

Ansøgning

AudioDramaBizz

- en oplevelsesorienteret serviceydelse med et højt indhold af viden

Et interaktivt mesterværk... Det er en fantastisk forestilling, der er tæt på at kunne få absolut topkarakter. Den får 5 store stjerner...

MetroXpress om AudioMoveDramaet ”Korridor”

Ideen med at fange tilskueren i et ”indre teater” hvor state-of-the-art teknologi og konkrete indslag fra den virkelige verden smelter sammen, er helt genial.

Jørn Bo Kristiansen, PILGRIM A/S

Oplevelsesøkonomi ved Aarhus Universitet er meget interesseret i at indgå som aktive videnspartnere i AudioDramaBizz projektet, som vi anser for at kunne være et værdifuldt bidrag til den oplevelsesøkonomiske udvikling i regionen.”

Dorthe Refslund Christensen, Aarhus Universitet

Udvikling af interaktiv dramaturgisk formidling til offentlige rum er en spændende udfordring for pervasive computing, og vi ser mange nye forretningsområder indenfor undervisning, turisme, teambuilding, museer, oplevelsesparker mv.

Kaj Grønbæk, Center for Interactive Spaces/Alexandra Instituttet

Projektets Formål

Projekt AudioDramaBizz' formål er at udvikle et helt nyt og unikt produkt bestående af drama, ny teknologi og information til det private erhvervsliv (herunder turisterhverv), uddannelsessektor og kommuner i hele Region Midtjylland. Hensigten er, at produktet dels skal kunne øge indtjeningen for eksisterende attraktioner ved at gøre dem mere interaktive, sansemættede og spændende; dels skal det være med til at skabe helt nye attraktioner, læringsværktøjer og forretningsområder indenfor uddannelsesområdet og erhvervslivet i regionen - på sigt i hele landet.

Produktet skal som udgangspunkt inkludere spidskompetencerne fra de forskellige parter med det mål for øje at skabe digitalt drama i en udviklende, oplevende og læringsmæssig sammenhæng – en helt ny dimension på teatrets øvrige virkefelt. Det har gennem tiderne været svært at bygge bro mellem scenekunst og erhvervsliv/uddannelse. Dette nyskabende projekt vil aktivt integrere den absolut sidste nye teknologi som ”bindemiddel” og middel til skabelse af helt nye produkter, der kan udnyttes af erhvervslivet. Det er den nye teknologi og ikke mindst nye anvendelser af denne, som skal være midlet til realiseringen af samarbejdet. Og her har vi brug for forsknings- og udviklingsmidler. Slutproduktet skal således bestå af 3 forskellige lag...

- 1) Nyskrevet audio-drama/fiktion skabt af teatret
- 2) Målrettet, brugervenlig og oplevelsesorienteret ny teknologi baseret på it-forskning og it-leverandører
- 3) Information eller læringsmateriale fra de aktuelle virksomheder/institutioner

Synergien i dette projekt skal opstå i et tæt forsknings- og udviklingssamarbejde mellem de deltagende parter.

Projektets Indhold

Teater Katapult tager udgangspunkt i to tidligere projekter, som bygger op til dette mere kommercielle og perspektivrige projekt. I 2004 gennemførte vi AudioGuideTeater i samarbejde med Århus Festuge. Et projekt som var en af årsagerne til, at teatret senere på året modtog de danske teaterkritikers Initiativpris. Og i år producerer vi - med støtte fra bl.a. Kulturministeriet - pilotprojektet Dramatisk Brosamarbejde. En del af midlerne fra Dramatisk Brosamarbejde kan overføres til dette projekt, således, at det bliver muligt af gennemføre min. 2 konkrete tests (Fase 3 i projektet). Der kan læses mere om begge projekter på www.katapult.dk og om det seneste projekt på... <http://www.katapult.dk/idd194.asp>

Fælles for de to projekter er, at vi med stor succes, har erfaret hvad audioguide- og mobilteknologi koblet med drama kan sammen uden for teatersalen. Denne hidtidige teknologi kan dog udbygges i langt højere grad ved at udnytte samspillet med de fysiske omgivelser – den eksisterende scenografi – på nye måder ved hjælp af f.eks. kortrækkende net-forbindelser, GPS og cybertag-teknologier.

