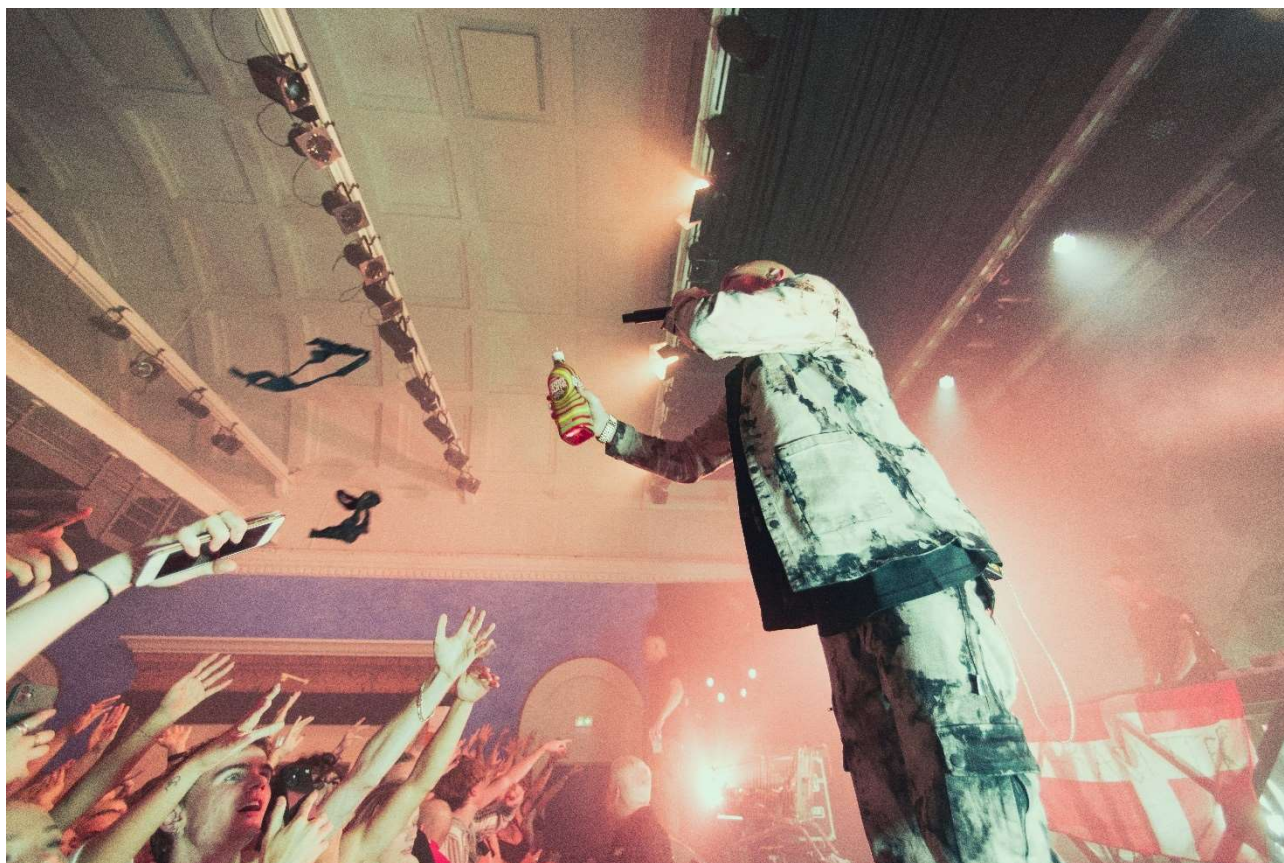


Årsberetning til Slagelse Kommune 2021
jvf. aftale om tilskud målrettet kulturelle aktiviteter
Slagelse Musikhus og Badeanstalten
2021-2023



Suspekt i et udsolgt Slagelse Musikhus, fredag den 8. oktober 2021

Indledning

Slagelse Musikhus har siden 1. januar 2018 været drevet af Fonden Slagelse Musikhus. Fonden driver Slagelse Musikhus og Badeanstalten og indtil udgangen af 2021 forpagtede fonden også Slagelse Teater.

Der skal hvert år aflægges årsberetning 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 året 2021 så gået?

