

# Status og strategi 2021-2024 for Slagelse Musikhus

---

## 1. Spillestedets formål

Slagelse Musikhus drives af Fonden Slagelse Musikhus, som er etableret 1. januar 2018. Slagelse Musikhus har forinden da været kommunal koncertsal siden 1995, udvidet med spillestedet Badeanstalten i 2000.

Fondens formål er som beskrevet i vedtægterne:

- at være en moderne innovativ kulturvirksomhed
- at knytte tættere bånd mellem Slagelses erhvervsliv og kulturliv samt
- at bidrage til kulturelle aktiviteter i Slagelse Kommune i bred forstand

Slagelse Musikhus består af 2 spillesteder: Slagelse Musikhus, som er den store koncertsal med plads til 400 siddende eller 700 stående/84 siddende gæster samt Badeanstalten, der er vores mindre "klubscene" med plads til 100 siddende eller 250 stående gæster.

Ud over de 2 koncertsteder administrerer Fonden Slagelse Musikhus også Slagelse Teater med en kapacitet på 612 siddepladser. Slagelse Teater er dermed vores største sal til et siddende publikum.

I det følgende bruger vi betegnelsen "Slagelse Musikhus", uanset hvor aktiviteterne er placeret.

## 2. Aktuelle politiske målsætninger

Som regionalt spillested i perioden 2021-2024 vil Slagelse Musikhus være omfattet af Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musiks mål og visioner for de regionale spillesteder i hele landet:

### **Mission**

*Missionen for de regionale spillesteder er at formidle, præsentere, profilere og udvikle det rytmiske musikkens liv lokalt, regionalt og nationalt.*

### **Vision**

*De regionale spillesteder fremstår og virker som dynamiske og kompetente knudepunkter, der formidler, præsenterer, profilerer og udvikler en mangfoldighed af rytmisk musik af høj kunstnerisk kvalitet i hele landet.*

*De regionale spillesteder er forskelligartede, bl.a. i forhold til geografi og demografi. Det enkelte regionale spillested forholder sig aktivt til sin omverden og udvikler og præciserer en unik og ambitiøs mission, vision og strategi for, hvordan spillestedet vil bidrage til at realisere projektstøtteudvalgets overordnede mission og vision for regionale spillesteder 2021-2024.*

Slagelse Musikhus' målsætninger er beskrevet i aktivitetskøbsaftalen med Slagelse Kommune og den primære opgave er bl.a. at tilbyde:

- Et varieret udbud af kvalitetsprægede koncerter og kulturarrangementer - min. 50 koncerter og arrangementer om året - inden for en bred ramme af stilarter og genrer.

- Arrangementer, der er målrettede børn og unge, fx årlig børnemusikfestival samt enkeltstående koncerter eller lignende.
- Samarbejde med Slagelse Musikskole og Musikakademiet Slagelse/MGK - eller tilsvarende overbygning, når denne genetableres på Slagelse Musikskole samt at skabe udviklingsprojekter og koncerter/arrangementer med eleverne.
- Tværkommunale samarbejder om musikaktiviteter for hele kommunen – f.eks. Spil Dansk m.m.
- Understøttelse af den lokale musikkultur med faciliteter og aktiviteter for især unge talenter og lokale bands – herunder afvikling af jamaftner.
- Regionalt samarbejde om musikaktiviteter og udvikling.
- Markedsføringsværdi i forhold til branding af Slagelse Kommune som musikalsk kraftcenter.

### 3. Aktuelle muligheder og udfordringer

Slagelse Musikhus er i dag allerede et godt forankret spillested, som tiltrækker gæster fra både by og et stort opland på grund af den store alsidighed, beliggenhed og det høje aktivitetsniveau. Vi har et stort lokalkendskab og et veludviklet netværk.

Men Slagelse Musikhus vil også være et vigtigt nyt Regionalt Spillested fordi:

- Vestsjælland er underforsynet og underprioriteret med spillesteder – og Regionale Spillesteder.  
I evalueringen af de Regionale Spillesteder (rapport fra Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik af juni 2019, tabel 1 side 20) fremgår det, at Region Sjælland er den region, der har næst færrest regionale spillesteder/indbygger. Der er pt. 1 spillested pr. 418.000 indbyggere mod landsgennemsnittet på 1 spillested pr 321.000 indbyggere.
- Region Sjælland er samtidig den region med det laveste statstilskud pr. indbygger.
- Slagelseområdet har en meget bred vifte af både ungdomsuddannelser og videregående uddannelser, der søges af unge fra et kæmpestort opland fra hele regionen – fra Nykøbing Sjælland i nord over Sorø/ Ringsted i øst og Næstved i syd. Slagelse har således omkring **8000 studerende, hvilket gør Slagelse til den største uddannelsesby udenfor hovedstaden.**  
Slagelse som studieby er i rivende vækst og både kommunen og private virksomheder lægger mange kræfter i denne indsats. Især omkring det nye Campus (som kommer til at rumme Absalon og SDU), der er ved at blive bygget lige ved siden af stationen i Slagelse – 200 meter fra Slagelse Musikhus. Det giver Slagelse Musikhus et unikt momentum for at blive det naturlige mødested for regionens studerende. Musikhuset har allerede i dag et tæt

samarbejde med flere af uddannelsesinstitutionerne og derfor er der et godt grundlag for at udbygge samarbejdet og involvere endnu flere unge aktivt omkring musikken og Musikhuset.

