

Årsberetning til Slagelse Kommune 2022
jvf. aftale om tilskud målrettet kulturelle aktiviteter
Slagelse Musikhus og Badeanstalten
2021-2023



Slag-Town Slays fest 9. april 2022 med 8 metalbands. Her Cabal

Indledning

Slagelse Musikhus har siden 1. januar 2018 været drevet af Fonden Slagelse Musikhus. Fonden driver Slagelse Musikhus og Badeanstalten. Der skal hvert år aflægges beretning og regnskab til Slagelse Kommune for Fondens aktiviteter med henblik på at vise, at forpligtelserne i driftsaftalen er overholdt. Målet er, at Slagelse Musikhus skal drives på markedsvilkår med kommunalt driftstilskud målrettet kulturelle aktiviteter. Kerneopgaven for Musikhuset er at arrangere professionelle koncerter i professionelle rammer for gæster fra såvel lokalområdet som for regionen.

I driftsaftalen for perioden er beskrevet 4 ambitiøse strategiske indsatsområder, som Musikhuset arbejder med.

1. Et regionalt mødested for unges kulturelle dannelse
2. De mest aktuelle danske navne og morgendagens stjerner
3. Musikhuset rykker ud
4. Nyt frivilligt korps – nye fællesskaber skal løfte Musikhuset

Herudover ønskes en stigende aktivitet med udlejning til møder, foredrag, konferencer og koncerter – og arrangementer for børn.

Konkret udmønter dette sig i aftalen i følgende krav til aktiviteter:

- a. Et varieret udbud af kvalitetsprægede koncerter – min 50 koncerter om året indenfor forskellige stilarter og genrer.
- b. Arrangementer, der er målrettede børn og unge. Fx en årlig børnemusikfestival samt enkeltstående koncerter og lignende.
- c. Samarbejde med Slagelse Musikskole i forhold til koncerter/ arrangementer med eleverne, der understøtter den lokale talentudvikling – herunder afvikling af jamaftner
- d. Understøttelse af en musikkultur med faciliteter og aktiviteter for unge talenter både nationalt og lokalt
- e. Regionalt og kommunalt samarbejde om musikaktiviteter
- f. Markedsføringsværdi i forhold til branding af Slagelse Kommune som musikalsk kraftcenter

Hvordan er 2022 så gået?

2022 startede ud med en endnu coronanedlukning med forsamlingsrestriktioner, som varede fra medio december 2021 og frem til 17. januar 2022.

Denne sidste nedlukning har sammen med de øvrige nedlukninger i 2021 haft stor betydning for billetsalget og gæsternes lyst til at vende tilbage til koncertsalene overalt i landet. Slagelse Musikhus har derfor også især i starten af 2022 oplevet at måtte flytte, ændre eller aflyse planlagte koncerter, da billetsalget simpelthen stagnerede under lukkeperioden.

Det har ført til en svigende forbrugertillid og kulturforbruget – og sulten hos gæsterne har ikke indfundet sig i samme størrelsesorden som før Corona endnu.

Krigen i Ukraine, den galopperende inflation hen over året og kommunens økonomiske situation har også på forskellige måder sat sit præg på året.

Krigen og eftervirkningerne af coronaårene har betydet at færre udenlandske koncertnavne er kommet til Danmark. Det lægger et større pres og efterspørgsel på de store danske navne, som derfor bliver endnu mere uopnåelige for mellemstore spillesteder som Slagelse Musikhus. De store danske navne har også i 2022 i høj grad selv booket venues og sat store koncerter op. Dermed spiller de færre koncerter og lader gæsterne komme til sig i stedet for at komme rundt i landet. Og indendørs spiller de meget lidt for at holde efterspørgslen oppe til sommerens festivaler.

Lidt highlights fra årets gang

Januar

Januars koncerter blev aflyst da verden var lukket ned frem til 17. januar.

I februar kunne vi åbne for offentligheden med jam aften, Vinterjazz med Grarup All Stars, Karmen-Abekejer og Horns, Katinka, MGP show og den første Sommerlyd Peek koncert med 3 bands til den kommende Sommerlyd festival. Desværre måtte vi i februar også aflyse Megdes, Folkeklubben samt Maja og de Sarte Sjæle.

