

1. Spillestedets formål

(Fra Musikhuzets vedtægter)

Musikhuzet har til formål at etablere og drive et spillested, fortrinsvis for den rytmiske musik. Musikhuzet skal fremstå som et musikalsk kraftcenter og musikkultur-eksponent. Musikhuzet vil præsentere et tidssvarende og nyskabende repertoire med vægt på kvalitet, aktualitet og alsidighed. Musikhuzet Bornholm vil samarbejde, være nytænkende og skabe nye innovative koncertformer.

2. Aktuelle politiske målsætninger

Som regionalt spillested i perioden 2017-2020 vil Musikhuzet Bornholm være omfattet af Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musiks mål og visioner for de regionale spillesteder i hele landet:

Mål

Målet med de regionale spillesteder er at formidle, præsentere, profilere og udvikle det rytmiske musikliv lokalt, regionalt, nationalt og internationalt.

Visioner

De regionale spillesteder fremstår og virker som dynamiske og kompetente kraftcentre, der med udgangspunkt i mangfoldighed og fornyelse formidler, præsenterer, profilerer og udvikler rytmisk musik af høj kunstnerisk kvalitet.

De regionale spillesteder er forskelligartede og arbejder hver især målrettet på at udvikle og præcisere en unik og ambitiøs profil, der udfordrer kunstnere og publikum, og som sætter musikken og den musikalske oplevelse i centrum. Det enkelte regionale spillested definerer selv sin profil, samt hvordan spillestedet har til hensigt at realisere de overordnede mål og visioner for regionale spillesteder 2017-2020.

Musikhuzet Bornholm vil desuden være omfattet af flg. forventninger, fastsat af Bornholms Regionskommune:

Overordnet er det kommunens forventning, at Musikhuzet Bornholm understøtter BRK's vision for kulturområdet på Bornholm: *Året rundt har øens borgere adgang til et bredt og varieret udvalg af kulturelle oplevelser, der skabes af kvalitetsbevidste frivillige og professionelle. Kulturlivet er mobiliseret som en aktiv ressource, der understøtter udviklingen af det bornholmske samfund og indbyder lokale som turister til at opleve, deltage i og aktivt involvere sig i kulturlivet.* Som Bornholms fornemmeste rytmiske musiktilbud vurderer BRK, at Musikhuzet har afgørende betydning for musiklivet på Bornholm såvel som for øens øvrige kulturliv. BRK anser derfor Musikhuzet som en central aktør i realiseringen af kommunens kulturpolitiske vision.

Som en af de få helårsåbne kulturinstitutioner på Bornholm, er Musikhuzet med til at sikre, at øens borgere har adgang til musikoplevelser hele året rundt. BRK oplever et kvalitetsbevidst og professionelt Musikhuz, som arbejder målrettet for at kunne tilbyde et alsidigt musikprogram, hvor både unge og ældre kan opleve smalle såvel som mere kendte rytmiske genrer.

BRK ser med stor velvilje på Musikhuzets ødækkende engagement og tætte samarbejde med øens mindre spillesteder, festivaler og foreninger. BRK ser gerne, at Musikhuzet opretholder sin store indsats for at brede den rytmiske musik ud på hele øen og hjælpe Bornholms øvrige musikarrangører med praktisk hjælp, know-how, udstyr og markedsføring m.v. De samme forventninger har BRK til Musikhuzets væsentlige støtte til vækstlags- og upcomingmiljøet. Dette arbejde understøtter den musikalske fødekæde og bidrager positivt til den lokale, regionale og nationale musikscene.

BRK ser positivt på, at Musikhuzet fortsat bidrager til en øget koordination i forhold til at få fordelt musikarrangementerne på Bornholm datomæssigt optimalt. Det betyder et bedre koncertudbud for publikum, flere spillemuligheder for kunstnere og en generel større synlighed af øens samlede kulturtilbud.

Samarbejde er et kulturpolitisk pejlemærke for BRK. Derfor glæder det kommunen, at Musikhuzet indgår i faglige sammenslutninger, der arbejder på at styrke det bornholmske kulturliv. Som medlem af Event Bornholm samarbejder Musikhuzet med øens aktører inden for musik-, kultur- og sportsevents og bidrager herigennem til andres events med erfaring, udlån af udstyr og formidling af musik. Musikhuzet er medlem af foreningen Kulturvækst Bornholm, hvor ti bornholmske kulturinstitutioner er gået sammen om at fremme udviklingen af øens professionelle kulturliv. Endvidere har Musikhuzet en plads i Bornholms Regionskommunes Musik- og Teaterråd, som bevilger støtte til kulturaktiviteter og fungerer som rådgivere for kommunen i spørgsmål inden for bl.a. rytmisk musik.

BRK støtter op om Musikhuzets brede samarbejds- og netværksflade, der går på tværs af fag- og kommunegrænser. Det bidrager med værdifuld viden, der er til stor gavn for kulturlivet på Bornholm.

Også kommunen betragter Musikhuzet som vigtig samarbejdspartner både nu og i fremtiden. Det gælder både i forhold til afvikling af kamæleonkoncerter og i henhold til engagementet i Folkemødet, hvor Musikhuzet bidrager til en professionalisering af afviklingen af koncerter og arrangementer. BRK anser Musikhuzet som en vigtig og erfaren medspiller i forhold til udviklingen af frivillighed inden for kulturlivet. Med en professionel tilgang til rekruttering og organisering af frivillige har Musikhuzet forstået at mobilisere et stort antal unge og ældre frivillige, som er afgørende for afviklingen af de mange koncerter.

BRK ser gerne, at Musikhuzet deler sine erfaringer på dette område med andre kulturaktører, og at Musikhuzet fortsætter sit samarbejde med Bornholms Brandvæsen og Bornholms Politi i forhold til uddannelse af frivillige og personale.

BRK glæder sig til at se, hvordan Musikhuzets nyeste tiltag "Kulturbroen" vil udfolde sig. "Kulturbroen" byder på øve- og produktionsfaciliteter for professionelle musikere og vil blive rammen for et kreativt miljø til gavn for hele Danmark. Konceptet harmonerer med tankerne i kommunens kulturstrategi om at skabe kulturelle refugier med plads til kunstnerisk fordybelse og nytænkning. BRK har bevilget en kommunegaranti på et lån på 950.000 kr. til at fuldende Kulturbroprojektet, et bygningsprojekt til samlet 3,5 mio. kr.

Samlet set oplever BRK Musikhuzet som en udviklingsorienteret kulturaktør, der udover en stor lokalpolitisk velvilje også har en flot opbakning fra den bornholmske befolkning såvel som fra mange tilrejsende kunstnere.

BRK ser gerne, at Musikhuzet videreudvikler eksisterende samarbejder og forbliver en stærk medspiller i kommunens kulturaftale med Kulturministeriet. Dette gælder særligt i forhold til indsatsområdet om Børn, Unge og Kultur. BRK ser samtidig frem til, at Musikhuzet opretholder sit aktive engagement i forhold til arbejdet med at løfte kommunens kulturstrategi og tilhørende handlingsplaner.

3. Vision for Musikhuzet Bornholm

Følgende tiltag vil blive aktiveret i perioden 2017 – 2020:

Vi vil øge vores koncertvirksomhed uden for egne fysiske rammer på tværs af gamle kommunegrænser, herunder også Christiansø, og opsøge nye samarbejdspartnere og nye, gerne utraditionelle locationer. Dette dels for at understøtte de eksisterende spillesteder, og dels for at udvide spillestedsmulighederne, men også for at synliggøre Musikhuzets rolle som ødækkende koncertarrangør.

I samarbejde med folkeskolerne vil vi afsøge mulighederne for at afholde nogle af skolekoncerterne i Musikhuzet for at give børnene en bedre lyd- og lysmæssig ramme for musikken, og samtidig vil vi give børnene et kendskab til spillestedet. Vi forsætter med vores succesfulde kamæleonkoncerter, som afholdes i samarbejde med øens skolekoncertkoordinator, Bornholms regionskommune og LMS. I takt med implementeringen af skolereformen falder på plads, vil Musikhuzet invitere til mulige samarbejder med folkeskolen.