- Der er et stort set helt uudnyttet potentiale i forhold til samarbejdet med folkeskolerne. Her er det oplagt at skabe nye relationer mellem spillested og skolerne bl.a. i forbindelse med skolernes LMS-koncerter. Vi har på LMS' spillelister set, at der kunne være mange flere skoler i Slagelseområdet med skolekoncerter og Slagelse Musikhus kunne stå for alt det praktiske samt den kunstneriske kuratering og spille koncerterne i vores gode rammer. Det er helt afgørende, at skolebørnene – uagtet alle opvækstbetingelser – møder musikken og at møde musikken i professionelle rammer på det lokale spillested i en tidlig alder styrker kun relationen mellem barnet og spillestedet og giver gode muligheder for at bygge oven på (publikums)relationen. Samtidig kan vi i et tæt samarbejde med f.eks. LMS lade vores kompetencer på forskellige området mødes, og sammen skabe musikalske oplevelser for det yngste – og vigtige – publikum af allerhøjeste kvalitet.
- Samarbejdet med Slagelse Musikskole, der har afdelinger i både Skælskør, Korsør og Slagelse og er repræsenteret på en lang række folkeskoler i kommunen, anses også for at være vigtigt og givende fortsat at styrke, så vi sammen 1) skaber et attraktivt læringsmiljø for børn og unge hvor workshops (tidligere med f.eks. The Kutimangoes) og masterclasses er en del af undervisningstilbuddet i Slagelse 2) sætter udviklende og professionelle rammer for musikken – selvom børnene endnu kun kan spille 2 akkorder, for 'musikerlivet' er jo langt mere end bare dét at spille musikken 3) talentudvikling og 'spotning'.
- Slagelse Kommune er hjemsted for flere væsentlige offentlige funktioner: De militære funktioner, der er samlet på Antvorskov Kaserne i Slagelse og Flådestation Korsør. Hertil kommer Fødevarestyrelsen, Søfartsstyrelsen, AU Flakkebjerg, Akutsygehuset og Sikringen. Som Regionalt Spillested er det oplagt at kunne gøre mere for at tiltrække de ansatte her som gæster i Musikhuset og som nye borgere til område.
- Slagelse er defineret som udkantsområde og et Regionalt Spillested vil være en vigtig katalysator for vækst i bosætning, for det gode studieliv for de studerende og for virksomhedernes muligheder for at tiltrække og fastholde kvalificeret arbejdskraft til et kulturelt spændende område, hvor der også er professionelle tilbud til børn og familier.
- Der er langt til andre spillesteder: Elværket i Holbæk, Ringsted Kongrescenter, Kulturcafé Ludvig i Sorø, Grønnegades Kaserne og Kulturcenter i Næstved. Slagelse Musikhus griber Vestsjælland på en anden måde bl.a. ved at dyrke vækstlag, lokal forankring, det lokale musikmiljø og de smalle genrer.
- Med 78.300 indbyggere er Slagelse en mellemstor kommune, der arealmæssigt dækker et område på 567 km<sup>2</sup>. Slagelse Kommune ligger centralt i Danmark - et midtpunkt på akse mellem trekantsområdet, Fyn og hovedstadsområdet. Slagelse by med lige under 34.000 indbyggere betegnes også som "Vestsjællands hovedstad". Her er et alsidigt og aktivt kultur- og foreningsliv med teatre, en stor biograf, den største handelsby på Vestsjælland med hyggelige cafémiljøer, krogede gadeforløb, flere indkøbscentre og ikke mindre end tolv torve. Musikhuset er solidt forankret i det lokale miljø og er katalysator for og medskaber af en

række kulturelle aktiviteter i dag. Med en position som Regionalt Spillested vil Slagelse Musikhus i højere grad være med til at løfte udviklingsorienterede tiltag i lokalmiljøet, som f.eks. det store by-event De Dødes Nat, der har et meget stort udviklingspotentiale.

- Kommunen har tre købstæder: Slagelse, Korsør og Skælskør, hvor hovedbyen er Slagelse. I købstæderne og de nærliggende kommuner er der andre aktører, der arrangerer professionelle koncerter. Foreningerne fokuserer dog primært på egne arrangementer for medlemmerne. Som Regionalt Spillested vil Slagelse Musikhus være den dynamiske aktør, der fremmer kvalitet og mangfoldighed i det rytmiske musikliv og tilbyder sparring og samarbejde mellem parterne til gavn for alle.

Der er dog nogle aktuelle udfordringer i, at der er en høj grad af pendling især blandt de studerende men også blandt de ansatte i områdets virksomheder.

Med position som Regionalt Spillested vil Slagelse Musikhus have muligheden for at sikre en udviklingsorienteret tilgang til den rytmiske koncertformidling. Vi har størrelsen og platformen til både i en lokal og en national sammenhæng at medvirke til, at de nye og mere uprøvede artister og deres musikalske udtryksformer får mulighed for at møde et publikum. Denne indsats har vi arbejdet med i en årrække og den vil vi kunne udbrede og arbejde endnu mere intenst med - i samarbejde med de øvrige regionale spillesteder. Vi ser det som vores bidrag til den danske musik- og kulturudvikling under mottoet "*Mød de store mens de er små*".

Økonomi er altid en udfordring.

Slagelse Musikhus arbejder konstant for at optimere egne økonomiske forudsætninger og indtjening. Med en professionelt ledet organisation søger vi at få størst muligt udbytte af vores administrative indsatser og nytænke muligheder for at udnytte vores ressourcer, kapacitet og lokaler. Vi samarbejder bredt med lokale aktører og udlejer vores lokaler, når de ikke benyttes til koncertvirksomhed. Men vi har også behov for yderligere ressourcer til at løfte talentarbejde, publikumsaktiviteter og til at imødekomme ambitionerne om mere frivillighed.

Personale og frivillige

Slagelse Musikhus' personale oplever en stadig stigende udfordring med at imødekomme de mange ønsker og initiativer omkring arrangementer og samarbejder, hvor der kræves en omfattende planlægning og koordinering. Dette gælder også i forhold til ønsker om en større involvering af frivillige i og omkring huset. Hvis vi bliver Regionalt Spillested vil vi derfor uddanne personale i frivillighedsledelse så vi bliver i stand til at løfte opgaven bedre. De frivillige er allerede en stigende ressource på spillestedet – men Slagelse Musikhus ønsker at arbejde endnu mere intenst for at rekruttere, uddanne og fastholde - især unge – frivillige, da de er vigtige for udvikling af nye publikumssegmenter.

Slagelse Musikhus ser samtidig en stor og spændende udfordring i at skabe et attraktivt frivillighedsmiljø for unge i lokalområdet. Vi ser et generelt 'hul' i markedet i Slagelseområdet i forhold til, hvilke attraktive tilbud – og hvilken stærk kultur - for frivillighed, der findes i de større byer.

