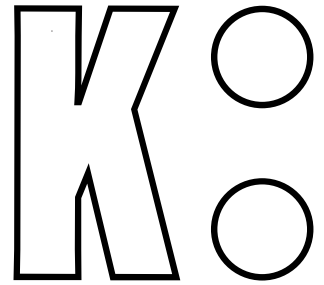


RAMMEAFTALE



Statens
Kunstfond

Slots- og Kulturstyrelsen

H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Telefon 33 95 42 00

post@slks.dk
www.slks.dk

2. december 2020

Rammeaftale for det regionale spillested Klaverfabrikken for perioden 2021-2024

1. Aftalens formål og grundlag

Denne 4-årige rammeaftale er indgået mellem Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik, Hillerød Kommune og Foreningen Klaverfabrikken, der driver det regionale spillested Klaverfabrikken.

Der kan findes yderligere oplysninger om Klaverfabrikken på spillestedets hjemmeside.

1.1. Aftalens formål m.v.

Rammeaftalen er ikke en kontrakt i almindelig juridisk forstand.

Formålet med rammeaftalen er at tilvejebringe et langsigtet og aftalt grundlag for Klaverfabrikkens strategi og økonomi, der hviler på det lovgrundlag og de politiske og økonomiske forudsætninger, der eksisterer på tidspunktet for aftalens indgåelse. Målene i aftalen er udtryk for enighed om de ønskede resultater af spillestedets virksomhed i aftaleperioden.

Statens tilskud ydes med hjemmel i musiklovens kapitel 2b om rytmiske spillesteder.

Aftalen har virkning fra den 1. januar 2021 og løber indtil den 31. december 2024, med mindre andet aftales.

Væsentlige ændringer i aftalens forudsætninger, herunder dens økonomiske grundlag, kan give anledning til en genforhandling af aftalen.

Gældende lovgivning og hjemmelskrav, bevillingsregler, tilskudsvilkår, overenskomster mv. skal følges, med mindre der er tilvejebragt hjemmel til eller indgået aftale om andet.

1.2. Økonomisk grundlag

Klaverfabrikkens virksomhed finansieres af statslige tilskud, kommunale tilskud, egenindtægter og bidrag fra private fonde og sponsorer.

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musiks tilskud til regionale spillesteder finansieres af årlige bevillinger på finansloven og via Kulturministeriets musikhandlingsplan. På tidspunktet for indgåelsen af denne aftale er der ikke taget politisk stilling til, om midlerne fra musikhandlingsplanen videreføres i 2023 og 2024. Såfremt bevillingen fra musikhandlingsplanen ikke videreføres, foreligger der en ny situation, som kan give anledning til genforhandling af denne rammeaftale.

Det er en forudsætning, at det regionale spillested som minimum opnår kommunal medfinansiering i den størrelsesorden, kommunen gav tilsagn om i forbindelse med spillestedets ansøgning om at være regionalt spillested. Såfremt den kommunale bevilling reduceres, foreligger der en ny situation, som kan give anledning til genforhandling af denne rammeaftale.

Bindende tilsagn om tilskud gives for et år ad gangen i et bevillingsbrev. De anførte tilskud fra staten og kommunen i tabel 1 herunder er altså ikke bindende tilsagn, men udtryk for de forventede tilskud i aftaleperioden.

Finansieringsoversigt	O2021	O2022	O2023	O2024
Statsligt driftstilskud	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Kommunalt driftstilskud*	1.570.000	1.570.000	1.570.000	1.570.000
Øvrige offentlige tilskud	50.000	60.000	70.000	80.000
Fonde	100.000	125.000	150.000	200.000
Sponsorer	0	0	0	0
Egenindtægter	1.525.000	1.550.000	1.575.000	1.600.000
Indtægter i alt	4.245.000	4.305.000	4.365.000	4.450.000
Egenkapital ultimo	-100.000	-50.000	25.000	75.000

Tabel 1. Finansieringsoversigten viser overslag over indtægter og egenkapital for Klaverfabrikken i aftaleårene 2021-2024. Alle tal er oplyst i p/l-niveau 2020 med undtagelse af det kommunale driftstilskud, som er oplyst i p/l-niveau 2019. Det statslige tilskud er under forudsætning af, at Kulturministerens musikhandlingsplan for 2019-2022 videreføres med uændret tilskudsniveau i 2023-2024. *Kommunen støtter med 430.000 kr. i kapitalisering af andre kommunale ydelser ud over det kommunale driftstilskud på 1,57 mio. kr.

Det statslige driftstilskud til Klaverfabrikken er sammensat som vist i tabel 2:

Tilskud fra finansloven	813.456
Tilskud fra Kulturministerens musikhandlingsplan	186.544
Tilskud i alt	1.000.000

Tabel 2. Tilskud fra finansloven + tilskud fra Kulturministerens musikhandlingsplan = det samlede statslige tilskud til Klaverfabrikken.

Tilskud udbetales normalt i fire årlige rater, kvartalsvis forud, dog forventes første kvartalsrate udbetalt i slutningen af januar måned. Med mindre anden særskilt aftale foreligger, er det en forudsætning for udbetaling af tilskud, at budgetter og årsrapporter er indsendt rettidigt, samt at aftalens vilkår i øvrigt er overholdt.

1.3. COVID-19

På tidspunktet for indgåelsen af denne aftale er Klaverfabrikkens virksomhed markant påvirket af pandemien COVID-19 og de afledte begrænsninger af forsamlingsfriheden mv. Denne aftale og spillestedets strategi er udarbejdet med den forudsætning, at epidemien vil aftage, således at situationen for hele aftaleperioden vil være normaliseret. Hvis Klaverfabrikken som følge af COVID-19 pandemien må afvige fra de aftalte mål, skal afvigelserne forklares i spillestedets budget og årsrapport, medmindre andet aftales.

2. Mission, vision, opgaver og metoder

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik har fastsat følgende fælles mission og vision for regionale spillesteder i Danmark:

2.1. Mission

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

2.2. 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.

De regionale spillesteder i Danmark realiserer deres mål og visioner gennem målrettede aktiviteter inden for to opgaveområder:

2.3. Koncertvirksomhed

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.

2.4. Udvikling af musiklivet

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 udpegningsperioden gøre en ekstra indsats for at fremme talent og vækstlag.

Metoder

Regionale spillesteders aktiviteter varetages, ledes og administreres udviklingsorienteret og professionelt. Det betyder blandt andet, at spillestedet anvender metoder, der effektivt fremmer spillestedets målsætninger.

For koncertvirksomheden er det en forventning, at spillestedet arbejder målrettet med:

- 2.3.1. Særskilte mål, metoder og indikatorer for små (K1), mellemstore (K2) og store (K3) koncerter
- 2.3.2. Udvikling af eksisterende og nye publikumssegmenter
- 2.3.3. Kommunikation og markedsføring, som rækker ud lokalt og i landsdelen
- 2.3.4. Koncertvirksomhed på spillestedet og uden for spillestedet

For udvikling af musiklivet, herunder talent, vækstlag og smalle genrer er det en forventning, at spillestedet arbejder målrettet med:

- 2.4.1. Publikumsudvikling, hvor spillestedets årsrapporter indeholder en status med kortlægning og analyse af forandringer af det eksisterende og potentielle publikum og en beskrivelse af, hvordan publikumskendskabet bruges aktivt i programlægning og markedsføring.
- 2.4.2. Rådgivning og formidling af nyt talent, vækstlag og smalle genrer.
- 2.4.3. Samarbejde med lokale aktører, f.eks. andre spillesteder, foreninger, festivaler, kulturinstitutioner og skoler.
- 2.4.4. Samarbejde med landsdækkende aktører, herunder
 - at styrke vækstlag og smalle genrer i samarbejde med genreorganisationerne og andre spillesteder,

– at styrke formidlingen af levende musik til elever i grundskolen i samarbejde med Levende Musik i Skolen (LMS).

Det er desuden en forventning, at spillestedet – ud fra sin regionale virkelighed og ressourcemæssige egenart – styrker regionalsamfundets vilje til at understøtte musiklivet og det regionale spillested som knudepunkt for udvikling af en mangfoldighed af rytmisk musik af høj kunstnerisk kvalitet.

3. Supplerende kommunale mål og rammer

Klaverfabrikken er skabere af et unikt musik- og kulturmiljø og er med til at skabe rygrad og kvalitet i kulturlivet i både Hillerød midtby, men også i Hillerød Kommunes mindre lokalsamfund og i regionen som helhed.

Klaverfabrikken skiller sig særligt ud ved at være i stand til at opdyrke nicher, skabe nye og anderledes koncert- og publikumsformater og samtidig danne ramme om mangfoldige fællesskaber, der appellerer til børn, unge, voksne og ældre både i og uden for kommunen.

Spillestedet rækker ud til børn og unge blandt andet via partnerskaber med folkeskolerne omkring musik, formidling og drama. Forløb der har stort potentiale og vil kunne række ud over kommunens grænser og udbredes til øvrige kommuner i regionen.

Hillerød Kommune arbejder generelt på at skabe rummelige fællesskaber og at disse bringes i spil i sociokulturelle netværk bl.a. med henblik på at skabe sundhed, trivsel og livskvalitet. En ambition som også fremmes ved kommunens fremadrettede investering i Klaverfabrikken. Hillerød Kommune ser eksempelvis gerne, at Klaverfabrikken i fremtiden videreudvikler samarbejdet med boligområder, landsbyerne og samarbejde på tværs af de nordsjællandske kommuner. Klaverfabrikken samarbejder med kommunens skoler, daginstitutioner, musikskole etc. understøtter den politiske ambition om at styrke kulturelle udfoldelsesmuligheder for børn og unge og på tværs af generationer. Hillerød Kommune har i forlængelse af dette en forventning om, at Klaverfabrikken fremadrettet kan være med til at bringe kulturen i spil på nye måder i relation til flere af kommunens institutioner og områder og dermed bidrage til udviklingen af kulturområdets bidrag til de øvrige af kommunens kerneopgaver.

Kommunens investering i Klaverfabrikken og støtte til at Klaverfabrikken fortsat skal være et regionalt spillested, er samtidig en investering i visionen om, at Hillerød skal udvikles som kultur- og turisme destination. Som medudviklere af et stærkt kulturliv skaber

Klaverfabrikken er en tiltrækningskraft, der matcher kommunens kulturpolitiske målsætning om, at Hillerød skal være en attraktiv kultur- og musikby med stærke fællesskaber. Et stærkt kulturliv der kan være med til at løfte regionen som attraktiv kulturdestination.

4. Strategi for Klaverfabrikken

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.

Klaverfabrikken har i dialog med Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik og Hillerød Kommune udarbejdet en strategi med nøgletal og indikatorer, der illustrerer, hvordan spillestedet har til hensigt at realisere de overordnede mål og visioner for regionale spillesteder 2021-2024.

Klaverfabrikken's strategi indgår som bilag til denne rammeaftale.

5. Rapportering af resultater

Rapportering sker i henhold til bekendtgørelse nr. 1701 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet ("driftstilskudsbekendtgørelsen") samt de udfyldende krav og vejledninger, som fremgår af de årlige bevillingsbreve og Slots- og Kulturstyrelsens vejledninger på styrelsens institutionssite (aktuelt link: <https://slks.dk/regionale-spillesteder>).

5.1. Årsrapport

Årsrapportens ledelsesberetning skal i et særskilt afsnit gøre rede for økonomi og faglige resultater vedrørende de øremærkede midler fra Kulturministerens musikhandlingsplan. I 2021-2022 er målsætningen at styrke *lokal og regional talentudvikling og vækstlagsarbejde*.

Årsrapportens ledelsesberetning skal i et særskilt afsnit gøre rede for, hvordan spillestedet arbejder med god ledelse, jf. Kulturministeriets anbefalinger "God ledelse i selvejende kulturinstitutioner" (link findes på styrelsens institutionssite for regionale spillesteder).

5.2. Budget

I indledningen til det årlige budget skal Klaverfabrikken orientere aftaleparterne om eventuelle ændringer i sin strategi samt forklare eventuelle forventede og realiserede fravigelser (vejledning findes på styrelsens institutionssite for regionale spillesteder).

5.3. Hjemmeside

Vedtægter, rammeaftale, årsregnskaber og ledelsesberetninger gøres tilgængelige på Klaverfabrikkens hjemmeside.

5.4. Evaluering

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik kan i løbet af aftaleperioden i samarbejde med Hillerød Kommune og Klaverfabrikken gennemføre en evaluering, der følger op på de mål og rammer, som fremgår af denne aftale. Klaverfabrikken bidrager til evalueringen bl.a. ved at levere faglige og økonomiske data mv. om spillestedets virksomhed og resultater.

6. Tilsyn

Det offentlige tilsyn med Foreningen Klaverfabrikken varetages af Hillerød Kommune. Tilsynet sker i henhold til bekendtgørelse nr. 1701 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet ("driftstilskudsbekendtgørelsen").

7. Underskrifter

Denne aftale er underskrevet af følgende:

For Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik:

- Michael Bojesen, udvalgsleder
- Henrik Wenzel Andreasen, enhedschef i Slots- og Kulturstyrelsen.

For Hillerød Kommune:

- Rikke Macholm, formand, Kultur- og Fritidsudvalget
- Lisbeth Rindom, direktør, Børn, Skoler, Familier og Kultur

For Foreningen Klaverfabrikken:

- Karen Elsebeth Jensen, bestyrelsesformand
- Thomas Nørgaard Elvius, konstitueret leder

Underskrifter findes på underskriftssiden til denne aftale.

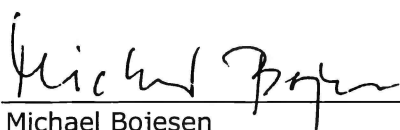
Bilag:

1. Status og strategi 2021-2024 for Klaverfabrikken, inkl. nøgletal og indikatorer

Underskriftsside

Undertegnede tiltræder *Rammeaftale for det regionale spillested Klaverfabrikken* for perioden 2021-2024.

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik, dato: 2. december 2020



Michael Bojesen
udvalgsleder



Henrik Wenzel Andreasen
enhedschef, Slots- og Kulturstyrelsen


Hillerød Kommune, dato: 10. dec. 2020



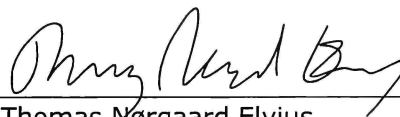
Rikke Macholm
formand, Kultur- og Fritidsudvalget

Lisbeth Rindom
direktør, Børn, Skoler, Familier og Kultur

Foreningen Klaverfabrikken, dato: 10. december 2020



Karen Elsebeth Jensen
bestyrelsesformand



Thomas Nørgaard Elvius
konstitueret leder

Status og strategi 2021-2024 for Klaverfabrikken

1. Spillestedets formål

Kulturhuset og spillestedet Klaverfabrikkens overordnede formål er at skabe høj kvalitets musik- og kulturbegivenheder med social værdi i mangfoldige fællesskaber, der styrker individets livsværdi.

Klaverfabrikkens begivenheder sker på tværs af koncertvirksomhed, regionalt musikmiljø, tværkunstnerisk samskabelse med kulturhusets andre aktiviteter indenfor drama, billedkunst, syning, design, artisteri mv. Den sociale værdi kommer i spil i mange sammenhænge fra mange forskellige vinkler. Klaverfabrikken arbejder med at styrke den sociokulturelle rolle, som musikken kan bidrage med i et spillestedets omkringliggende samfund. Det være sig i forskellige samarbejdsprojekter med dagtilbud, skoler, boligforeninger, plejcentre, andre offentlige institutioner, arbejdspladser mv.