Vi vil således, med dette projekt, dels udforske og afprøve en langt mere avanceret teknologi i dette projekt mhp. at fjerne ”filtret” mellem brugeren/opleveren og teknologien. Forstået på den måde, at brugeren ikke skal koncentrere sig så meget om at anvende apparaturet under oplevelsen, men mere kunne agere frit og uden distraktion glide dybt ind i fiktionen (med hjælp fra teknologien).

Dels er ambitionen nu, at begynde en proces, hvor de uopdagede anvendelsesmuligheder af den nyeste multimedie-teknologi sammen med fiktion/drama/teater kobles med information og viden. Information og viden fra en ekstern operatør, som f.eks. en virksomhed, en turistattraktion eller en uddannelsesinstitution. Mulighederne er mange for – som virksomhed – at give sin kerneydelse et løft med denne underfundige, informative og helt utraditionelle it-baserede oplevelse, som fastholder og skaber nye markeder.

Konceptets kerne er, at opleveren er publikum, skuespiller samt eksempelvis turist i én og samme person. Som oplever sætter man et sæt hovedtelefoner på ørerne, tænder for en mobiltelefon (eller en PDA) med GPS og adgang til nettet. Og så bevæger man sig - mens man lytter til et præindspillet drama - ud i byens gader, ud i en speciel attraktion eller ud i virksomhedens direktionsgang, produktionsareal etc. afhængigt af anvendelsesområdet. Der bliver altså skabt et stykke interaktivt "lyttedramatik" med et højt indhold af viden. Produktet skaber kort sagt den illusion, at opleveren selv er hovedperson i sit eget livsdrama, mens han/hun lærer og virkeligheden omkring hovedpersonen er scenografien. Han/hun er alene, men kan være i kommunikation med andre via teknologien. Opleveren er ligeledes konstant i bevægelse - midt i den fiktive handling - og bliver mødt af skuespillere, installationer eller andre begivenheder, der sker for vedkommende live nu og her!

Et hvilket som helst tema kan være omdrejningspunktet i denne fiktive og dramatiske handlingsstruktur, men pointen er, at vigtige informationer eller læringssætninger nu bliver oplevet med alle sanser i stedet for indlært kognitivt. At dette styrker læring og oplevelse underbygges f.eks. af læringsteoretikere (Howard Gardner) og hjerneforskere (Kjeld Fredens), der taler om, at vi besidder mange "intelligenser". Hvis man styrker og påvirker flere intelligenser, så lærer man mere og bedre, end ved traditionel verbal undervisning eller læsning.

Det er der store perspektiver i – set fra en erhvervsmæssig synsvinkel for virksomheder, som gerne vil differentiere sig og gøre fx værdigrundlag eller historik let tilgængelig. Eller fra en turistmæssig synsvinkel, hvor yderst personlige, interaktive og underholdende perspektiver på allerede eksisterende attraktioner efterhånden er en nødvendighed med den øgede konkurrence, der er på oplevelsesmarkedet.

Det nyskabende

Når markedet pludselig introduceres for et helt nyt produkt, kan det være svært at forklare, hvad det præcist er, og hvilket behov det opfylder. Det er derfor godt at kunne henvise til Teater Katapults AudioMoveTeater i Århus Festuge 2007 med titlen "Korridor":

Her fik opleveren den illusion, at han/hun var journalist på jagt efter forsidehistorien til næste dags avis. Rent fysisk var man på jagt efter en person, der skulle give interview. Man bevægede sig rundt i byen med en mobiltelefon, et sæt høretelefoner og et kort over ruten i hånden. På sin vej modtog man kryptiske sms-beskeder fra en stresset redaktør, mødte stressede og fraværende skuespillere i byens rum, og man fik fornemmelsen af selv at blive stresset. Dette var et af formålene med "forestillingen", da temaet var menneskets stigende stressniveau (få en lyttesmagsprøve på <http://www.katapult.dk/idd194.asp>).