Slagelse Musikhus går gerne sammen med andre vigtige aktører i området f.eks. Slagelse Festuge og Skælskør 2000 i et ønske om at sparre med hinanden og generelt set dele, løfte og udvikle på vores viden om frivillighed samt tale rekruttering, uddannelse og fastholdelse af frivillige.

#### **4. Vision for Slagelse Musikhus**

1. Slagelse Musikhus er det dynamiske og kompetente regionale knudepunkt for det rytmiske musikliv i Vestsjælland.
2. Slagelse Musikhus har fokus på Public Service og præsenterer et stort antal koncerter med rytmisk musik i høj kvalitet, i alle genrer og for alle aldre.
3. Slagelse Musikhus skaber den optimale ramme for kunstneriske oplevelser for det publikum, vi kender og for de gæster, vi ønsker at få flere af og er et attraktivt spillested for både lokale, nationale og internationale musikere og artister.
4. Slagelse Musikhus arbejder målrettet og dedikeret på udvikling af det lokale musikmiljø samt vækstlaget på både den nationale og internationale scene under mottoet "Mød de store mens de er små". Herunder samarbejder vi med de øvrige regionale spillesteder om at fremme den store talentmasse, der er på stadiet mellem "upcomming" og etableret navn.
5. Vi udvikler et stærkt og engageret frivilligmiljø med fokus på de unge, der kan bidrage til et øget og mere differentieret aktivitetsniveau.

#### **5. Opgaver for Slagelse Musikhus**

Regionale spillesteder realiserer deres mål og visioner gennem målrettede aktiviteter inden for to opgaveområder:

- Koncertvirksomhed
- Udvikling af musiklivet, herunder talent, vækstlag og smalle genrer

Antallet af koncerter for den unge målgruppe skal øges og der skal udvikles en forretningsmodel, så der kan formidles endnu mere rytmisk musik på et økonomisk bæredygtigt grundlag.

I det følgende beskrives den aktuelle status og forventningerne til 2021-2024 for hvert af de to opgaveområder.

##### **5.1. Koncertvirksomhed**

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musiks overordnede målsætning for alle regionale spillesteder:

*De regionale spillesteders koncertvirksomhed bidrager til at formidle og præsentere regional, national og international rytmisk musik af høj kunstnerisk kvalitet samt at holde prioriteret fokus*

*på udvikling og nytænkning. De regionale spillesteder udfordrer både kunstnere og publikum, og de sætter musikken og den musikalske oplevelse i centrum.*

De regionale spillesteder søger at realisere deres mål og vision inden for koncertvirksomhed med baggrund i metoder, som spillestedet arbejder målrettet med:

- Særskilte mål, metoder og indikatorer for små (K1), mellemstore (K2) og store (K3) koncerter. Små koncerter er i Slagelse Musikhus koncerter med under 100 solgte billetter, mellemstore koncerter er koncerter med 101-250 solgte billetter og store koncerter er koncerter med over 251 solgte billetter.
- Udvikling af eksisterende og nye publikumssegmenter.
- Kommunikation og markedsføring, som rækker ud lokalt og i landsdelen.
- Koncertvirksomhed på spillestedet og uden for spillestedet.

#### **5.1.1. Små koncerter (K1) – op til 100 gæster.**

<p>Aktuel status</p>	<p>Slagelse Musikhus har som honorarstøttet spillested ikke før brugt begrebet K1 koncerter.</p> <p>Vi har præsenteret kvalitetsprægede smalle koncerter og vækstlagskoncerter som "små koncerter".</p> <p>Vi samarbejder med lokale bands om deres releasekoncerter for deres udgivelser. Vi lægger hus og teknik til og de tjener på entréen til deres egne omkostninger.</p> <p>K1 koncerterne præsenteres primært på vores lille klubscene Badeanstalten samt ved sjældnere lejligheder i Foyeren til den store sal.</p> <p>De små koncerter er typisk jazzkoncerter, ofte med internationale musikere, verdensmusik og koncerter med nye udtryk – i høj kunstnerisk kvalitet.</p> <p>De små koncerter giver musikere og gæster mulighed for at opleve og præsentere nye projekter, smalle genrer og vækstlaget i en tæt atmosfære og "trygge rammer", hvor selv 20-40 gæster ser ud som "der er kommet nogen."</p>
<p>Mål 2021-2024</p>	<p>Vi vil øge antallet af K1 koncerter over de kommende 4 år og herunder spille flere af disse koncerter udenfor husets matrikel.</p> <p>Målet er også at forbedre samarbejdet mellem de lokale aktører og øvrige eksterne koncertscener ved dialogmøder, som skal finde sted mindst 2 gange om året.</p>

	<p>At udvikle publikums nysgerrighed overfor bands/navne, de ikke kender og give bands en chance i rammer, hvor de selv kommer til andre populære koncerter.</p>
<p>Metoder 2021-2024</p>	<p>Vi vil samarbejde med andre (regionale) spillesteder om vækstlagskoncerter og koncertturnéer med allerede udvalgte bands (Karrierekanonen, Vegas Udvalgte eller lignende)</p> <p>Vi vil samarbejde med genreorganisationerne, f.eks. JazzDanmark og Tempi om (internationale) jazz og verdensmusik og folk koncerter.</p> <p>Vi vil etablere en UngeBookinggruppe, der skal have indflydelse på programlægningen af koncerter for unge.</p> <p>Vi vil søge en endnu større spredning i genrerne og søge at tilgodese de genrer, som ikke er så hyppigt repræsenteret.</p> <p>Vi vil søge at lave partnerskaber om koncerter. Gerne i alternative rammer udenfor huset, hvor vi har været før: f.eks.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rock På Borgen og Genlyd på Borgen (et samarbejde med Vikingeborgen Trelleborg)</li> <li>- Move Mekka, et samarbejde med Gerlev Legepark og Idrætshøjskole om "koncerter til fysisk udfoldelse – yoga, fodbold, leg)</li> <li>- "Årets Helge" koncerter (dansk folk) i samarbejde med Korsør Kulturhus.</li> <li>- Koncerter på og i samarbejde med Slagelse Museum (håndværks- og industrimuseum) og Slagelse Bibliotekerne – med fokus på det gode håndværk i tekst og musik.</li> </ul> <p>De fleste af K1- koncerterne vil blive "stjernemærkede" således at gæster kan komme ind for 50,- kr. ved køb af rabatklippekortet 'Stjernekort'. Det har vi erfaring for som værende et publikumsudviklende tiltag, da publikum på denne måde bliver lokket af en billig pris til at give ukendte bands en chance</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2021-2024</p>	<p>Succeskriterier er:  øget efterspørgsel på vores rabattilletter, klippekortet "Stjernekort". Vi har solgt 58 stk. i 2019 (hvert stjernekort har 3 klip).</p> <p>At vi har gennemført og afholdt min 1 årligt dialogmøde med eksterne koncert samarbejdspartnere.</p>