Marts:

Her havde vi bl.a. besøg af Sorten Muld og Burhan G samt en kæmpe koncert med rapperne Ude af Kontrol.

April :

April startede hårdt ud med en koncert med Malurt, som spillede på den absolut mindste scene på deres turné. Koncerten var rykket 2 gange grundet Corona – den var oprindeligt sat i salg i 2019...



Malurt i et udsolgt Slagelse Musikhus, fredag den 1.april 2022

I april fik også med 2 års forsinkelse afprøvet Slag-Town Slays fest – en stor en-dags metalfestival med 8 bands med hovednavnet Decapitatet fra Polen.

Maj.

Den 6. maj kunne vi med en flot koncert med Poplic Service, blæsergruppe og solisterne Bobo Moreno, Bo Evers, Iris Gold og Chief 1 fejre Musikhusets 25+2 års jubilæum med en stor koncert.

I juni spillede bl.a. både Annika Aakjær og Sanne Salomonsen til 2 flotte rock dage.

I august dannede Musikhuset ramme om Borch Textiles store 50 års jubilæumsfest – en stor logistisk opgave med mange involverede.

I **september** var vi igen vært for den store årlige **studiestartcase med SDU**, hvor ca. 350 nye studerende blev vist rundt i Musikhuset og løste en 24 timers case om Slagelse Musikhus og De Dødes Nat.

I september støttede Slagelse Musikhus op om foreningen Live 4200, som afholdt **Slagelse Sommerlyd 2022** for 2. gang. Der var koncerter både udendørs i Træskogården og inde i Musikhuset. 10 bands hvert sted. Det var en del af et strategisk partnerskab mellem foreningen og Musikhuset og et samarbejde, der bygges videre på i de kommende år.

September bød også på Børnemusikfestival med 4 koncerter på 2 dage. Festivalen er gratis for de deltagende institutioner og byder på spændende og anderledes professionelle koncerter.

Oktober bød på en række forrygende, mindre nye navne – bl.a. Shootergang og Baloosh, som næsten væltede Badeanstalten med deres - og de unge gæsters - energi.

November

Novembers store firmajulefrokost måtte desværre aflyses på grund af manglende tilslutning. Det var et hårdt økonomisk slag, da det er en af de store kommercielle aktiviteter i løbet af året, hvor vi normalt leverer et godt provenue.

Vi havde anden god aften med et lokalt firma, som holdt deres julefest i vores rammer.

December

Der var fuldt hus til decembers store firmajulefrokost og de unge havde deres egen kæmpefest på en aften med Pind, Josie Amadonna og Såforsatan.

Har vi opfyldt kravene i aftalen?:

Ad a: Et varieret udbud af kvalitetsprægede koncerter – min 50 koncerter om året indenfor forskellige stilarter og genrer.

Antallet af betalingskoncerter og stand-up arrangementer i 50 stk. i 2022.

Til sammenligning var der i 2021 (35 koncerter/ arrangementer), 2020 (37 koncerter/ arrangementer) og 2019 (54 koncerter/ arrangementer).

De 50 koncerter er udelukkende betalingskoncerter, arrangeret af Musikhuset selv. 3 ud af de 50 arrangementer var stand up shows. En del af koncerter var coronaflyttede koncerter, som skulle have været afholdt i 2020 eller 2021.

Derudover har vi i 2022:

- afholdt 9 jamaftner i samarbejde med Musikskolen
- 4 Solisterier – gratis koncerter i samarbejde med Dansk Solistforbund
- Kulturnatten – Made In Slagelse med lokale bands

- bandkonkurrencen POPKORN Nordic 2022 med 5 bands – et virkelig fint sydsvensk/ dansk talentudviklingskoncept, som vi har samarbejdet med i et par år.
- afholdt 3 x ”Den Musikalske Foyer” – klassiske foyerkoncerter med Musikskolens elever samt
- arrangeret 2 koncerter med lokale bands i samarbejde med dem.
- Arrangeret ”MGK Køge on Tour” – et samarbejde med MGK og Slagelse Musikskole (som ikke har MGK – Musikalsk Grund Kursus som er en 3-årig konservatorieforberevende overbygning på Musikskolen)

Ab b:

Koncerter for børn og unge.