Det er altså væsentligt at understrege, at AudioDramaBizz/AudioMoveTeater er noget helt andet, end den form for AudioGuide-oplevelser, som allerede nu forefindes på eksempelvis museer rundt omkring i Europa, hvor man anvender ren information eller narrativ fremstilling evt. med et par lydeffekter. AudioMoveTeater er en decideret nyskabelse – ikke bare i Danmark, men også i Europa – fordi vi anvender lyd-dramatik og personlig interaktivitet til at integrere en oplevelse/en læring. Derudover er ambitionen, som beskrevet, at teknologien bag produktet er 100% opdateret og brugervenlig.

Med dette projekt vil vi være i stand til at tage et kvantespring, som vi ikke ellers vil have haft mulighed for, hvor den absolut sidste nye teknologi skal fjerne oplevelsesfilteret mellem den virtuelle og den reelle verden, og hvor Katapults kompetencer som fiktions- og dramatikproducerende enhed skal få oplevelsen til at fastholdes i en spænding, der åbner for hele opleverens sanseapparat, hvilket integrerer oplevelsen, læringen og informationen i endnu højere grad, end det er set før.

Projektets slutprodukt og fremtid

Efter projektforsløbets 3 faser forventer Katapult at stå med følgende resultat:

- 1) Et sæt gennemprøvede og finansierede teknologier (softwareteknologier som RFID, GeoWare, GeoCatching og Cybertags*) eller en helt ny teknologi, som på dette tidspunkt er undersøgt, testet og anvendt i 2 pilotprojekter, således at vi kan tilbyde kunden 2-4 forskellige AudioMove produkter med et sæt teknologier afhængig af opgavens ordlyd (kundens behov).
- 2) Specialudviklede dramaturgiske værktøjer, som passer til mediet og de forskellige teknologier og aftageres behov.
- 3) Hardwareplatforme, som avancerede mobiltelefoner eller pocket-pc'er, er på dette tidspunkt udvalgt ift. anvendelsen og kan efterfølgende lejes ud som en del af produktet.

*) Forklaring i medfølgende bilag

Efter projektforsløbets 3 faser forventer Katapult at stå med følgende produkt:

En forretningsmodel/en oplevelsesorienteret serviceydelse, som kan sælges til turisterhverv, erhvervsliv, uddannelsesinstitutioner, kommuner, oplevelsescentre, konsulent- og eventbureauer mv. på helt kommercielle vilkår. Kunden vil få en oplevelsesorienteret serviceydelse med et højt indhold af viden, som dette projekt vil tilvejebringe.

Sammen med Teater Katapults teaterfaglige know how på den dramatiske tekst samt teatrets erfaring med underholdningselementet ift. slutbrugerens oplevelse, står projektet med et slutprodukt, der indeholder en stor teknologisk og teaterfaglig viden samt en platform (et apparatur), som kan udlejes med den relevante software for det givne produkt. Slutbrugerens pris (produktets pris) skal således udelukkende finansiere Katapults egne løbende udgifter til dramatikere, dramaturg, stemmeindtaling, research, lydstudie etc. samt overhead til løbende opdatering af teknologien i produktet. Det færdige produkt kommer således til at koste mellem kr. 175.000,- og kr. 225.000,- afhængig af opgavens ordlyd.

Derudover vil vi kunne gå ind i nogle arbejdsfællesskaber og tilbyde en række del-produkter i AudioDramaBizz til en langt mere overkommelig pris, hvor Teater Katapult med vores teknologiske knowhow og dramatik-ekspertise, kan gå ind i udviklingssamarbejder med eksempelvis museer og kulturinstitutioner. Vi vil kunne blive en attraktiv partner i forbindelse med mange former for udviklingssamarbejder med andre institutioner i regionen ifm. vidensdeling og videnssamarbejde.

