

Evaluering af aftale om tilskud målrettet kulturelle aktiviteter

Slagelse Musikhus og Badeanstalten 1. januar 2021 – 31. december 2023.

Evalueringen er foretaget af administrationen på baggrund af årsberetning fra 2021 og 2022 og derudover suppleret af to dialogmøder med Slagelse Musikhus og Badeanstalten. Evalueringen vil dog primært tage afsæt i årsberetningen fra 2022, da der her er tale om et mere "normalt" år end 2021, der var præget af coronanedlukninger, og hvor Slagelse Musikhus og Badeanstalten var lukket ned i fra januar til 6. maj og indtil 1. september 2021 med forsamlingsrestriktioner.

Baggrund

Slagelse Musikhus og Badeanstalten (herefter Musikhuset) har siden 1. januar 2018 været drevet af Fonden Slagelse Musikhus.

Aftalen om tilskud målrettet kulturelle aktiviteter blev godkendt af Kultur- og Fritidsudvalget 1. december 2020.

Aftalens fokus

"Slagelse Musikhus er Vestsjællands største spillested. Det er Slagelse Kommunes målsætning, at Musikhuset fortsat skal være en aktiv part i kommunens strategi om, at det skal være attraktivt at studere, bo og drive virksomhed i kommunen.

Formålet med denne aftale om driftstilskud målrettet kulturelle aktiviteter er, at Musikhuset skal kunne præsentere et program af musikgenrer ud fra kvalitet, variation, aktualitet og mangfoldighed til gavn for kommunens borgere. Programmet skal tilstræbe at indeholde både nationale, internationale og lokale kunstnere – med hovedvægt på danske navne. Der skal ligeledes være fokus på nye up coming bands som et kvalitetspræget alternativ til andre lokale og regionale koncertudbydere.

Kerneopgaven for Musikhuset er at arrangere professionelle koncerter i professionelle rammer for publikum fra såvel lokalområdet om resten af regionen."

Mål og krav, som skal opfyldes ift. tilskud

I det følgende redegøres for Musikhusets opfyldelse af opgaver, mål og leverancer i aftalen opgjort for hvert aftale-delelement.

- a. *Et varieret udbud af kvalitetsprægede koncerter – min. 50 koncerter om året - inden for forskellige stilarter og genrer.*

I årsberetningen for 2022 var antallet af betalingskoncerter og stand-up arrangementer 50. I 2021 var der 35 koncerter og arrangementer. Her var 2021 stadig præget af coronanedlukninger og tallet skal læses i det lys. Administrationen vurderer, at Musikhuset har levet op til kravet om varieret udbud af kvalitetsprægede koncerter inden for forskellige stilarter og genrer, hvor alt fra metal, rock, pop, alternativt mm. er repræsenteret blandt de 50 koncerter, hvor både nye upcoming navne og kendte stjerner var på plakaten. Derudover er der afholdt en række jamaftner, gratis koncerter med Dansk Solistforbund, KulturNatten -Made in Slagelse med lokale bands og

bandkonkurrencen Popkorn Nordic 2022 med 5 band, "Musikalsk Foyer" med klassisk musik med Musikskolen og "MGK Køge on Tour".

Musikhuset orienterer i årsberetningen 2022, at der været 20.148 gæster til Musikhuset forskellige arrangementer.

- 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.

I alt 117 arrangementsdage i 2022.

Det er 2,5 arrangementer om ugen hver uge i 47. Variationen af arrangementer har tilsvarende stor variation i behov for planlægning og logistik.

- b. Arrangementer, der er målrettet børn og unge, fx årlig børnemusikfestival samt enkeltstående koncerter eller lignende.*

I september 2022 afviklede Slagelse Musikhus Børnemusikfestival med fire forskellige koncerter. Et gratis tilbud målrettet børnehaver, dagtilbud og indskoling med næsten 800 deltagende børn. Børnemusikfestivalen blev ikke afholdt i 2021.

Musikhuset orienterer om, at de oplever det som en værdifuld og efterspurgt tradition, men de er udfordret på økonomien omkring disse aktiviteter, som tidligere har haft medfinansiering af Slagelse Kommune og forskellige musikorganisationer, men som nu er båret af Musikhuset alene.

Derudover har der været afholdt en række koncerter målrettet unge og afholdt i STØJ!-konceptet, som er et ungdomsbrand under Musikhuset, som skal bidrage til studielivet og ungdomsfælleskaber i Slagelse Kommune. "STØJ!" arbejder tæt sammen med byens aktører, herunder Vestsjællandscentret, Slagelse Kommune og det lokale natteliv i form af barer, diskoteker og caféer og har sin helt egen profil, ambassadører og musikstil – fx Ude af Kontrol, Shootergang og Pind. STØJ! som blev startet op i september 2021 via Musikhusets udpegning til Netværks- og genrespillested med 500.000 kr. der skulle bruges i 2. halvår af 2021.