Det mangfoldige fællesskab er både bag, på og foran scenen. Bag scenen skabes det af Klaverfabrikkens fundament som frivillig forening. Klaverfabrikkens 350 frivillige i alderen 15-91 år, med bred diversitet på tværs af kompetencer og forudsætninger, spiller en afgørende rolle for udviklingen af Klaverfabrikkens indhold og dagligdagens drift. Der er frivillige involveret i alle led af Klaverfabrikkens virke. Lige fra kunstnerisk udvikling, bestyrelsesarbejde og produktion til drift, rengøring og administration. Foran scenen arbejder Klaverfabrikken aktivt med publikumsudvikling for at udfordre den gængse koncertkultur. Formålet er at opnå en mere mangfoldig publikumssammensætning på tværs af alder, køn, etnicitet og sociale skel.

Klaverfabrikken er et genrebredt spillested med særligt fokus på det smalle, det ukendte og det uforudsigelige. Klaverfabrikken går forrest med en kunstnerisk profil, som prioriterer disse tre elementer fremfor artister, der klarer sig på kommercielle markedsvilkår. Klaverfabrikken højner koncertniveauet og arbejder nyskabende med koncertformer- og koncepter. Klaverfabrikken er udviklende, producerende og vidensdelende indenfor alle samarbejdsrelationer med særligt fokus på folkeskolen, frivillighedskultur og involvering af unge i livebranchen.

Klaverfabrikken er et miljøskabende, opsøgende og inviterende samlingspunkt for musikelskere både på og bag scenen i hele regionen. Indenfor talentudvikling samler Klaverfabrikken aktive musikere fra hele regionen som en del af et mangesidet musikerfællesskab. Desuden er Klaverfabrikken centrum for frivillige arrangører, der dygtiggør sig med booking, produktion, kommunikation og udvikling af koncertprofil.



Publikumsudvikling med senegalesiske "Tamala"

2. Aktuelle politiske målsætninger

Som regionalt spillested i perioden 2021-2024 vil Klaverfabrikken 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 musikliv 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.

Klaverfabrikken vil desuden være omfattet af følgende rammer og forventninger, fastsat af Hillerød Kommune:

Hillerød Kommunes Kultur & Fritidsudvalg har godkendt en støtteerklæring til det regionale spillested, som er vedhæftet ansøgningen som bilag 6.

3. Aktuelle muligheder & udfordringer

Klaverfabrikken er – ligesom resten af det danske kulturliv – stærkt påvirket af COVID-19-epidemien. Dette skaber en stor grad af usikkerhed i forhold til de strategiske og økonomiske fremtidsudsigter. Den nærværende strategi er dog efter Slots- og kulturstyrelsens anbefalinger udarbejdet under den forudsætning, at corona-situationen er normaliseret i den indeværende udpegningsperiode 2021-2024. Klaverfabrikkens overordnede visioner og strategiske prioriteringer er derfor ikke ændret som følge af COVID-19. Klaverfabrikken vil dog løbende forholde sig til udviklingen af COVID-19 og beskrive forventede og realiserede afvigelser i forhold til strategi, nøgletal og finansiering i vores budgetter og årsregnskaber. Denne praksis finder første gang sted ved indsendelsen af budget for 2021.

Klaverfabrikken er centralt placeret i en region, hvor musikken blomstrer som aldrig før. Nordsjælland er en region i vækst på musik- og kulturområdet. Det seneste årti er mængden af musikudbud steget i en grad, der sætter det regionale spillesteds rolle i et nyt perspektiv. På tværs af regionen findes store lokalt forankrede musikhuse som Kulturværftet i Helsingør, MantziusLive i Birkerød, Gjethuset i Frederiksværk, Trommen i Hørsholm, Kultursalen i Gribskov, Gilleleje Kulturhavn, Templet i Lyngby og Galaksen i Værløse. Husenes udgangspunkter er meget forskellige, og deres kunstneriske profiler gør, at borgere i hele Nordsjælland har særlig god mulighed for at opleve danske og internationale populærtister. I en dansk kontekst er dét fx artister, der er i fast rotation på DRs centrale radiokanaler (P3 & P4). Der er i 2019 etableret et ledernetværk på tværs af ovenstående aktører. Klaverfabrikken stikker profilmæssigt udenfor, men deltager i en vidensdelende rolle som regionalt spillested med særligt fokus på publikumsudvikling og passive målgrupper. Dertil kommer, at Kulturværftet i Helsingør afholder store koncerter både udendørs og i store haller med flere tusinde publikummer, og at Royal Stage er åbnet i Hillerød i januar 2020 med samme formål. Det nordsjællandske publikum er privilegeret med et stort koncertudbud og skal rejse forholdsvis kort for at opleve musikken live på trods af den korte afstand til hovedstadens høje koncentration af musiktilbud.

Når de store spillesteder tager et hvil henover sommeren, tager festivalerne over og holder fast i et stærkt

koncerttilbud til de nordsjællandske borgere. Festivaler som Musik i Lejet i Tisvilde, Frederikssund Festival og Gilleleje Havnefest byder mange tusinde publikummer indenfor med artister fra den danske top100 inden for pop- og rockmusikken. Imellem de store festivaler ligger i regionen et hav af mindre festivaler, som i højere grad arbejder med andre genrer end de klassiske populærgenrer. Snake City Jazzfestival i Slangerup, Himmelstorm i Torup, LYST Festival i Lynæs samt Lydfest i Birkerød og Helsingør Festival på Elværket med fokus på upcoming artister.

Dertil kommer en lang række af mindre aktører, som arrangerer mellem 10-25 koncerter om året i mere intime rammer, hvor den kunstneriske profil er mere specialiseret i fx blues, folk, jazz, børnekoncerter mm. Det værende sig Cafe Slotsbio i Hillerød, Mejeriet i Torup, Føllegaard i Skævinge, Den Gamle Biograf i Fredensborg, Tisvilde Jazzklub, Halsnæs Bryghus, Bølgen i Ålsgårde m.fl. Dermed kan man konstatere, at regionens musikudbud er i positiv udvikling for både store og små aktører. En udvikling, der understøttes af Voxmeter og Dansk Lives publikumsmåling fra 2019, der fortæller, at over 43% af den danske befolkning over 18 år i 2019 oplevede livemusik.

Midt i regionens fantastiske kulturudbud er Klaverfabrikken stedet, hvor hjerterne banker for den musik, som har svært ved at bryde igennem lydmuren andre steder. Klaverfabrikkens kunstneriske profil differentierer sig markant fra landsdelens andre spillestedsprofiler. Mod, nysgerrighed og mangfoldighed skal kendetegne den kunstneriske profil og publikumsudviklingen på det regionale spillested i Nordsjælland. Det er Klaverfabrikkens vision, at andre spillesteder får modet til at gøre mere for små genrer, upcoming artister, nye musikalske strømninger og tilgangen til projekt-, koncept- og publikumsudvikling. Meget gerne i samspil med Klaverfabrikkens erfaringer og eksterne vidensdeling. Klaverfabrikken ønsker at gå forrest og inspirere til kreativ og nytænkende publikumsudvikling. Klaverfabrikken står for en kunstnerisk profil, der udvider den kulturelle horisont hos dem, der møder det regionale spillested.

Klaverfabrikken har udarbejdet en omfattende analyse af spillestedets kunstneriske profil, dækkende for perioden 2017-2019. Analysen består af data fra Klaverfabrikkens koncertlister og eksterne vurderinger fra branchefolk, musikere og spillestedsledere fra hele Danmark. Analysen er opdelt efter Klaverfabrikkens musik/bookinggrupper og indeholder korte introduktioner til Klaverfabrikkens musikgruppers arbejde med kuratering. Analysen tydeliggør Klaverfabrikkens progressive profil med det ukendte, det smalle og det overraskende i centrum. Billetsalgsstatistikken understreger, at publikum er villige til at rejse langt efter Klaverfabrikkens koncertprofil. Mere end 30% af alle forsalgskøb kommer fra andre byer end Hillerød. Analysen er vedlagt ansøgningen som bilag 7.

Regionens infrastruktur er sammensat, så alle veje fører til Hillerød. Hillerød er regionshovedstad og den kommune i regionen, hvor der forventes den største stigning i indbyggertal de kommende år. Det giver det regionale spillested mulighed for at tiltrække samarbejdspartnere, publikum, frivillige musikelskere, skoler, frivillige m.fl. fra hele regionen. Hvis man sætter regionens yderste hjørneste i Hundested, Helsingør, Roskilde og Lyngby, så er der ingen steder, hvor det tager mere end 30-35 min. at ankomme til Hillerød Station.

Dermed er de geografiske, sociokulturelle og lokalpolitiske rammer ideelle for at drive et regionalt spillested i Hillerød. Klaverfabrikken står for en progressiv og grænsesøgende kunstnerisk profil, en involverende og mangfoldig frivilligkultur, en innovativt drevet ledelse og en kompetencestærk bestyrelse. Klaverfabrikken sikrer mangfoldigheden i regionens kulturtilbud og opsøger, vidensdeler og projektudvikler både i og uden for musikbranchen. Således peger en lang række kunstneriske og strukturelle forudsætninger på Klaverfabrikkens muligheder som regionalt spillested. I praksis har Klaverfabrikken siden 2013 bevist, at man til fulde formår at løfte opgaven som regionalt spillested. Bevilling i 2021-2024 vil sikre en solid og kompetent fortsættelse og videreudvikling af en lang række allerede igangsatte projekter og vil sikre udviklingen af nye og innovative tiltag til fordel for publikum, musikere og frivillige i hele regionen.

4. Vision for Klaverfabrikken

Klaverfabrikkens vision er at udvikle, styrke og påvirke en publikumskultur baseret på nysgerrighed, mod og åbenhed for andre kulturer, nye musikalske strømninger, talentudvikling og alternative rammer. Publikumskulturen udvikles på en mangfoldig kunstnerisk profil, som favner musikkens verdenshjørner, musikalske såvel som geografiske, og på tværs af generationer, køn, etnicitet og anden forskellighed mellem mennesker. Klaverfabrikkens kunstneriske profil skal understøtte, at man godt kan være mindre, ukendt eller eksperimenterende artist og stadig have masser på hjerte, som kan give publikum oplevelser af højeste kunstneriske kvalitet.

Klaverfabrikken har siden 1994 haft afsæt i et sociokulturelt værdisæt. Klaverfabrikken vil være et skabende, opsøgende og inviterende sted, hvor netop mangfoldighed skaber liv, kultur og oplevelser. Det kræver, at Klaverfabrikken er et kraftfuldt, pulserende og inspirerende samlingspunkt for liveaktører - musikere, arrangører, frivillige, unge talenter, ildsjæle og iværksættere lokalt og regionalt.

Klaverfabrikken vil være på forkant af udviklingen af projekter med musikkens sociokulturelle potentiale i centrum. En bred vifte af utraditionelle samarbejdspartnere ift. klassisk spillestedsdrift skal vise vejen for andre arrangører. Visionen er at vise musikkens potentiale indenfor sundhed, skole, børn & unge, ældre, integration og beskæftigelse. Mange mennesker skal via Klaverfabrikken opleve musikken som et middel til menneskelig udvikling, stærke fællesskaber og positivt livsindhold.

Klaverfabrikken vil fortsætte sin udvikling som grønt spillested og har fokus på resurser, forbrug, kreativt og kunstnerisk genbrug samt økologi i driften af det samlede kulturhus. Klaverfabrikkens profil som et grønt spillested blev understreget i 2011, da Klaverfabrikken blev Co2-neutral med indvielsen af et stort solcelleanlæg på taget. Anlægget blev etableret på baggrund af en ekstraordinær indsats af Klaverfabrikkens mange frivillige, stærke netværk og solidt kommunalt samarbejde. Se evt. portræt af Klaverfabrikkens grønne profil i DMFs medlemsblad - Se link:

https://issuu.com/dmfkbh/docs/musikken_2.19_issuu

For at understøtte ovenstående skal Klaverfabrikken drives med en ansvarlig økonomistyring og god forvaltning båret på relevans, rettidighed og høje faglige kompetencer på alle personaleområder. Klaverfabrikkens udvikling er igennem 25 år skabt på græsrodsniveau med et folkeligt mandat. I forlængelse af spillestedets fremdrift og succes er kravene til professionalisering af spillestedet steget. Derfor er det bestyrelsens vigtigste rolle, at sikre balancen mellem professionalisering og udvikling af frivillighedskulturen. Netop denne balance er afgørende når Klaverfabrikken udpeger sin daglige ledelse. Siden 2013 har det regionale spillested været ledet af Jens Jepsen, som har været en del af Klaverfabrikken siden 2002. I februar 2020 overtager Peder Raarup Jensen lederposten. Peder har været en del af Klaverfabrikken siden 2008 og har sideløbende uddannet sig inden for Music Management og en kandidat i Management of Creative Business Processes fra CBS. Lederskiftet har været forberedt i 6 måneder, og derfor er denne ansøgning skabt, udviklet og skrevet i tæt samarbejde mellem tidligere og ny daglig leder. På den måde sikres erfaringer, viden, processer og udvikling i et lederskifte, uden at det sætter Klaverfabrikkens udvikling på pause. Selvom Klaverfabrikken er en frivillig forening, er Kulturministeriets anbefalinger i udgivelsen "God ledelse i selvejende institutioner" et vigtigt pejlemærke for både bestyrelsen og den daglige ledelse.



BILAG 1 – STATUS OG STRATEGI 2021 – 2024 FOR KLAVERFABRIKKEN

5. Opgaver for Klaverfabrikken

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

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

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 koncerter med under 50 solgte billetter, mellemstore koncerter er koncerter med 50-200 solgte billetter og store koncerter er koncerter med over 200 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)

Aktuel status	<p>Klaverfabrikken har udarbejdet en analyse af den kunstneriske profil fra 2017-2019, som er vedhæftet som bilag 7. Her er alle koncerter listet efter indsatsområder (jazz, folk, verdensmusik, upcoming, større kommercielle navne, børnemusik, skolekoncerter mv.). Den omfattende analyse består af koncerttal, små beskrivelser af bookinggrupperne, eksterne branchevurderinger af profilen, billeder samt henvisning til relevant videomateriale. Under ansøgningens afsnit om K1, K2 & K3-koncerter vil der flere gange blive refereret til analysen.</p> <p>Siden Klaverfabrikken blev udpeget som regionalt spillested i 2013, er flere K1-koncerter med professionelle artister blevet til K2-koncerter pga. stigende publikumstal og øget kendskab til Klaverfabrikkens aktiviteter. Dertil er der produceret langt flere K1-koncerter pga. øget fokus på talentudvikling og samarbejde med små nye venues lokalt og regionalt. Klaverfabrikkens publikumstal er samlet set mere end tredoblet siden 2013.</p> <p>Klaverfabrikkens K1-koncerter foregår primært på Klaverfabrikkens dagligstuescene "Buddhas". Her kan op til 50 gæster opleve musikken helt tæt på. Nærvær, intimitet, autencitet og hygge er hovedingredienser i mødet mellem publikum og artister, som Klaverfabrikken er vært for. Det er oftest gennem de frivilliges koncertklubbers</p>
----------------------	---

aktiviteter i netop Buddhas, at Klaverfabrikken gennem tiden har bygget publikumsgrupper op, som gerne vil opleve det ukendte, det smalle og det uforudsigelige. På den måde sikres den gode koncertoplevelse for publikum indenfor de genrer og musikalske udtryk, som har svære markedsvilkår. Koncertgrupperne i Buddhas er ved flere lejligheder blevet nomineret til Danish Music Awards (DMA). I 2012 vandt Buddhas Jazz Club en DMA for årets jazzspillested, i 2014 vandt Klaverfabrikken for bedste world-spillested, og fire gange har Klaverfabrikken været nomineret til årets folk-spillested. Succesen i Buddhas går hånd i hånd med Klaverfabrikkens værtskabskultur, hvor alle skal føle sig velkomne. Derfor opstår der ofte dialog om musikken på tværs af værter (frivillige), publikum og musikere i Klaverfabrikkens dagligstue.

