styrkes af fælles formidlings- og markedsføringstiltag med de fire andre kunsthaller eller kunsthallsignende institutioner i København: Gl. Strand, Kunsthallen Nikolaj, Den Frie Udstillingsbygning og Overgaden.

Der arbejdes desuden aktivt og løbende med andre institutioner, såsom eksempelvis Statens Værksteder på Gl. Dok, om gensidig væksthæmmende samarbejder og synergier. Slutteligt initieres der også udstillingssamarbejder på tværs af landet med andre kunsthaller og museumsinstitutioner.

Faciliteter

Huset gennemgår en mindre istandsættelse af vægge og gulve i udstillingssalene. Skranke, info- og formidlingsbase flyttes til trappesalen på 1. sal. Kontorer flyttes til det tidligere caféområde, og restaurant flyttes til forhallen. Køkkenet etableres i de mod gården liggende kontorer.

På sigt skal huset gennemgå en omfattende bygningsmæssig renovering med henblik på at kunne imødekomme de krav, som museumsinstitutioner, og i stigende grad også private ejere, i ind- og udland stiller ved udlån af værker. Dette drejer sig om etablering af klimastyring samt opgradering af lysstyring og sikkerhed. Denne omkostning, der forøges pga. fredningsforhold og det sandsynlige behov for et helt nyt tag, er vurderet til at være omkring 150 millioner kroner og forsøges indhentet via private fonde. Bestyrelsens arkitekturudvalg har løbende denne dagsorden for øje.

Styringsfokus

Gennem et nyt udstillingsfokus, markering af kunsthallen som anerkendt kunstinstitution nationalt som internationalt, en styrket formidlings- og markedsføringsindsats samt udbygning af partnerskaber med erhvervsliv, lokale institutioner og andre vil Kunsthal Charlottenborg være i stand til at levere en udstillingsproduktion og en formidling af markant anden kvalitet. Det strategiske fokus er derfor på disse hovedmål for herigennem at opnå et kunstnerisk mødested af international standard og dermed opfylde visionen indenfor kontraktperiodens fire år.

5. Mål og resultatkrav

Afsnittet er struktureret efter produktet i opgavehierarkiet. Nedenfor er vist en samlet oversigt over afsnittets mål. Bilag 2 omfatter en samlet oversigt over vægtingen af såvel mål som de enkelte resultatkrav i kontraktperioden.

5.1. Produkt 1: Udstillinger og kunstnerisk mødested

Det produkt Kunsthal Charlottenborg leverer til omverdenen er udstillinger og et kunstnerisk mødested. For at kunne levere et så godt produkt som muligt, vil Kunsthal Charlottenborg fremover nytænke og skærpe husets udstillingsprofil og give denne et bredere internationalt tilsnit. En anden forudsætning er opprioritering af kunsthallens markedsføringsindsats og formidlingsaktiviteter. Og endelig vil en tættere kontakt til eksterne partnere også være en forudsætning for at kunne levere det ønskede produkt.

Produkt	Mål	Vægt
		2008/2009/2010/2011
Udstillinger og kunstnerisk mødested	1.Kunsthal Charlottenborg skaber nyt udstillingsfokus med internationalt omdrejningspunkt	65/65/65/65
	2.Kunsthal Charlottenborg styrker formidlings- og markedsføringsindsatsen	25/25/25/25
	3.Kunsthal Charlottenborg udbygger partnerskaber med erhvervslivet, lokale institutioner og andre	10/10/10/10
Målenes samlede vægt i kontraktperioden		100/100/100/100

Mål 1: Kunsthal Charlottenborg skaber nyt udstillingsfokus med internationalt omdrejningspunkt

For at udleve visionen er et nyt udstillingsfokus helt centralt for Kunsthal Charlottenborg. Der gennemføres fire årlige udstillingsmoduler, hvor der både vil være samarbejdsprojekter med internationale institutioner og kuratorer, egenproducerede udstillinger, udstillinger udarbejdet sammen med ansøgere og endelig Forårsudstillingen, der afholdes af Charlottenborg Fonden. Her samarbejder Kunsthal Charlottenborg med fonden, så alle udstillinger bliver en del af husets samlede udstillingsprofil.