Produktets kommercielle bæredygtighed efter projektafslutning:

En del af forretningsmodellen vil integrere en salgsenhed internt eller eksternt som f.eks. et større lokalt baseret reklamebureau. Produktet vil, som nævnt i projektets fase 1, indeholde en salgs- og præsentationsfilm til dette brug. Samtidig er kombinationen af Katapults og Innovation Labs presse know how en væsentlig parameter ift. lanceringen af produktet på markedet. Innovation Labs bidrag i projektet inkluderer denne ydelse ved projektets afslutning, hvor vi forventer landsdækkende omtale i de elektroniske og trykte medier.

Det samlede markedspotentiale er efter vor vurdering meget stort. Vi har allerede på nuværende tidspunkt aftagere som KMD A/S, Moesgaard Museum, Visit Århus og Horsens Erhverv, og såfremt projektet InterFace samt fyrtårnsprojekterne World of Crime og Midtjysk Oplevelsesproduktion i regionen bliver en realitet, er Katapult co-producenter her.

Følgende har derudover allerede nu udvist stor interesse: Silkeborg Turistbureau, Visit Kolding og Pilgrim A/S. Andre potentielle aftagere opsøges via presseindsats og direkte salg.

Katapult's vurdering af projektets økonomiske bæredygtighed efter dette projekts afslutning er derfor god – ikke mindst set i lyset af det store markedspotentiale, der forefindes i mange forskellige brancher. Teatrets egen lille kvalitative undersøgelse af de potentielle aftageres evne og vilje til at betale prisen for produktet har givet store forhåbninger for de kommercielle muligheder af AudioDramaBizz.

Et af konceptets oplevelsesmæssigt stærke sider... at kun én oplever/bruger ad gangen kan deltage, er ikke nogen hindring for den kommercielle bæredygtighed, idet man for det første kan sende én af sted hvert 5. minut (dvs. 12 mennesker i timen) og for det andet kan samles i grupper efterfølgende og tale om sine oplevelser. Konceptet kan ligeledes "hænge på hylden", således at det konstant er til rådighed. Eksempelvis ved virksomhedsintroduktion eller lignende. Når først konceptet er købt, er det til rådighed konstant med en lille afgift til support. Således vil konceptet også være bæredygtigt for kunden/slutbrugeren.

Eksempler på anvendelse af slutproduktet

En umiddelbar vurdering af fremtidig markedssegmentering:

- Innovative virksomheder med mere end 200 medarbejdere
(anvendelse indenfor ledelse, HR, personaleudvikling ("sjælepleje"), teambuilding, værdi-, missions og visionsformidling, storytelling om virksomheden, anderledes købsoplevelser etc.)
- Oplevelsescentre/museer/events/kongresser
(vidensformidling, interaktiv underholdning etc.)
- Turistbureauer/kommuner
(formidling af eksisterende attraktioner og skabelse af nye)
- Undervisnings- og læringsinstitutioner
(edu-tainment, konsulentfirmaers kursusvirksomhed etc.)

En uddybning af disse områder er vedlagt som bilag...

Projektforløb i 3 faser

1. FASE - Front end innovation i samarbejde med bl.a. Innovation Lab

Step 1

Brainstorm session 1 - projektafgrænsning, retning, ambition, partnere. Deltagerne er Teater Katapult, Innovation Lab samt Alexandra Instituttet.

Step 2

Partner proces - efter ovenstående session indlejres de relevante partnere i projektet (ud over dem, vi allerede har som partnere). Innovation Lab har fra tidligere projekter stor erfaring med denne del af processen. Relevante partnere er potentielle aftagere af slut-produktet samt f.eks. Responsfabrikken – www.responsfabrikken.dk - eksperter i mobildata og sms-funktioner (både push og pull). Beta Technic – www.betatechnic.dk - arbejder med RFID teknologi. Teknologien kan trådløst stå for identificering af en bruger og for transmission af data.