“Buddhas Jazz Club har formået noget af det, der er allersværest for en jazzklub, der ligger inde under et større spillested. Buddhas Jazz Club har skabt et hyggeligt, rart, inkluderende og charmerende sted at være for både publikum og musikere med musik på højeste niveau. Det er ganske enkelt en af Danmarks fedeste jazzklubber og mange musikeres favoritsted i Danmark. Stemningen, de frivilliges nærhed og ånden, som er så svær at skabe, kan findes i Buddhas Jazz Club. Og alt dette skaber mulighed for de største koncertoplevelser i det lille hyggelige lokale, hvis værdi for Nordsjælland ikke kan overdrives.”

- Udtalelse fra professionel jazzguitarist Mikkel Ploug om Buddhas Jazz Club

Jeg synes altid, det er en meget imødekommende oplevelse at spille i Buddhas på Klaverfabrikken. Man mærker, at det ikke bare er et spillested, der afholder koncerter. Klaverfabrikken emmer af kultur og sjæl, og man kan mærke, at de ansatte og frivillige også brænder for den ide. Musikere har af og til nogle underlige gigs, hvor der ikke er styr på tingene, men Klaverfabrikken er altid velorganiseret og velbesøgt.”

- Udtalelse fra Tobias Elof, Danmarks eneste konservatorieuddannede ukulelespiller

Udover Buddhas råder Klaverfabrikken over det underjordiske klanggalleri Cisternen På Bredevang. Her præsenteres korte avantgardistiske solokoncerter med artister, der udforsker, udfordrer og leger med den særlige efterklang i den 100kvm og mere end 100 år gamle underjordiske vandtank. Koncertaktiviteten er begrænset til sommerhalvåret og har været indstillet siden sommeren 2018, da Hillerød Kommune, som ejer grunden, er ved at undersøge bygningens sundhedstilstand.

“Det var for mig en helt unik oplevelse at spille i Cisternen. Man træder ned under jorden, ned i en helt anden verden, og pludselig opfører alle ens sanser sig lidt anderledes. Der er mørkt og fugtigt, og lyden bliver kastet rundt mellem murene. Folk dukker sig og taler med små stemmer. Både publikum og musikeren er helt ude af de vante rammer, og det gør, at vi alle sammen lytter på en helt særlig måde. Jeg hørte fra flere publikummer bagefter, at de havde siddet med lukkede øjne under hele koncerten. At de drømte sig væk og lod sig rive med af musikken og stemningen på en anden måde, end når de gik til koncert normalt.”

- Udtalelse fra improvisationspianist Lucas Forchhammer

se video med Lucas Forchhammer i Cisternen på www.klaverfabrikken.dk/videoer

	<p>Derudover afholdes der 4-6 minikoncerter per sæson med lokale sangskrivere i cafe B-Hageriets Orangeri, som har plads til 25 gæster. Der afholdes koncerter i købmandscafeen Jordnær i landsbyen Gadevang, og Klaverfabrikken har igangsat et nyt samarbejde med Low-Fi Concerts, som hjælper private i gang med stuekoncerter. Dette har bl.a. resulteret i netværksarrangementer på Klaverfabrikken for nye stuekoncertarrangører, hvor Klaverfabrikken bidrager med viden om værtsskab, booking og kendskab til ukendte regionale artister mv.</p>
<p>Mål 2021 – 2024</p>	<p>Kvalitative koncerttal Publikumsudviklingen er central for arbejdet med K1-koncerter. Derfor har Klaverfabrikken et særligt fokus på disse koncerter i den kommende periode. Klaverfabrikken har, ud fra det samlede regionale koncertmarked, spillestedets resurser og fysiske rammer samt egen viden om markedsføring af nichekoncerter, vurderet, at koncerttallet skal fastholdes på 30 de kommende fire år. Indenfor de fastsatte koncerttal er det Klaverfabrikkens mål at øge publikumstallet ved K1-koncerter med 33% frem mod 2024.</p> <p>Klaverfabrikken arbejder med mål, metoder og indikatorer indenfor K1-koncerter ud fra følgende overskrifter.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Udvikling af publikumskultur og kunstnerisk profil - Værtsskab - Talentudvikling i professionelle rammer - Alternative koncertrammer <p>Udvikling af publikumskultur og kunstnerisk profil Klaverfabrikken udvikler en publikumskultur båret på nysgerrighed, åbenhed og mod på det ukendte, det smalle og uforudsigelige. Denne kultur kræver koncertrum, hvor mindre publikumsmængder kan opleve store kunstneriske oplevelser. Herfra kan spillestedet henover tid opbygge en større målgruppe blandt publikum.</p> <p>Værtsskab Klaverfabrikken vil sikre den bedst tænkelige oplevelse for publikum og musikere via rammer, værtsskab, ejerskab og passion fra arrangørerne. Målet er koncertoplevelser, hvor nærhed, intimitet og autenticitet udveksles mellem musikere og publikum og skaber en unik relation, som kendetegner koncertoplevelsen på Klaverfabrikken.</p> <p>Talentudvikling i professionelle rammer For unge uprøvede artister højner de små scenerum muligheden for succesoplevelse. Trykke og professionelle rammer, som kan indpasses efter artistens kunstneriske udtryk. Klaverfabrikken skal understøtte dette og sikre koncertoplevelser, som understøtter artistens kunstneriske udvikling og karrierevej.</p> <p>Alternative koncertrammer Det er et mål i sig selv for Klaverfabrikken løbende at opsøge alternative koncertrammer udenfor Klaverfabrikken. Her kan Klaverfabrikken præsentere artister i alternative rammer og møde publikum, der ikke aktivt opsøger Klaverfabrikkens aktiviteter på selve spillestedet. Klaverfabrikken vil udfordre musikerne med kunstneriske dogmer, særlige konstellationer og uropførelser.</p>

<p>Metoder 2021 – 2024</p>	<p>Udvikling af publikumskultur og kunstnerisk profil Klaverfabrikken vil prioritere artister, som arbejder med kunstneriske udtryk, hvor spillestedets bookinggrupper vurderer, at det intime koncertrum matcher artisten bedst. Bookerne udfører et opsøgende feltarbejde og søger aktivt sparring og inspiration bredt i det musikalske landskab både i og uden for Danmark.</p> <p>Værtsskab Kurateringen varetages af mange musikalske ildsjæle i frivillige musikgrupper (jazz, folk, familie, world, songwriters, upcoming mm.) Det sikrer et større perspektiv i udvælgelsen og et større medejerskab til selve koncerten. Med involveringen af de mange lokale og regionale musikildsjæle i bookingen sikres, at udvælgelsen sker ud fra en bred vifte af parametre. Derudover udfordres den enkelte bookers egne smagsreferencer og vaner.</p> <p>Talentudvikling i professionelle rammer De unge artisters møde med publikum i mindre koncertrum er en vigtig del af den samlede rejse, som Klaverfabrikken tilbyder de unge artister. Rejsen indeholder både aktivitet på scenen og udvikling af artistens kunstneriske udtryk. Se mere om Klaverfabrikkens arbejde med talentudvikling i afsnit 5.2.1.</p> <p>Alternative koncertrammer Klaverfabrikken er løbende opsøgende på nye alternative koncertrum og skaber nye samarbejder med lokale aktører i regionen. De nye koncertrammer opstår fx via samarbejde med Low-Fi Concerts om stuekoncerter eller ved at skabe utraditionelle koncertrum i boligforeningens fælleshus eller i plejecentrets spisestue. Som nævnt under formål er det afgørende, at Klaverfabrikken er miljøskabende, opsøgende og inviterende i mødet med nye samarbejdspartnere indenfor koncertvirksomhed.</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2021 – 2024</p>	<p>Udvikling af publikumskultur og kunstnerisk profil Udvælgelsen af kunstnere og dermed Klaverfabrikkens samlede kunstneriske profil er en afgørende indikator for, at Klaverfabrikken udvikler den ønskede publikumskultur. Klaverfabrikkens bestyrelse vil i hver årsrapport forholde sig kritisk til den kunstneriske profil, som Klaverfabrikkens mange musikgrupper bidrager til. I forbindelse med midtvejsevalueringen vil Klaverfabrikken udarbejde en aktuel analyse af den kunstneriske profil, som belyses af branchefolk og publikum.</p> <p>Værtsskab Ønsket om at gøre Klaverfabrikkens små koncertrum nærværende, intime og hyggelige skal bevises via publikumsundersøgelser og musikerinterviews gennem hele perioden.</p> <p>Talentudvikling i professionelle rammer Antallet af små koncerter med lokale og regionale talenter stiger i de kommende år. En forventning baseret på det stigende antal musikere i sangskriverklubben og flere musikere i vores øvelokaler.</p> <p>Alternative koncertrammer En organisk og meningsfuld vækst i antallet af nye koncertrum til de små særlige koncertoplevelser. Det er vigtigt, at omverdenen oplever Klaverfabrikken som en skabende, opsøgende og inviterende samarbejdspartner i jagten på de alternative koncertrum.</p>

5.1.2. Mellemstore koncerter (K2)

<p>Aktuel status</p>	<p>Siden Klaverfabrikken blev udpeget som regionalt spillested i 2013, er flere K1-koncerter blevet til K2-koncerter bl.a. pga. større publikumstilslutning.</p> <p>K2-koncerter afholdes primært i "Truckhallen", som er den største af Klaverfabrikkens to hovedscener. Kapaciteten er 200 gæster siddende og 350 gæster stående. Truckhallen er bygget op som et fleksibelt og omskifteligt koncertrum. Rummet skal kunne håndtere stor mobilitet, kreativ kunstnerisk rammesætning og til enhver tid sikre den bedst tænkelige publikumsoplevelse. Når der er MAM (Mad & Alverdens Musik), skal koncertrummet emme af den kultur, som publikum dykker ned i, være et hyggeligt spiserum, give masser af sanseindtryk samt kunne håndtere akustiske musikalske indslag, danseopvisning eller lignende og samtidig sætte den bedste ramme for det orkester, der spiller som aftenens hovedattraktion. Når der er familiekoncert, skal de yngste gæster møde musikken i øjenhøjde i et inspirerende koncertrum. Der skal være rum til at lege, sidde, lytte, løbe, hoppe, danse og gemme sig hos sine voksne, hvis det er det, der skal til. Husets unge koncertarrangører skal kunne lave hænge-ud områder og skabe intens gyngende og syngende fællesskabsstemning foran scenen - også, når der ikke er fuldt hus.</p> <p>I 2017 blev Truckhallens udgangspunkt ændret, da den 19-årige regionale billedkunstner Anna Weinreich fik frie hænder til at ændre Truckhallens udtryk. Eneste præmis var det faste Klaverfabrikken-dogme; "Hvem skal du gøre det sammen med?" Anna samlede frivillige fra alle dele af huset og udviklede det særpræg, som Truckhallen har i øjeblikket med ansigter malet i gulvet med tråde til træerne/kraftværkerne på væggen.</p> <p>Når publikum oplever K2-koncerterne, er det en balance mellem at fastholde nærhed og intimitet, selvom relativt mange mennesker er samlet. I større publikumsforsamlinger kommer der ikke en naturlig relation/dialog mellem værterne, gæsterne og musikerne. Derfor er Klaverfabrikken meget opmærksomme og opsøgende på det gode værtsskab og den stemning, der er i koncertrummet før, under og efter musikoplevelsen.</p> <p>På Klaverfabrikken skal koncertkulturen bære præg af nærvær, autencitet og fællesskab. I jagten på billetsalg er det let at forfalde til en klassisk køber/sælger-relation til publikum. Men når den overordnede vision er at ændre en publikumskultur og åbne musikkens mangfoldige verden for flere, så skal der i højere grad være fokus på relationen til publikum. Når de ikke kender kunstneren på scenen, skal de føle tiltrækning og tilknytning til stedet. Derfor er publikums rejse vigtig for Klaverfabrikken. Publikum skal ikke starte med at stå i kø, vi åbner dørene i god tid og byder velkommen og taler med publikum om den oplevelse, der venter dem. Garderoben er gratis. Det er en potentiel indtægt, vi fravælger, men vi tror på, at det er en af de mange små særpræg, der skaber tilknytningen. På Klaverfabrikken er der ikke nummererede pladser ved udsolgt, men frivillige hjælper publikum med at finde plads. Det giver en mulighed for interaktion mellem frivillige og publikum. På Klaverfabrikken er baren lukket under koncerten, så unødigt støj ikke forstyrrer, og dermed holdes musikken og koncertoplevelsen i centrum. På Klaverfabrikken står der altid en i døren og siger "tak for i aften og på gensyn". Alle, der kommer på Klaverfabrikken, skal have en god oplevelse fra start til slut.</p>
-----------------------------	--

<p>Mål 2021 – 2024</p>	<p>Kvalitative koncerttal</p> <p>Publikumsudviklingen er også central for arbejdet med K2-koncerter. Derfor har Klaverfabrikken fokus på udviklingen af disse koncerter i den kommende periode. Klaverfabrikken har, ud fra det samlede regionale koncertmarked, spillestedets ressourcer og fysiske rammer samt egen viden om markedsføring af nichekoncerter, vurderet, at koncerttallet skal fastholdes på 50 de kommende fire år. Indenfor de fastsatte koncerttal er det Klaverfabrikken's mål at øge publikumstallet ved K2-koncerter med 16% frem mod 2024.</p> <p>Klaverfabrikken arbejder med mål, metoder og indikatorer indenfor K2-koncerter ud fra følgende overskrifter.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Udvikling af publikumskultur og kunstnerisk iscenesættelse - Udvikling af koncertkultur - Særlig indsats rettet mod børn og unge - Alternative koncertrammer <p>Udvikling af publikumskultur og kunstnerisk iscenesættelse</p> <p>Hovedmålet med K2-koncerter er det samme, som det overordnede koncertmål er. Klaverfabrikken udvikler en publikumskultur båret på nysgerrighed, åbenhed og mod på at opleve det ukendte, det smalle og det uforudsigelige. Truckhallen giver Klaverfabrikken mulighed for at iscenesætte den enkelte koncert på publikums præmisser i samspil med Klaverfabrikken's tværkunstneriske ildsjæle og de optrædende kunstnere. Det er Klaverfabrikken's mål at videreudvikle det fleksible koncertrum, der både produktionsmæssigt og rammemæssigt ift. udsmykning, lyd, lys, møbler, visuelt udtryk forandrer sig.</p> <p>Udvikling af koncertkultur</p> <p>Klaverfabrikken vil gå forrest og vise, at en stærk spillestedsprofil og -kultur er vejen til en unik og stærk relation mellem arrangør, publikum og artist. Det er definitionen på en god koncertkultur. Klaverfabrikken har fokus på publikums helhedsoplevelse. Publikum skal føle sig hjemme på Klaverfabrikken. Publikums rejse fra interesse over billetkøb til selve koncertoplevelse skal hele vejen igennem højne den enkelte gæsts lyst til flere musikoplevelser. Klaverfabrikken ønsker at udfordre den stereotype, og på mange måder ensartede, koncertkultur, man oplever på mange spillesteder. Det er Klaverfabrikken's mål at tydeliggøre den gensidige og opløftende påvirkning, som artist, venue og publikum har på hinanden.</p> <p>Særlig indsats rettet mod børn og unge</p> <p>Fokus på børn og unge er en del af arbejdet med K2-koncerterne. Et samarbejde mellem DR Musikariet og næsten alle nuværende regionale spillesteder er beskrevet i senere afsnit. Klaverfabrikken vil fortsat udvikle på familiekoncerter, hvor halvdelen af artisterne udvælges gennem et godt samarbejde med LMS. Klaverfabrikken vil fortsat udvikle koncertrammerne omkring familiekoncerterne, så det bliver en fælles oplevelse for store og små, som man har lyst, tid og råd til at komme til flere gange i løbet af en sæson. Det er højt prioriteret for Klaverfabrikken's koncerter, at de fleste har råd til at gå til dem samt at arbejde målrettet med nye publikumssegmenter.</p> <p>Udover at styrke arbejdet med vores familiekoncerter, ønsker Klaverfabrikken at starte en række skolekoncerter i samarbejde med LMS, således at regionens skoleelever får mulighed for opleve rytmisk musik i professionelle rammer.</p>
--	--