Bornholms Regionskommune har taget de første skridt i realiseringen af en del af Bornholms Regionskommunes kulturstrategi: Et nyt projekt, hvor man bl.a. udarbejder en kortlægning af mulige samarbejdsflader mellem BRK og det professionelle kulturliv. Målet for dette arbejde er, at der bliver etableret egentlige samarbejder mellem en eller flere kulturinstitutioner og relevante kommunale centre om bedre anvendelse af fælles ressourcer i opgaveløsningen. Et godt eksempel på et samarbejde mellem kommune og kulturinstitutioner findes i målsætningen om åben skole. Her er kommunen forpligtet til at sikre et samarbejde mellem skolerne og det lokale idræts-, kultur- og musikliv. Kulturinstitutionerne kan supplere og understøtte undervisningen i folkeskolens forskellige fag. Institutionerne er således med til at løfte en kommunal opgave samtidig med, at de lever op til krav om formidling til et bredt publikum.

Musikhuzet følger spændt sammenlægningen af Musik- og Billedskolen og Dramaskolen til en Kulturskole. Vi ser gerne, at den fysiske sammenlægning placeres på den nuværende Musik- og Billedskole, så skolens placering tæt på Musikhuzet og det herved sammenhængende miljø kan bevares og udvikles. Dramaskolens tilflytning vil tilføre det samlede kreative miljø ekstra styrke. Samtidig vil mulighederne for udnyttelse af den kulturelle aktivitetsplads udendørs mellem Musikhuzet og Kulturskolen blive stærkt forbedrede i forhold til flere og større aktiviteter.

Musikhuzet vil deltage i "Kend din ø", som er et projekt skabt af kulturinstitutionerne målrettet børn. Gennem oplevelser og aktiviteter inden for de tre samfunds bærende søjler NATUREN, KULTUREN OG KUNSTEN skal det være med til at præge identitet og dannelse. Her vil vi bl.a. bidrage med "Børnekoncerter i øjenhøjde".

Der er et særligt miljø for nye lokale kunstnere i Musikhuzet. Det har givet genklang i det øvrige land og vakt undren, når "lille Bornholm" har så mange unge lokale artister, der er vokset op med Musikhuzet, og som har formået at markere sig i Danmark og udlandet. Flere har efterfølgende skabt sig en national karriere og enkelte sågar en international karriere. Dette arbejde skal udvikles, så Musikhuzet fortsætter med at være de unge talenter springbræt ud fra Bornholm.

Bornholms befolknings sammensætning er pludselig blevet ændret, nu hvor et forholdsvis stort antal flygtninge og asylansøgere er blevet en del af øen. Disse nye borgere mener vi skal have mulighed for at høre koncerter - også med deres egen musik. Derfor vil vi inddrage en programdel med verdensmusik i bred forstand. Vi vil inddrage denne gruppe nytilflyttere i bookingarbejdet og markedsføringen. Vi vil også opsøge evt. udøvende musikere blandt denne gruppe.

Med det stigende antal ældre borgere på Bornholm og en langt mere aktiv gruppe af ældre turister på øen er det yderst relevant at udvikle kulturelle initiativer, der tilgodeser denne målgruppe.

I vores samarbejde i Kulturvækst Bornholm er det en central tanke, at det sundhedsfremmende arbejde dels kan styrkes gennem samarbejdet med kulturinstitutionerne, men omvendt også, at kulturinstitutionerne i arbejdet kan nå nye målgrupper og gennem denne inklusion få ny viden til at udvikle formidlingen til en endnu bredere del af befolkningen (se også afsnit 5.4 Eksternt samarbejde). Vi vil deltage i og støtte op om Bornholms Teaters projekt Kulturvenner, der har til formål at øge tilgangen af publikum til bornholmske kulturinstitutioner.

Musikhuzet har et unikt koncept i form af koncertrækken Udenfor Sæsonen (UFS), som er et enestående projekt, der præsenteres som en del af Bornholms Kulturuge. Det er et samarbejde mellem Steffen Brandt som ankermand, ROSA, Musikhuzet og kulturchef i Region Skåne, Gitte Wille. Kernen i UFS er talentudvikling. Kendte og mindre kendte solister samles omkring workshops og fælles koncertudvikling. Der bliver afholdt fire koncerter på meget forskellige scener rundt omkring på Bornholm. Den ene koncert er i samarbejde med Bornholms Gymnasium, som bruger UFS-projektet som en del af undervisningen.

Publikum har taget dette innovative tiltag til sig med begejstring, og koncertrækken er blevet et sikkert pletsud, hvor publikum med spænding køber billet uden at vide, hvad de går ind til. Denne bornholmske koncert- og komponistbegivenhed har givet genlyd inden for det musikalske produktionsmiljø i Danmark, og de herved etablerede kontakter er blevet udbygget andre steder efterfølgende. Det er nu ambitionen at sætte projektet op på f.eks. Færøerne og Island.

Fondssøgning skal prioriteres, og der skal arbejdes med at få flere sponsorer tilknyttet Musikhuzet for at opnå bedre økonomi. Både for at understøtte driften, men også for at oparbejde økonomisk råderum til nødvendige investeringer, herunder vigtig vedligeholdelse, udskiftning af udtjent inventar, teknisk udstyr mv.

Ydermere vil Musikhuzet arbejde med nedenstående to projekter i den kommende periode som regionalt spillested. Begge projekter er unikke, og vi håber de efterfølgende kan udbredes til andre steder i landet.

Kulturbroen

Vi har afsluttet en større ombygning af 2. salen i Raschs Pakhuz og startet et projekt, som vi kalder Kulturbroen, der er en produktionsøvelejr i en helt speciel form. Kulturbroens idégrundlag er at tilbyde solister og bands et fuldt integreret musik-laboratorium, der kombinerer professionelle produktions- og øvefaciliteter med en professionel musikscene og evt. et publikum, som øvelokalet sjældent kan tilbyde.

Vi kan tilbyde, at scene og øvrige faciliteter/indretning uforstyrret kan bruges hele døgnet rundt. Der er etableret 8 lydisolerede lokaler, hvor de enkelte musikere kan arbejde for sig selv på alle tidspunkter af døgnet uden at forstyrre andre. Disse er også udstyret med evt. baggear og med hvilefaciliteter.

Faciliteterne omfatter mulighed for adgang til bl.a. foto, AV, kontor, værksted, alt samme elementer som kan understøtte musikernes kreative produktion. Tidligere har kunstnere måtte placere denne type produktionsøvelejr i udlandet for at få den nødvendige arbejdsro, men Bornholms afsides beliggenhed giver den perfekte ramme for et kortere eller længere uforstyrret ophold i Musikhuzet.

Kulturbroen er en spændende udvidelse af de kunstneriske rammer for udvikling, vækst, eksperimenter og nytænkning. De forsøg og små pilotprojekter, som vi har nået at prøve af, tegner særdeles lovende.

TV 2/Bornholm

Vi har et forbilledligt samarbejde med TV 2/Bornholm, som stadig udvikler sig. Målet er, at mange af de kunstnere, som besøger Musikhuzet, får optaget en koncertsekvens f.eks. i forbindelse med en lydprøve, og dette kombineres med et interview. Typisk vil optagelserne/sammenklippet på ca. 15 min. blive vist i forbindelse med nyhedsudsendelsen om aftenen. TV 2/Bornholm er formentlig den regionalstation, der er bedst gearret til koncertoptagelser. I forbindelse med et tidligere samarbejde med Musikhuzet har stationen investeret mange resurser på ekstra teknisk udstyr samt efteruddannelse i at kunne filme selv de største koncertproduktioner.

Optagelserne sker i HD-format, som bliver vist på TV, så udover reklamering for koncerten får kunstnerne en mulighed for at præsentere deres kunst til de seere, som ikke kommer til selve arrangementet.