Step 3

Validering af de teknologiske muligheder - dette med udgangspunkt i desk-research samt en afklaring igennem Innovation Lab's internationale vidensnetværk af teknologiske partnere. Disse partnere er på sigt en klar økonomisk fordel for projektet efterfølgende, da projektet i høj grad skal sælges på personlige netværk/ relationer og ikke på massemarkedsføring – bortset fra presselanceringen efter endt projektperiode.

Step 4

Adfærd - brugerundersøgelse af holdningen til det overordnede koncept - kvalitativt som kvantitativt. Innovation Lab har - med egen ekspert på området - tidligere lavet brugerundersøgelser for kunder med fokus både på kvantitative og kvalitative data.

Step 5

Brainstorm session 2 - de aktuelle interessenter arbejder over 1-2 dage med Front End Innovation med fokus på den divergente tænkning. Her har vi også stort fokus på aftageren/brugeren, da det har stor relevans for slutproduktet. Ud over vores faste partnere i projektet, er det vores mål at få en stor dansk produktionsvirksomhed, et større konsulentfirma (performance consulting) samt en større uddannelsesinstitution/-organisation med. Interessenterne tilbydes information og viden i en proces, hvor de bliver hørt og selv er med til at skabe produktet, målrettet egne behov.

Step 6

Brainstorm session 3 - 1-2 dage med fokus på en mere detaljeorienteret tilgang. Vi fokusere på konkrete løsningsmodeller – erfaringer fra step 3, 4 og 5 inkorporeres.

Step 7

Visuel Mock Up - der udarbejdes en visionsvideo for for-projektet, der beskriver de konkrete resultater og de fremtidige visioner.

Step 8

Rapport - der udarbejdes en kortfattet rapport, der sammen med visionsvideoen skal danne grundlag for det videre arbejde samt salgsmateriale til fremtidige samarbejdsprojekter med turisme-, erhvervsliv og uddannelsessektor

2. FASE - Udvikling af letanvendelig og specialdesignet hardware og software

Dette arbejde vil tilvejebringes efter Fase 1 i et samarbejde mellem teatret og relevante it-virksomheder. Her vil Alexandra Instituttet spille den primære rolle i et samarbejde med udvalgte virksomheder som f.eks.. Cordura som underleverandør. Alexandra Instituttets tilfører her projektet en stor mængde forsknings-baseret viden, der forøger værdien af produktet betydeligt.

Dette er den mest materielle del af slutproduktet. Hvilken fysisk platform skal anvendes? Bliver der tale om mobilteknologi eller en anden platform? Skal GeoWare, GeoCashing og/eller RFID teknologi anvendes etc.

3. FASE - Afprøvning i samarbejde med 2-3 forskellige virksomheder samt presse-tiltag

Konkrete tests foretages af så forskellige virksomheder som muligt – eksempelvis en uddannelsesinstitution, en turistattraktion og/eller en virksomhed i Region Midtjylland. Katapults tilskud fra Århus Kommune og fra Kulturministeriets Provinspulje, giver mulighed for at gennemføre min. 2 tests. Innovation Labs store presse knowhow og styrke i medierne, skal bære produktet frem i offentligheden mod slutningen af denne fase.

Samarbejdspartnere

Pt. har vi følgende partnere i projektet...