	<p>Alternative koncertrammer Klaverfabrikken vil finde og bruge alternative koncertrum med op til 500 gæster. Det kan være det smukke renæssancekirkerum i Frederiksborg Slotskirke, den traditionsrige festsal på Frederiksborg Gymnasium fra midten af 50'erne, eller den moderne byrådssal beliggende i restaurerede gamle landbrugslader.</p>
<p>Metoder 2021 – 2024</p>	<p>Udvikling af publikumskultur og kunstnerisk iscenesættelse Koncertrammerne er altid i fokus, når Klaverfabrikken præsenterer en koncert. Familiekoncerterne skal være i øjenhøjde, så de bygges op i gulvhøjde med fokus på, at det skal være indbydende for børnene. Når en ny kultur skal prøvesmages og opleves, skal kulisserne give publikum en oplevelse af et hyggeligt og overraskende kulturmøde. Dette skinner også igennem i produktionsøjemed. Klaverfabrikkens teknikerhold har stort fokus på at bygge broen mellem artist og publikum. Lysdesigneren er teatertekniker fra Mungo Park, og der skal hele tiden tænkes i kreativ optimering af koncertproduktionerne.</p> <p>Udvikling af koncertkultur En skarp kunstnerisk profil og en tydelig spillestedskultur er afgørende for at skabe den relation til publikum, der kan udvikle publikumskulturen. De store velkendte og kommercielle artister må ikke skygge for arbejdet med de smalle genrer, nicher og nye musikalske strømninger. Alle Klaverfabrikkens bookinggrupper har særligt fokus på løbende at udvikle og udfordre den kunstneriske profil. Dette sikres bl.a. ved stor involvering af lokale og regionale musikildsjæle i bookingarbejdet samt et dogme om, at artisterne skal vente to år, før de optræder igen. Det sikrer en udvikling og udskiftning i programprofilen. (se analyse af kunstnerisk profil).</p> <p>Særlig indsats rettet mod børn og unge Vi har høje forventninger til samarbejdet med DR Musikariet, da der er muligheder for, at de regionale spillesteder kan spille en vigtig og central rolle i børn og unges møde med musik og det lokale spillested. Derfor tager Klaverfabrikken et stort ansvar i igangsættelsen af projektet, evalueringen og udviklingen. Klaverfabrikkens familiekoncerter udvikles og styrkes gennem at øget samarbejde med LMS. Klaverfabrikken etablerer kontakt til skoleafdelingerne i regionens kommuner og søger at så mange skoleelever som muligt møder den rytmiske musik i professionelle rammer gennem et nyt samarbejde omkring skolekoncerter med LMS.</p> <p>Alternative koncertrammer Klaverfabrikken ønsker at fortsætte arbejdet med særlige koncertrammer på linje med de nævnte mål. Det er vores klare mål, at Klaverfabrikken sikrer det kreative spillerum mellem kunstnere og spillested, som i sidste ende sikrer den bedste oplevelse for publikum.</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2021 – 2024</p>	<p>Udvikling af publikumskultur og kunstnerisk iscenesættelse Kurateringen og dermed Klaverfabrikkens samlede kunstneriske profil er en afgørende indikator for, at Klaverfabrikken udvikler den ønskede publikumskultur. Klaverfabrikkens bestyrelse vil i hver årsrapport forholde sig kritisk til den kunstneriske profil, som Klaverfabrikkens mange musikgrupper bidrager til.</p> <p>Udvikling af koncertkultur I forbindelse med midtvejsevalueringen vil Klaverfabrikken igen udarbejde en analyse af den samlede kunstneriske profil, som kommenteres af branchefolk bl.a. fra</p>

	<p>genreorganisationerne og andre spillesteder, og som suppleres af en grundig publikumsundersøgelse.</p> <p>Særlig indsats rettet mod børn og unge En grundig og saglig evaluering af samarbejdet mellem de regionale spillesteder og DR Musikariet vil belyse kvaliteten og effekten af samarbejdet med skolerne. Samarbejdet med både DR Musikariet og LMS skal styrke netværket til et bredere udsnit af skoler i regionen.</p> <p>Alternative koncertrammer Organisk og meningsfuld vækst i samarbejdsprojekter med eksterne og alternative venues.</p>
--	--

5.1.2. Store koncerter (K3)

Aktuel status	<p>Generelt kan man se, at siden Klaverfabrikken blev udpeget som regionalt spillested i 2013, er flere K2-koncerter blevet til K3-koncerter pga. større publikumstilslutning. Derudover har Klaverfabrikken søsat flere større arrangementer, som påvirker publikumstal i positiv retning.</p> <p>Siden 2006 har Klaverfabrikken arbejdet med forskellige festivalformater, som er med til at sikre en stærkere fortælling til en bredere målgruppe inden for forskellige genrer. New Note Festival samler hvert år mellem 400-600 gæster til et førstegangsmøde med upcoming navne på plakaten. Klaverfabrikken forvandles til festivalplads, som indrettes med rullegræs, bæredygtigt møbelbyggeri og økologi fra lokalsamfundet. Bag New Note står en frivilliggruppe på ca. 40 personer i alderen 15-30 år. Hillerød Folk Festival skaber et mødested mellem amatørmusikere og professionelle, når festivalens orkestre i dagstimerne underviser i spil, sang og dans. Ordet er Løs er gennem et solidt samarbejde med Hillerød Bibliotek, Grundtvigs Højskole og Hillerød Musikskole blevet et tværetetisk møde mellem litteraturen og musikken. Således bliver musikere sat sammen med deres yndlingsforfattere eller lyrikere til en snak om fællesnævnerne for litteraturen og musikken tilsat koncertelementer. Eksempelvis har Bisse mødt Tomas Espedal, og Kjartan Arngrim fra Folkeklubben har mødt Benny Andersen - alt sammen til publikums fordel, da mødet bliver en enestående oplevelse. Ordet er Løs er også en platform for mødet mellem unge lyrikere og musikere. Hofnar er sidste skud på Klaverfabrikkens festivalstamme, hvor musikere bliver matchet med gadegøglere, cirkusartister og alternative kunstnere for sammen at skabe unikke øjeblikke for publikum på gader, stræder, skolegårde, arbejdspladser mm.</p> <p>Klaverfabrikken samarbejder med andre lokale aktører om større koncertformater. Det kan være Frederiksborg Slotskirke eller andre lokale musikaktører om fælles koncerter. I den nuværende periode har Klaverfabrikken fx præsenteret Pernille Rosendahl i Frederiksborg Slotskirke og DR Big Band med Sinne Eeg på Frederiksborg Gymnasium.</p> <p>Række ud efter nye publikumssegmenter I det helt store format er Klaverfabrikken gået sammen med foreningen KlubFrivillig (vinder af Kulturministerens Idrætspris i 2015) og arrangerer 1-2 dage med store udendørskoncerter ved Frederiksborg Slotssø om sommeren. Her kan op mod 3000 publikummer samles og opleve den helt store fællesskabsoplevelse. Koncerterne</p>
----------------------	--

	<p>skal gerne give et overskud til Klaverfabrikkens musikaktiviteter samt være med til at sikre lidt økonomisk støtte til det lokale folkeoplysende foreningsliv. Klaverfabrikken er også samarbejdspartner på KlubFrivilligs store musik- og byfest Skønne Skævinge for ca. 3000 gæster. Når Klaverfabrikken indgår denne type samarbejde, er det med stor fokus på, at publikum også møder noget ukendt. Derfor er det regionens upcoming talenter, der spiller på Skønne Skævinge, og til sommerkoncerterne i 2019 kunne man bl.a. opleve Kajsa Vala & Ida Red. Videoer fra koncerterne på www.klaverfabrikken.dk/videoer</p> <p><i>“Klaverfabrikkens filosofi omkring frivillighed, kultur og deres tilgang til et godt og ligeværdigt samarbejde, gør det meget let at skabe fantastiske projekter sammen til publikums fordel”</i></p> <p>- Udtalelse fra Lasse Petersen, Formand KlubFrivillig</p> <p>Koncerterne tiltrækker et andet publikumssegment end Klaverfabrikkens andre koncerter. Derfor ligger der et stort potentiale i at give dette publikum en god relation til Klaverfabrikken. Klaverfabrikken stiller store krav til kurateringen af de kunstnere, der skal spille under dette formål. Det kunstneriske niveau skal være højt og aktuelt. Indholdet skal matche koncertrummet, så personligt nærvær og autencitet spiller en central rolle i kunstnerens møde med publikum. Klaverfabrikken kan dog, som resten af livebranchen, konstatere, at honorarerne og produktionerne for de største danske artister er stødt stigende. Samtidig har publikum i Nordsjælland rig mulighed for at opleve dem andre steder i Hillerød eller Helsingør, Birkerød, Frederiksværk m.fl. Klaverfabrikken er meget opmærksomme på, at denne koncerttype ikke skal dominere Klaverfabrikkens kunstneriske profil, da Klaverfabrikken primært er et sted for det smalle, det ukendte og det uforudsigelige. Derfor er der ganske få koncerter af denne karakter i løbet af et kalenderår.</p> <p>Desuden har Klaverfabrikken siden 2013 medvirket til genoprejsningen af kulturhuset Støberihallen i Hillerød, som lukkede som honorarstøttet spillested i 2010. I dag er Støberihallen et åbent medborgerhus, hvor alle musikaktører kan komme og arrangere koncerter, hvilket bruges flittigt af en bred vifte af forskellige musik- og teaterforeninger, musikskole, selvstændige, virksomheder mm.</p>
<p>Mål 2021 – 2024</p>	<p>Kvalitative koncerttal</p> <p>Publikumsudviklingen omkring K3-koncerter centrerer sig om få men større arrangementer. Klaverfabrikken har, ud fra det samlede regionale koncertmarked, spillestedets resurser og fysiske rammer, vurderet, at koncerttallet skal fastholdes på 20 de kommende fire år. Indenfor de fastsatte koncerttal er det Klaverfabrikkens mål at øge publikumstallet på K3-koncerter med 13% frem mod 2024.</p> <p>Klaverfabrikken arbejder med mål, metoder og indikatorer indenfor K3-koncerter ud fra følgende overskrifter.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Præsentere smalle genrer og nicher i festivalformater - Samarbejde med andre aktører om større events - Række ud efter nye publikumssegmenter <p>Præsentere smalle genrer og nicher i festivalformater</p> <p>Det er et mål at fastholde de kunstneriske profiler på de små festivalarrangementer. Det giver mulighed for at ramme større målgrupper og via den vej invitere ind i Klaverfabrikkens publikumskultur. Det er vigtigt, at festivalerne fastholder og udvikler deres involverende samarbejde med unge, musikmiljøerne og lokale</p>

	<p>samarbejdspartnere.</p> <p>Samarbejde med andre aktører om større udendørskoncerter Samarbejde om større arrangementer med andre liveaktører og dermed bringe musikken ud i andre rammer end Klaverfabrikkens. Klaverfabrikken vil fortsat opsøge meningsfulde samarbejder og de ekstraordinære venues.</p> <p>Række ud efter nye publikumssegmenter Nye publikumssegmenter spiller en central rolle i Klaverfabrikkens vision om at udvikle en publikumskultur båret på nysgerrighed og mod. Målet er at skabe den helt rette balance i den kunstneriske profil. Udgangspunkt i Klaverfabrikkens fortælling er nicherne, men de kan ikke stå alene. Derfor skal der også klassiske trækplastre til, som tiltrækker det publikum, som først skal have en relation bygget op til spillestedet, før de går på opdagelse i det ukendte. Kurateringen af de større artister skal være i tråd med Klaverfabrikkens resterende kunstneriske profil. Dvs. kunstnere der eksperimenterer med og udforsker deres kunstneriske udtryk.</p>
<p>Metoder 2021 – 2024</p>	<p>Præsenterer smalle genrer og nicher i festivalformater New Note Festival har i 2020 gennemført endnu et naturligt generationsskifte i deres styregruppe. Dvs. at en ny flok unge mellem 15-25 år står klar til at udvikle festivalen de kommende 2-3 år, inden et nyt hold tager over. Styregruppen har via visionsworkshops lagt en fremtidsplan for festivalen, som styrker frivilligkulturen med involveringen af flere unge frivillige, en styrket bæredygtighedsprofil og en skærpet kunstnerisk profil, som fokuserer på det ukendte, men som kan bryde lydturen og bryde igennem hvert øjeblik. Hillerød Folk Festival skal fortsætte sin gode relation til den eksisterende publikumsgruppe, som i løbet af festivalen deltager i workshops med musikerne i dans, sang og spil. Festivalen skal søge samarbejdspartnere i det stigende folkemusikmiljø, der blomstrer op i særligt Roskilde og Birkerød. Klaverfabrikkens rolle i Ordet er Løs skal fokusere på at bringe unge lyriske talenter sammen med unge musiske talenter. Kunstnerne skal møde et andet publikumssegment på festivalen, end de plejer.</p> <p>Samarbejde med andre aktører om større udendørskoncerter Klaverfabrikken vil fastholde sit netværk med nuværende aktører. De store sommerkoncerter skal videreudvikles, men den økonomiske risiko må ikke nå en højde, der kan udfordre eller skygge for Klaverfabrikkens kunstneriske profil resten af året. Klaverfabrikken er meget opmærksomme på udviklingen på dette niveau af koncertudbuddet med en ny arena i Hillerød og udvidet aktivitet i hele regionen. Klaverfabrikken vil fastholde, at publikum skal møde ukendt musik til disse store events.</p> <p>Række ud efter nye publikumssegmenter Klaverfabrikken vil gennem styrket samarbejde med artisterne og deres management sikre, at Klaverfabrikken bliver et oplagt valg for de kunstnere, der er i gang med at udforske nye musikalske udtryk. Derudover vil Klaverfabrikken arbejde for, at publikumsudviklingen indenfor de forskellige koncertgenrer udvikler sig, så flere koncerter med ikke-kommercielle artister kan præsenteres som K3-koncerter. Det vil formentlig give et fald i publikumstal på K3-koncerterne, da artister med høj kommerciel værdi oftest er hurtigt udsolgt. Til sammenligning kræver det en større kommunikationsopgave at løfte ikke-kommercielle artister til K3-koncerter, men vi mener, at der er skabt et fundament, der kan muliggøre denne ændring i profilen.</p>

	<p>Artisterne vil stadig være mere velkendte hos publikum, end dem der spiller i klubberne, men deres kunstneriske udvikling er afgørende for kurateringen.</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2021 – 2024</p>	<p>Præsentere smalle genrer og nicher i festivalformater Udviklingen af Klaverfabrikkens arbejde med mindre festivalformater skal være tydelig. Festivalerne skal indgå i meningsfulde samarbejdsrelationer, der når ud til et bredere målgruppe-udsnit. New Note Festival gennemfører endnu et succesfuldt generationsskifte i deres styre- og frivilliggruppe. Folk Festival fortsætter sit arbejde med at aktivere publikum i musikalske sammenhænge, og Ordet er Løs kan fortsat sætte musikere og lyrikere sammen i unikke konstellationer.</p> <p>Samarbejde med andre aktører om større udendørskoncerter De store udendørskoncerter skal fastholdes og udvikles i det omfang, der er marked og efterspørgsel for dem. Klaverfabrikkens bestyrelse har ansvaret for at følge det regionale marked, så man sikrer den rette udvikling. Samarbejdet med KlubFrivillig skal fastholdes. Programanalysen skal vise, at publikum også oplever ny musik.</p> <p>Række ud efter nye publikumssegmenter Både analysen af den kunstneriske profil 2020-2022 og publikumsundersøgelsen i forbindelse med midtvejsevalueringen skal tydeligt vise, om det er lykkedes at ændre den kunstneriske profil på de større artister. Derudover skal en specifik publikumsundersøgelse på disse arrangementer vise, om de giver publikum mod og nysgerrighed på at opleve andre musikoplevelser med artister, de ikke kender.</p>



Aftenkoncert med "Pergitte" i Buddhas Jazz Club efter en plejehjemskoncert tidligere på dagen

NØGLETAL FOR KONCERTVIRKSOMHEDEN

	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
Små koncerter (K1)	36	882	30	1000	30	1100	30	1210	30	1330
Mellemstore koncerter (K2)	43	2838	50	3600	50	3780	50	3970	50	4170
Store koncerter (K3)	31	6546	20	3000	20	3120	20	3250	20	3380
I alt	110	10266	100	7600	100	8000	100	8430	100	8880

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.