Mezzaninen bruges aktivt i udstillingerne og anvendes desuden som mødeplads for samtidskunstens mangfoldige udtryksformer.

Mål	Resultatkrav	Frist	Målemetode	Vægt 08/09/10/11
Kunsthal Charlottenborg skaber nyt udstillingsfokus med internationalt omdrejningspunkt	1. Der afholdes udstillinger i sommer-, efterårs- og vintermodulet initieret eller arrangeret af Kunsthal Charlottenborg.	Årligt	Konstatering/ nøgletal for omkostninger og besøgstal	38/38/38/38
	2. Forårsudstillingen afholdes af Charlottenborg Fonden. Kunsthal Charlottenborg samarbejder tæt med Charlottenborg Fonden med henblik på at fastholde en fokuseret udstillingsprofil for kunsthallen.	Årligt	Konstatering/ bedømmelse. Nøgletal for omkostninger og besøgstal	2/2/2/2
	3. Etablering af samarbejdsaftale mellem Charlottenborg Fonden og Kunsthal Charlottenborg.	2008	Samarbejdsaftale foreligger	1/0/0/0
	4. Udstillingerne skal være af en sådan kvalitet, at de tiltrækker opmærksomhed fra mindst tre landsdækkende medier samt et udenlandsk.	Løbende for hver udstilling	Konstatering/ presseklip, optælling af omtaler og anmeldelser.	6/7/7/7
	5. 75 % af udstillerne er internationalt arbejdende kunstnere, dvs. kunstnere, danske som udenlandske, som også udstiller udenfor Danmark.	Årligt	Konstatering	6/6/6/6
	6. Afholdelse af arrangementer på Mezzanin (debatter, talks, screenings etc.) med direkte relevans til de enkelte udstillinger.	Årligt	Konstatering og optælling	6/6/6/6

	7. Besøgstallet i Kunsthal Charlottenborg er min. 50.000 i 2008; 65.000 i 2009 og 80.000 i 2010 og 100.000 i 2011.	Årligt	Konstatering og optælling	2/2/2/2
	8. Det samlede besøgstal til de store udstillinger er min. 35.000 i 2008; 45.000 i 2009; 55.000 i 2010 og 70.000 i 2011	Årligt	Konstatering og optælling	4/4/4/4
Målets samlede vægt pr år:				65/65/65/65

Mål 2: Kunsthal Charlottenborg styrker formidlings- og markedsføringsindsatsen

Et andet vigtigt element i Kunsthal Charlottenborgs samlede strategi er at styrke de forskellige formidlingsaktiviteter. Udstillingerne skal således indeholde formidlingsprogrammer, der henvender sig til kunsthallens brugere.

I forsøget på at gøre Kunsthal Charlottenborg mere synlig vil der også være et øget fokus på markedsføringen af institutionen, blandt andet i form af etablering af en ny og bedre hjemmeside.

Mål	Resultatkrav	Frist	Målemetode	Vægt 08/09/10/11
Kunsthal Charlottenborg styrker formidlings- og markedsføringsindsatsen	9. Udarbejdelse af samarbejdsaftale med Skoletjenesten ¹ .	2008	Samarbejdsaftale foreligger	1/0/0/0
	10. For hver udstilling udarbejdes der et formidlingsprogram for børn såvel som voksne.	Løbende for hver udstilling	Konstatering/optælling	11/11/11/11
	11. En eller flere kunsthalsværter varetager den daglige formidling i udstillingerne.	Løbende for hver udstilling	Konstatering/optælling	7/7/7/7
	12. Der opbygges en ny hjemmeside med min. 50.000 antal årlige hits. Der forventes en stigning i antal hits med 5.000 pr. år i kontraktperioden.	2008: 50.000 2009: 55.000 2010: 60.000 2011: 65.000	Elektronisk optælling	6/7/7/7
Målets samlede vægt pr år:				25/25/25/25

Mål 3: Kunsthal Charlottenborg udbygger partnerskaber med erhvervslivet, lokale institutioner og andre

¹ Når samarbejdsaftalen foreligger aftales der i forbindelse med årsrapportdrøftelserne resultatkrav for aktiviteter knyttet til skoletjenesten på baggrund af samarbejdsaftalen.