Medudviklere:	Innovation Lab, Alexandra Instituttet A/S (Interactive Spaces & Tekne) og Cordura A/S
End-users/aftagere (I udviklingsprocessen):	KMD A/S, Pilgrim A/S, Visit Århus og InterFace samt World of Crime og museerne i regionen (Midtjysk Oplevelsesproduktion) såfremt disse fyrtårnsprojekter realiseres)
Vidensdelere:	Nordisk Institut v. Århus Universitet (herunder kandidatuddannelsen i oplevelsesøkonomi), Alexandra Instituttet, Innovation Lab, InterFace
Investorer/sponsorer:	Inet Design (CMS baseret hjemmeside), Morgenavisen JyllandsPosten (markedsføring)

Innovation Lab:

Projektets facilitatorer, markedsundersøgere og promotere. Innovation Lab tilfører projektet værdi i form af akkumuleret viden samt med en pris på udviklingsforløbet, der ligger 35% lavere end markedsprisen plus deres presse-mæssige knowhow.

Innovation Lab er et internationalt knudepunkt for teknologiske trends og muligheder med ny og kommende teknologi. Gennem et internationalt netværk har Innovation Lab overblik over fremtidens teknologi og dens anvendelser. Kunder i Innovation Lab får indsigt i de muligheder, ny teknologi bringer med sig, og ideer til selv at udnytte potentialerne. Gennem en række medier og aktiviteter gør Lab Agents med vidt forskellige baggrunde fremtidsperspektiverne håndgribelige og forståelige, så teknologien kommer til at give mening for vi mennesker. Innovation Lab arbejder ud fra en overskrift omkring NEW TECH IMPACT. Dette er omdrejningspunktet for hele arbejdet.

NEW: Nyt, forandring, ny værdi, innovation, vi gør en forskel. TECH: Teknologi, trends og adfærd via teknologi. IMPACT: Betydning, indvirkning, empatisk kalkulation.

Det handler for Innovation Lab om at bruge teknologien som platform for at skabe merværdi for brugerne. Derfor er brugerne også en enormt vigtig del af alle deres projekter.

Mere på...

<http://www.innovationlab.dk/sw294.asp>

<http://www.innovationlab.dk/sw4757.asp>

<http://www.innovationlab.dk/sw4764.asp>

Alexandra Instituttet A/S:

Projektets softwareudviklere og videnspartnere på hele udviklingsdelens fase 1 og 2. De går ind i projektet med forskningsbaseret it-knowhow. Projektets samlede værdi bliver større via dette partnerskab, da vi på denne vis kan sænke omkostningerne i budgettet (udefinerbar størrelse, der derfor ikke optræder i budgettet).

Alexandra Instituttet A/S er Danmarks førende brobygger mellem it-forskning og erhvervsliv. Instituttet leverer forskningsbaseret vidensservice, bl.a. i form af forsknings- og udviklingsprojekter, faglige netværk, kurser, konferencer og konsulentytelser. Alexandra Instituttet var samarbejdspartner på Katapults AudioMoveDrama "Korridor" i Århus Festuge 2007.

Instituttet blev i september tildelt årets it-pris og leder pt. et forskningsprojekt, der skal udnytte den kommende europæiske positioneringsteknologi Galileo.

Cordura A/S:

Underleverandører til Alexandra i dette projekt

De grundlæggende kompetencer I Cordura ligger inden for softwareudvikling, RFID teknologi og grafisk design. Herudover har Cordura's arbejde med hidtidige projekter - f.eks. Danfoss Universe – bibragt stor erfaring med en bred vifte af teknologier som f.eks. Wifi-positionering, mobile enheder (PDA'er), adgangskontrol, touchskærme, bluetooth og forskellige sensorer.

Cordura har også kompetencer indenfor de mere bruger- og indholdsmæssige dele af softwareudviklingsprocessen. Med afsæt i en brugercentreret usability-tradition, arbejder de med at tilpasse deres leverancer til de brugere, der skal benytte teknologien.

Cordura har medarbejdere, der har specialiseret sig i formidling og undervisning gennem IT og som gennem en kombineret formidlingsmæssig og teknisk viden kan bidrage som konstruktive bindeled i udviklingsfasen.