Samtidig får kunstnerne mulighed for efterfølgende at linke til det bragte indslag på internettet. Allerede i ugen op til koncerten introduceres kunstnerne i TV 2/Bornholm's program "Kulturkalenderen" med omtale og indslag.

Kulturbroen & TV 2/Bornholm

Vi ser en oplagt mulighed for, at kunstnere, der er på Bornholm i forbindelse med en produktionsøvelejr, også kan lave indslag specielt udarbejdet til Kulturkalenderen i samarbejde med TV 2/Bornholm.

Ovenstående to projekter vil kunne generere store muligheder for spillesteder og kunstnere i hele landet, hvis projekterne efter succesfulde erfaringer kan udbredes til de øvrige spillesteder og regionale tv-stationer i hele Danmark.

4. Opgaver for Musikhuzet Bornholm

Regionale spillesteder realiserer deres mål og visioner gennem målrettede aktiviteter inden for fem strategiske opgaver:

- Koncertvirksomhed
 - Små koncerter
 - Mellemstore koncerter
 - Store koncerter
- Udvikling af musiklivet, herunder talentudvikling, vækstlag og smalle genrer
- Publikumsudvikling, markedsføring og kommunikation
- Eksternt samarbejde
- Ledelse, organisation og opgaveløsning

I det følgende beskrives forventningerne til 2017-2020 for hver af de fem strategiske opgaver.

4.1. Koncertvirksomhed

Statens Kunsthøjesterets 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.

Musikhuzets koncertvirksomhed falder i tre grupper: Små (K1), mellemstore (K2) og store (K3) koncerter. Små koncerter er koncerter med under 100 solgte billetter, mellemstore koncerter er koncerter med 100-340 solgte billetter og store koncerter er koncerter med over 340 solgte billetter.

4.1.1. Små koncerter (K1)

Aktuel status	<p>Musikhuzet har præsenteret lokale og nationale kunstnere i form af koncerter med nye talenter indenfor alle genrer og etablerede kunstnere med en nichepræget musikalsk udtryksform.</p> <p>I Musikhuzet er de smalle og knapt så velbesøgte koncerter vigtige, da disse kun i yderst begrænset omfang programsættes andre steder på Bornholm.</p> <p>Disse arrangementer bliver afviklet i en professionel ramme tilpasset det ofte begrænsede antal fremmødte for at give det bedste rum for mødet mellem kunstnerne og publikum.</p> <p>Vores intimszene i Raschs Pakhus er en optimal ramme at afholde mindre koncerter i. Artister og publikum sættes stor pris på den nære stemning, der opstår mellem scene og gulv.</p> <p>Det er ofte en stor udfordring, at få publikum til at interessere sig for nye og - for dem - ukendte navne. Vi mener, at publikumsantal og økonomi ikke skal være de afgørende parametre, men at det er vigtigt at nye talenter og kunstnere fra smalle genrer får muligheden for at præsentere deres musik. Disse koncerter er essentielle for at skabe</p>
---------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>udvikling og fornyelse af den danske musikscene.</p> <p>De nye kunstnere har fået en chance for at præsentere deres materiale foran et publikum og dermed mulighed for at få sceneerfaring og udvikle sig kunstnerisk.</p> <p>En del af dette er blevet gennemført som opvarmnings- eller nedkølingskoncerter i forbindelse med andre mere etablerede navne på plakaten, og dermed prikker vi til publikums nysgerrighed, og giver dem en mulighed for at opleve ny og spændende musik.</p>
Mål 2017-2020	<p>Musikhuset fastholder høj prioritering af K1 koncerter og vil opdyrke og opsøge nye up-coming talenter.</p> <p>Vækstlagskunstnere, musikere fra smalle- og subgenrer afprøves i nye koncertformater, hvor den forventelige form udfordres og nye musikalske retninger og tendenser afprøves.</p> <p>Lokale vækstlag møder etablerede kræfter.</p> <p>Flere samarbejdspartnere og inddragelse af nøglepersoner i skabelse af nye og unikke koncertoplevelser.</p> <p>Flere koncerter ud af huset på eksterne lokaliteter på hele Bornholm.</p> <p>Større kendskab blandt kunstnerne til "(rejs) plug and play", hvor vi vil gøre det nemmere og mere attraktivt for flere udenøvs musikere at optræde i Musikhuset.</p> <p>Større kendskab til Kulturbro-projektet hos K1-kunstnerne.</p>
Metoder 2017-2020	<p>Allerede i planlægning/bookingfasen vil der i dialog med artisten være afstemning af forventninger/muligheder for at skabe de optimale betingelser for vellykkede arrangementer.</p> <p>Når det er muligt og oplagt, vil koncertformatet blive ændret, f.eks. indpasset i alternative rammer, for at give publikum og kunstnere en særlig oplevelse.</p> <p>Musikhuset vil optimere vores inddragelse af nøglepersoner, så nye koncerter kan opstå. Vi vil være opsøgende med at få kontakt med nye nøglepersoner, som kan tilføre Musikhuset ressourcer.</p> <p>Vi har en del ildsjæle tilknyttet til Musikhuset, og disse vil vi inkludere</p>

	<p>som en aktiv del af koncerterne. Ildsjælene har ofte kompetencerne til at trække flere folk med og skabe en interesse for arrangementerne, og de kan f.eks. bidrage med nye netværk og ideer.</p> <p>”(rejs) plug and play”. Vi vil udbygge vores hus-bagge, så endnu flere artister kan benytte sig af billige flybilletter og rejse til Bornholm uden at skulle have eget anlæg med. Det vil således være muligt nogle gange at rejse ud og nå hjem samme dag.</p> <p>Musikhuset vil øge kendskabet og muligheder for at benytte Kulturbro-projektet og stiller ledig kapacitet til rådighed på yderst favorable vilkår.</p> <p>Øget antal af eksterne koncertsteder på Bornholm vil blive afprøvet. Ofte kan der på mindre koncert-scener samles publikum alene fordi den afvikles på en lokal scene. Der er her et potentiale for at nå ud til nye publikumsgrupper og dermed generere et større publikum til andre koncerter.</p>
Indikatorer for målopfyldelsen 2017-2020	<p>Musikhuset har en genkendelig profil ved at være det spillested på Bornholm, hvor upcoming-navne kan opleves hele året.</p> <p>Større kendskab og øget besøgstal til K1 koncerter.</p> <p>Kendskabet til ”(rejs) plug and play” er blevet større og benyttes af flere.</p> <p>Artister med meget begrænset økonomi bruger også Kulturbroen.</p> <p>Antallet af koncerter på eksterne koncertsteder er øget med 20%.</p> <p>Flere nye nøglepersoner og ildsjæle er blevet tilknyttet Musikhuset.</p>

4.1.2. Mellemstore koncerter (K2)

Aktuel status	<p>K2 koncerterne i Musikhuset favner bredden af lokale og nationale kunstnere, som har bevist deres talent, men publikumsmæssigt endnu ikke har fået det store gennembrud blandt publikum.</p> <p>I modtræk til de mange andre tilbud om kopimusik, har Musikhuset udfordret og inspireret publikum ved at programsætte artister med musikalsk integritet, aktualitet og ikke mindst nyskabelse.</p>
Mål 2017-2020	Musikhuset vil tiltrække aktuelle artister fra den nationale klubscene til