- Klaverfabrikken vil sikre, at publikumsudviklingen kommer i første række. Det skal sikres ved fokus på kvalitet frem for kvantitet. Derfor stiger koncerttallet ikke frem mod 2024. Det er vores vurdering, at et koncerttal på 100 matcher spillestedets resurser, fysiske rammer, det regionale koncertmarked, samt at vi kan skabe det nødvendige fokus på den enkelte koncert.

- Derfor arbejdes med stigning af publikumstal inden for de fastsatte koncerttal. Henover de fire år forventer vi følgende stigninger på publikumstal: K1-koncerter: 33% - K2: 16% og K3: 13%. Publikumstallet stiger samlet med 17%

- Klaverfabrikkens nøgletal for koncertvirksomhed i 2021 er ikke justeret efter udbruddet af COVID-19. I stedet vil de forventede afvigelser i forhold til ovenstående nøgletal beskrives i Klaverfabrikkens årlige budgetter. Første gang ved indsendelsen af budget for 2021.

Klaverfabrikkens gratis koncerter

Klaverfabrikken afholder hvert eneste år en række koncerter og aktiviteter, hvor der ikke tages entré og som derfor ikke tæller med i opgørelsen af koncerter i henhold til K1-3 modellen. Klaverfabrikkens gratis koncerter udgør en central del af det strategiske arbejde med både publikums- og talentudvikling, samt børn, unge og ældres mødes med den rytmiske musik.

Inden for talentudvikling udgør vores Open Mic koncerter en vigtig platform for regionens spirende talenter, hvor de kan afprøve deres materiale, møde et nyt publikum og arbejde med deres stage performance. Et andet eksempel er de koncerter vi afholder, hvor de bands der er tilknyttet vores øvelokaler, får mulighed for at spille koncerter i et professionelt koncertsted. Disse gratis koncerter er således et centralt element af vores talentudviklingsstrategi 'Spaces and Places'.

Inden for publikumsudvikling udgør den årlige kulturnat i Hillerød og gadeteater og -musikfestivalen Hofnar en platform for at række ud til publikummer, der ikke ellers opsøger Klaverfabrikken.

På børne- og ungeområdet præsenterer Klaverfabrikken, i et partnerskab med Hillerød skoler, skolekoncerter for byens skoleelever. Et samarbejde der skal styrkes de kommende år gennem samarbejde med DR Musikariet og LMS.

Og for Hillerøds ældre borgere afholder vi flere gange årligt plejehjemskoncerter, hvor bands der spiller i Klaverfabrikken om aftenen spiller en koncert på et af byens plejehjem i løbet af dagen. Og i løbet af sommeren 2020 har vi gennem projektet Gårdkoncerter afholdt koncerter på en lang række plejehjem i hele landet, for at modvirke ensomhed blandt plejehjemsboberer under Corona-nedlukningen.

Ovenstående er eksempler på nuværende gratis koncerter, og i den kommende periode som regionalt spillested, er det et fokusområde, som vi ønsker at udvikle yderligere på.

Fælles for alle disse gratis arrangementer er, at de har en afgørende betydning for Klaverfabrikkens strategiske arbejde med både talent- og publikumsudvikling, samt børn, unge og ældres møde med musikken. Det er derfor afgørende, at rammeaftalens koncert- og publikumstal skaber plads til Klaverfabrikkens gratis arrangementer, der er afgørende for en stor del af Klaverfabrikkens kernevirkosomhed.

Medregnes koncertaktivitet uden entre stiger det samlede antal publikum til mellem 13-15.000 i 2021-2024. Det skyldes følgende aktiviteter med estimeret publikumstal (Skolekoncerter: 3000 gæster, Kulturnat: 500 gæster, Hofnar: 2000 gæster, Talentudvikling (Open Mic/Kaffebar/B-Hageriet m.fl.): 750 gæster).



Stor udendørskoncert i samarbejde med Klub Frivillig

5.1.4. Udvikling af eksisterende & nye publikumssegmenter

<p>Aktuel status</p>	<p>Arbejdet med udviklingen af eksisterende og nye publikumssegmenter er centralt for, at Klaverfabrikken kan efterleve sin vision og sit formål. Klaverfabrikken vil gerne ændre publikumskulturen, og det kræver, at Klaverfabrikken er opsøgende, dannende og udfordrende i mødet mellem mennesker og musik.</p> <p>Passive målgrupper</p> <p>Klaverfabrikken har særligt fokus på de mange tusinde mennesker, der ikke er faste kulturbrugere. Vi er overbeviste om, at det er her, den største udvikling kan skabes på lang sigt. Vores overordnede mål er at få ikke-interessererede til at blive aktive, opsøgende og nysgerrige på de kulturtilbud, der er i deres lokalområde.</p> <p>I Hillerød og i nabokommunerne bor der tilsammen ca. 325.000 mennesker. Blandt dem er der rigtig mange, som ikke bruger regionens spillesteder. Det er en svær og kompliceret opgave at gøre passive brugere aktive. Der skal skabes en stærk relation til den enkelte. De skal først og fremmest kende til Klaverfabrikken, så skal de kunne lide det, de møder, og de skal stole på den kontinuerlige høje kvalitet i det, vi udbyder. Først derefter kan man tale om en succesfuld relation mellem venue og gæst, som derefter skal fastholdes.</p> <p>Konceptudvikling</p> <p>Vejen til de opsøgende musik- og koncertinteresserede er nemmere. De følger som oftest med, de ved, hvad de leder efter og prioriterer at gå til koncerter. Dem når vi med klassisk markedsføring på hjemmeside, sociale medier, nyhedsbrev mm. For at nå ud til andre målgrupper arbejder Klaverfabrikken meget med konceptudvikling, som er tilpasset de målgrupper, vi er på jagt efter. Fælles for koncepterne er, at de skal bære en historie, som er let at dele for publikum før og efter oplevelsen. Derfor er familiekoncerter altid 'den sidste søndag i hver måned kl. 14'. Publikum kan lettere opbygge vaner, og dermed opbygger vi en meget loyal publikumsgruppe, hvor det er nemt at invitere nye ind. Det samme gælder med verdensmusikken, som med MAM-konceptet er gjort til en kulturel helhedsoplevelse, uden at man skal have en reference til et bestemt orkester fra Marokko, Italien, Polen eller andre steder. MAM er altid den første torsdag i hver måned, og her oplever vi en meget stor procentdel gengangere, som inviterer nye gæster ind til nye musikoplevelser på Klaverfabrikken. Interesserede kan fx deltage i vores åbne bookingmøder, hvor debatter om musik, smag, den gode koncertoplevelse mm. ofte resulterer i et meget varierende musikprogram.</p> <p>I forbindelse med arbejdet med denne ansøgning har Klaverfabrikken afholdt flere workshops, hvor frivillige musikildsjæle, professionelle musikere og andre interessenter har deltaget. Her er der arbejdet konkret med nye udfordrende og udviklende koncertkoncepter. Nogle koncepter er allerede i gang fx yoga-koncerter samt temafællessang til 'Syng, SKAT!'. Derudover blev nye ideer født med silent concerts, pop-up koncerter på asylcentre eller hospitaler og musikkens sammenkobling med andre kunstarter.</p> <p>Klaverfabrikken ud af huset</p> <p>Klaverfabrikken har siden 2013 arbejdet meget med at få musikken ud af sine vante rammer og møde publikum i nye rammer. På den måde møder det regionale spillested også mange mennesker, som er glade for den kulturelle oplevelse, men som af forskellige årsager fravælger den klassiske koncertform på spillestedet. Derfor indgår vi mange samarbejdsaftaler, hvor musikken kan spille en ny rolle. Fx med Jazzkollektivet, som gerne vil have musikken ud på arbejdspladserne, Low-Fi-</p>
-----------------------------	---

Concerts, som gerne vil øge antal og højne kvaliteten af stuekoncerter samt Brohuset, som gerne vil bruge musikken til at skabe nærvær i deres lokalområde. I den anden ende af skalaen er det også publikumsudviklende, når vi laver store udendørskoncerter, gadeteaterfestival mv. Her er der også mange, der møder Klaverfabrikken for første gang. Se regional tv-reportage om Klaverfabrikkens samarbejde med plejecenter Skovhuset på www.klaverfabrikken.dk/videoer

Billetterpriser & Klippekort

Prissætningen af koncertbilletter er vigtig i arbejdet med publikumssegmenter. Klaverfabrikken har et særligt fokus på børn og unge med yderst billige billetterpriser. Vi ønsker at skabe en publikumskultur, allerede når børnene er små. Derfor koster en børnebillet til en familiekoncert 25 kr. De fleste ungebilletter koster 50 kr.

På den måde har Klaverfabrikken investeret i at få flere børn og unge til at opsøge koncerttilbud.

Et andet tiltag er vores koncertklippekort, hvor man køber klip til Klaverfabrikkens koncerter til en fordelagtig pris. På den måde får publikum rabat og har lettere ved at finde vej til en koncert med en ukendt artist. Klippekortet er skruet sammen, så det kan bruges til alle Klaverfabrikkens koncerter. Det er vigtigt, at prissætningen passer til koncertens formål og målgruppe. Det sikrer, at flest mulige borgere potentielt får glæde af det offentligt støttede spillested.

Publikumsundersøgelse

I efteråret 2019 gennemførte Klaverfabrikken sin til dato største publikumsundersøgelse. De primære fokusområder var at lære publikum bedre at kende, at få et billede af deres oplevelse af spillestedet, og at se om respondenterne bevæger sig på tværs af genrer og kunstneriske udtryk. I alt deltog 235 personer med et bredt udsnit af alder, bopæl og interesser. Undersøgelsen indikerer meget tydeligt, at respondenterne er begejstrede for Klaverfabrikken og føler sig tilknyttet. De bruger ord som lokalt, intimt, hjemligt, varmt, rummende, et åndehul, og sætninger som *vitaminer for sindet og en kulturel og musikalsk dagligstue* om Klaverfabrikken. Respondenterne oplever desuden Klaverfabrikken som et mangfoldigt sted med henblik på både den musikalske og medmenneskelige del samt et sted, hvor man kan gå på opdagelse og møde ny musik. Der er derudover en del gengangere, som kommer til koncerter på tværs af genrer.

Udpluk af udtalelser fra publikumsundersøgelsen

"Klaverfabrikken er så stærkt et kulturelt centrum for alle uanset alder eller kulturel baggrund, at jeg helt seriøst kunne overveje at flytte fra København til Hillerød, alene på grund af Klaverfabrikkens positive indflydelse på byens sociale og kulturelle liv."

Mand, 20 år fra København, som deltager i jazz-, folk-, 1'er-koncerter og festivaler

"Det vildeste, rummeligste, musiske, kreative mm sted i byen, en inspirerende kulturnavle i min by. Der er noget for os alle at få tilbudt, hente eller bidrage med. Har svært ved at opremse hvilke kulturtilbud, der ikke navigerer sig omkring jer, måske bortset lige fra fodbold og sådan. Tak for jer"

Kvinde, 61 år fra Hillerød, der deltager i alt fra jazzkoncerter til festivaler til open mic-arrangementer

"Et fristed, hvor jeg kan gå på opdagelse i den musik, man ikke lige støder på i hverdagen."