Administrationen vurderer, at det er værdifuldt, at Musikhuset spiller ind i Kulturstrategiens fokus på børn og unge, hvor både Børnemusikfestival og STØJ! er vigtige aktiviteter. Det bør dog også fremhæves, at de økonomiske udfordringer forbundet med disse aktiviteter med fordel kan være genstand for fornyet betragtning og mulig justering i en evt. ny aftale.

c. Samarbejde med Slagelse Musikskole i forhold til koncerter/arrangementer med eleverne, der understøtter den lokale talentudvikling – herunder afvikling af jamaftener

Slagelse Musikhus har i samarbejde med Slagelse Musikskole afholdt jamaftener ca. 1 gang pr. måned med ca. 50 gæster. Slagelse Musikskole var også medarrangør til "MGK Køge på tur" sammen med Musikhuset i november 2022. MGK er Musikalsk Grund Kursus, som er i Køge, men ikke i Slagelse.

Et nyt koncept i 2022 er "Den Musikalske Foyer" med klassiske foyerkoncerter med unge klassiske musikskole elever. Derudover har Musikhuset arrangeret to koncerter med lokale bands i samarbejde med Musikskolen. Administrationen vurderer, at der er et godt samarbejde med Slagelse Musikskole i forhold til at understøtte den lokale talentudvikling og begge parter er gode til at gribe nye muligheder, når de viser sig.

d. Understøttelse af en musikkultur med faciliteter og aktiviteter for unge talenter både nationalt og lokalt.

I årsberetningen skrives: "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."

Administrationen oplever, at der absolut er stor opbakning og imødekommenhed overfor nye aktører og initiativer, og at det er nemt at henvise til Slagelse Musikhus og Badeanstalten for hjælp og støtte til forskellige, nye musikaktører både ift. faciliteter og aktiviteter, som kan være med skabe gode rammer for unge talenter.

e. Regionalt og kommunalt samarbejde om musikaktiviteter

Slagelse Musikhus er en del af det lands - (og Sydsverige) dækkende talentudviklingsprogram Popkorn Nordic med en af de indledende runder på Badeanstalten. Dette program er også skabt i samarbejde med Slagelse Musikskole ift. markedsføring, bands og dommere.

Musikhuset har et strategisk samarbejde med Slagelse Sommerlyd Festivalen, som bruger Musikhusets faciliteter, know how, markedsføring og praktik.

Administrationen bemærker, at Sommerlyd festivalen er et projekt, som Slagelse Kommune har støttet med eventmidler i 2021 (100.000 kr.) og 2022 (500.000 kr.). Det har værdi for Slagelse Kommune, at en central musikaktør som Musikhuset er indgået i samarbejde med Sommerlyd – også når de potentielt kunne anses for at være konkurrenter, så arbejder de sammen og er med til at styrke Slagelse Kommunes musikprofil og kulturliv i det hele taget. Administrationen vurderer, at sådanne samarbejder er gavnlige i tider, hvor der er færre økonomiske midler.

I samme ånd er der indgået dialog med Slagelse Festuge omkring et potentielt samarbejde med intentionen om at styrke fortællingen om Slagelse Kommune og sætte fokus på alle de kulturelle tiltag.

f. Markedsføringsværdi i forhold til branding af Slagelse Kommune som musikalsk kraftcenter

Markedsføringsmæssigt har Musikhuset udvidet sine kanaler, så de sociale medier spiller en større og større rolle tilsvarende resten af samfundet. Stadig bruger Musikhuset den trykte, lokale presse, hjemmeside, nyhedsbreve, infoskærme, LED-skærmvisninger i lokalområdet (pyloner, biblioteket og Vestsjællands Centret) samt bannerannoncer på relevante hjemmesider. Med et nyt billetsystem kan der oprettes direkte kundekontakt, mulighed for presale og synlighed via deres hjemmeside.

Årsberetningen fra 2022 viser, at tiltagene på de sociale medier i høj grad virker både på Facebook, Instagram og Facebook. Derudover sendes der nyhedsbreve til 5755 modtagere.

Administrationen vurderer, at Musikhuset bruger alle kanaler og muligheder for at skabe markedsføring, der når bredt ud til alle målgrupper. Ved ikke udelukkende at satse på sociale medier, men stadig også annoncere i trykte, lokale medier, sikres det at Musikhuset ikke "kun" henvender sig til unge, men kommer bredt ud til at alle borgere i både Slagelse, men også uden for kommunens grænser, som årsberetningen også viser. Derfor vurderer administrationen, at Musikhuset også lever op til aftalens krav om, at: "arrangementerne annonceres og markedsføres bredt både kommunalt og regionalt".