Slagelse Musikhus afviklede Børnemusikfestival i september med 4 forskellige koncerter – gratis og målrettet børnehaver, dagtilbud og indskoling. Der var næsten 800 deltagende børn. Det er en rigtig værdifuld og efterspurgt tradition, der giver lejlighed til også at præsentere noget, der har et kunstnerisk sigte og ikke bare er underholdning. Desværre udfordrer det os på økonomien. Finansieringen har i tidligere versioner været sammensat af midler fra forskellige musikorganisationer og Slagelse Kommunes dagtilbud og hvor Musikhuset har sørget for rammer, markedsføring, administration og logistik og afvikling. Det har sidste år været Musikhuset alene, der har båret økonomien og arrangementet skal derfor gentænkes økonomisk hvis det skal fortsætte.

Hen over året har der været en række koncerter målrettet unge og afholdt i vores STØJ! koncept, som har sin helt egen profil, ambassadører og musikstil, f.eks Ude af Kontrol, Shootergang og Pind.

Ad c:

I samarbejde med Slagelse Musikskole holder vi jamaftener ca en gang om måneden. Der har været ca. 50 gæster til hver af disse jam aftener. Slagelse Musikskole var også medarrangør til ”MGK Køge på tur” i november – en charmeoffensiv for at få flere unge på MGK.

Et nyt koncept i 2022 er ”Den Musikalske Foyer” med klassiske foyerkoncerter med unge klassiske musikskole elever

Ad d:

Det lokale musikliv får stor opbakning, støtte, hjælp og rådgivning og får flere gange årligt gratis stillet Badeanstalten til rådighed for en koncert. De sørger selv for lydmand, egen forplejning og billetsalg. Vi assisterer med markedsføring på alle husets platforme og med ”talentudvikling” til dette.

Ad. e:

Slagelse Musikhus er en del af det lands -(og Sydsverige) dækkende talentudviklings program Popkorn Nordic med en af de indledende runder på Badeanstalten. Dette er også i samarbejde med Slagelse Musikskole, da de bl.a. er med til at markedsføre arrangementet og skaffe egnede bands og stiller yderst kompetente dommere på aftenen.

Lokalt har vi nu et strategisk samarbejde med Slagelse Sommerlyd Festivalen om brug af Musikhusets faciliteter og know how, markedsføring og praktik.

Samtidig er vi i en begyndende dialog med Slagelse Festuge og hvordan vi kan udvikle et samarbejde og evt. nye koncepter til glæde for alle parter og til styrkelse af fortællingen om Slagelse kommune og om hvor meget, der faktisk sker.

Ad f.

Markedsføringsmæssigt fylder sociale medier stadig mere og mere, men vi bruger stadig en række forskellige andre medier, både trykte lokale, vores egen hjemmeside, nyhedsbrev og infoskærme, LED-skærmvisninger i lokalområdet (pyloner, biblioteket og Vestsjællands Centret) samt bannerannoncer på relevante hjemmesider. Derudover benytter vi os af Billettens system "Terminal", der involverer direkte kundekontakt, muligheder for presale og synlighed gennem deres hjemmeside.

Sociale medier:

Vi benytter os af betalt og målrettet annoncering gennem Meta Business. Dette har, sammen med vores organiske markedsføring, medført en reach på 108,2% (533.015 brugere) på Facebook og 38.335 brugere på Instagram i perioden 1. januar 2022 - 31. december 2022.

Derudover laver vi i 2022 TikTok Ads, der sammen med vores organiske views har resulteret i 169.964 videovisninger (+232.30% de senest 12 uger) over vores nuværende 15 videoer, samt en nået målgruppe på 143.900 (+232.75% de senest 12 uger) fra vores første video, august 2022.