	<p>Mand, 34 år fra Søborg, som deltager i alt fra New Note Festival til familiekoncerter</p>
<p>Mål 2021 – 2024</p>	<p>De overordnede udviklingsmål for udvikling af eksisterende og nye publikumssegmenter er at</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gøre passive målgrupper aktive - Innovativ konceptudvikling - Nå ud til dem, der ikke kommer til spillestedet - Sikre børn og unges møde med spillestedet - Kvalificere udviklingen gennem publikumsundersøgelser <p>Gøre passive målgrupper aktive Det er et stort mål for Klaverfabrikken at overvinde flere passive målgrupper til aktive musikforbrugere. Det skal ske på en måde, så det kan inspirere og smitte af på hele regionens musikliv. Klaverfabrikken vil arbejde for, at målet får et stærkere afsæt via netværkssamarbejde med regionens øvrige musikaktører.</p> <p>Innovativ konceptudvikling Modet til at konceptudvikle på en kreativ og nyskabende måde, så publikum udfordres på deres opfattelse af en god koncertoplevelse. Konceptudviklingen skal ske med øje for de målgrupper, man ønsker at nå ud til. Involvering af publikum og musikildsjæle er vigtigt. Det skal være tydeligt for publikum, at det er muligt at være med, finde på og påvirke ideerne på Klaverfabrikken.</p> <p>Nå ud til dem, der ikke kommer til spillestedet Klaverfabrikken skal fortsat ud af huset og skabe relationer til nye publikumsgrupper. Både dem der pt. ikke vil, men også dem der ikke kan komme til spillestedet. Klaverfabrikken vil være opsøgende på flere samarbejder med andre aktører, som sammen med Klaverfabrikken kan løfte den opgave. Klaverfabrikken ser stort potentiale i samarbejde med aktører, der kan nå ud til særlige målgrupper, der er udfordret i at møde spillestedet på klassisk vis. Det kan være mennesker på barselsorlov, ensomme, arbejdsløse, handicappede, fysisk udfordrede eller lignende.</p> <p>Sikre børn og unges møde med spillestedet Klaverfabrikken vil fastholde de billige billetter til børn og unge og gøre en særlig indsats for at nå flere børn og unge i markedsføringen (mere om det i næste afsnit). Det sker i samarbejde med de mange unge frivillige, der har deres gang på Klaverfabrikken. Endvidere vil Klaverfabrikken gennem samarbejderne med DR Musikariet og LMS arbejde for at flere børn og unge møder musikken på Klaverfabrikken.</p> <p>Kvalificere udviklingen gennem publikumsundersøgelser Publikumsundersøgelsen fra efteråret 2019 gav et godt indblik i vores eksisterende publikum. Viden og erfaringer fra publikumsundersøgelser skal derfor implementeres mere aktivt i programlægning og konceptudvikling. Klaverfabrikkens årsrapporter vil fremadrettet indeholde en kortlægning og analyse af det eksisterende og potentielle publikum. Vi ønsker at implementere en fælles analysemodel i samarbejde med Dansk Live og de andre regionale spillesteder, for at sikre sammenlignelighed og vidensdeling. Konkrete metoder og værktøjer udvikles og implementeres i løbet af udpegningsperioden.</p>

<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2021 – 2024</p>	<p>Gøre passive målgrupper aktive De passive publikumssegmenter er svære at måle på. For at sikre en god balance mellem kvalitative og kvantitative indikatorer vil Klaverfabrikken have fokus på både publikumsundersøgelser og publikumstal. Det skal kvalificere analysen af, om Klaverfabrikken lykkes med at tiltrække nye og fastholde nuværende publikumssegmenter. I samarbejde med regionens øvrige spillesteder skal viden og data om publikum og publikumsvaner give et mere præciseret billede af arbejdet rettet mod de passive målgrupper i regional kontekst.</p> <p>Innovativ konceptudvikling Nye koncepter prøves af og finder vej til Klaverfabrikkens kunstneriske profil. Klaverfabrikkens proces er altid at prøve pilotprojekter af for at kunne udvikle et stærkt færdigt koncept, som kan nå de tiltænkte målgrupper og skabe den kunstneriske oplevelse, der er tiltænkt. Konceptudviklingen skal være båret af en kultur, hvor der er kort fra ide til handling. Det er vigtigt, at Klaverfabrikken kan gå med på en ide, når den opstår. Det er med til at understøtte den frivilligkultur, der er på Klaverfabrikken.</p> <p>Nå ud til dem, der ikke kommer til spillestedet Et stigende antal arrangementer ude af huset, som kan vise, at Klaverfabrikken dermed når ud til målgrupper, der ikke kommer til Klaverfabrikken. Desuden et stigende antal samarbejder med organisationer, der kan hjælpe med at nå ud til målgrupper, der af forskellige årsager ikke kan komme til spillestedet på almindelig vis. Klaverfabrikken vil opsøge samarbejder med bl.a. Ældre Sagen, specialskoler, barselscafeer og lignende om formiddagskoncerter og andre tiltag, der kan ramme målgrupperne nævnt i tidligere afsnit.</p> <p>Sikre børn og unges møde med spillestedet Flere børn og unge til Klaverfabrikkens musikarrangementer. Fastholdelse af klippekortstilbud. Dette vil også kunne ses i antallet af unge blandt Klaverfabrikkens frivillige. Her er det en særlig opgave at få involveret de aktive unge musikere i Klaverfabrikkens musikerfællesskaber. Samarbejderne med DR Musikariet og LMS bærer frugt og øger antallet af børn og unges møde med musikken på Klaverfabrikken.</p> <p>Kvalificere udviklingen gennem publikumsundersøgelser En fælles analysemodel er implementeret på tværs af de regionale spillesteder, og anvendes aktivt i udvikling af nye publikumssegmenter.</p>
--	---

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

<p>Aktuel status</p>	<p>Klaverfabrikkens markedsføringsbudget rækker ikke til at udforme store kampagner eller købe reklameplads i relevante medier. Derfor må Klaverfabrikken arbejde strategisk med at skabe en historiefortælling, der kan give den rette opmærksomhed omkring et kulturhus af Klaverfabrikkens størrelse.</p> <p>Fra forbruger til forbruger</p> <p>Klaverfabrikkens markedsføringsstrategi tager udgangspunkt i en model for forbrugerrejsen (se model). Den passer på den relation, vi ønsker at skabe mellem publikum og Klaverfabrikken, hvor publikumsloyaliteten er alfa omega. På Klaverfabrikken er det afgørende, at helhedsoplevelsen er så unik, at publikum får lyst til at invitere og dele kommende koncertoplevelser med eget netværk. I modellen kan man tage højde for begrænset økonomisk råderum. Den reklamemængde, man kæmper om pladsen med, på både sociale medier og redaktionelt i fx lokale aviser og regionalt TV, er enorm. Derfor må Klaverfabrikken være ekstra dygtige i analysen af den enkelte koncerts målgruppe(r) og perfektionere sig i, hvordan de kan nås. Indfaldsvinklen til kommunikationsstrategien for en koncert eller et koncept er spørgsmålet: "Hvad tænder/trigger målgruppen?" og "Hvordan når vi dem via et inviterende budskab?". Vi oplever en stor forskel i at få informationen frem til den velorienterede musikersker og til dem, der slet ikke er klar over, at de får en god oplevelse ved at gå til en anderledes koncert på Klaverfabrikken. Det kræver nøje analyse og kendskab til Klaverfabrikkens publikumsgrupper og et skarpt øje på udviklingen af både publikum og medievirkeligheden, som er i konstant forandring.</p> <div data-bbox="399 1120 1420 1814" style="text-align: center;"> <p>"TRIGGER" Hvordan fanger vi publikums opmærksomhed? Hvordan gør vi publikum nysgerrige?</p> <p>INFORMATION Alt det der bare SKAL spille! Google, facebook, hjemmeside mv.</p> <p>LOYALT PUBLIKUM Når publikum får en god oplevelse, er det nemmere at "trigge" dem igen...</p> <p>KONCERTOPLEVELSEN Værtskab, høj kunstnerisk kvalitet, fællesskab, oplevelse og lyst til at dele...</p> <p>BILLETKØB Trygt, tjekket, enkelt 0123 4567 8901 2345</p> </div> <p>Vigtigst er det, at information omkring koncerter og Klaverfabrikken er lettilgængeligt og overskueligt for alle potentielle målgrupper. Billetkøbet skal opleves gnidningsfrit og føles sikkert for køberen. Koncertoplevelsen, service og selve huset skal være i top, så vi sikrer de bedst tænkelige muligheder for at vinde publikums loyalitet. Således</p>
-----------------------------	---

opbygger de modet til at komme tilbage, nysgerrigheden på nye musikalske udtryk og et kendskab til huset, som de ønsker at dele med deres egen omgangskreds.

Klaverfabrikken arbejder aktivt med at gøre op med det klassiske køber/sælger-forhold mellem spillested og publikum og vil gerne understøtte det positive, som publikum forbinder med at gå til koncert. Det skal være fællesskabsfordrende, inviterende, underholdende, udfordrende, overraskende og lignende. Det skal understøtte publikumskulturen og den helhedsoplevelse, som Klaverfabrikken ønsker at udvikle, hvor mod, nysgerrighed og åbenhed er centrale elementer. Og netop dette skal afspejles til hver en tid i den aktuelle kommunikationsstrategi, hvor det højere mål er at tilknytte publikum til husets koncertkultur og ikke blot til den enkelte koncert.

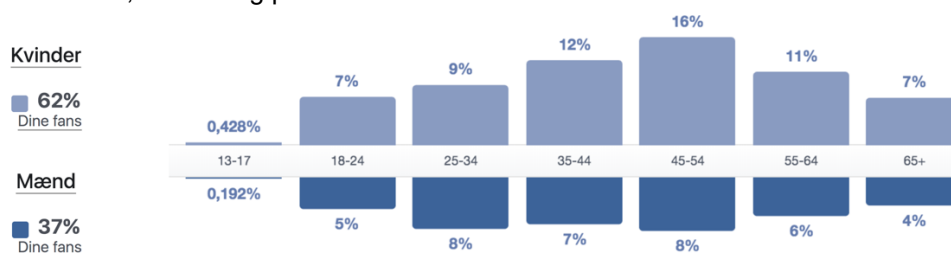
Sociale medier

Sociale medier er en vigtig brik for at starte og bevare den rette relation til publikum. Klaverfabrikken har stort - og primært - fokus på Facebook og Instagram i vores kommunikation på de sociale medier, hvor vi deler faktuelle informationer og dagligdagen med vores følgere.

Siden 01.01.18 er antallet af følgere på Facebook steget med 25%. Igen er vi meget bevidste om målgrupper, som er afgørende, når kommunikationsstrategien udformes. På nedenstående model kan man se, at 62% af følgerne er kvinder, og at størstedelen er voksne mellem 35-65 år. Dem har vi altså en direkte platform til.

Erfaringen siger, at skal vi have fat i de unge gennem sociale medier, er det gennem deres egne lukkede cirkler og grupper. Derfor arbejder vi tæt sammen med vores frivillige unge om aktivering af deres netværk og i særdeleshed byens mange uddannelses tilbud for unge. Vi bruger dem som sparringspartnere, så vi har et bedre udgangspunkt for at forstå den unge målgruppe.

Det er generelt en stor del af vores strategi at aktivere husets mange brugere via sociale medier. Klaverfabrikken har blandt andet en intern Facebookgruppe for venner af huset, hvor man kan forlænge sin fællesskabsfølelse, selvom man ikke fysisk er til stede på Klaverfabrikken. Her kan deles aktiviteter med Klaverfabrikken som centrum. Vi arbejder på at starte og forlænge koncertoplevelsen ved at dele relevant materiale i Facebookbegivenhederne før og efter selve koncerten finder sted. Det værende sig i form af video, billeder og pressemateriale.



På vegne af alle musik- og kulturaktører i Hillerød har Klaverfabrikken desuden etableret de to Facebooksider "Hillerød For Børn" og "Koncerter i Hillerød". Alle liveaktører kan oprette deres begivenheder på siderne. Dermed tilgodeses de målgrupper, der alene kigger på det enkelte arrangements indhold og ønsker et overblik over nærliggende musik- og kulturtilbud. Koncerter i Hillerød er en forholdsvis ny side med ca. 1000 følgere, og Hillerød for Børn har ca. 2000 følgere. Dermed nås en målgruppe, som aktivt har tilkendegivet deres interesse. Det gør det nemmere for spillestedet at specialisere markedsføringen for de forskellige arrangementer.

	<p>Traditionelle medier</p> <p>Klaverfabrikken arbejder fokuseret og succesfuldt på at skabe redaktionelt indhold omkring husets gode historier og bidrage til et stærkt billede af Klaverfabrikken kultur og profil udadtil. Således har man gennem de seneste par år kunne læse mange artikler i regionale nyhedsmedier, som udfolder kulturen og livet på Klaverfabrikken. Det værende sig historier om både talentudvikling, specifikke historier om spillende kunstnere og portrætter af Klaverfabrikken frivillige. Det er resursekrævende for et spillested med Klaverfabrikken profil at slippe igennem til landsdækkende medier. Derfor er vi ekstra glade for, at DRs kulturmagasinet GEJST ved to lejligheder har været på Klaverfabrikken i forbindelse med hhv. litteraturfestivalen Ordet er Løs og ved en koncert med Pernille Rosendahl i Frederiksborg Slotskirke.</p> <p>Nyhedsbreve</p> <p>Netop pga. de mange forskellige målgrupper, som Klaverfabrikken tiltrækker, skal kommunikationen fordeles meningsfuldt på mange forskellige medieplatforme. Når den kunstneriske profil er så bred, som den er, tiltrækkes meget få af det hele. Derfor er det fx også vigtigt for Klaverfabrikken at have et godt og målrettet indhold til de ca. 3000, der modtager vores publikumsbrev pr. mail.</p>
<p>Mål 2021 – 2024</p>	<p>Klaverfabrikken mål for kommunikation og markedsføring kan sammenfattes i følgende overskrifter.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En kreativ, vedkommende og opsøgende markedsføring - Styrke relationen mellem Klaverfabrikken og publikum - Historiefortælling - Udvikling af fælles regional kommunikation <p>En kreativ, vedkommende og opsøgende markedsføring</p> <p>Klaverfabrikken mål for den kommende periode er at styrke kommunikationen, så endnu flere mennesker får kendskab og tilknytning til Klaverfabrikken, og dermed udvikler nysgerrighed og mod på at opleve anderledes koncertoplevelser. Kommunikationstilgangen skal være kreativ og understøtte det positive, som publikum forbinder med en koncertoplevelse – oplevelse, smil, humor, fællesskab mm. Kommunikationen skal være vedkommende ved at være tydeligt rettet mod specifikke målgrupper. Markedsføringen skal være opsøgende i samspil med koncertvirksomheden ud af huset og derved tilgængelig for passive målgrupper.</p> <p>Styrke relationen mellem Klaverfabrikken og publikum</p> <p>Klaverfabrikken ønsker at udvikle en unik relation til sit publikum. En relation, der skal understøtte visionen om en publikumskultur, hvor publikum i endnu højere grad opsøger koncerttilbud med ikke-kommercielle artister. Klaverfabrikken vil arbejde for en endnu bredere diversitet blandt publikum bl.a. via tydeliggørelse af koncertkoncepter inde og ude af huset. Klippekonceptformatet, som er beskrevet i afsnit 5.1.4, er et centralt element i at få publikums øjne op for alle de koncertoplevelser, Klaverfabrikken huser.</p> <p>Historiefortælling</p> <p>Historiefortællingen og iscenesættelsen af Klaverfabrikken som et levende, inviterende og sprudlende kultur- og musikhus skal videreudvikles. Der skal fortsat være fokus på alle de elementer, der kan give publikum en oplevelse og et indblik i huset, som ikke handler om billetsalg, men som viser husets værdier og kultur frem. Klaverfabrikken frivillige er vigtige formidlere i den fortælling, da deres deling både</p>

	<p>mund-til-mund og via sociale medier er den mest autentiske formidling af Klaverfabrikken.</p> <p>Udvikling af fælles regional kommunikation Klaverfabrikken vil søge et tættere regionalt kommunikationssamarbejde. Hovedfokus skal være publikumsudvikling og at nå ud til passive målgrupper. I fælles flok kan vi på tværs af regionen skabe en fantastisk fortælling om det enorme musik- og kulturudbud, der er til borgerne. Klaverfabrikken ønsker at etablere et samarbejde med Kulturværftet, MantziusLive, Gjethuset og Trommen som de bærende kræfter.</p>
Indikatorer for målopfyldelsen 2021 – 2024	<p>En kreativ, vedkommende og opsøgende markedsføring Klaverfabrikken vil i årsrapporterne i perioden vurdere effekten af markedsføringen. I særdeleshed vil vi undersøge i hvilket omfang, det er lykkedes at komme ud til passive målgrupper. Klaverfabrikken mange kreative værksteder spiller en central rolle i at gøre markedsføringen og billedet udadtil kreativt, sjovt og inviterende.</p> <p>Styrke relationen mellem Klaverfabrikken og publikum Gennem publikumsundersøgelser både off- og online samt statistiske analyser på sociale medier vil Klaverfabrikken kunne give et billede af, om det lykkes at styrke relationen til publikum. Her vil publikum bl.a. blive forholdt, om Klaverfabrikken har fået dem til at gå til koncerter med artister, de ellers ikke ville have oplevet.</p> <p>Historiefortælling Det skal tydeliggøres via mediedækning i lokale og regionale medier, hvem og hvad Klaverfabrikken er. Der vil i Klaverfabrikken's kommunikationsstrategi være en tydelig prioritering af hvilke historier, man ønsker at sætte i fokus, så indsatsen hænger sammen med den aktuelle udvikling.</p> <p>Udvikling af fælles regional kommunikation En nedskrevet og forpligtende handlingsplan mellem de store aktører i Nordsjælland, som styrker livemusikkens fortælling i regionen.</p>

5.1.6. Koncertvirksomhed på spillestedet og uden for spillestedet

Aktuel status	<p>Vi har valgt at lægge vægt på vores koncertvirksomhed uden for spillestedet. Koncertvirksomhed på spillestedet er uddybet i afsnit om koncertvirksomhed - små, mellemstore og store koncerter.</p> <p>Klaverfabrikken har igennem mange år arbejdet på at få musikken ud af huset og skabe relation til publikum andre steder end på Klaverfabrikken. Der holdes et konstant vågent øje med, hvor Klaverfabrikken kan bringe musikken i spil og skabe muligheden for en stærk koncertoplevelse - både for musikere og publikum. For Klaverfabrikken handler det om at få rammerne til at matche artisten. Det skal altid være til både publikums og artistens fordel. Da Klaverfabrikken producerer koncerter på en lang række alternative venues, har vi samlet dem i overskrifter herunder.</p> <p>Det ekstraordinære koncertrum Siden 2017 har Klaverfabrikken arbejdet med forskellige lokale koncertrum. Et af dem er Christian d. 4s private slotskirke på Frederiksborg Slot, som er en helt særlig sanserejse for publikum. Man bliver næsten blændet af det skinnende gulv, som</p>
----------------------	--

præger rummet, og man kan kigge opad i timevis for detaljer i malerier, figurer mm. Samtidig kan rummet mørklægges 100%, så koncertoplevelsen får et unikt visuelt spænd. Fx optrådte Pernille Rosendahl i 2018, hvor hun, udover egne sange, fortolkede danske salmer. Et andet er Hillerød Rådhus, som Klaverfabrikken i 2017 indtog med et kunstnerisk match-up mellem jazzguitarist Mikkel Ploug og den amerikanske jazzsaxofonist Mark Turner.