	<p>Bornholm, således at publikums forventninger og præferencer både afspejles, udfordres og overraskes.</p> <p>Nye danske navne, der har udgivet/udsendt nyt materiale eller udviklet sig kunstnerisk, får muligheden for at præsentere dette for det bornholmske publikum.</p> <p>Der skabes en inspirerende synergieffekt i forhold til det bornholmske vækstlagsmiljø ved at programsætte etablerede nyskabende artister.</p> <p>Når det er muligt, vil vi tilføje hovednavnene beslægtet support, der primært rekrutteres fra den lokale vækstlagscene.</p> <p>Der er fokus på forandringer og nye trends og koncertoplevelsen er ofte tilført noget særligt, fx indretning, scenografi samt opsætning, som giver disse arrangementer et unikt udtryk.</p> <p>Produktion omkring K2 koncerterne skal matche artistens udtryk og give publikumsoplevelsen et løft.</p>
Metoder 2017-2020	<p>Tilbud om produktionsøvere og bookingsamarbejder med andre spillesteder, skal medvirke til at Musikhuzet rettidigt/økonomisk kan byde ind og dermed sikre at huzet kommer med i artisternes turneplaner. Der prioriteres mere tid til bookingarbejde og skabes et tættere samarbejde med agenter, managements og bookingbureauer.</p> <p>Løbende investeringer i teknisk udstyr samt ekspertisen med at gennemføre koncerter skal gøre det tillokkende at optræde i Musikhuzet.</p> <p>Vi vil være opsøgende i forhold til innovative tiltag, nye koncepter og arrangementstyper, som kan tiltrække nye publikumssegmenter.</p> <p>Nytænkende konstruktive samarbejder, inddragelse af netværk, publikum, frivillige, ansatte mm. i udvælgelse af navne til Musikhuzets scene, skal sikre, at der er match mellem Musikhuzets program, både med hensyn til, hvad der rører sig på den danske musikscene, og hvad der er aktuelt for publikum.</p> <p>Kompetenceudvikling af de frivillige med interesse for lyd- og lysteknik skal løfte de lokale tekniske produktioners formåen.</p> <p>Til flere arrangementer vil Musikhuzets kunne tilbyde, at kunstneres optræden suppleres med ekstraordinære visuelle oplevelser.</p> <p>Der vil ofte være lokale eller nationale supportbands eller live dj's før eller efter selve hovednavnet.</p>

	<p>Fine koncertoplevelser, ajourførte fysiske rammer, udsøgt service til publikum og reklame for kommende aktiviteter skal inspirere og begejstre publikum med unikke oplevelse, og dermed motivere dem til at komme igen.</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2017-2020</p>	<p>Publikumsundersøgelser viser flere genbesøg samt stor tilfredshed med koncertoplevelsen.</p> <p>Flere orkestre tilvælger Musikhuzet på deres turne til trods for at Musikhuzet ikke kan matche storby/festivalhonorarer og billetpriser.</p> <p>Nye publikumsgrupperinger søger Musikhuzet.</p> <p>Opdateret teknisk udstyr, herunder ny digital lydmixerpult.</p> <p>Bornholmske upcoming artister får opbygget kontakter og netværk til etablerede nationale artister.</p>

4.1.3. Store koncerter (K3)

<p>Aktuel status</p>	<p>K3 koncerterne i Musikhuzet har favnet bredden af lokale og nationale efterstræbte artister, som oftest publikumsmæssigt er blevet succesfulde.</p> <p>K3 koncerter med høj-profil navne har været medvirkende til at sende et tydeligt signal til hele Bornholms befolkning om at det regionale spillested Musikhuzet er en af de vigtigste toneangivende kulturinstitutioner på øen.</p> <p>Bornholms isolerede placering ude i Østersøen gør, at der blandt den bornholmske befolkning er et ønske om adgang til aktuelle og populære navne hele året på øen og ikke kun i turistsæsonen.</p> <p>K3-arrangementerne har været medvirkende til at sikre en solid markedsføring af Musikhuzets virke lokalt, men har også skabt omtale nationalt.</p> <p>Vi har med K3-koncerterne formået at kunne tiltrække det modne publikum, men også et mere ungdomsrelateret publikum og ofte folk som typisk ellers ikke søger rytmiske koncerter.</p> <p>K3 koncerterne har primært været afviklet på Musikhuzets store scene i salen eller eksternt på større spillesteder/venues ude på Bornholm. Endvidere er der i sommerperioden blevet afviklet enkelte koncerter i Musikhuzets gårdhave, hvor en del turister har fået øjnene op for Musikhuzet.</p>
----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Højt profilerede navne har også været med til, at der er opstået et gensidigt, vitalt og godt samarbejde med erhvervslivet i form af billetsalg og sponsorater. Det er også her at Musikhuzet får kontakt med mange nye frivillige medarbejdere.</p> <p>Musikhuzet arbejder sammen med Event Bornholm på at bevare den tidligere anskaffede større mobils scene på øen, både af egen interesse - men også for at nye musikarrangementer på øen nemmere kan opstå.</p>
Mål 2017-2020	<p>Vi vil i endnu højere grad profilere K3-koncerter og nå endnu længere ud til den bornholmske befolkning.</p> <p>Vi vil give artisterne andre grunde end store honorarer til at medtage Musikhuzet i deres tournéer.</p> <p>Artister på vej frem vil Musikhuzet forsøge at løfte op i K3 kategorien, gerne i samarbejde med eksterne arrangører.</p> <p>Musikhuzet vil udbrede kendskabet til Kulturbroprojektet og dets muligheder.</p> <p>K3 koncerterne skal understøtte, motivere og inspirere vores ansatte og frivillige medarbejdere som værende en del af et levende spillested.</p> <p>Mini-turne med 2-3 jobs i sommerhalvåret i samarbejde med anden lokal arrangør.</p> <p>De fysiske rammer skal optimeres.</p> <p>Sikkerheden omkring K3 koncerterne, inklusive crowd safety, skal forbedres.</p>
Metoder 2017-2020	<p>Vores modtræk til store kunstnerhonorarer vil være at give artisterne andre grunde til at medtage Musikhuzet i deres turnéplaner. Opsætning af mere intime koncerter (end på de helt store scener) eller øve/pilotkoncerter uden landspressens bevågenhed.</p> <p>Vi vil med opsøgende PR-arbejde udbrede kendskabet til Kulturbroprojektet hos artister, management og førende bookingbureauer.</p> <p>Favorable tilbud om brug af Kulturbroen skal gøre, at Musikhuzet bliver et attraktivt sted at placere en produktion, hvor artisten går på økonomisk kompromis mod at benytte vores produktionsøvelejr.</p> <p>De fysiske rammer for de store koncertproduktioner skal optimeres:</p>

- Teknikken skal være indrettet så at vi med kort varsel kan vælge om koncerten skal være udendørs eller indendørs.
- Inddragelse af lagerplads og supplerende fjernlager skal frigøre oplagringsplads til fx. scenografi, effektlys mv.
- Etablering af værksted skal gøre det nemmere at lave diverse produktions- og installationskunst.

Endvidere skal hele Musikhuzets udendørs areal forskønnes, så artister og publikum oplever det som en unik location at afvikle koncerter på.

Øget kendskab til *"Tørvejrsgaranti"* (udendørskoncerter trækkes indenfor i tilfælde af dårligt vejr) skal få publikum til at turde købe billet i god tid, i stedet for at afvente vejrudsigten for koncertdagen, og dermed generere et øget billetsalg. Samtidig optimeres vores beredskab til, at vi med kort varsel kan flytte større koncerter i gården indendørs i tilfælde af dårligt vejr.

Gennem samarbejde med eksterne arrangører og deres netværk vil vi løfte upcoming kunstnere fra K2 til K3.

Enkelte sommerkoncerter bookes og afvikles i samarbejde med Gæsten (Gæstgivergården i Allinge). Et navn på to forskellige locationer som dobbeltjob på øen, dette dels for at gøre det mere attraktivt for artisterne at optræde på Bornholm, dels for ydermere at afhjælpe Gæsten med kapacitetsproblemer, og så også for at fastholde og fremme vores gode samarbejde med Gæsten.

Følgende tiltag optimeres:

- Sikkerhedsrisikoen vurderes i forhold til hvert K3 arrangement.
- Beredskabsøvelser, efteruddannelse, samaritterne og godkendte vagter skal sikre sikkerheden håndteres optimalt.
- Der fondssøges midler til indkøb af supplerende overvågningskameraer, overfaldsalarmer og entrance gates.