I 2021 måtte Slagelse Musikhus grundet corona situationen lukke ned i perioden fra januar og frem til 6. maj og derefter kunne vi åbne med de daværende forsamlingsrestriktioner, som varede frem til 1. september 2021. Dette har naturligvis sat sit præg på hele året og har som året før medført en lang række flytninger/ændringer og aflysninger af planlagte arrangementer med dertil hørende forhandlinger med bands og bureauer, refundering af billetter og info til gæster.

Vi har søgt alle de kompensationsordninger, hjælpepakker og aktivitetspuljer, som det var muligt og har brugt meget tid på at sætte os ind i disse ansøgnings – og afrapporteringsprocedurer samt de stadigt skiftende regler for forsamlings og koncerter.

Vi har sammen med vores interesseorganisation Dansk Live og vores KulturNetværkDanmark holdt hyppige møder om praktikken i overholdelse af restriktioner, krav og opfyldelse af vilkår i de store ansøgningsordninger og hvordan vi kunne holde hånden under vores musikere og produktionsfolk i branchen.

En anden stor ting var, at vi søgte og blev udpeget som Netværks- og genrespillested lige op til sommerferien og fik ½ mio, som skulle bruges i andet halvår af 2021. Vi har brugt en stor del midlerne til at eksekvere et helt nyt koncept for arrangementer for unge: **STØJ!**, ansætte vores unge **STØJ!** projektleder og har under navnet **STØJ! præsenterer** lanceret konceptet med en kæmpe, gratis udendørs **STØJ!** koncert i september (som en del af studiestart) og planlagt nye og kommende unge arrangementer i **STØJ!**-regi.

I **maj** blev der lukket op for siddende arrangementer med restriktioner og Slagelse Musikhus præsenterede derfor Niels Hausgaard i en udsolgt, men ½ fyldt teatersal.

I **juni** havde vi en enkelt koncert med Malte Ebert på Badeanstalten.

Som noget nyt arrangerede vi **Jazzy July** – en sommerkoncertrække med høj kvalitets jazz og verdensmusiknavne, som rakte ind i august. Der var 5 arrangementer på Badeanstalten: The Kutimangoes, Mathias Heise Quadrillion, Nancy Harms (US), Olivier Antunes Trio, Bobo Moreno-Lauritsen-Gade og Frost. Jazzy July blev støttet af aktivitetspuljen med 90.000 kr. samt Netværks- og Genrespillestedsmidlerne.

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

Sommerlyd 2021 spillede for 1. gang i Træskogården i august i 2 dage. Musikhuset bakkede op om arrangementet ved at levere strøm, internet, opbevaring, affaldshåndtering, VIP-spising, backstage faciliteter til musikere og opholds-, møde- og spiseplads til de frivillige ligesom vores personale var yderst aktive med oprydning og rydning af pladsen om natten efter arrangementet.

I **september** åbnede vi for alvor op igen med 11 arrangementer med både kendte og upcoming kunstnere indenfor især pop, rock og jazz – med navne som Claus Hempler, Drew Sycamore, IAMJJ, Esben Just og POPkorn samt lokale bands på Kulturturnatten, 2 standup shows og en gratis Study Start koncert i samarbejde med Slagelse Kommune og uddannelsesinstitutionerne, hvor vi præsenterede Ukulele Hanne for de nye unge studerende på Nytorv.

Vi havde den 10. september en stor gratis udendørs Studie Start koncert i Træskogården koncert under navnet "STØJ! præsenterer", som med ca. 2000 unge gæster var en stor succes, bakket op af Vestsjællands Centret, kommunen og byens natteliv.

Slutteligt et gratis arrangement med Solisterier – primært for de ældre borgere.

Det var en svær opstart efter corona, hvilket tydeligt kunne mærkes på publikum som dukkede op, men især billetsalget til flere af vores kendte navne svigtede rigtig meget og vi havde således til koncert med store navne som Claus Hempler kun skuffende ca. 50 gæster og Drew Sycamore ca. 150 gæster.

Oktober bød planlagt på Hugo Helmig, der desværre blev aflyst, derudover havde vi 5 arrangementer.

Et metal arrangement med Ildisposed, under vores metal navn "Slag-Town Slays præsenterer", fuldt hus til Suspekt med 780 gæster og rockkoncert med Shotgun Revolution med ca. 50 gæster.