	<p>At vi har lavet aftaler om min 2 koncerter om året ude af huset.</p> <p>Ungebookinggruppen planlægger og gennemfører mindst 2 koncerter om året.</p>
--	---

### 5.1.2. Mellemstore koncerter (K2) – 101-250 gæster

Aktuel status	<p>Slagelse Musikhus har som honorarstøttet spillested ikke før brugt begrebet K2.</p> <p>De mellemstore koncerter er typisk stående koncerter i vores lille spillested Badeanstalten eller siddende i alternativ salsopstilling i den store sal</p> <p>Vi har præsenteret de kvalitetsprægede mellemstore, primært danske artister i denne kategori. Det er navne som: Patrick Dorgan, Michelle Birkballe og Rock Nalle, The White Album, Red Warszawa samt flere bluesbands.</p> <p>Det er også i K2 "koncertregi", at vi tidligere har præsenteret en ganske ung Lukas Graham, Christoffer, Mads Langer, Annika Aakjær og mange flere før de blev store)</p> <p>Vi har i de senere år svigtet metalscenen lidt, men det er der rettet op på i vores nye samarbejde med foreningen 'Metal i Byen'.</p>
Mål 2021-2024	<p>Vi vil præsentere spændende kvalitetsartister, der forventes at kunne samle mindst 100 gæster. Både smalle navne men også de nyere, som er på mellemfasen mellem vækstlag og gennembrud.</p> <p>Herunder også de store og måske lidt skæve bands og artister som AddisAbabaBand samt svensk partyreggae med Partiet (S)</p> <p>Salen tilpasses det aktuelle publikum og den stemning, vi gerne vil sætte gæsterne i.</p>
Metoder 2021-2024	<p>Vi vil gøre det lidt ekstra, der skal til for at hver koncert bliver noget særligt og for at kunstnerne også bliver udfordret til at gøre noget særligt.</p> <p>Eksempler: Til Woodstock 50 års hyldestkoncerten blev gæsterne modtaget i foyeren af Slagelse Musikskoles talentlinje, der iført tidskorrekt hippietøj, spillede numre fra tiden. Musikhusets personale var ligeledes korrekt hippieklædt og i koncertsalen var der opslået telt og lagt</p>



	<p>tæpper, så gæsterne kom i den rette festivalstemning.</p> <p>Seje Pede B freestylerrappede over Borgmesterens tale til byens studystart på det store Nytorv i Slagelse. Ud over at få en ny fan i borgmesteren, gjorde han og vi på denne måde opmærksom på hans koncert i Musikhuset dagen efter arrangementet.</p> <p>Til koncerten med Radiant Arcadia på Kvindernes Internationale Kampdag indledes søndagen med brunch, derefter er der koncert og artist talk med det 9 mand store spændende band, kun bestående af kvinder.</p> <p>Jacob Dinesen lavede pop-up shop og surpricekoncert i Musikshusets Foyer for en udvalgt skare af fb-vindere. Vi fik ham til at slutte af på Steinway flyglet i den store sal, omringet af fans og oplyst af store kandelabere. Dette som optakt til hans koncert i huset, der fandt sted kort efter.</p> <p>Vi vil øge samarbejdet med bl.a. foreningen Metal i Byen og præsentere flere metalkoncerter hen over året.</p>
Indikatorer for målopfyldelsen 2021-2024	Vi vil løbende evaluere de forskellige tiltag med henblik på at se om vores aktiviteter har en effekt – både på gæsternes oplevelse og på billetsalget.

### 5.1.3. Store koncerter (K3) 251 gæster og op

Aktuel status	<p>Slagelse Musikhus har som honorarstøttet spillested ikke tidligere brugt begrebet K3 koncerter.</p> <p>De store koncerter med 251 gæster og op finder sted i den store sal – samt fra 2019 også på Slagelse Teater.</p> <p>De store koncerter er både for et siddende og stående publikum – eller en kombination. Dog er koncerter på Slagelse Teater kun for et siddende publikum men til gengæld er både scenen og salen markant større, så der kan være artister, som ikke kan rummes på Slagelse Musikhus. F.eks. DR Bigband eller det kommende Mezzoforte.</p> <p>Slagelse Musikhus er byens og områdets største professionelle koncertsted. De store koncerter her er typisk de større, kendte danske navne – også de ældre – og derudover har vi en historik med at præsentere NyCirkus forestillinger i disse rammer også.</p> <p>Der findes i lokalområdet flere andre steder, som ad hoc bruges til koncerter - uden dog at være apteret med lyd/lys/scene/stole m.v. til dette. Disse lokationer kan også rumme 300- 450 gæster, svarende til</p>
---------------	---