Indikatorer for målopfyldelsen 2017-2020	<p>Publikum til K3 arrangementer får ofte mulighed for at opleve nye navne i form af nedkølings K1 koncerter.</p> <p>Forøget kendskab til Kulturbroprojektet hos artister, management og førende bookingbureauer, samt øget antal bookninger.</p> <p>3-4 stk. K3 koncerter årligt er blevet realiseret i forbindelser med at benytte øve-faciliteterne i Kulturbro projektet.</p> <p>2 stk. K3 koncert årligt hvor artisten indgår på økonomisk kompromis mod at benytte Musikhuset som produktionsøvelejr.</p> <p>1 stk. K3 koncerter årligt er i samarbejde med eksterne arrangør blevet løftet fra potentielt K2 til K3.</p> <p>Huzets ansatte og frivillige skal opleve det mindre krævende at afvikle udendørskoncerter.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indbydende udendørs miljø til gårdkoncerter. • Jævn tilstrømning og fornyelse af frivilligruppen. • Flere firmaaftaler samt øget antal sponsorer. • Opdaterede kommunikationssystemer og adgangskontrol er indkøbt. • Diverse sikkerhedskurser er gennemført. • Opdateret overvågningssystem.
------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nøgletal for koncertvirksomheden

	Realiseret koncerttal 2015	Antal solgte billetter 2015	Forventet koncerttal 2017	Forventet billetsalg 2017	Forventet koncerttal 2018	Forventet billetsalg 2018	Forventet koncerttal 2019	Forventet billetsalg 2019	Forventet koncerttal 2020	Forventet billetsalg 2020
Små koncerter (K1)	67	3.138	56	2.600	56	2.600	56	2.600	56	2.600
Mellemstore koncerter (K2)	28	4.912	27	5.100	27	5.100	27	5.100	27	5.100
Store koncerter (K3)	25	8.200	22	7.400	22	7.400	22	7.400	22	7.400
I alt	120	16.250	105	15.100	105	15.100	105	15.100	105	15.100

Tabellen viser antallet af koncerter og solgte billetter i 2015 samt forventningerne til årene 2017-2020. Bemærk at tabellen kun medregner koncerter, hvortil der tages entre.

I nøgletal for koncerter indgår egenproduktioner, udlejninger, samt et begrænset antal tribut-koncerter. Musikhuset vil stille sine faciliteter til rådighed for andre arrangører, så længe det ikke påvirker Musikhusets økonomi negativt, og der er opbakning fra de frivillige.

4.2. Udvikling af musiklivet, herunder talentudvikling, 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 talentudvikling, vækstlag og smalle genrer.

<p>Aktuel status</p>	<p>Musikhuset har som øens professionelle spillested et afgørende ansvar i forhold til vækstlaget i det rytmiske musikmiljø. Musikhuset fungerer som springbræt for mange spændende ukendte navne.</p> <p>Unge talenter får mulighed for at præsentere deres materiale for et publikum, og det bornholmske publikum får mulighed for at opleve de artister, der står for udvikling og fornyelse inden for de respektive genrer.</p> <p>Musikhuset støtter de lokale og nationale vækstlag blandt andet med pop/rock jams, koncerter med unge musikere fra øveforeningen RMB og musikskolen/MGK og ved at have upcoming-kunstnere på som opvarmning eller nedkøling til vores store koncerter.</p> <p>Vi har lavet vækstlags/upcomings-jams med støtte fra bl.a. det lokale Musik- & teaterråd og Bornholms Musik- og billedskole. Her har de bornholmske talenter jammet med elever fra Rytisk Musikkonservatorium og tidligere MGK-elever, der nu studerer musik i både ind- og udland. Dette har udover gensidig inspiration også givet grundlag for dannelse af eget netværk i forhold til de unge upcoming.</p> <p>Musik- og billedskolen har mangel på elever, især antallet af rytmiske elever halter bagud.</p> <p>Musikhuset har en del arrangementer med elektronisk musik af høj kvalitet, og vi har været med til at støtte lokale navne, hvor flere af disse upcoming-artister efterfølgende er kommet langt i deres karriere og markeret sig selv på de største spillesteder og festivaler. Denne gruppe af elektroniske kunstnere er et af vores bedste netværk indenfor genren, og de er dygtige til at trække andre kunstnere fra den nationale scene til Bornholm. De holder en tilknytning til det bornholmske musikmiljø, og er med til at arrangere koncerter og workshops for de nye kunstnere på vej frem. Det giver os adgang til vigtig viden og inspiration ind i den elektroniske verden.</p> <p>Af andre spændende projekter kan nævnes "Fem over Jazz", hvor fem unge bornholmske jazzmusikere sammen med den etablerede pianist Magnus Hjorth deltog i en to dages jazzworkshop og afsluttede med en koncert.</p> <p>I samarbejde med TV 2/Bornholm afviklede Musikhuset Bandfight Finale, hvor en masse unge musikere konkurrerede om at få chancen for at stå på scenen til Wonderfestiwall.</p>
<p>Mål 2017-2020</p>	<p>Vi vil opfordre til og samarbejde med de øvrige lokale</p>

	<p>musikarrangører, så der bliver præsenteret vækstlag og smalle genrer på de andre scener på Bornholm.</p> <p>Musikhuset ser gerne en ny lokal vækstlagsfestival opstå, idet der opstod et stort vakuum efter at RockIsland måtte lukke ned.</p> <p>Musikhuset skal sikre at Bornholms børn og unge kan opleve og agere i et professionelt musikmiljø, og herigennem blive inspireret i deres egen musikalske udvikling og karriere.</p> <p>Musikhuset vil assistere med at øge medlemstallet i Musik- og billedskolen og øveforeningen RMB. Med hensyn til sidstnævnte vil vi især have fokus på at hverve flere piger.</p>
<p>Metoder 2017-2020</p>	<p>Øvrige bornholmske små og store arrangører skal motiveres til at sætte upcoming-vækstlagskunstnere på programmet. Musikhuset hjælper processen på vej uden at tage ejerskabet fra dem. Indimellem vil Musikhuset gå ind som medarrangør.</p> <p>De lokale vækstlag skal udfordres, blandt andet ved at arrangere koncerter med unge musikere fra øveforeningen RMB og vores pop/rock jams.</p> <p>Vi vil analysere, hvilke muligheder, der på trods af meget høje udgifter til transport og ophold kan være for udveksling med bands andre steder i landet.</p> <p>Ved at programsætte udvalgte rytmiske koncerter vil nogle af disse også være indtænkt som inspiration til at børn og unge selv får lyst til at spille musik.</p> <p>Der skabes mulighed for at unge bornholmske talenter til trods for den isolerede placering på en ø i Østersøen får mulighed for at danne et netværk ind i musikbranchen.</p> <p>Undersøge mulighederne for samarbejde med den kommende Kulturskole omkring alt fra markedsføring via workshops til rytmiske arrangementer skal generere flere elever der søger musikundervisning, flere medlemmer i øveforeningen RMB og flere unge talenter på de bornholmske scener. Listen med opvarmnings og nedkølings navne suppleres med udenøvs vækstlags- og upcoming-artister.</p> <p>Vi vil udnytte det netværk, som vi får opbygget i forbindelse med Kulturbroen, hvor anerkendte kunstnere og teknikere opholder sig her. Parterne finder ofte sammen, eksempelvis når vi bruger de unge kunstnere til opvarmning og nedkøling til koncerterne. Dette giver</p>

	<p>vores unge talenter mulighed for at danne vigtige netværk ind i musikbranchen, på trods af, at de bor i et afsidesliggende øsamfund.</p> <p>Rytmask Musik Bornholm har fået en ny bestyrelse med masser af god energi. Dette åbner op for et fornyet og tættere samarbejde omkring koncerter og udveksling af unge musikere.</p> <p>Bornholms Musikskole, gymnasiets musiklinje m.fl. søges inddraget i forhold til f.eks. koncerter, seminarer, workshops, mentorordning mv. Vi vil opbygge en tæt relation til de musikfaglige elever på gymnasiet og ungdomsskolens musikere.</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2017-2020</p>	<p>Øget antal af unge lokale kunstnere på Musikhuzets to scener og scener placeret ude på øen.</p> <p>Et optimeret og udvidet koncert-samarbejde med øveforening RMB og evt. kommende nye foreninger med lignende formål.</p> <p>Flere rytmiske elever af begge køn på Musik- og Billedskolen.</p> <p>Flere medlemmer i øveforeningen RMB.</p>

4.3. Publikumsudvikling, markedsføring og kommunikation

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musiks overordnede målsætning for alle regionale spillesteder: Regionale spillesteder bidrager til at styrke musikinteressen i hele landet ved at formidle musik som en god og udviklende oplevelse. Spillestederne arbejder strategisk og involverende med at udvikle eksisterende og nye publikumsgrupper – særligt med henblik på børn og unge.