Det professionelle kæmpekor Ghost Cost Choir var vores indslag til De Dødes Nat

Vi sluttede oktober med Queen Machine i et spændende samarbejde med Musholm Ferie-, Sport og konference, hvor vi præsenterede vel Danmarks bedste kopi band foran 800 gæster og med et flot sponsorat fra en stor lokal virksomhed.



Queen Machine på Musholm Ferie, - Sport og Konference fredag den 30. oktober 2021.

November rummede 10 planlagte arrangementer, men led desværre stadig med eftervirkninger af corona, da vi måtte aflyse "Angående Mig og Føl Som" samt amerikanske "Three for Silver" grundet manglende billetsalg. Vi gennemførte Uffe Holm-show med ca. 200 gæster, vi havde indenfor upcoming/ vækstlags navne Barselona, Joyce og rock med Red Warszawa og Electric Guitars på Badeanstalten.

Magtens Korridorer gav den fuld gas foran en godt fyldt sal med ca. 500 gæster – hvoraf ca. 70 var VIP-gæster fra det lokale erhvervsliv. Vi sluttede november af med Johnny Logan og 400 gæster i Musikhuset.

November bød også på en af vores store firmajulefrokoster, der desværre, som smitten steg igen i løbet af efteråret, gik fra at være bragende udsolgt til en kun ½ solgt sal og en økonomi, der kun lige hang sammen.

December bød på julekoncert med Julie Berthelsen og 268 gæster og de lokale Mona og Erik med julesalmer og gratis adgang for de ca. 50 gæster.

Decembers firmajulefrokost led samme skæbne som november – kun ½ belægning, men verden lukkede jo også igen kort efter...

Personale og generationsskifte

Vores scenemester og produktionstekniker var hjemsendt på lønkomensation i næsten 6 måneder frem til 6. maj – med enkelte mødedage af hensyn til håndværkerbesøg eller nødvendige vedligeholdelsesopgaver.

Vores flex-jobber (3 timer/uge) og studentermedarbejder (6 timer/uge) arbejdede hjemme frem til maj. Vores administrative medarbejder har delvist arbejdet hjemmefra fra januar og frem til maj. Direktøren har været i musikhuset stort set dagligt i perioden.

Coronasituationen medførte også, at af den vedtagne strategi skulle udmøntes bl.a. med en strammere styring af økonomien og en bedre afrapportering til bestyrelsen. Derfor blev vores administrative medarbejder opsagt med virkning fra 1. september og en ny økonomichef tiltrådte 1. oktober. Ny kommunikationsmedarbejder blev ansat 1. november

Vores scenemester blev opsagt til udgangen af december 2021, da Musikhuset fra den dag ikke længere skulle administrere Slagelse Teater.

Har vi opfyldt kravene i aftalen?:

Ad a:

Antallet af koncerter og stand-up arrangementer i 2021 var 35 stk. mod 37 i det første Corona-år 2020 og 54 i 2019, som var seneste normale kalenderår. De fleste af de 35 arrangementer i 2021 er afholdt perioden fra juli til december – med et enkelt arrangement i maj og i juni.

De 35 arrangementer bestod af 25 koncerter, 3 stand-up shows og 6 gratis arrangementer: 2 "Solisterier" og 3 jam-aftener med lokale musikere samt Kulturnatten, De Dødes Nat-koncert og julekoncert.

Vores arrangementer var fordelt mellem de forskellige sale med Slagelse Musikhus (8), Badeanstalten (23), Slagelse Teater (2), (1) udendørskoncert samt (1) på Musholm Ferie-, Sport og Konference. Derudover havde vi 5 lokale bands og 1 kor i Musikhuset til Made In Slagelse på Kulturnatten, det professionelle kæmpekor Ghost Cost Choir i forbindelse med De Dødes Nat og vi var værter og medarrangører ved en af de indledede runder i bandkonkurrencen POKORN Nordic 2021, hvor 5 bands deltog.

Ab b:

Koncerter for børn og unge.

I 2021 blev der ikke gennemført koncerter for børn. For unge havde vi som før beskrevet en række koncerter – bl.a. den store udendørs STØJ!koncert:



STØJ! præsenterer ArtigeArdit og Spectors til studiestart i Træskogården 10. september 2021.

Ad c:

I samarbejde med Slagelse Musikskole holder vi jamaftener en gang om måneden. Vi nåede at afholde 3 stk. fra oktober til december. Der har været ca. 50 gæster til hver af disse jam aftener.