Vores profilbesøg på Facebook og Instagram er i løbet af 2022 steget med henholdsvis 4,3% (24.186 brugere) og 23,6% (2.463 brugere) fra 2021

Musikhuset følges af 7342 personer på Facebook, vi har 1178 følgere på Instagram og sender nyhedsmails til 5755 modtagere.

Vi benytter os også af vores markedsførings samarbejder omkring bestemte arrangementer. For eksempel vores store Slag-Town Slays Fest og samtlige STØJ!-koncerter. Her idéudvikles og deles materiale på tværs af platforme.

Vores gæster kommer hovedsagelig fra kommunen og lokalområdet/oplandet, men vi har også en del billetkøbere fra Kalundborg, Dianalund, Næstved og hele Storkøbenhavn – men reelt set fra hele landet: Århus, Aalborg, Nyborg, Fredericia, Vordingborg, Køge da både vores og artisternes egen markedsføring rammer gæster fra hele landet.

Med andre ord kommer navnet Slagelse Musikhus vidt omkring og bidrager til fortællingen om en aktiv og attraktiv kommune, hvor det er værd at studere, drive virksomhed og bosætte sig.

Dette illustreres på den første nedenstående grafiske statistik over vores sociale medier, hvor man i venstre side af billedet ser, at antallet af følgere på **Facebook** er 7342 med en fordeling på 66,8% kvinder og 33,2% mænd.

Aldersmæssigt rammer Facebook primært følgere mellem 25-64 år, flest mellem 45 og 54 år.

I højre side vises, at antallet af følgere på **Instagram** er 1178 med en fordeling på 59,4% kvinder og 40,6% mænd.

Aldersmæssigt er fordelingen mere jævn fra 18 til 64 år for kvinder og 18-54 for mænd.

De vandrette orange grafer viser den geografiske fordeling af følgerne.