Koncertrummet med hygge, god kaffe og lokale artister

I arbejdet med talentudvikling er Klaverfabrikken altid på jagt efter venues, som kan iscenesætte nye artister i perfekte rammer. Her er samarbejdet med cafeerne Kaffebar og B-Hageriet centralt. På Kaffebar afholdes den månedlige open mic, hvor sangskrivere kan prøve deres sange af for første gang i hyggelige og trygge rammer. Publikum er både andre sangskrivere, musikpublikum og almene kaffegæster. I B-Hageriets Orangeri kan tre sangskrivere lave små akustiske eftermiddagskoncerter for op til 25 gæster. Dermed får sangskriverne live-oplevelser med et særligt nærvær fra publikum, fordi rammen iscenesætter det.

Det store fællesskabende offentlige koncertrum

Med de store udendørskoncerter ved Frederiksborg Slotssø og gadeteaterfestivalen Hofnar bringes musikken ud i det store offentlige rum og skaber et levende byliv til glæde for mange. Ved Frederiksborg Slotssø kombineres natur, historie og musik i det store fællesskab, når op mod 3000 publikummer står med udsigt til slot og slotssø i grønne omgivelser. Med Hofnar bliver gader, stræder, skolegårde mm. forvandlet til scenerum på et splitsekund. (Se videoer på www.klaverfabrikken.dk/videoer)

Det uforudsete koncertrum

Klaverfabrikken vil gerne bringe musikken ind i overraskende kontekster. Således etablerede Klaverfabrikken i 2014 det underjordiske venue Cisternen På Bredevang. Her afholdes eksperimenterende solo-koncerter med meget forskellige udtryk. For tiden er rummet lukket pga. undersøgelse, men Klaverfabrikken regner med at kunne genstarte koncertvirksomhed i sommeren 2021. Klaverfabrikken har ved flere lejligheder lavet "Vil Du Ha En Sang"-turne, hvor unge sangskrivere turnerede på byens arbejdspladser med korte optrædener af 10 min. Musikoplevelsen på arbejdspladsen kan noget specielt, da det giver en anden form for pause og giver publikum noget at snakke om, som de normalt ikke snakker om. På samme måde har koncerterne i den gamle købmandsbutik Jordnær i den lille landsby Gadevang, givet beboerne endnu mere at snakke og mødes om.

Det hjemmelige koncertrum

Et koncertrum kan også være hjemmeligt. Det er det, vi prøver at skabe, når vi præsenterer musik i fælleshuset i det sociale boligbyggeri og det lokale plejecenter. (Se mere under lokal samarbejde). Det kan også være hjemme hos nogen. I 2017 startede Klaverfabrikken et samarbejde med Low-Fi Concerts, som understøtter stuekoncerter i Nordsjælland. Klaverfabrikken skal sikre en bedre markedsføring for koncerterne og hjælpe med mødet mellem arrangører og lokale artister. Fx har der i de seneste år været flere koncerter "Hjemme hos Morten" med bl.a. Lars Jansson Trio, Mellemlønd, Katrine Gislinge m.fl.

Det er vigtigt at have fokus på præmisserne for arbejdet med alternative venues. Det er et resursekrævende arbejde, der kræver investering i netværk, udvikling og produkt. Klaverfabrikken indgår kun samarbejde, hvis det er meningsfuldt,

	<p>udviklingsparat, og det rette medejerskab fra samarbejdspartneren er til stede.</p> <p>Klaverfabrikken har arbejdet med, hvilke dage og tidspunkter koncerterne placeres. Vi vil gerne undgå at være i direkte konkurrence med TV-stationerne og nattelivets primetime. Vi har haft stor succes med at afholde koncerter om eftermiddagen, søndag eftermiddag og tidligt på aftenen fredag og lørdag, så koncerten bliver starten på en god aften, hvor publikum kan gå videre i bylivet bagefter. Klaverfabrikken ønsker ikke værtshusets eller diskotekets funktion. Koncerterne skal afholdes på musikkens præmisser med plads til nærvær mellem musikere og publikum.</p>
<p>Mål 2021 – 2024</p>	<p>Målene for koncertvirksomhed på og uden for spillestedet kan samles under følgende overskrifter.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publikumsudvikling og publikumskultur - Kvalitet frem for kvantitet - Resurser og økonomi <p>Publikumsudvikling og publikumskultur</p> <p>Klaverfabrikkens koncertvirksomhed skal hele tiden være rettet mod den publikumsudvikling og publikumskultur, som visionen og formålet beskriver. Det er foldet ud i afsnit 5.1.5. Målet er hele tiden at sikre de bedste rammer for musikere og publikum og samtidig komme ud i alternative kontekster, hvor flere mennesker får øjnene op for stærke oplevelser med livemusik.</p> <p>Kvalitet frem for kvantitet</p> <p>Klaverfabrikken er på nuværende tidspunkt projekt- og koncertproducerende i rigtig mange sammenhænge. Derfor er det et mål for kommende periode, at kvalitet kommer før kvantitet. Det betyder både, at der er nuværende projekter, der vil falde, hvis kvaliteten ikke kan udvikles, og Klaverfabrikken vil fokusere på at styrke eksisterende projekter, før man søsætter en masse nye scener. Dermed ikke sagt, at der ikke er plads til nye samarbejdspartnere. Klaverfabrikken er fx i dialog med DSB om et muligt samarbejde, der kan understøtte DSB's vision om "oplevelsesstationer", der skal gøre deres mellemstore stationer mere levende.</p> <p>Resurser og økonomi</p> <p>Bevidsthed og ansvarlighed ift. økonomi og personaleresurser er vigtige parametre i udviklingen af koncertvirksomhed uden for spillestedet. Det skal være i balance, og derfor har Klaverfabrikken det store fokus på de gode bæredygtige samarbejdsrelationer. Klaverfabrikken ønsker at styrke fundraising omkring de enkelte projekter, så det bliver muligt at tilføre eksterne projektledere i afgrænsede perioder.</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2021 – 2024</p>	<p>Publikumsudvikling og publikumskultur</p> <p>Den rette balance mellem det kvalitative og kvantitative er vigtig her. Derfor vil Klaverfabrikkens bestyrelse i forbindelse med udarbejdelse af årsrapporterne kigge både på publikumstal, publikumsanalyser og evalueringer fra samarbejdspartnere for at kunne skabe et validt billede af arbejdet med publikumsudvikling og publikumskultur.</p> <p>Kvalitet frem for kvantitet</p> <p>Klaverfabrikken laver løbende en grundig evaluering med samarbejdspartnerne.</p>

	<p>Disse evalueringer skal give et klart billede af stigende tilfredshed og udvikling på de projekter og venues, Klaverfabrikken arbejder med.</p> <p>Resurser og økonomi</p> <p>Det tydeliggøres i Klaverfabrikkens årsrapporter, at den rette prioritering og de rette forbehold tages, så projekterne kvalitetssikres. Klaverfabrikken formår at fundraise til udvalgte projekter over en bred palet gennem hele tilskudsperioden.</p>
--	--

5.2. Udvikling af musiklivet, herunder talent, vækstlag & 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 & formidling af nyt talent, vækstlag & smalle genrer

Aktuel status	<p>Arbejdet med smalle genrer og nicher er udgangspunktet for Klaverfabrikkens koncertvirksomhed og er derudover integreret i de fleste projekter indenfor skolesamarbejde, publikumsudvikling mv. Derfor henvises til de punkter i ansøgningen.</p> <p>Talentudviklingsstrategien Spaces & Places Strategien blev vedtaget af Klaverfabrikkens bestyrelse i 2016 og har været pejlemærket for arbejdet med talentudvikling frem til nu. Visionen har været at skabe et stærkt miljø for regionens skabende musikere. Udgangspunktet er, at en kunstnerisk udvikling kræver rum til at udforske sin musikalitet samt scenerum til at prøve sin musik og sig selv af som artist. Det har været Klaverfabrikkens ønske at skabe et miljø, hvor det er muligt at tage hele rejsen fra den første komposition/sang til bandkoncerter og karriereudvikling. I et miljø hvor fællesskabet er stærkt, og hvor det både er muligt at have store ambitioner og at have musikken som en hobby. Artisterne understøttes med forskellige undervisningstilbud. Klaverfabrikken har udviklet en undervisningsmodel til formålet med hovedpunkterne; kunstnerisk udvikling, iværksætter og performance. <i>(Uddybet i bilaget: Spaces & places, bilag 8)</i></p> <p>Red Hill Songwriters Klaverfabrikkens sangskriverklub Red Hill Songwriters har siden 2011 været et centralt element i Klaverfabrikkens første møde med regionens kunstnere. På Klaverfabrikken er sangskrivning et værktøj, som alle skabende musikere bruger uanset hvilket kunstnerisk udtryk/genre, man ender med i sidste ende. Den månedlige Open Mic på Kaffeebar er her, hvor musikerne mødes og optræder med deres originale sange. Her møder sangskriverne en eller flere fra Klaverfabrikken, som inviterer ind i det miljø og fællesskab, der er omkring sangskriverklubben. Hver måned er der afholdt åbne skriveværksteder, som er gratis for deltagerne. Pt. er ca. 70 musikere tilknyttet sangskriverklubben, hvor ca. 1/3 aktivt søger at optræde og udvikle deres musik. Derudover er Klaverfabrikken opsøgende på lokale og regionale</p>
----------------------	--

sammenhænge, hvor sangskriverklubbens musikere kan optræde. Kulturnat, byfester mv. Hillerød Musikskole støtter skriveværkstederne, og ORA støtter op om showcases med coach-sparring.

(se mere om Red Hill Songwriters på www.klaverfabrikken.dk/videoer)

Øvelokalefællesskab

I efteråret 2018 kunne Klaverfabrikken åbne dørene til det nye øvelokalefællesskab. Iværksættelsen af øvelokalerne skete på baggrund af dialog med lokale bands, som i lang tid måtte rejse langt for at finde øvelokaler. Som i al anden projektskabelse på Klaverfabrikken var det vigtigt, at processen blev miljøskabende, opsøgende og inviterende. Derfor fik udvalgte bands opgaven at samle interesserede musikere i en fælles Facebookgruppe og afdække det aktuelle behov. Alt imens tog Klaverfabrikken administration sig af alt praktik, projektstyring, økonomi, byggetilladelser, dialog med kommune osv.

Pr. 1.1.20 er der 85 aktive musikere (ca. 20 bands) i de to øvelokaler, og efterspørgslen er stigende. Musikerne varetager selv kulturen omkring øvelokalerne, og de første koncerter er arrangeret. Det er afgørende, at det ikke er lokaleudlejning, men et øvelokalefællesskab, hvor netværk og sparring automatisk udvikles. Det har været afgørende for Klaverfabrikken at indrette øvelokalerne, så rammerne ikke udelukker nogen. Øvelokalefællesskabet er nu kommet til et punkt, hvor de er med til at bestemme, hvilke workshops og clinics der skal laves for dem. Det kan være "god lyd i øvelokalet" eller "guitarpedal nørde-dag". Derudover laves der genrekoncerter. Fx skal tre metalbands i foråret 2020 spille en fælleskoncert i Truckhallen. Klaverfabrikken hjælper også bands til bedre pressedækning, hvilket bl.a. gjorde sig gældende med artiklen i lokalavisen om metalbandet Stügg: "Vi ofrer hverken geder eller brænder huse ned" fra februar 2020.

Det gode musikliv - indsats for amatørmusikere

I 2017 startede en ny frivilliggruppe, Søndagsjam, op på Klaverfabrikken. Søndagsjam består af en håndfuld amatørmusikere. To gange om året samler de op til 40 andre glade amatørmusikere fra hele regionen, blander dem i fem øvelokaler og inviterer to professionelle undervisere ind. Det er en vanskelig målgruppe, da musikere ikke nødvendigvis selv er opsøgende på et arrangement som Søndagsjam. De frivillige er flere gange lykkedes med at kontakte musikere, der er ved at sælge deres instrument på Den Blå Avis og overtale dem til, at de skal spille i stedet for at sælge. På den måde genstarter mange amatørmusikere deres hobby via Søndagsjam på Klaverfabrikken.

Talentudvikling bag scenen

Som nævnt i flere andre afsnit (formål, koncertvirksomhed mm.) er Klaverfabrikken kurateringstilgang båret på involvering og medejerskab af musikildsjæle fra hele regionen. Det gælder også unge, som på Klaverfabrikken får muligheden for at arbejde med udvikling af kunstnerisk profil, booking, produktion, afvikling, publikumsudvikling, markedsføring mm. Fx. klubberne New Note Festival, Buddhas Jazz Club og Lydtryk er alene drevet af unge mellem 16-25 år. I 2019 underviste Klaverfabrikken leder bl.a. på Innovative Music Management i Roskilde.