Ad d:

Vi har et godt samarbejde med de lokale bands, som ved særlige lejligheder - f.eks. udgivelse af albums med videre, får Musikhuset/ Badeanstalten stillet til rådighed for en koncert. De sørger selv for lydmand, egen forplejning og billetsalg. Vi bemander baren og har indtægterne derfra. Det er et fint samarbejde som gør, at musikerne gør sig meget umage med at få tiltrukket nogle gæster så alle får en god oplevelse sammen.

Ad. e:

Både det nationale og internationale samarbejde om koncerter har ligget noget underdrejet i 2021. Det nationale samarbejde har dog været yderst levende i forhold til at støtte og erfaringsudveksle med kolleger over hele landet om håndtering af coronaspørgsmål, personaleudfordringer og praktik.

Vi deltog i det lands -(og Sydsverige) dækkende talentudviklings program Popkorn Nordic, hvor en af de indledende runder blev afholdt 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 blev det spæde samarbejde med Sommerlyd Festivalen i 2021 til forhandlinger og en aftale mellem os om et strategisk samarbejde, både om brug af Musikhusets faciliteter og know how, markedsføring og praktik til festivalen i 2022. Samarbejdet med Musholm Ferie- Sport og Konference samt vores udendørs STØJ!koncert var også en del af vores aktiviteter udenfor husets egne rammer og med nye partnere.

Ad f.

Markedsføringsmæssigt bruger Musikhuset en lang række forskellige medier, både trykte lokale, sociale medier, vores egen hjemmeside og nyhedsbrev, LED-skærmvisninger i lokalområdet og bannerannoncer på relevante hjemmesider. Derudover benytter vi os af Ticketmasters markedsføringskanal, der involverer nyhedsbrev og synlighed gennem deres hjemmeside og sociale medier.

Vi benytter os af betalt og målrettet annoncering gennem Meta Business. Dette har, sammen med vores organiske markedsføring, medført en stigning i reach på 35,2% (270.061 brugere) på Facebook og hele 140.9% (60.161 brugere) på Instagram i perioden 01. januar 2021 - 01. januar 2022.

Vores profilbesøg på Facebook og Instagram er i perioden steget med henholdsvis 398.6% (23.946 brugere) og 307,9% (2.072 brugere).

Musikhuset følges af 6.900 personer på Facebook, vi har 1091 følgere på Instagram og sender nyhedsmails til 5165 modtagere.

Vi benytter os også af vores markedsføringssamarbejder omkring bestemte arrangementer. For eksempel tidligere nævne Queen Machine-koncert på Musholm Ferie-Sport-Konference og STØJ!-koncert i Træskogården. 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...

Med andre ord kommer navnet Slagelse Musikhus kommer vidt omkring.

Dette ses på nedenstående grafik:

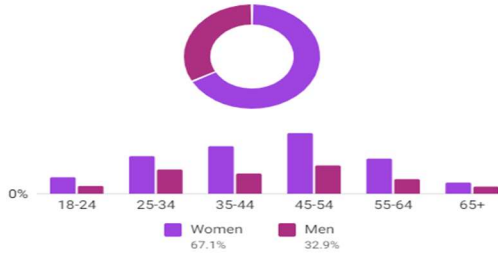
Audience

Current audience Potential audience

Facebook Page followers ⓘ

6,921

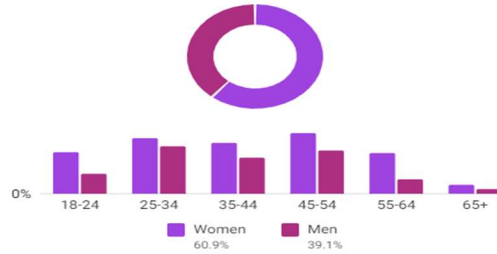
Age & gender ⓘ



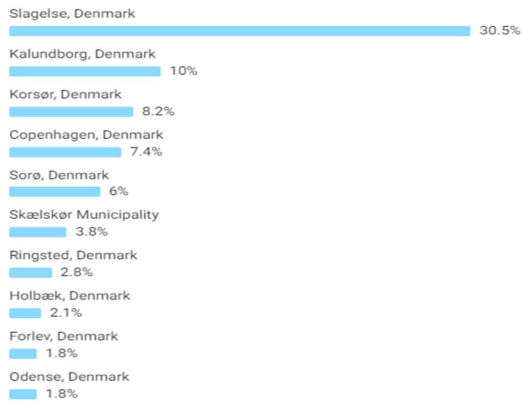
Instagram followers ⓘ

1,091

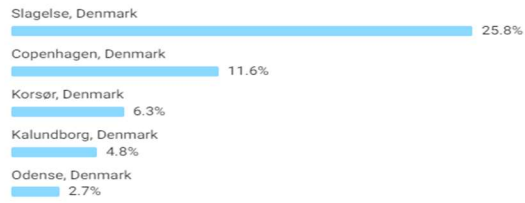
Age & gender ⓘ



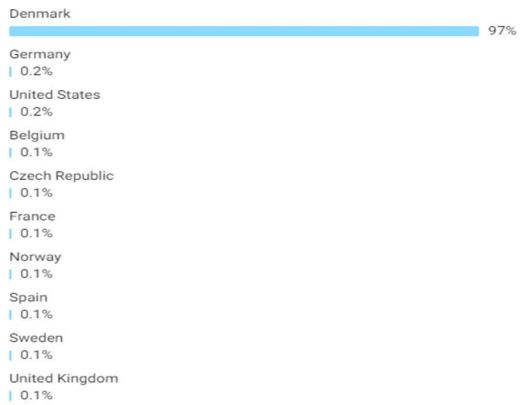
Top towns/cities



Top towns/cities



Top countries



Top countries



Generelle forhold:

- Musikhuset deltager via samarbejdet i KND, Kultur 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 – og landsdækkende via bl.a. Ticketmaster og Facebook og lokale aviser
- Entrépriserne fastsættes ud fra aftaler med kunstnerne samt markedspriserne
- I tilknytning til arrangementerne er der mulighed for at købe drikkevarer, lidt slik og snacks m.m. i barerne. Derudover kan der arrangeres spisning til forskellige arrangementer med mad udefra
- 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.
- Musikhusets aktiviteter, 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. De har hidtil købt billet til både sig selv og ledsager og ved koncerten bliver ledsagerbilletten så refunderet. Dette system er dog nu ændret til at man selv kan ringe til et særligt nummer hos Ticketmaster og der "købe" en gratis ledsagerbillet, hvis man har gyldigt ledsagerkort.

Udfordringer:

- Efterhånden ser vi tegn på slid efter hhv. 27 og 21 års flittig brug på både lydanlæg, stole og borde og stolesystemet.
- En kommende større udfordring er mangel på scenetræk, da kravene fra de store bands 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.
- Logistikken, pladsen og betjeningen i baren har altid været en udfordring. Det vil vi udvikle på i samarbejde med vores kommende leverandør af drikkevarer. Vores aftale med nuværende udløber i august og vi er i gang med at afsøge markedet for den bedst mulige aftale for de kommende år.
- En helt anden udfordring i kølvandet på corona og nedlukninger er at det er blevet vanskeligere at tiltrække store bands. De attraktive danske bands spiller så mange steder og på mange festivaler, at de har spillet landet "tyndt" - og dermed ikke er interesserede i at spille små steder som vores...
- Frivillighed er en anden udfordring: alle vores 3 faste foreninger har ved udgangen af 2021 meddelt, at de ikke som forening fremover kan løse de opgaver i Musikhuset, som de har gjort i mange år: Bar, garderobe, billetkontrol, ud-og ind-bæring, salsomstillinger. Det er i runde tal ca. 60-80 forskellige personer. Det har givet os en helt ny og meget stor opgave med i stedet at rekruttere time-lønnede til at varetage disse centrale funktioner. Der skal derfor indføres et vagtplansystem.

Statistik, gæster og billetsalg

Der har i 2021 været 14023 gæster til Musikhusets arrangementer.

Disse er fordelt på:

- 6958 betalende koncertgæster (til husets egne arrangementer)
- 3450 gæster til egne gratis arrangementer
- 3615 gæster til møder, erhvervsarrangementer og udlejninger.

Antallet af betalende koncertgæster i Slagelse Musikhus i 2021 faldt fra 7.518 i 2020 og 11.308 i normalåret 2019. Et fald på 40% i forhold til 2019.

Slagelse Teater:

Frem til udgange af 2021 administrerede Slagelse Musikhus også Slagelse Teater via aftale om forpagtning af Slagelse Teater

Slagelse Musikhus har varetaget bemanning af garderobe med alt hvad det indebærer af personaleledelse, vagtplaner, regnskaber, byttepenge, pasning af uniformer m.v. samt at være til stede som Slagelse Teaters ansvarshavende ved alle arrangementer.