Målgruppe

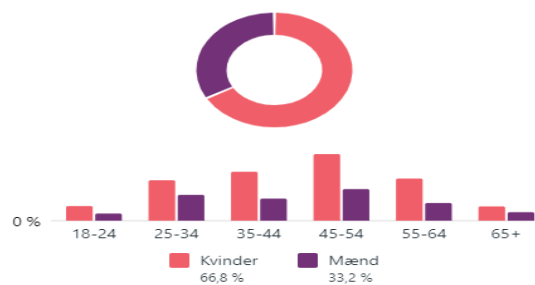
Nuværende målgruppe

Potentiel målgruppe

Følgere på Facebook-side ①

7342

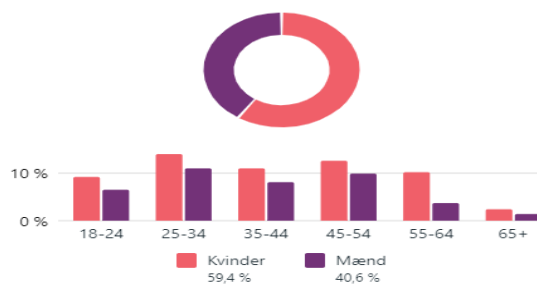
Alder og køn ①



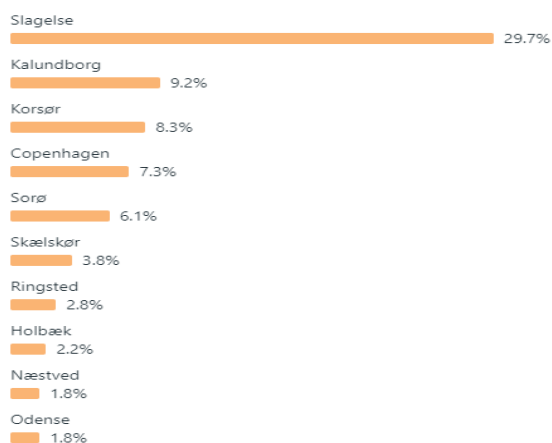
Instagram-følgere ①

1178

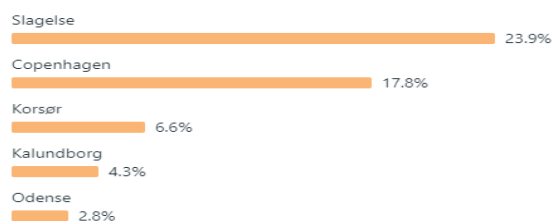
Alder og køn ①



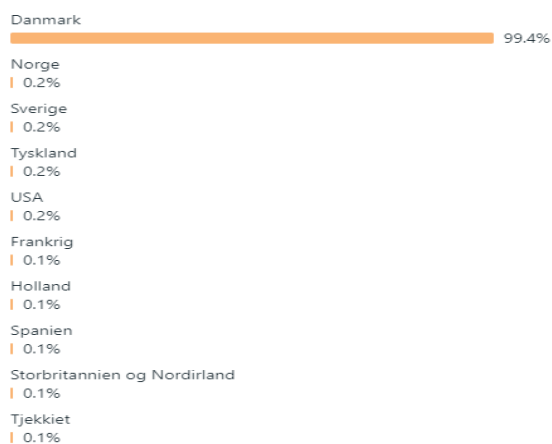
Relevante byer



Relevante byer



Relevante lande



Relevante lande



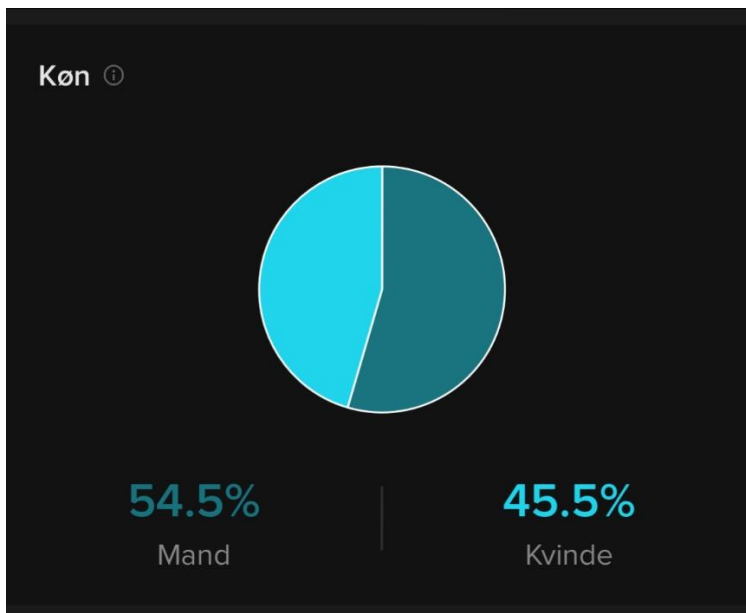
Tag kontakt til nye personer

Jo flere personer der følger din side, jo nemmere er det for andre at opdage dit brand. Send invitationer til personer, der har reageret på dine Facebook-opslag, til at følge din side. [Læs mere](#)

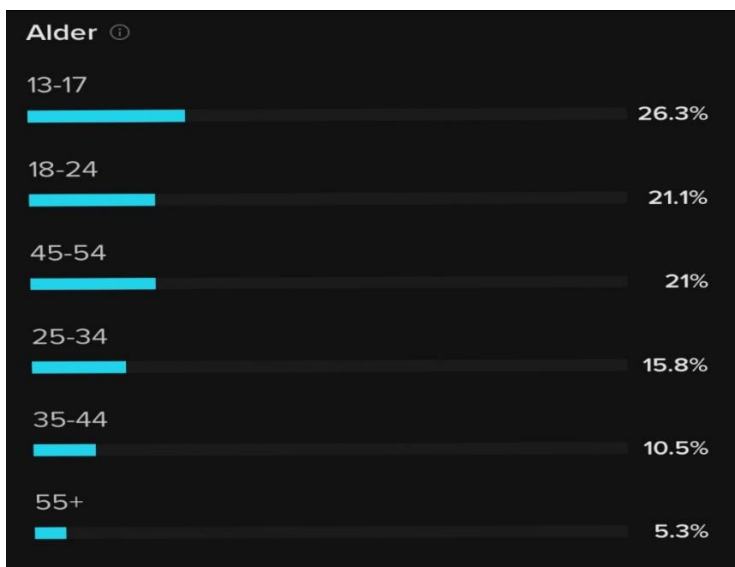
Send invitationer

På TIKTOK er kønsfordeling blandt følgerne:

54,5 % mænd
45,5 % kvinder



Aldersfordelingen blandt følgerne på TIKTOK er:



Det ses af illustrationen, at aldersfordelingen blandt følgerne på TIKTOK:

26,3% af følgerne er 13-17 år,
36,9 % af følgerne er 18-34 år,
31,5 % er 35-54 år og
5,3 % er +55 år.

TIKTOK rammer således en væsentlig yngre målgruppe end Facebook og Instagram.

Billetsalg fordelt på aldersgrupper:

Statistik, gæster og billetsalg

Der har i 2022 været **20.148** gæster til Musikhusets forskellige arrangementer.

Et af vores vigtigste mål er fortsat er at etablere Slagelse Musikhus som **et regionalt mødested for unges kulturelle dannelse**, med en målsætning om opnåelse af en **andel af publikum i alderen 18-35 år på 30%** i 2022 og 30-40% i 2023.

- I 2022 var andelen af publikum i alderen 18-35 år ca. 30%. Tallet er lidt lavere end i 2021, hvor vi bl.a. havde en stor udendørs "STØJ!" koncert med ca. 2000 unge gæster.

Antallet af gæster er fordelt på:

- 9159 betalende koncertgæster (til husets egne 60 koncerter/ arrangementer med 105 bands)
- 2306 gæster til egne gratis arrangementer (22 arrangementer)
- 8683 gæster til eksterne møder, erhvervsarrangementer, udlejninger, foredrag, koncerter, fester og møder som en del af vores forretningsområde (43 arrangementer)

Dertil ca. 2000 gæster til de to Slagelse Sommerlyd festival dage.

Der var således i alt 117 arrangementsdage i 2022.

Det er 2,5 arrangementer om ugen hver uge i 47 uger (52 fratrukket 5 ugers ferie). Tallet dækker både over små arrangementer af få timers varighed og f.eks. Slag-Town Slays Fest arrangementet med 8 metalbands, Slagelse Sommerlyd og firmajulefrokoster med en meget lang planlægning og meget logistik.

Generelle forhold:

- Musikhuset deltager fortsat via samarbejdet i KND, Kulturleder Netværk Danmark og Dansk Live regionalt og landsdækkende i samarbejde om musik- og scenekunst aktiviteter, udvikling, publikumsudvikling, sikkerhed og kulturpolitiske emner
- Alle vores arrangementerne annonceres og markedsføres bredt både kommunalt og regionalt, jævnfør vores markedsføringsplan.
- Billetpriserne fastsættes ud fra aftaler med kunstnerne samt markedspriserne. Dog leverer vi række gratis arrangementer og Stjernekoncerter med store rabatter til især børnekoncerter og smalle arrangementer.
- Faciliteterne i Musikhuset lever på de fleste punkter op til den standard, der kan forventes af et professionelt spillested i forhold til publikumsfaciliteter - garderobe, toiletter o. lign. og gode faciliteter til bands og eksterne lejere.
- Baren er i 2022 opdateret med ny øl-leverandør, så der er nu flere varer at vælge imellem. Pladsen i baren (og i Foyeren) i Musikhuset er dog stadig et stort problem, som vedvarende påvirker mulighederne for en effektiv betjening af gæster og dermed indtjeningsmulighederne. Vi arbejder kontinuert med denne problemstilling og søger at løse den, f.eks. med ekstra barer til store arrangementer.
- Musikhusets aktiviteter, muligheder, profil og stemning markedsføres intensivt professionelt både online, i reklamer og omtale i lokale, regionale og landsdækkende medier.

- **CSR:** Handicappede gæster med ledsagerkort får deres ledsager gratis med til koncert. Gæsten ringer til et særligt nummer hos Billetten og der får man en gratis ledsagerbillet, hvis man har gyldigt ledsagerkort – og køber en almindelig billet.