Aktuel status	<p>Musikhuset når et bredt publikum og har overordnet flotte besøgstal. Vi har taget udfordring op i at sikre et større publikum til ukendte, upcoming kunstnere samt smalle genrer, f.eks. moderne jazz, folkemusik og hård rock.</p> <p>Vores hjemmeside musikhuset.dk samt elektroniske nyhedsbreve er vores væsentligste platforme til at nå det brede publikum. Vi annoncerer med bannerannoncer for vores program og udvalgte arrangementer på andre hjemmesider, som generer nye besøgende til hjemmesiden.</p> <p>Musikhuset er den mest eksponerede kulturinstitution i de bornholmske medier.</p> <p>Musikhuset har en god dialog med Bornholms Tidende, Danmarks Radio P4 Bornholm, samt den regionale TV-station TV 2/Bornholm. Vi sikrer en løbende god eksponering i disse medier i form af foramtaler, efteramtaler og anmeldelser. Udover lokale dagblade/ugeaviser annonceres der også i diverse sæson- og turistmagasiner.</p> <p>Vi sikrer god foramtale og efteramtale af arrangementer på netaviserne, herunder Bornholms Tidende og TV 2/Bornholms netavis, samt netavisen bornholm.nu. Her når vi et bredere publikum end i de traditionelle medier.</p> <p>Vi har tilpasset markedsføringen for at matche de ændringer, der sker især i de yngre generationers brug af medier og musik ved at tage sociale medier i brug.</p> <p>Vi har ø-dækkende plakatdistribution og omdeler flyers om kommende koncerter til arrangementer og udenfor huset til målrettede brugergrupper, f.eks. børnehaver, gymnasiet og turister. Desuden udsender vi trykte programfoldere til vores abonnenter og vores distributører fire gange årligt.</p> <p>Musikhusets arrangementer bliver lagt ind i lokale- og landsdækkende elektroniske arrangementskalendere.</p> <p>Vi gør desuden brug af PR-ambassadører i forhold til de forskellige publikumsgrupperinger.</p>
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Via brugerundersøgelser får vi et billede af, om vores formidling er tilpasset publikums informationsvaner. Vi får ligeledes via tilfredshedsundersøgelser respons på om musikuddet, koncertoplevelsen, serviceringen, de fysiske rammer mv. er i overensstemmelse med publikums forventninger.</p>
Mål 2017-2020	<p>Generelt skal alle tiltag i "Aktuel status" videreføres og løbende optimeres.</p> <p>Musikhuset vil bedst muligt fastholde sit nuværende publikumsantal til de enkelte koncerter og samtidig opdyrke nye publikumssegmenter.</p> <p>Vi vil lave en kortlægning af brugerne og deres forbrugsmønstre, og se på, hvilke initiativer vi kan tage for at skabe større loyalitet og større besøgsfrekvens.</p> <p>Endvidere ligger der et potentiale i at tiltrække det publikum, der på grund af uvidenhed, fordomme eller f.eks. en tidligere dårlig oplevelse fravælger at besøge Musikhuset.</p> <p>Vi vil i dialog med det yngre koncertpublikum, herunder på de sociale medier.</p> <p>Vi vil have fokus på en større tiltrækning af publikum fra hele Bornholm gennem flere decentralt placerede koncerter rundt på øen.</p> <p>Produktionsøvere skal skabe større opmærksomhed omkring kunstnerne, bl.a. ved TV optagelser til Musikhjørnet på TV 2/Bornholm.</p>
Metoder 2017-2020	<p>Via branche-netværk samt brugerundersøgelser vil vi sikre, at vores formidling er tilpasset publikums informationsvaner.</p> <p>Den bedste og skrappeste reklame er veltildfredse gæster. Via feedback fra publikum vil vi søge respons på om musikuddet, koncertoplevelsen, serviceringen, de fysiske rammer mv. er i overensstemmelse med publikums forventninger og ønsker.</p> <p>Vi vil skabe større publikumsinddragelse. Dette vil vi blandt andet gennemføre gennem ansigt-til-ansigt interviews og elektroniske spørgeskemaer. Vi ønsker at arbejde med det nuværende publikums loyalitet og tilhørsforhold til stedet, og dermed øge besøgstallene til den enkelte koncert.</p> <p>Vi vil konstant udvikle vores markedsføringsstrategier, eftersøge nye veje og evaluere de eksisterende.</p> <p>Vi vil bl.a. gennem de sociale medier, men også gennem netværk i den analoge verden, engagere unge både som frivillige</p>

medarbejdere, PR agenter og ambassadører for Musikhuzet, for at opnå flere unge gæster til vores koncerter målrettet unge.

Musikhuzet vil udvikle markedsføringen, så vi får kommunikeret vores arrangementer ud gennem de medieplatforme, som rammer de enkelte målgrupper bedst. For ungdomsgruppen får de sociale medier stadig større betydning, og vi vil intensivere vores markedsføring på Facebook, Instagram, Snapchat og fremtidige nye platforme. På de sociale medier vil vi involvere og aktivere publikum.

Pilotprojekt stillingen som Ung PR & Event-agent. der skal være med til at sikre markedsføring i øjenhøjde med de unge og gennem networking, analyseres.

Der vil blive en særlig markedsføringsindsats rettet mod uddannelsesinstitutioner, herunder det kommende store CAMPUS projekt. Herigennem får Musikhuzet adgang til studiemiljøer, og vi sikrer synlighed og identitet. Netværk af unge PR-ambassadører skal øge antallet af unge gæster og brande huzet.

Vi vil fortsætte og spotte flere foreninger omkring planlægning og markedsføring af koncerter indenfor de smalle genrer, f.eks. folkemusik, jazz og hård rock.

Vi vil tage initiativ til projekter, der vil styrke det nuværende publikums loyalitet og tilhørsforhold til stedet, bl.a. overvejer vi medlemskaber med tilhørende fordele, herunder f.eks. pre-sale og rabatordninger.

Vi vil i højere grad end i dag integrere funktioner, som vores billetsalgssystem tilbyder, til at skabe synergi og mersalg, og vi vil blive bedre til at skabe hype omkring billetsalget. Vi vil fortsat drive vores Kulturbutik, som er med til at øge tilgængeligheden til vores arrangementer, og som kan udnyttes til events og andre markedsføringsmæssige tiltag.

På in-house displays, TV-skærme og projektorer vil vi reklamere for kommende koncerter med musikvideoer, og vi vil benytte nogle af skærmene og projektorerne til at forbedre koncertoplevelsen ved at vise close-up realtime video fra scenen til det bagerste publikum.

Vi vil tage initiativ til forsøg, hvor vi kan afprøve nye markedsføringsmetoder for at tiltrække nye målgrupper, og vi vil fortsætte vores samarbejde med øens øvrige kulturinstitutioner i disse bestræbelser.