Kunsthall Charlottenborg ønsker at fremstå mere synligt i forhold til eksterne partnere fra erhvervslivet, lokale institutioner og andre kulturinstitutioner rundt om i landet. Derfor er et udbygget samarbejde med sådanne forskellige partnere også en vigtig forudsætning for at udleve kunsthallens vision. Kunsthall Charlottenborg vil tilstræbe at indhente sponsorater og etablere et *advisory board*. Samtidig vil der også være et øget fokus på de ydelser, som kunsthallen kan levere til samarbejdspartnerne, blandt andet i form af omvisninger og specialarrangementer.

Mål	Resultatkrav	Frist	Målemetode	Vægt 08/09/10/11
Kunsthall Charlottenborg udbygger partnerskaber med erhvervslivet, lokale institutioner og andre	13. Finde samarbejdspartnere i erhvervslivet for dækning af mindst 10 % af omkostningerne for hver udstilling i 2008 og 2009 og 15% i 2010 og 2011	Årligt	Konstatering/ optælling	4/4/5/5
	14. Der etableres og drives et 'advisory board' af erhvervsfolk.	2008 og årlig drift	Konstatering	2/2/1/1
	15. Afholdelse af en årlig dag i samarbejde med Det Kgl. Danske Kunstakademis Billedkunstskoler og Danmarks Kunstbibliotek med åbent hus på tværs af institutionerne, kaldet <i>Kompleks</i> .	Årligt	Konstatering/ evaluering	4/4/4/4
Målets samlede vægt pr år:				10/10/10/10

Klare mål

I henhold til Kulturministeriets politik for klare mål og mere åbenhed (jf. Effektiviseringsstrategien 2004-2007) skal Kunsthall Charlottenborg formulere klare mål for alle brugerrettede opgaver.

Kunsthall Charlottenborgs klare mål for 2008-2011 fremgår af bilag 3.

6. Kontraktøkonomi

Kontraktens bevillingsmæssige grundlag fremgår af nedenstående tabeller:

Budget - driftsbevilling						Tabel 1
Mio. kr., 2008-prisniveau	<i>Regnskab 2007</i>	Budget 2008	Budget 2009	Budget 2010	Budget 2011	<i>Budget 2012</i>
Hovedkonto 21.21.31.						
Nettoudgiftsbevilling	7,9	8,2	8,1	8,3	8,1	8,1
+ kontraktmidler (finanslovsbevillinger)	0,0	0,3	0,3	0,3	0,3	0,0
+ midler fra formidlingspuljen (§ 21.33.02.)	1,0	1,0	1,0	1,0	0,0	0,0
- Evt. effektiviseringskrav	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nettoudgiftsbevilling i alt	8,9	9,5	9,4	9,6	8,4	8,1
Driftsindtægter	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Andre indtægter (tilskud m.v.)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Forbrug af reserveret bevilling, jf. tabel 2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tipsmidler i medfør af resultatkontrakt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bruttobevilling	9,7	10,2	10,1	10,3	9,1	8,8
Overført overskud primo	0,5	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Til disposition i alt	10,2	10,7	10,1	10,3	9,1	8,8
Omkostninger i alt	10,2	10,7	10,1	10,3	9,1	8,8
- heraf forbrug af overført overskud	-0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Overført overskud ultimo	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Budget for anvendelse af reserveret bevilling						Tabel 2
Mio. kr., 2008-prisniveau	<i>Regnskab 2007</i>	Budget 2008	Budget 2009	Budget 2010	Budget 2011	<i>Budget 2012</i>
Reserveret bevilling primo året	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Skoletjeneste	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Forbrug af reserverede midler i året	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reserveret bevilling ultimo året		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Investeringsbudget						Tabel 3
Mio. kr., 2008-prisniveau		Budget 2008	Budget 2009	Budget 2010	Budget 2011	<i>Budget 2012</i>
Langfristet gæld primo		0,3	0,5	0,5	0,5	0,5
+ anskaffelser		0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
+ tilgang fra bygge- og IT-kredit		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- afdrag på langfristet gæld		0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Langfristet gæld ultimo		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Bygge- og IT-kredit primo		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
+ igangværende projekter		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- overførte projekter til langfristet gæld		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bygge- og IT-kredit ultimo		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Samlet gæld		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Låneramme		0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Udnyttelsesgrad i pct.		71,4%	71,4%	71,4%	71,4%	71,4%