Udfordringer:

- En helt anden og helt essentiel udfordring i kølvandet på Corona og nedlukninger er, at det p.t. er vanskeligere at tiltrække store danske bands til vores spillested. En af årsagerne er, at de udenlandske store navne er ikke fuldt tilbage på de danske scener. De lægger et større pres og efterspørgsel på de danske navne som gør, at de prioriterer at spille festivals og store udendørs arrangementer og de kommer således ikke til de mindre eller mellemstore spillesteder i samme takt som før. Samtidig er honorarer på de bands, det så er muligt at tiltrække, steget voldsomt. Det påvirker igen billetprisen og med recession og inflation betyder det også, at det er endnu sværere at sælge de endnu dyrere billetter. I musikbranchen var der en forventning om, at "alt blev godt igen" i 2022, da verden åbnede. Denne forventning blev ikke indfriet i 2022 og der er og vil stadig være efterdønninger af krise i 2023. Men forventningerne til 2024 er heldigvis mere optimistiske i forhold til at vende tilbage til et kulturudbud, forbrug og aktivitetsniveau på niveau med 2019.
- Efter hhv. 28 og 22 års flittig brug er både stolesystem men især lydanlægget i den store sal godt slidt. Lydanlægget på 22 år vurderes at have i runde tal 2-3 år tilbage, hvorefter der skal investeres i et nyt system. Vi er opmærksomme på alle muligheder for tilskud fra fonde, men når det bliver aktuelt, skal der lægges en større investering på anslået 1 mio. kr.
- En anden teknisk udfordring er at vi mangler scenetræk. Kravene fra de store bands til især opsætning af lysproduktioner og kulisser bliver stadig mere avancerede og skal løses for ikke at blive en begrænsning for, hvad vi kan præsentere.
- Garderobepladsen har altid været trang og placeringen gør, at der skabes en helt umulig flaskehals til de store koncerter. Eneste løsning er en ombygning af foyer og indgangsparti.
- Logistikken, pladsen og betjeningen i baren har altid været en udfordring. Vi søger at løse det bedst muligt ved at opstille flere barer til større arrangementer og ved konstant at have fokus på at effektivisere og professionalisere betjeningen – hovedsagelig med timelønnede unge studerende.

Strategiske mål:

Et af vores vigtigste mål er fortsat er at etablere Slagelse Musikhus som **et regionalt mødested for unges kulturelle dannelse**, med en målsætning om opnåelse af en **andel af publikum i alderen 18-35 år på 30%** i 2022 og 30-40% i 2023.

I 2022 var andelen af publikum i alderen 18-35 år ca. 30%. tallet er lidt lavere end i 2021, hvor vi bl.a. havde en stor udendørs "STØJ!" koncert med ca. 2000 unge gæster.

Vores kunstneriske målsætning er stadig at arbejde hen imod at kunne søge status som **Regionalt Spillested**, næste gang muligheden foreligger (i 2024). Det indebærer, at vi på en række områder fortsat skal styrke præsentationen og samarbejdet omkring koncerter med smalle genrer, – jazz, verdensmusik, elektronisk og ny kompositionsmusik samt "vækstlagsbands".

Det er både en investering i mangfoldigheden og håndværket i musikken, men også i fremtidens nye navne og nye publikum og for, at det bliver stadig mere attraktivt at være ung, studere, bo og drive virksomhed i Slagelse kommune. Det er helt essentielt for kommunens og erhvervslivets udvikling, at vi kan tiltrække og fastholde både kvalificeret arbejdskraft og attraktive nye borgere i kommunen. Her samler kulturen folk på tværs af alder, køn og sociale forhold og skaber rammer for fællesskaber, oplevelser, dannelse og glæde.

De mest aktuelle danske navne og morgendagens stjerner:

Hele året har vi fokus på at præsentere morgendagens stjerner i Musikhuset. I løbet af 2022 er det bl.a. lykkedes at præsentere Andreas Odbjerg, Ude af kontrol, Patina, Shootergang og Pauline, som alle er navne man finder på de kommende festivaler og store udendørs scener og vi kan prale lidt af at selv om bandet BLÆST spillede for ca. 25 gæster, da de var her i 2021 skal de åbne Orange Scene på årets Roskilde Festival...