	<p>Musikhusets siddende kapacitet og er i sjældne tilfælde "konkurrenter" i forhold til attraktive kunstnere. Det løser vi dog altid ved en god dialog både med de aktuelle arrangører og kunstnernes agenter. Musikhuset (og Slagelse Teater) er imidlertid beliggende tæt på bymidten og Slagelse Station, hvilket ses som en stor fordel.</p> <p>Men det er ikke altid, vi overhovedet kommer i betragtning til de attraktive koncerter. Vi oplever en tendens til at de største (danske) navne spiller færre og færre koncerter på spillesteder og derfor koncentrerer sig om de store byer og de største venues. Samtidig spiller de ofte så mange festivaler som muligt, så der er ikke "plads" til spillesteder af vores størrelse på deres turnéer – og i deres økonomiske forventninger. En løsning på denne problemstilling kan være en mere formaliseret dialog mellem landets festivaler og spillesteder med henblik på at skabe rum og rammer for en dialog om, hvordan vi fortsat sammen udvikler på en mangfoldig musikscene og tilbyder publikum attraktive både store og små koncerter – hele året.</p>
Mål 2021-2024	<p>De store koncerter skal være med til at sikre den Public Service-status og forpligtelse, Musikhuset har haft i flere år og sikre, at områdets borgere kan opleve både de populære, kendte artister og de, som når at slå igennem og blive store nok, inden koncerten finder sted.</p> <p>De store koncerter forventes også at kunne genere et overskud (via barsalg) til brug for huset øvrige aktiviteter og drift. Samtidig er mange gæster i huset en oplagt markedsføringskanal for de øvrige arrangementer.</p> <p>Vores nye konstruktion som erhvervsdrivende fond giver også mulighed for ved hjælp af sponsorater fra f.eks. Musikhusets Venner at præsentere større og andre navne, end vi hidtil økonomisk har kunnet magte. Vi forventer at kunne præsentere 1 årlig stor koncert i samarbejde med venneforeningen.</p> <p>Musikhuset har desuden en anden målsætning om et øget aktivitetsniveau på Slagelse Teater og derfor præsenterer vi også nogle andre og mere showprægede koncertnavne der. Det er f.eks. The Scandinavian Pink Floyd Projekt som, selv om de er et "kopi-band", har så høj håndværksmæssig klasse, at det giver mening at præsentere.</p>
Metoder 2021-2024	<p>Vi vil gå efter at præsentere aktuelle artister, der giver mening at sætte på scenen. Det kan være begrundet i nye udgivelser, en historik omkring et jubilæum eller et tema som 100 året for Genforeningen, der konkret har skabt en koncert med De Forbudte Sange med Bodil Jørgensen, som vi præsenterer i Spil Dansk ugen. Ikke nyskabende, men gamle sange i en ny kontekst og aktuelt i forhold til Danmarks historie om fællessang og musikkens betydning for det kulturelle fællesskab og samhørigheden. Vi har en dialog med Slagelse Museum</p>

	<p>omkring nogle fælles tiltag, der kan underbygge koncertoplevelsen.</p> <p>Vi vil være modige i vores valg af artister og lægge vægt på at få Ungebookinggruppen med til at kuratere de store navne, der er interessante for de helt unge.</p> <p>Venneforeningen kunne f.eks. sponsere et årligt beløb til gennemførelse og underskudsgaranti til særlige store og økonomisk risikofyldte arrangementer.</p> <p>Vi vil øge indsatsen for at præsentere internationale metalbands, der på turné i Europa kan købes som interessante "pakkeløsninger" med flere bands og ofte til en rimelig økonomi.</p> <p>Vi vil være bedre til at formidle vores kvaliteter til de store kunstners agenter for derved at åbne deres øjne for mulighederne for at spille deres koncerter her.</p>
Indikatorer for målopfyldelsen 2021-2024	<p>Vi vil løbende evaluere om vi opfylder vores Public Service-målsætning og justere indsatsen herefter.</p> <p>Vi vil løbende præsentere Venneforeningen for mulige emner til større koncerter, hvor de kan være medfinansierende og afgørende for, om koncerten kan bookes og gennemføres.</p> <p>Vi vil være mere til stede på festivaler, netværksmøder og lignende hvor vi kan komme i kontakt og dialog med de toneangivende agenter.</p>

### Nøgletal for koncertvirksomheden

Det realiserede koncerttal bygger på den optællingsform, vi hidtil har brugt til indberetning som honorarstøttet spillespillested. Det er baseret på koncertdage og ikke som i denne søgnings koncertlister på antallet af orkestre, der har spillet koncert.

	<i>Realiseret koncerttal 2019</i>	<i>Antal solgte billetter 2019</i>	<i>Forventet koncerttal 2021</i>	<i>Forventet billetsalg 2021</i>	<i>Forventet koncerttal 2022</i>	<i>Forventet billetsalg 2022</i>	<i>Forventet koncerttal 2023</i>	<i>Forventet billetsalg 2023</i>	<i>Forventet koncerttal 2024</i>	<i>Forventet billetsalg 2024</i>
<b>Små koncerter (K1)</b>	19	696								
<b>Mellemstore koncerter (K2)</b>	8	1161								
<b>Store koncerter (K3)</b>	15	5348								
<b>I alt</b>	<b>42</b>	<b>7205</b>								

På de nye koncertlister, hvor 2019 er indberettet efter de Regionale Spillesteders principper (bilag 4-og 5) ser tallene således ud:

	Realiseret koncerttal 2019	Antal solgte billetter 2019	Forventet koncerttal 2021	Forventet billetsalg 2021	Forventet koncerttal 2022	Forventet billetsalg 2022	Forventet koncerttal 2023	Forventet billetsalg 2023	Forventet koncerttal 2024	Forventet billetsalg 2024
<b>Små koncerter (K1)</b>	31	882	50	2500	55	2750	60	3000	65	3250
<b>Mellemstore koncerter (K2)</b>	13	1532	30	3750	32	4800	34	5100	36	5400
<b>Store koncerter (K3)</b>	19	5342	25	7500	25	7500	25	7500	25	7500
<b>I alt</b>	<b>42</b>	<b>7205</b>	<b>105</b>	<b>13750</b>	<b>112</b>	<b>15050</b>	<b>119</b>	<b>15600</b>	<b>126</b>	<b>16150</b>

K1 defineres som koncerter med op til 100 gæster, K2 fra 101-250 gæster og K3 fra 251 gæster og op.