Arbejdet med Slagelse Teater indebar desuden sæde i bestyrelsen i Ejerforeningen Herrestræde 11, som driver fællesarealerne – trappegange, p-plads, udendørs arealer og kantine - mellem VUC og Slagelse Teater/ Slagelse Kommune. Musikhusets direktør varetog her Slagelse Teaters interesser.

Slagelse Musikhus har jævnligt ført tilsyn med Slagelse Teater i corona lukkeperioden og har genoptaget et stort set dagligt tilsyn, da verden åbnede igen i efteråret 2021. Vi har året igennem haft en god dialog med brugerne/ kunderne om forskellige forhold omkring driften og samarbejdet samt lagt et stort arbejde i forberedelsen af overdragelsen af teatrets administration til en ny forpagter.

Der har i 2021 været 55 arrangementsdage på Slagelse Teater – primært fra september og året ud og med et anslået gennemsnit på 300 gæster pr/ dag giver det i størrelsesordenen 22.000 gæster.

Økonomi og regnskab

Fonden Slagelse Musikhus afholdt årsmøde 20. maj 2022. Årsregnskabet er vedlagt.

Regnskabet for Slagelse Teater, som er et uddrag af årsregnskabet er ligeledes vedlagt.

Resultat:

Udover aktivitetstilskud fra Slagelse kommune er Slagelse Musikhus' koncertvirksomhed i 2. halvår af 2021 udfoldet under en aftale med Statens Kunstfond som Netværks- og genrespillested, med et engangstilskud på 500.000 kr. som bidrag til udviklingen af musiktilbud i 2021.

Hertil har Fonden Slagelse Musikhus i 2021 modtaget honorarstøtte fra Statens Kunstfond til kunstnerne på 195 t.kr. hvoraf 77 t.kr. skal tilbagebetales i 2022 på grund af corona aflyste koncerter. Dette er indregnet i 2021 regnskabet.

Med årets nedlukninger og besparelser udgør driftsresultatet før skat et **underskud på -626 t.kr.** Resultatet er dog før diverse corona kompensationspuljer, som er modtaget i driftsåret.

Effekten af den samlede kompensationsbidrag på 1.176 t.kr. blev et resultat på +550 t.kr. før skat og +413 t.kr. efter skat. Med dette resultat fra 2021 konsoliderer Fonden Slagelse Musikhus sin egenkapital fra 1.331 t.kr. til 1.744 t.kr.

Kapitalberedskabet skal sikre Fonden Slagelse Musikhus mod det usikre marked ovenpå Corona nedlukningen, som vi går i møde i 2022 og samtidig sikre, at vi har det fornødne kapitalberedskab og likviditet til at opfylde fondens nuværende og fremtidige forpligtigelser efterhånden som de falder samt fortsat levere et

bredt udbud af rytmisk musik af forskellig genre og kunstarter fra lokalt til et højt nationalt kunstnerisk niveau.

Fonden Slagelse Musikhus har derudover besluttet at øremærke de modtagne kompensationsmidler på 1.176 t.kr. til at levere et antal koncerter i 2022 og 2023 af forskellig genre og på særligt kunstnerisk højt niveau, som et ekstra bidrag til Slagelse kommunes borgere ovenpå en lang nedlukningsperiode med corona samt til investeringer.

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 2021 var andelen af publikum i alderen 18-35 år opgjort til 38% og i 2022 budgetterer vi med en publikumsandel af 18-35 årige på 30%. Se nedenstående:

ANDEL PUBLIKUMSKATEGORI - Realiseret			
Aldersgruppe	Realiseret 2021	PCT. 2021	2022
0-17	-	0%	
18-35	2.480	38%	30%
36-60	3.039	47%	
60+	927	14%	

Vi vil realisere dette ved at fokusere mere på arrangementer, der er særligt attraktive for og målrettet unge, både i antal, kvalitet og størrelse.

Vores kunstneriske målsætning er 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 styrker 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.

Bilag:

Særskilt regnskab for Slagelse Teater 2021
Årsrapport 2021 for Fonden Slagelse Musikhus

Slagelse Musikhus d. 29. juni 2022

Anette Borg
Direktør