Opgavefordelt budget**Tabel 4**

Omkostninger (brutto) Mio. kr., 2008-prisniveau	<i>Regnskab</i> 2007	Budget 2008	Budget 2009	Budget 2010	Budget 2011	Budget 2012
Generel ledelse og administration samt hjælpefunktioner	5,8	5,9	5,8	6,0	5,8	5,8
Udstillinger og kunstnerisk mødested	3,0	4,3	4,3	4,3	3,3	3,0
I alt	8,8	10,2	10,1	10,3	9,1	8,8

Budget for anvendelse af kontraktmidler til forbrugsomkostninger**Tabel 5**

Omkostninger (brutto) Mio. kr., 2008-prisniveau		Budget 2008	Budget 2009	Budget 2010	Budget 2011	Budget 2012
Kommunikationsmedarbejder		0,3	0,3	0,3	0,3	0,0
I alt		0,3	0,3	0,3	0,3	0,0

7. Rapportering af resultater

Kunsthall Charlottenborg rapporterer årligt om opfyldelsen af resultatmålene efter de til enhver tid gældende regler og retningslinjer herfor. I forbindelse med rapporteringen for kontraktens næstsidste år skal Kunsthall Charlottenborg udarbejde en samlet rapportering om resultatopnåelsen i hele kontraktperioden, dvs. om de hidtidige resultater og de forventede resultater i resten af perioden. Rapporteringen er en del af grundlaget for forhandlinger om ny resultatkontrakt.

8. Kontraktens status

Denne resultatkontrakt er ikke en kontrakt i almindelig juridisk forstand. Der ændres ikke ved ministeransvaret og de almindelige instruktionsbeføjelser i forholdet mellem departement og institutionen. Gældende lovgivning og hjemmelskrav, budget- og bevillingsregler, overenskomster mv. skal følges, med mindre der er tilvejebragt hjemmel til fravigelse. Departementet kan tilbagekalde eller ændre kontrakten eller dele heraf i kraft af de almindelige instruktionsbeføjelser.

Som udgangspunkt skal mindre ændringer af ansvarsområde eller af aftalte målsætninger håndteres inden for de aftalte bevillingsmæssige rammer. Det samme gælder for mindre bevillingsmæssige ændringer, som i udgangspunktet ikke giver anledning til en ændret opgavesammensætning eller ændringer i de krav, der stilles i forbindelse hermed.

Større ændringer af institutionens opgaver og aktiviteter eller af aftalte målsætninger vil altid give anledning til en genforhandling af institutionens bevillingsmæssige grundlag. Omfattende ændringer i institutionens bevillingsmæssige grundlag vil kunne give anledning til en genforhandling af resultatkontrakten.

Resultatkontrakten er ikke til hinder for, at der sker tilførsel eller bortfald af bevillinger i forbindelse med ressortændringer.

Den . december 2007

Den . december 2007

Kulturministeriet

Kunsthall Charlottenborg

Brian Mikkelsen

Bo Nilsson

Kulturminister

Direktør

Erik Steffensen

Bestyrelsesformand

Bilag

Bilag 1: Opgavehierarki

Bilag 2: Samlet oversigt over vægtning af mål og resultatkrav

Bilag 3: Skema over klare mål