Tabellen viser antallet af koncerter og solgte billetter i 2019 samt forventningerne til årene 2021-2024.

Bemærk at tabellen kun medregner koncerter, hvortil der tages entre.

#### 5.1.4. Udvikling af eksisterende og nye publikumssegmenter

<p>Aktuel status</p>	<p>Aktuelt afprøver vi nye koncertformer – brunch/ koncert og artist talk på Kvindernes Internationale Kampdag for at se om det er attraktivt og kan genere et andet og større publikum til en smal koncert</p> <p>Vi har afprøver et for os nyt koncept med en endags-metalfestival, Slag-Town Slays med 8 bands: 4 internationale, 2 større danske og 2 lokale. Koncertsalen bliver bygget op til lejligheden, der kommer en særlig bar og et kæmpe område til merchandise, vinyls m.v., boder med mad. P6 "Sort Søndag" har meldt sin ankomst og billetsalget går rigtig fint.</p> <p>Vi gør meget ud af Storytelling på de sociale medier og kommenterer og deler gerne koncerter, prisuddelinger eller andet hvor nogle af de musikere, der har spillet her, optræder. Det giver nyt liv til gode minder og kan inspirere gæster til at komme igen eller inspirere nye fans af kunstneren til at hole øje med, hvad vi ellers præsenterer.</p> <p>Vi har i en periode prøvet at få de store navne til fra scenen at anbefale en kommende koncert i vores program inden de går. Når det lykkes, virker det rigtig godt. Vi synes, at de kendte musikere kunne have en forpligtelse og ansvar for at bakke spillestederne op.</p> <p>Musikhusets engagement i store tværgående events som f.eks. De Dødes Nat tiltrækker en anden type gæster og "aktivister" til husene, som ikke plejer at komme her. Det er de halvstore børn 12 til 15-16 år, som får en oplevelse af at Musikhuset har noget at byde på for dem og at de kan være med til at præge et arrangement. Det kan give nye frivillige kræfter eller nye gæster på længere sigt.</p>
----------------------	--

	<p>Vi har tidligere i samarbejde med forskellige landsdækkende organisationer arrangeret en årlig Børnemusik Festival, som på sit højeste præsenterede 12 koncerter for 3600 børn i børnehave og indskolingsalderen. Det var en skøn blanding af både showprægede koncerter og koncerter, som børnene aldrig selv var kommet til. Med folkemusik, verdensmusik, helt nye sange og ukendte artister. De oplevede både musikken i de optimale rammer men også, hvordan man opfører sig: er stille, danser med og klapper. Og kører med bus til koncert.</p>
Mål 2021-2024	<p>At få flere musikere til at tage ansvar for markedsføringen af koncerter og interagere med spillestedet.</p> <p>Vi har en idé om at konceptualisere flere koncerter så publikum efterhånden ved lidt mere om hvad de kan forvente (ligesom Lørdagsjazz. De kan ikke huske, hvem der spiller, men det plejer at være godt). Det giver tryghed til at komme til ukendte navne, hvis der er en ramme, gæsterne kender og holder af.</p> <p>At genskabe en årlig Børnemusik Festival.</p>
Indikatorer for målopfyldelsen 2021-2024	<p>En eller flere koncerttyper skal formidles under et koncept.</p> <p>At flere gæster kommer til koncerter de ikke kender.</p>

#### **5.1.5. Kommunikation og markedsføring, som rækker ud lokalt og i landsdelen**

Aktuel status	<p>Slagelse Musikhus har en yderst aktiv og veldoseret facebookprofil med over 6000 følgere. Storytelling og tankegangen om at vores gæster er Musikhusets fans gør, at vi laver vedkommende og attraktivt indhold og er meget omhyggelige med ikke at trætte/forstyrre eller spamme vores fans med information, der ikke interesserer dem. Vores kommunikationsmedarbejder er veluddannet og kan følge og forholde sig til de stadige forandringer, der er i Facebooks algoritmer m.v.</p> <p>Vores hjemmeside er helt ny og har udover en kraftig layout-make-over nu fået funktioner, der kan bruges på mobile enheder</p> <p>Vi har netop fået et nyt elektronisk nyhedsbrev som fremover bruges til markedsføring overfor eksisterende billetkøbere. Derudover kan man selvfølgelig tilmelde sig nyhedsbrevet på vores hjemmeside selv om man aldrig har købt en billet.</p> <p>Vi har tidligere haft et fyldigt, trykt program med flotte billeder og en</p>
---------------	--

	<p>attraktiv beskrivelse af de enkelte arrangementer - husstandsomdelt i op til 60.000 eksemplarer. Vi overvejer om tiden igen er inde til større trykte fysiske programmer – også set i lyset af at mulighederne for at nå sine målgrupper på de sociale medier bliver stadig sværere.</p> <p>Derudover annoncerer vi i lokale og regionale ugeaviser, i 3 lokale biografer og Radio SLR, der sender i hele regionen. Samt en lang række mindre tiltag, som også omfatter det lokale erhvervsliv.</p> <p>En anden effektiv markedsføring er, at gæsterne og musikere fortæller om deres gode oplevelser.</p> <p>Professionalisme og hospitality betyder noget. Det er rørende at høre fra vores lokale gæster, at de er inviteret til koncert i Slagelse Musikhus – af deres københavnske venner! Fordi her er rart at komme, huse og personale fungerer og man føler sig velkommen.</p> <p>Vi har fra 1. januar valgt at lægge garderobeafgiften ind i billetprisen. Gæsterne oplever dette som en stor forbedring og en rigtig god service, som de også taler godt om.</p> <p>En del af den storytelling/markedsføring, der kommer langt ud i landet skyldes også vores søde Musikværter. Det er unge frivillige der til udvalgte arrangementer "pimper" orkestrenes backstadelokaler. Det er oftest meget humoristisk og gjort med en fan-indsigt i de forskellige bands særheder eller præferencer. De fleste bands tager rigtig godt imod det og det betyder virkelige noget når f.eks. Magtens Korridorer, Saveus eller Mads Langer lægger sjove billeder på Instagram eller Facebook fra Slagelse Musikhus og det ses og kommenteres af deres flere tusind følgere.</p> <p>Til koncerter med et meget ungt publikum laver vi instagram-take-over med bandet. Det giver en rigtig god interaktion med bandet fans og opleves som noget særligt for netop dem netop til denne koncert.</p> <p>Vi er yderst aktive – grænsende til det forkælende, på vores Facebookgruppe, Onsdagsjam på Baderen. Vi tager fede billeder og kommenterer på præstationerne stort set hver eneste gang og efter hver jamaften har de deltagende musikere fået nye profilbilleder på deres fb. Fordi de lige blev taget i et flot lys eller en god vinkel.</p>
Mål 2021-2024	<p>At udsende elektronisk nyhedsbrev min 1 gang om måneden og få mindst 5000 adresser at sende til indenfor 2 år.</p> <p>At få en klikrate og købsrate på mindst 25 % indenfor 2 år.</p> <p>At få og træne mindst 5 Musikværter, der kan øge antallet af</p>