Morgendagens stjerner præsenteres også i stor stil via det samarbejde, vi har med Slagelse Sommerlyd.

Bestyrelsen har i sin strategi bl.a. fastsat følgende kvalitetsmål for koncerter:

Max 25% af arrangementerne må være "yesterdaynavne", kopibands og standup: (Definitionen på yesterdaynavne: de har ikke udgivet nyt materiale de sidste 5 år). I 2022 præsenterede Musikhuset 4 kopibands, 6 yesterdaynavne og 3 stand up shows. Det er 13 ud af 50 betalingsarrangementer = 26%.

Dermed er bestyrelsens målsætning – næsten - indfriet i 2022.

Der er dog en udfordring i dette i en tid, hvor økonomien er svær: Kopibands og yesterdaynavne er dem, vi p.t. tjener flest penge på.

Musikhuset rykker ud:

Denne del af strategien har vi imødekommet og opfyldt i 2022 med samarbejdet med Slagelse Sommerlyd, som spiller lige udenfor Musikhusets mure.

Samarbejdet betinger en fælles planlægning af logistik og personel og på sigt måske også af koncertnavne, således, at det påvirker Musikhusets egen drift mindst muligt. Det er Live4200, der arrangerer festivalen, men trækket på Musikhusets ressourcer er meget stort.

Nyt frivilligkorps

Efter corona har det – også for de spillesteder og organisationer vi normalt sammenligner og med – været uhyre svært at rekrutterede frivillige. Også via de foreninger vi altid har samarbejdet med.

Vi er derfor gået den vej at ansætte timelønnet personale i baren, garderoben og til billetkontrol, til at bære orkestrenes grej samt sætte stole og borde frem og tilbage.

Det er både unge studerende – dog stadig suppleret af 3 lokale foreninger, der hver har forskellige roller, når musikken spiller og de store julefrokoster m.v. skal bemannes. Rekruttering, fastholdelse, planlægning og kommunikation med de timelønnede og foreninger er blevet væsentlig forbedret via en ny vagtplan-app, der hænger sammen med vores nye billetsystem, Billetten, som vi skiftede til i 2022.

Udvikling:

Ud over at kunne opfylde krav til mangfoldighed og kvalitet i de koncerter og arrangementer, vi præsenterer, arbejder vi også på:

- At udvikle koncepter for nye musikoplevelser
- At få etableret en professionel storskærm/ projektor løsning til den store sal
- At arrangere koncerter andre steder og i nye samarbejder
- At øge vores fokus på udlejninger til andre typer arrangementer og på at udvikle bæredygtige forretningskoncepter for dette.
- At udleje kontorpladser/ kontorlokaler til andre firmaer.
- At øge samarbejder med andre lokale koncert – og eventudbydere

Personale:

Slagelse Musikhus og Badeanstalten drives af et meget lille hold af 4 fastansatte personaler: En direktør, en økonomichef, en kommunikation og markedsføringskoordinator og en produktionstekniker.

Derudover har vi en flexjobber samt en studentermedarbejder på hver 3 timer ugentlig samt en bruttostab af gode lydteknikere, som hyres ad hoc.

Økonomi og regnskab

Fonden Slagelse Musikhus holder årsregnskabsmøde 18. maj 2023. Udkast til Årsregnskab 2022 er vedlagt. Udover aktivitetstilskud fra Slagelse kommune har Slagelse Musikhus' modtaget honorarstøtte fra Statens Kunstfond til kunstnerne på 280 t.kr. Denne støtte hænger sammen med aktivitetsniveauet og "forbruget af musikere" og skal modsvares krone til krone af kommunale midler

Resultatet efter skat viser et **underskud på 651.879,- kr.**

Bilag:

Årsrapport 2022 for Fonden Slagelse Musikhus
Slagelse Musikhus d. 31. marts 2023

Anette Borg
Direktør