Øvrige partnere samt inspiration:

Det er hensigten at flere partnere indenfor det private erhvervsliv, uddannelsessektorer samt turisterhverv i regionen skal indgå i projektets slutfase og udvalgte også som direkte partnere. Katapult vil derudover studere og evt. samarbejde med forskellige grupper, f.eks. fra England, der inkorporerer spilteknologi i særegne oplevelsesdesigns – de såkaldte cross-media spil. Det er grupper som f.eks. Mixed Reality Lab og Blast Theory, som vi bl.a. udveksler erfaringer med på en festival d. 9. november i år. Pt. er vi med i et andet konkret projekt i samarbejde med Moesgaard Museum og Visit Århus.

Bilag:

- Budget
- Anmeldelse fra MetroXpress på AudioMoveDramaet Korridor
- Anbefalinger fra forskellige partnere og potentielle end-users (Aarhus Universitet, Pilgrim A/S, KMD A/S, Visit Århus)
- Liste over områder, hvor AudioDramaBizz kan anvendes
 - + hvad er AudioMoveTeater

Om Katapult og teatrets kompetencer

Teater Katapult blev stiftet som forening i 1995. I 2002 overtog teatret ledelsen af scenen i Rosensgade 11 i Århus midtby. Scenen var kendt som Svalegangen indtil 1981 og Byens Åbne Scene indtil 2001. I 2002 ændrede scenen navn til Katapult. Herefter har teatret været ramme for primært ny dansk dramatik og teatrets egne produktioner; ofte med kontroversielt indhold, hvilket har medvirket til megen presseomtale og debat, eksempelvis Christian Lollikes "Dom Over Skrig".

Teater Katapult vil både udfordre og åbne publikums bevidsthed - samtidig med at teatret vil spille en samfundsmæssig rolle. Med udgangspunkt i og fokus på den dramatiske tekst og derefter rum for formeksperiment, forsøger Katapult kunstnerisk at gribe publikum. Katapult er ligeledes en åben scene med gæstespil og co-produktioner, musikarrangementer, stand up, storytelling, poesi og en videnskabscafé. Et meget vigtigt område i teatret er vores dramatikerværksteder, workshops og readings for at udvikle dramatikertalenter - i 2003 arrangerede Katapult festivalen for ny dansk dramatik med tilhørende dramatikerkonkurrence, DramaRama, og i maj 2005 udvidede konceptet sig til en stor nordisk festival for ny dramatik. Katapult er således i høj grad dramatikerens teater. Teatret har blandt andet modtaget de danske teaterkritikere og teaterjournalisters Initiativpris.

Et af formeksperimenterne endte med en helt original og digital nyskabelse - AudioGuideTeater - som foregik i Århus' byrum. AudioGuideTeater blev kaldt Århus Festuges mest interessante projekt i 2004. Forfatteren Svend Åge Madsen var én af dramatikernes på projektet. AudioGuideTeater blev en meget stor anmelder- og publikumssucces. Og tre år efter i festugen 2007 havde Katapult urpremiere på efterfølgeren AudioMoveDramaet "Korridor" - en interaktiv bevægelsesforestilling i byen med temaet stress, som omdrejningspunkt. Anmelderne kaldte den "et interaktivt mesterværk". Projektet benyttede sig af mobil- og cybertagteknologi.

- Teater Katapults kompetencer ligger i høj grad på den skrevne dramatiske tekst samt tekstfiktion iøvrigt. Teatret har i årevis arbejdet med udviklingen af dramatiske tekster i form af dramaturgisk bistand og idéudvikling.

- Teatret har et meget stort netværk af dramatikere, instruktører, skuespillere, dramaturger og lyddesignere gennem vores arbejde med at producere teater. Det gælder både indenfor den professionelle verden samt inden for det kreative vækstlag.

- Teater Katapult har evne for at koble samtidens problemstillinger med underholdene dramatik, hvilket er en helt unik og yderst brugbar evne i forhold til projektet AudioDramaBizz og det efterfølgende produkt til erhvervsliv, museer m.fl. Altså evnen til at formidle/koble faktuel information/læring med god fiktion/drama.