	koncerter, hvor der bliver gjort ekstra ud af orkestrenes backstage
Indikatorer for målopfyldelsen 2021-2024	Løbende evaluering af antallet af modtagere af nyhedsbrevet.

#### 5.1.6. Koncertvirksomhed på spillestedet og uden for spillestedet

Aktuel status	<p>Koncertvirksomheden på spillestedet er primært baseret på køb og præsentation af de turnerende aktuelle navne, som vi får tilbudt af de forskellige agenter.</p> <p>Vi har tidligere haft konceptet Sleepy Sundays koncerter på Kongegården i Korsør med navne som Jakob Bellens ved flyglet og i en helt, helt anden salsopsætning, end de var vant til der.</p> <p>Rock på Borgen og Genlyd på Borgen er arrangementer i samarbejde med Vikingeborgen Trelleborg som har været afviklet flere gange. Det er noget helt særligt at spille i og sammen med et så ikonisk monument. Det afventer p.t. kræfter og midler til at få konceptet op at stå igen.</p>
Mål 2021-2024	<p>Vi vil genoptage og genfortolke Rock på Borgen i samarbejde med Vikingeborgen Trelleborg.</p> <p>Indføre digitale løsninger til styring, planlægning af både koncerter, lokaler og personel m.v. som for eksempel systemet LiveBackend.</p>
Indikatorer for målopfyldelsen 2021-2024	At vikingeborgen Trelleborg og Nationalmuseet indarbejder samarbejdet med Slagelse Musikhus i deres arbejde med at komme på UNESCOs verdensarvsliste.

#### 5.2. Udvikling af musiklivet, herunder talent, vækstlag og smalle genrer

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musiks overordnede målsætning for alle regionale spillesteder: Regionale spillesteder bidrager til at udvikle kvalitet, mangfoldighed og nyskabelse i musiklivet, herunder udvikling og formidling af talent, vækstlag og smalle genrer. I henhold til Kulturministerens Musikhandlingsplan 2019-2022 skal de regionale spillesteder de første to år af den nye udpegningsperiode gøre en ekstra indsats for at fremme talent og vækstlag.

De regionale spillesteder søger at realisere deres mål og vision inden for udvikling af musiklivet med baggrund i metoder, som spillestedet arbejder målrettet med:

- Rådgivning og formidling af nyt talent, vækstlag og smalle genrer.
- Samarbejde med lokale aktører, f.eks. andre spillesteder, foreninger, festivaler, kulturinstitutioner og skoler.
- Samarbejde med landsdækkende aktører, f.eks. andre spillesteder genreorganisationer og Levende Musik i Skolen (LMS).

### 5.2.1. Rådgivning og formidling af nyt talent, vækstlag og smalle genrer

Aktuel status	<p>Slagelse Musikhus stiller vores professionelle scener til rådighed for det lokale/ regionale vækstlag til f.eks. releasekoncerter for deres udgivelser. Forinden har vi haft en tæt kontakt og sparring omkring hvordan sådan et arrangement skal gribes an – lige fra pr og markedsføring, billetsalg, sceneplaner og hele koncertens logistik. Disse arrangementer er orkestrenes egne og de har ofte mange ønsker og ambitioner og ønsker til afviklingen m.v. De har selv indtægten fra billetsalg og sørger for omkostninger til lydmand og egen forplejning. Det gør at de er virkelig aktive omkring markedsføringen af koncerten.</p> <p>Slagelse Musikhus har sammen med unge, lokale musikere udviklet konceptet 'Ny Strøm Præsenterer', som er en "stafetkoncert", hvor 2 unge bands spiller og efterfølgende er med til at udvælge og markedsføre de næste 2 Ny Strøm bands. Det er er talentfulde unge, der har noget på hjerte og de bliver hjulpet hele vejen med professionelle pressebilleder, presstekst, videoer og hele vores markedsføringsapparat m.v. Vi har udviklet et helt "manifest" som fastlægger omfang, tidsplaner og forventningsafstemninger med NyStrømmerne, som vi kalder dem.</p> <p>Musikhuset formidler jævnligt kontakt mellem unge lokale bands og forskellige arrangementsarrangører, som ønsker at præsentere de unge musiktalenter (Broløb over Storebæltsbroen, kommunale arrangementer som Slagelse Guld-prisuddeling til mesterskabsvindende idrætsfolk og andre festlige kommunearrangementer, Skøn Søndag med levende musik i VestsjællandsCenteret, Strandfestival, Beer2Business – erhvervsfredagsbar i Musikhuset i samarbejde med Erhvervsrådet).</p> <p>Slagelse Musikhus har fuldt baggear i virkelig god kvalitet (trommesæt, elklaver, 2 guitarforstærkere og en bas-amp) og dette er til rådighed for alle bands, der spiller i huset. Baggearet bliver ligeledes stillet til rådighed for lokale bands til forskellige arrangementer, som Musikhuset har en aktie i.</p> <p>Vi løfter og følger vores lokale talenter - også efter de har forladt området og er rejst "til København og Århus". Vi er jævnlige gæster ved deres koncerter på andre spillesteder i andre byer og vi bruger gerne vores platforme til at hædre og anerkende deres musikalske succeshistorier. Som f.eks. når "en af vores", A Man From Jupiter, spiller på Tinderbox eller når Bad Fuel er i finalen i Emergenza og To Absent Friends spiller på Spot.</p> <p>Til udvalgte koncerter med aktuelle dygtige musikere arrangerer</p>
---------------	---