Generelle forhold

- *Entrépriserne skal fastsættes ud fra et hensyn til aftale med kunstnerne samt det generelle prisniveau på sammenlignelige spillesteder.*
Musikhuset orienterer i årsberetningen, at: "Billetspriserne fastsættes ud fra aftaler med kunstnerne samt markedspriserne. Dog leverer vi en række gratis arrangementer og Stjernekoncerter med store rabatter til især børnekoncerter og smalle arrangementer."
- *I tilknytning til arrangementerne skal der være mulighed for at købe drikkevarer m.m.*
Musikhuset har en bar, men er udfordret på pladsen, hvilket søges løst ved at få ekstra barer ind til store arrangementer.
- *Faciliteterne i Musikhuset skal leve op til den standard, der kan forventes af et professionelt spillested i forhold til publikumsfaciliteter som garderobe, toiletter o. lign.*
Opfyldt – faciliteterne lever op til den standard, der kan forventes af et professionelt spillested.

Mål om regionalt mødested for unges kulturelle dannelse

Musikhuset arbejder fortsat på at etablere Slagelse Musikhus som regionalt mødested for unges kulturelle dannelse med en målsætning om at opnå 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 % - lidt lavere end 2021, hvor der var en større udendørs "STØJ!" koncert med ca. 2000 unge gæster.

Kunstnerisk målsætning: Regionalt Spillested

Musikhuset arbejder mod at kunne søge status som regionalt spillested i 2024. Det betyder, at Musikhuset skal styrke præsentationen og samarbejdet omkring koncerter med smalle genrer, fx jazz, verdensmusik, elektronisk musik mv.

Administrationen bemærker, at der med fordel kan være en opmærksomhed på, at de smalle genrer balancerer med genrer målrettet det store, brede publikum, samt de aktiviteter, som bidrager særligt positivt til Musikhusets indtægter. Administrationen vurderer, at hvis Musikhuset kunne blive regionalt spillested, så ville det også betyde et statstilskud, men tilsvarende give en opmærksomhed på et afledt behov for øget kommunalt tilskud, som kan være vanskeligt under de nuværende økonomiske vilkår. Som regionalt spillested ville Musikhuset komme op i en anden liga og kunne styrke sin profil som Vestsjællands største spillested betydeligt og være en endnu tydeligere kulturel markør for Slagelse Kommune.

Udfordringer

Slagelse Musikhus har i kølvandet på coronanedlukninger vanskeligere ved at tiltrække store danske bands til Musikhuset. En af årsagerne er, at de udenlandske store navne ikke er fuldt tilbage, hvilket øger efterspørgslen på de danske navne. Samtidig er honorarer på de bands, der er mulige at tiltrække, steget voldsomt. Derigennem stiger billetprisen, hvilket sammen med inflation betyder, at det er endnu sværere at sælge dyrere billetter. Det er desværre en generel tendens for hele kulturlivet, at det har været vanskeligere end forventet at få kulturforbrugerne tilbage igen efter corona.

Økonomi

Fonden Slagelse Musikhus holder årsregnskabsmøde 18. maj 2023. 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.

For årets resultat henvises til bilag.

For at imødesæ økonomiske udfordringer i 2023 arbejder Musikhuset med følgende:

- At udvikle koncepter for nye musikoplevelser
- 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

Administrationen vurderer, at det er positive tiltag, der viser villigheden til at tænke anderledes og i nye forretningsmuligheder for at øge indtjeningen. Dette er også absolut nødvendigt set i lyset af resultatet for 2022.

Opsummering

Administrationen vurderer, at Musikhuset har levet fuldt ud op til mål og krav i aftalen om tilskud målrettet kulturelle aktiviteter - også på de punkter, hvor det har givet økonomiske udfordringer, som fx børnearrangementer uden indtægter. Musikhuset samarbejder bredt og er gode til at skabe gode forhold for spirende talenter. Det øgede fokus på sociale medier i markedsføringen viser, at det virker, som det vises af årsberetningen 2022. Musikhuset har stort fokus på de unge talenter og de unge musikforbrugere. At arbejde henimod at blive et Regionalt Spillested, vil gøre Musikhuset til en endnu mere markant og synlig kulturaktør både regionalt og nationalt.

Musikhuset oplever udfordringer med stigende honorarer til store danske bands, hvilket betyder billetstigninger. I kombination med stigende inflation er det vanskeligere at sælge billetter. Musikhuset arbejder på at udvide mulighederne for indtjening både ved at tænke i nye koncepter for musikoplevelser, til udlejninger til andre typer arrangementer fx firmaarrangementer, udlejning af kontorpladser mv.