Vi vil forbedre layoutet og formidlingen i vores elektroniske

	<p>nyhedsbreve og undersøge muligheden for at lave en app. Endvidere overvejer vi at udarbejde et magasin enten som erstatning eller som supplement til vores nuværende trykte programfolder.</p> <p>Vi vil placere flere koncerter ude på øen med henblik på at tiltrække publikum til både andre eksterne koncerter, men også som gæster i Musikhuzet, bl.a. ved at indsamle publikums kontaktinformation med henblik på direct marketing.</p>
Indikatorer for målopfyldelsen 2017-2020	<p>Vores mål vil blive opfyldt tilfredsstillende ved at vi trods øens negative befolkningsudvikling fortsat kan fastholde vores høje besøgstal.</p> <p>Nye publikumssegmenter søger Musikhuzet, og der er skabt en stærkere kontakt med især det unge publikum.</p> <p>Ved at være med- og hovedarrangør af koncerter rundt på Bornholm har vi understøttet koncertsteder ude på hele øen. Samtidig er nyt publikum hvervet til både de eksterne koncerter og til arrangementer i Musikhuzet.</p> <p>Musikhuzet vil stå som et af de væsentligste aktiver og en af de vigtigste kulturinstitutioner for øens faste indbyggere, både i folks bevidsthed, i medierne og i fortællingen om, hvorfor Bornholm er et godt sted at bo.</p>

4.4. Eksternt samarbejde

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musiks overordnede målsætning for alle regionale spillesteder: Regionale spillesteder bidrager til øget dialog og samarbejder lokalt, i landsdelen, nationalt og internationalt med rytmiske spillesteder, genreorganisationer, uddannelsesinstitutioner, musikskoler, folkeskoler og andre aktører i og uden for kulturlivet med henblik på at styrke og udvikle den rytmiske musik.

Aktuel status	<p>Musikhuzet samarbejder bredt med et stort spektrum af partnere, som alle er medvirkende til, at vi står som en dynamo for den rytmiske musik.</p> <p>Nationalt og lokalt deltager Musikhuzet i udviklingen af det danske musikmiljø bl.a. via netværk, hvor rammerne - herunder lovgivningen for området - søges påvirket for at få optimeret betingelserne for den danske livescene.</p> <p>Musikhuzet er et aktivt medlem af Dansk Live, hvor vi bringer emner op, der ikke kun vedrører Musikhuzet, men også har betydning for store dele af den danske musikbranche.</p>
---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Musikhuzet har introduceret Dansk Live til Folkemødet, som nu i samarbejde med 16 kunstner- og formidlerorganisationer har set vigtigheden af deres tilstedeværelse på dette politiske modsvar til Roskilde Festival. Her er branchens nøglepersoner kommet tæt på ministre og et hav af politikere, kunstnere og fagfolk.

Musikhuzet har et tæt samarbejde med de øvrige regionale og honorarstøttede spillesteder, der ud over samarbejde vedrørende booking, sparring, ideer, koordinering mv. også indebærer, at både lønnet og frivilligt personale udveksler erfaringer og viden. ROSA, ORA, LMS er blot nogle af de andre nationale aktører, som er en del af Musikhuzets netværk.

Regionalt har vi et særligt tæt samarbejde med Gimle Roskilde, Stars Vordingborg, Templet Lyngby, RUST Nørrebro, Forbrændingen Albertslund samt Amager BIO/BETA. Dette samarbejde har været til gensidig gavn og er yderst værdifuldt.

Lokalt: Musikhuzet har et godt og tæt samarbejde med de øvrige store og små musikarrangører, bl.a. Wonderfestiwall, Gæstgivergården, Musikforeningen No Name og Svanekegaarden, hvilket også har muliggjort, at vi har kunnet afvikle flere koncerter ude på øen i samarbejde med eksterne samarbejdspartnere.

Musikhuzet har et godt samarbejde med flere afdelinger af Bornholms Regionskommune. Vi er repræsenteret i regionskommunens Musik- & Teaterråd, hvor vi videregiver vores branchekendskab til gavn for den rytmiske musik på Bornholm. Også samarbejdet med Bornholms Politi og Bornholms Brandvæsen har resulteret i en sikkerheds-skabelon, som er blevet videreformidlet til andre lokale musikarrangører.

Musikhuzet deltager i den nationale kampagne "Music Against Drugs" formet af Dansk Live og Sundhedsstyrelsen. Formålet er at markere, at vi som spillested har en holdning til stoffer og ønsker at hjælpe de unge med at sige nej til stoffer. I alle vores barer benytter vi "ansvarlig udskænkning af alkohol"-princippet. Når det er muligt, sender vi vores bartendere på kursus i dette.

Musikhuzet er medlem af foreningen Event Bornholm, som er dannet af eventarrangører på Bornholm. Foreningens formål er at understøtte arrangementer inden for musik-, idræts- og kulturarrangementer på øen, f.eks: markedsføring, fundraising, materiel, tilladelser, hjælpere, logistik, produktudvikling m.m. Foreningen skal endvidere være forum for klyngesamarbejde, netværk, vidensdeling og være fælles talerør for medlemmerne.

	<p>Musikhuset er aktivt sammen med en række andre kulturinstitutioner på øen med i udviklingsprojektet Kulturvækst Bornholm. Et projekt som har til formål at give de etablerede bornholmske kulturinstitutioner og attraktioner nogle redskaber og udviklingsbetingelser, der gør dem i stand til at arbejde i oplevelsesøkonomien og til at fremme samarbejdet om innovation mellem virksomheder og kulturelle institutioner.</p> <p>Vi har et udsøgt samarbejde med Jazzklub Bornholm, Bornholms Folkedansere og Gospelfællesskabet på øen, som arrangerer en del koncerter hos os.</p> <p>Et frugtbart samarbejde med en række sponsorer har medvirket til, at Musikhuset har kunnet programsætte store ambitiøse koncerter og projekter samt underskudsgivende mindre koncerter. Samarbejdet har desuden tiltrukket nyt publikum i forbindelse med firmasalgs af billetter.</p>
Mål 2017-2020	<p>Musikhuset vil opsøge nye udfordringer og samarbejder, der kan øge antallet af samarbejdspartnere og bidrage til udvikling og fornyelse.</p> <p>Vi vil være bedre kendt som det sted, hvor nye projekter kan søge viden og hjælp. Dette for at sikre, at nye arrangører får optimal sparring til deres arrangement.</p> <p>Der etableres koordinerende samarbejde i forhold til formidlingssamarbejde målrettet børn og unge.</p> <p>Vi vil arbejde på at udvide kontakten med uddannelsesinstitutionerne og ungdomsskolerne og deres elever.</p> <p>Vi vil udvide vort arrangørsamarbejde med Teaterforeningen Bornholm omkring teaterkoncerter, spoken word, filmmusik, mv.</p> <p>Vi vil styrke samarbejdet omkring deling af den store mængde oparbejdet fagkundskab, udveksling af problemstillinger og erfaringer mellem spillesteds-erfa-grupperne.</p> <p>Når komponister og tekstforfattere har fået ophold i DJBAs refugium i Gudhjem, kan vi tilbyde dem at optræde i Musikhuset.</p>
Metoder 2017-2020	<p>I forbindelse med datokoordinering af koncerter vil Musikhuset tilbyde nye arrangører en opstartspakke med information om alt fra koda/gramex betaling, lån af udstyr, billetsalg, pr, mulige samarbejdspartnere, myndighedskrav, osv.</p> <p>Nye samarbejder opsøges og tilskyndes til at bruge Musikhusets knowhow. Der skabes en inviterende åben platform, hvor samarbejdsrelationer, udfordringer, idé-udvikling og inspirerende netværkssamarbejde kan opstå.</p>

	<p>Markedsføring til børn/unge målgruppen koordineres med f.eks. NaturBornholm, Rønne Theater/Teaterforeningen, Bornholms Middelaldercenter og Bornholms Museum. Kontakter og opbyggede publikumsnetværk udveksles og evt. sammenkøres, og der reklameres fælles samt for hinandens arrangementer.</p> <p>Vi vil forsøge at tiltrække et ungt publikum med f.eks. studenterpriser, events, branding, gode tilbud og teaser koncerter på skolerne.</p> <p>Musikhuset agerer budbringer og sørger for en årlig vidensdeling mellem erfa-grupperne: Sjælland/Bornholm og Jylland/Fyn.</p> <p>Artister, der benytter DJBFAs refugium på Bornholm, tilbydes mulighed for at optræde i forbindelse med deres ophold på Bornholm.</p>
Indikatorer for målopfyldelsen 2017-2020	<p>Musikhusets rolle som en oplagt samarbejdspartner er styrket. Stigende antal samarbejdspartnere har søgt Musikhuset og trækker på Musikhusets kompetencer og nye berigende samarbejdsrelationer er opstået.</p> <p>Der er opnået et formaliseret samarbejde i forhold til en fælles markedsføringsdatabase for børn/unge.</p>

4.5. Ledelse, organisation og opgaveløsning

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musiks overordnede målsætning for alle regionale spillesteder: Regionale spillesteders aktiviteter varetages, ledes og administreres udviklingsorienteret og professionelt.