	<p>Slagelse Musikhus af og til masterclasses. Dette sker som regel i samarbejde med Slagelse Musikskole (nævnt tidligere i ansøgningen), hvor de deltagende elever typisk efterfølgende deltager på et eller flere numre ved koncerten i Musikhuset. Dermed er oplevelsen og læringen knyttet op på hele processen som musiker – både at øve sig på musikken, lave lydprøver og at stå på scenen foran et publikum. Vi har også holdt masterclasses med udvalgte lydfolk.</p> <p>Vi gør en stor indsats for at få lokale bands som supportbands til de store/større navne. Nogle gange er en koncert simpelthen betinget af, at der kommer et eller flere lokale support bands. Det er spændende og udfordrende for de typisk unge bands at låne de stores publikum. Samtidig gør de lokale musiker meget ud af markedsføringen på deres egne platforme så de er i høj grad med til at sælge billetterne.</p> <p>Vores månedlige aftner, som afvikles i samarbejde med Slagelse Musikskole, er en stor kilde til at spotte nye talenter. Her ser musikerne også hinanden og kan f.eks. vælge nye Nystrømmere ud. Men vi mangler "de gamle MGK'ere", som var en væsentlig del af de dygtige lokale musikere og meget generøse og inspirerende for alle de andre unge deltagere i jamaftnerne.</p> <p>Slagelse Musikhus rummer i øvrigt 3 øvelokaler som deles af 6 bands. Der er adgang til lokalerne 24/7 - 365.</p>
Mål 2021-2024	Vi vil være en væsentlig og aktiv del af den kommende overbygning på Musikskolen – Musikakademiet Slagelse. Denne overbygning er skabt efter MGK i Slagelse blev nedlagt i 2017 som følge af organisationsændringer i MGK Sjælland.
Indikatorer for målopfyldelsen 2021-2024	At få en ambitiøs samarbejdsaftale med Musikskolen om udvikling af et endnu bedre og stadig mere aktivt læringsmiljø omkring de lokale musikere.

### 5.2.2. Samarbejde med lokale aktører

Aktuel status	<p>Slagelse Musikhus samarbejder med bl.a. foreningen Metal i Byen om en minifestival med 8 lokale, nationale og internationale acts under navnet SlagTown Slays, som foregår 4. april 2020.</p> <p>Slagelse Musikhus afholder i samarbejde med Slagelse Musikskole månedlige jam-aftner. Der er mellem 70-130 unge hver gang, de unge etablerer selv et aftenens grundband og ellers er der frit slag på scenen. Oftest er der flere unge frivillige med på teknikken ligesom vi benytter jam-aftnerne til at indføre interesserede unge i hvordan en sådan aften udvikles og afvikles.</p>
---------------	--

	<p>Slagelse Musikskoles egen "Battle of the Bands" samt "Skrue-Op Bandfestival", regionens musikskolers bandkonkurrence, har i mange år været en fast del af musikhusets samarbejde.</p> <p>Musikhuset har et godt og tæt samarbejde med Slagelse Garden, som også tjener penge på at udfylde forskellige funktioner til koncerterne.</p> <p>Vi samarbejder med Korsør Kulturhus om bl.a. at præsentere "Årets Helge" ved en koncert i Musikhuset. Den unge talentfulde folkemusiker får en tariffbetalt koncert som en del af prisen.</p>
Mål 2021-2024	Slagelse Musikhus vil være tovholder for et som minimum årligt fælles møde mellem de lokale musikudbydere for at styrke inspirationen og samarbejdet mellem os og fremme talentudvikling, publikumsudvikling og mangfoldighed.
Indikatorer for målopfyldelsen 2021-2024	At der indkaldes til det første møde i løbet af 2020.

### 5.2.3. Samarbejde med landsdækkende aktører

Aktuel status	<p>Vi har tidligere samarbejdet med DPA, DJBFA og DMF om en årlig børnemusikfestival. Den sidste dog i 2017.</p> <p>Dette er yderligere beskrevet i afsnittet om publikumsudvikling.</p> <p>"Wacken Metal Battle" konkurrencen for metalbands har i mange år været en fast samarbejdspartner.</p> <p>Slagelse Musikhus er medlem af Foreningen Dansk Live og har siddet i bestyrelsen. Vi deltager i</p> <p>Direktøren i Slagelse Musikhus er formand for foreningen KND, KulturNetværkDanmark, hvor lederne jævnligt mødes og hvor der arrangeres landsdækkende koncert- og scenekunstturnéer.</p>
Mål 2021-2024	Vi vil etablere et nyt samarbejde med især LMS for at styrke det kvalitative udbud af koncerter for børn og samarbejdet med skoler og institutioner.
Indikatorer for målopfyldelsen 2021-2024	<p>Der skal gennemføres en årlig Børnemusik Festival i samarbejde med aktuelle landsdækkende aktører.</p> <p>Der skal tilbydes min. 4 koncerter for børn om året.</p>

## 6. Finansieringsoversigt

	<b>R2018</b>	<b>B2021</b>	<b>BO2022</b>	<b>BO2023</b>	<b>BO2024</b>
Statsligt tilskud					
Kommunale tilskud					
Regionale tilskud					
Fonde					
Sponsorer					
Egenindtægter					
<b>Indtægter i alt</b>					

Egenkapital ultimo					
--------------------	--	--	--	--	--

Finansieringsoversigten viser spillestedets realiserede finansiering og egenkapital ultimo 2018, den budgetterede finansiering og egenkapital ultimo 2021 samt den forventede finansiering og egenkapital ultimo for budgetoverslagsårene 2022-2024. Tallene for 2018 er oplyst i niveau 2018, tallene for 2021-2024 er oplyst i niveau 2021.