Musikhuset Bornholm drives som en selvejende institution med bestyrelsen som den øverste myndighed.

Der afholdes minimum 4-5 årlige bestyrelsesmøder, hvor gensidig orientering omkring økonomi, udvikling, koncertdrift og projekter finder sted. Musikhusets leder er løbende i meget tæt dialog med bestyrelsesformanden.

Den daglige ledelse varetages af husets kunstneriske og daglige leder.

Ledergruppen er delt op i 4 afdelinger, pr-marketing, teknik-produktion, afvikling, ejendom & drift. Der afholdes ugentligt ledergruppe-møde samt fællesmøde for alle ansatte. Frivillige medarbejdere kan møde op og bl.a. deltage i evaluering og planlægning af arrangementerne (se bilag 8: Organisationsdiagram).

De cirka 65 frivillige ledes af de enkelte nøglepersoner under de forskellige afdelinger. En af Musikhusets store styrker er diversiteten i frivillig-medarbejderstaben. Vi har en skøn blanding af unge og gamle, lige dele hunner og hanner, både mørke og lyse, fra folkeskoleelever via akademikere til håndværkere.

Senest er en mindre gruppe flygtninge og asylansøgere blevet en del af frivilligruppen.

Der udsendes løbende internt nyhedsbreve til alle i organisationen, så alle kan følge med i huzets aktiviteter, og vi har en lukket Facebook gruppe og et intra-net, hvor har nogle kommunikationsveje.

Musikhuzet har netop fået opdateret sine vedtægter, som er udarbejdet efter inspiration fra Kulturministeriets anbefalinger for god ledelse i selvejende kulturinstitutioner.

En meget krævende byggesag satte voldsomt pres på Musikhuzet. I forlængelse af et par krævende år er vi nået til en robust organisation med en meget kompetent medarbejderstab af frivillige såvel som lønnede, som repræsenterer stor viden og gå-på-mod.

Der har været en flot feedback fra de optrædende kunstnere med respons på professionel produktion, god service, yderst engagerede medarbejde og en rigtig god stemning.

Mål

Vi bestræber os på, at hele organisationen fra top til bund er bekendt med og forstår formålet med Musikhuzets vision, mission og virke som regionalt spillested.

Vi vil fastholde en yderst kompetent bestyrelse, som matcher udfordringerne.

Bestyrelsen skal minimum hvert 2. år vurdere om sammensætningen og medlemmernes kompetencer enkeltvis og samlet afspejler de krav, som institutionens formål, situation og forhold stiller.

Musikhuzet skal drives i en sikker kombination af kunstnerisk ambition og økonomisk ansvarlighed.

Ledergruppen skal besidde en faglig stolthed og en personlig identitet omkring eget fagområde og virkefelt. Den enkelte skal kunne favne helheden og arbejde struktureret. Medarbejderne skal have mulighed for at udvikle sig gennem et inspirerende og udfordrende arbejdsmiljø, hvor der også er plads og tid til eksperimenter. Arbejdspladsen skal have et godt fysisk og psykisk arbejdsmiljø.

Der skal være et øget fokus på samarbejdet mellem frivillige og lønnet personale for at opnå en bredere arbejdsplatform for de aktiviteter, som ønskes gennemført. Samtidig ønskes flere mellemledere i form af afviklere i frivilligruppen.

Sammen med den enkelte nøglefrivillige afklares dennes engagement og muligheder i huzet. Her opsættes målsætning for den enkelte frivillige, og ud fra denne planlægges det individuelle forløb.

Frivillige medarbejdere vil arbejde i autonomt selvkørende hold, f.eks. baren, foto og bandcare, hvor hvert holds funktion og afgrænsning er afklaret og defineret. Hvert hold har en teamleder, som sikrer, at frivillige får tydeliggjort, hvilke forventninger og muligheder de kan agere under.

Funktionsbeskrivelser skal jævnligt afstemmes med den personalestab af lønnede såvel som frivillige, der er tilknyttet Musikhuzet.

Etnisk frivillige og ansatte indlemmes som en naturlig del af personalestablen.

Metoder

Vedtægter og forretningsorden gennemgås for mulig optimering.

På det første møde 2018 og derefter hvert andet år drøftes bestyrelsens og ledelsens diversitet og kompetencer.

Der investeres tid i at nye bestyrelsesmedlemmer, ansatte og frivillige grundigt sættes ind i Musikhuzets eksistensberettigelse som regionalt spillested.

Et løbende fokus på kompetenceudvikling for ansatte og frivilligstaben med deltagelse i relevante kompetencegivende netværk og kursusforløb skal styrke engagement og viden.

Der planlægges individuelle udviklingsforløb af ansatte i ledergruppen med henblik på at styrke personlige og arbejdsrelaterede kompetencer.

Vi har god erfaring med at levere kandidater til Eventteknikeruddannelsen. Vi vil pleje det gode samarbejde med de folk, som vi har sporet ind i branchen, og som tilfører vigtig viden tilbage til Musikhuzet.

Der udarbejdes et register, der giver oversigt over de kompetencer, som de enkelte frivillige besidder. Kompetenceregisteret bliver konstant ajourført i takt med at nye personer kommer til.

Der indføres MUS-samtaler med frivillige.

Vi vil lave udvekslingsprojekter med andre spillesteder, hvor de frivillige får et netværk og en faglig tilknytning til andre frivillige.

Der vil løbende blive afholdt frivillige-møder, temadage og ryste-sammen-ture for at styrke de sociale relationer og videregive ny viden.

Huzets skabeloner og funktionsmanualer bliver nøje fulgt, evalueret og ajourført.

Arrangementsskabeloner bliver kontinuert opdateret. Huske- og fastlister følges for at frigive tid for kreativitet og udvikling.

Musikhuzet indleder samarbejde med de lokale flygtningecentre, hvor vi rekrutterer både frivillige og ansatte.

Musikhuzets organisationsplan (bilag 8) opdateres løbende, så den matcher de faktiske forhold.

5. Finansieringsoversigt

	R2014	B2017	BO2018	BO2019	BO2020
Statslige tilskud	1.726.398	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000
Kommunale tilskud	1.919.608	2.216.423	2.216.423	2.216.423	2.216.423
Regionale tilskud	0	0	0	0	0
Fonde	0	0	0	0	0
Sponsorer	25.000	170.000	170.000	170.000	170.000
Egenindtægter	3.456.818	3.343.000	3.343.000	3.343.000	3.343.000
Indtægter i alt	7.127.824	7.429.423	7.429.423	7.429.423	7.429.423

Finansieringsoversigten viser spillestedets realiserede finansiering og egenkapital ultimo 2014, den budgetterede finansiering og egenkapital ultimo 2017 samt den forventede finansiering og egenkapital ultimo for budgetoverslagsårene 2017-2020. Tallene for 2014 er oplyst i niveau 2014, tallene for 2017-2020 er oplyst i niveau 2017.