Musikmetropol Øresund

Desværre har Klaverfabrikken ikke mulighed for at være en medskabende del af det

	<p>regionale samarbejde Musikmetropol, da Hillerød Kommune ikke er en del af det tværkommunale projekt. Til gengæld har Klaverfabrikken ved flere lejligheder fungeret som sparringspartner og vidensdelers, og Klaverfabrikken daglige leder har undervist i projektet Vice Talents, som er rettet mod unge arrangører.</p> <p><i>"Klaverfabrikken er mit andet hjem. Det er stedet hvor jeg kunne få lov til at udtrykke mig kunstnerisk, både som maler og musiker. Så snart man træder ind ad "kig ind" døren til Klaverfabrikken bliver man mødt af åbne arme og farverige omgivelser - og så er der altid kreative projekter, og en eller anden form for musik igang. Stedet er noget særligt fordi det ikke kan sammenlignes med noget andet sted. Det er noget særligt fordi de frivillige og ledelsen altid ser muligheder i stedet for begrænsninger. Og det er noget særligt fordi det inspirerer alle som træder ind ad døren."</i></p> <p>- Anna Weinreich (22), musiker & kunstmaler</p> <p><i>"Musikskolen tager sig af den musikalske opvækst, næsten som en rugekasse, hvor de musiske og faglige færdigheder udklækkes, mens Klaverfabrikken som det naturlige skridt videre, giver helt unikke muligheder og rammer for at byens unge kan udfolde sig som musikere og stifte bekendtskab med både den skabende og den arrangerende del af musikmiljøet."</i></p> <p>- Jesper Gude, musikskoleleder Hillerød Kommunale Musikskole</p> <p><i>"Havde det ikke været for tilliden fra Klaverfabrikken, det store ansvar og den stejle læringskurve fra at sidde i styregruppen på New Note Festival havde jeg ikke haft den uvurderlige praktiske forståelse for, hvordan musikbranchen hænger sammen. Jeg er sikker på, det i sin tid var med til at give mig praktikplads på P6 BEAT og kort efter job som radiovært på P3. At få lov til at starte sin netværksdannelse, forståelse af sammenhænge og at arbejde med sin passion så tidligt, har været en gave og altafgørende for, hvilken retning mit liv er gået i. Både privat og arbejde."</i></p> <p>- Regitze Engelhardt Jørgensen (31) , tidl. frivillig på New Note, radiovært på DR, nu selvstændig</p>
<p>Mål 2021 – 2024</p>	<p>Et samlet musikfællesskab</p> <p>Talentudviklingsstrategien Spaces & Places går nu ind i sin sidste fase. Målet er, i tæt samarbejde med miljøet, at skabe et overordnet fællesskab, som styrker netværket på tværs af musikere i regionen. Klaverfabrikken inviterer musikskoler, ungdomsskoler og gymnasier ind i udviklingsfasen, men holder fast i, at den vigtigste samarbejdspartner er miljøet selv. Det er de aktive, der bedst definerer vejen til et godt lokalt musikmiljø, som rækker ud og inviterer i hele regionen. Det skal være tydeligt, at Klaverfabrikken's rolle i musikfællesskabet er miljøskabende, kontaktskabende og inviterende.</p> <p>Regionalt øvelokale-samarbejde</p> <p>På baggrund af udviklingen omkring Klaverfabrikken's Musikfællesskab vil Klaverfabrikken i de kommende år søge tæt samarbejde med andre regionale øvelokaleforeninger/projekter mm. Musikbunken i Gentofte, Telefonfabrikken i Gladsaxe, Elværket i Helsingør, Mantziusgården i Birkerød, Kino i Hundested m.fl. For at samarbejdet kan blive leve- og bæredygtigt skal der sikres ekstern finansiering. Klaverfabrikken er allerede i samarbejdsdialog med Musikbunken, og vi er enige om følgende udgangspunkt for et samarbejde:</p> <p><i>"Vi er et musikfællesskab, og vi fokuserer meget på de ting, der foregår udenfor øvelokalet. Vores læringssyn er socialkonstruktivistisk og vi tror derfor på, at man</i></p>

	<p><i>lærer i fællesskab og gennem gradvise udfordringer af ens eget verdensbillede, som kalder på en re-kalibrering. Derfor er det vigtigt for os, at man i vores musikfaglige tilbud møder andre musikere, giver hinanden feedback/sparring og har gode sociale oplevelser med hinanden. I alle vores projekter er medlemmerne selv ansvarlige for en del af indholdet”</i></p> <p>- Udtalelse fra Magnus Lindgaard Jochumsen, Musikbunkeren Gentofte</p> <p>Talentudvikling bag scenen Klaverfabrikken skal fortsat invitere unge ind i livemiljøet. En præmis i arbejdet med unge er, at de altid skal videre. Studie, rejse eller andet ligger altid forude, og derfor foregår generationsskiftet blandt de unge nærmest på daglig basis. Det betyder, at Klaverfabrikken tidligt skal invitere ind i fællesskabet, så man som ung kan nå at opbygge et trygt tillidsbånd til det, man bliver en del af. Klaverfabrikken vil indgå et tættere samarbejde med Frederiksborg Gymnasium, som er et samlingspunkt for mange musikinteresserede i regionen. Klaverfabrikken vil gerne indgå som et fast punkt i musikundervisningen, så de lokale musikstuderende hele tiden er bevidste om deres udfoldelsesmuligheder i det regionale musikliv. Klaverfabrikkens samlede produktion skal fortsat være åben for unge, der vil dygtiggøre sig. Det kan være koncertvirksomhed, produktion, lyd/lys, kommunikation, booking, rammer, drift mm.</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2021 – 2024</p>	<p>Et samlet musikfællesskab Indsatsen vil betyde flere aktive musikere, styrket dannelsesrejse for den enkelte artist og flere koncertaktiviteter, hvor publikum kan møde den blomstrende musikscene i centrum af regionen. Antallet af aktiviteter for musikerne udenfor øvelokalerne og scenerne vil være stigende.</p> <p>Regionalt øvelokalesamarbejde Samarbejdet vil resultere i projekter, som kommer de mange aktive artister til gode. Projekter, som både gavner artisternes muligheder på scenerne, men også dygtiggør dem i og udenfor øvelokalet. Samarbejdet skal dække en stor del af regionen.</p> <p>Talentudvikling bag scenen Klaverfabrikken holder fast i sin udvikling og fortsætter med at kunne involvere unge mennesker i alle elementer af koncertvirksomheden. Klaverfabrikken er fortsat et sted, som andre aktører søger viden, sparring og samarbejde med for at kunne styrke deres arbejde med unge som frivillige i livemiljøet. Samarbejdet med Frederiksborg Gymnasium er kvalificeret, og der ligger en aftale om, hvordan det forløber.</p>

5.2.2. Samarbejde med lokale aktører

<p>Aktuel status</p>	<p>Klaverfabrikken har en bred vifte af lokale samarbejdspartnere. Både blandt musik- og kulturaktørerne, men også mange andre sammenhænge, hvor Klaverfabrikken bidrager med musikken som et værdifuldt element i andre kontekster. Samarbejdet har enten netværkskarakter eller projektkarakter med konkret indhold. De primære ift. det regionale spillested er nævnt i dette afsnit.</p> <p>Lokale netværk - Musikaktørnetværket Klaverfabrikken har gennem de sidste otte år været central medskabende af et lokalt musikaktørnetværk. Hillerød er en by, hvor langt størstedelen af kulturlivet er skabt af frivillige ildsjæle. Derfor foregår netværket på de frivilliges præmisser ift. rammer, form og indhold. Klaverfabrikken står ofte for indhold, gæster, workshops eller lignende. Det lokale netværk drøfter økonomi, politik, det gode værtsskab, kommunikation, samarbejdsprojekter mv.</p> <p>Lokale netværk - Den Sociokulturelle Landsby Her mødes en meget bred samling af institutioner, foreninger, virksomheder, kommunale forvaltninger mm. Fællesnævneren er, at kulturelle og sociale tiltag/projekter styrkes ved at gå hånd i hånd. Gennem netværket har Klaverfabrikken deltaget med indhold til mange forskellige lokale tiltag som fællesspisninger, jam-sessions, musik i boligforeninger og mere til. Klaverfabrikken spiller en medskabende rolle i netværket.</p> <p>Lokale netværket - Kulturaksen Klaverfabrikken har et tæt samarbejde med Hillerød Bibliotek, Musikskole, Støberihallen, Museum Nordsjælland og Frivilligcenter Hillerød i netværket Kulturaksen. Samarbejdet kredser om en fælles udvikling af borgernes møde med kulturen, og flere projekter skabes på tværs. I 2020 har Kulturaksen fokus på ALSANG 2020 via projekter på tværs af institutionerne.</p> <p>Skoleprojekter, huskunstnere og kommunal partnerskabsaftale Siden 2016 har Klaverfabrikken haft en fast partnerskabsaftale med Hillerød Kommunes skoleforvaltning, som sikrer, at Hillerøds skoleelever møder Klaverfabrikkens skoleprojekter. Henover de sidste tre år har Klaverfabrikken haft åben skole tilbud til alle klassetrin. Udskolingen har oplevet Verdens Brændpunkter - et projekt, der bruger musikken til at italesætte problematikker af menneskelig, samfundsmæssig og religiøs karakter via et personligt møde med en musiker med anden kulturel baggrund end de fleste danske skolebørn. Melletrinnet har arbejdet med mundtlighed gennem dramaundervisning, og indskolingen har mødt musikteater "Den Uendelige Labyrinth" skabt af DR Musikariet. Derudover har Klaverfabrikken i samarbejde med professionelle musikere skabt to huskunstnerprojekter. Verdens Bedste By om improvisation og grafisk notation med Tine Vitkov & Jesper Løvdal rettet mod 3. og 4. klassetrin, og Projektet KROP, som kombinerer komposition og kropslighed i idræt/musik rettet mod 5. klassetrin. Se mere om Krop & Verdens Bedste By på www.klaverfabrikken.dk/videoer.</p> <p>Koncerter i Brohuset Gennem netværket Den Sociokulturelle Landsby er Klaverfabrikken indgået i et samarbejde med det sociale boligbyggeri Brohuset i Hillerød. Klaverfabrikken har hjulpet beboerne med at etablere en frivilligruppe, som tager sig af koncerterne i</p>
-----------------------------	--

	<p>Brohusets fælleshus. Klaverfabrikken hjælper med kuratering og produktion, men har hele tiden frivilliggruppen med på råd for at sikre medejerskab til koncerterne. Beboerne ønskede at komme tættere på deres naboer, hvilket koncerterne har medvirket til. Klaverfabrikken har mødt ellers passive målgrupper og givet musikoplevelser af høj kvalitet. Da beboersammensætningen i området favner kulturelt bredt, er det lykkedes at præsentere fusions-verdensmusik som et direkte match til den kulturforskel, som frivilliggruppen gav udtryk for, da de fortalte om deres lokalområde.</p> <p>Samarbejde med byens plejecentre</p> <p>I ca. tre år har en sanggruppe bestående af frivillige taget rundt på byens plejecentre i forbindelse med den lokale byfest. Det har på plejecentret Skovhuset udviklet sig til et koncertsamarbejde. 3-4 gange om året sender Klaverfabrikken kunstnere til Skovhuset, hvor de spiller en koncert for beboerne, der ellers ikke ville have mulighed for at opleve musik på Klaverfabrikken. Om aftenen optræder kunstnerne på Klaverfabrikken, og oftest tager de oplevelsen fra plejecentret med og fortæller om den med stor begejstring.</p> <p>Samarbejde med KlubFrivillig - store udendørskoncerter og byfest</p> <p>I 2019 indgik Klaverfabrikken samarbejde med KlubFrivillig, som er en paraplyforening for lokale sportsforeninger i Skævinge. Sammen arrangeres større udendørskoncerter. Overskuddet går til foreningsaktiviteter i KlubFrivillig og kulturaktiviteter på Klaverfabrikken. Således har byens unge musikere fået en ladcykel med et godt PA-anlæg, som de gratis kan benytte, når de skal spille koncerter. Derudover hjælper Klaverfabrikken med kuratering og sparring, når KlubFrivillig arrangerer byfesten Skønne Skævinge.</p>
<p>Mål 2021 – 2024</p>	<p>Klaverfabrikkens mål for samarbejdet med lokale aktører kan samles i følgende overskrifter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokale netværk - "Ej Blot Til Lyst" - Den Sociokulturelle Landsby - Kulturaksen - Skoleprojekter - Samarbejde med byens plejecentre - Store koncerter i samarbejde med KlubFrivillig <p>Lokale netværk</p> <p>I alle lokale netværkssammenhænge er det Klaverfabrikken fortsatte mål at spille en central rolle, så musik- og kulturlivet styrkes på baggrund af de netværk, Klaverfabrikken indgår i.</p> <p>"Ej blot til lyst"</p> <p>I 2019 udviklede Klaverfabrikkens bestyrelse det kulturpolitiske inspirationsskriv 'Ej Blot Til Lyst', som kortlægger den værdi og de effekter kulturlivet har, når det er båret på frivillighed og sociokulturelle værdier. Det er et mål for kommende periode, at skrevet kan inspirere til en fælles kulturpolitisk indsats fra musikaktørnetværket i Hillerød for at styrke den lokale kulturpolitik.</p> <p>Den Sociokulturelle Landsby</p>

	<p>Gennem Den Sociokulturelle Landsby skal Klaverfabrikken udvikle flere partnerskaber, som kan bringe musikken ind i utraditionelle kontekster. Her har Klaverfabrikken stort fokus på de målgrupper, der ikke har mulighed for at komme til Klaverfabrikken - enten af helbredsmæssige, økonomiske eller sociale årsager.</p> <p>Kulturaksen Samarbejdet i Kulturaksen skal have klare udviklingsmål og forbedre de fælles fysiske rammer, som institutionerne deler. Målet er at arbejde for fælles indsatsområder fx styrket samarbejde med folkeskolerne, fællessang, videreudvikling af litteraturfestivalen Ordet er Løs mv.</p> <p>Skoleprojekter Klaverfabrikken vil i perioden arbejde for at forlænge og udvide partnerskabsaftalen med Hillerød Kommunes skoleafdeling. Klaverfabrikken vil fundraise til udviklingen af nye skoleprojekter via huskunstnerordningen i tæt samspil med nøje udvalgte artister. Samarbejdet med DR Musikariet skal være med til at udvikle Klaverfabrikkens netværk til skolerne i hele regionen. Hillerød har med sine infrastrukturelle fordele et stort potentiale for at blive regionens skolecentrum.</p> <p>Samarbejde med byens plejecentre Det er et mål for perioden, at flere plejecentre vil med på koncertordningen med Klaverfabrikken. Klaverfabrikken vil stå til rådighed for andre kommuner, der vil starte lignende projekter op.</p> <p>Store koncerter i samarbejde med KlubFrivillig Klaverfabrikken ønsker at fortsætte samarbejdet med KlubFrivillig og videreudvikle på de store koncerter ved Frederiksborg Slotssø. Koncerterne må ikke bruge af det offentlige tilskud Klaverfabrikken modtager, men skal derimod sikre ekstra midler til Klaverfabrikkens udviklingsprojekter.</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2021 – 2024</p>	<p>”Ej blot til lyst” “Ej blot til lyst” er videreudviklet i samarbejde med de lokale musikaktører og vil forhåbentlig være et indspark til Hillerøds kommende kulturpolitik.</p> <p>Den Sociokulturelle Landsby og Kulturaksen Klaverfabrikken danner fortsat stærke, meningsfulde og ligeværdige samarbejdsrelationer i hele regionen og bringer musikken ind i nye lokale kontekster.</p> <p>Skoleprojekter Partnerskabsaftalen med Hillerød Kommunes skoleafdeling udvides og forlænges. Desuden udvider Klaverfabrikken sit skolenetværk uden for Hillerød via samarbejdet med DR.</p> <p>Samarbejde med byens plejecentre Det er håbet, at flere af Hillerøds plejecentre vil indgå koncertsamarbejde med Klaverfabrikken. Derudover vil Klaverfabrikken gerne søge ud i regionen og inspirere andre kommuner, spillesteder og plejecentre til lignende samarbejde. Den lokale forankring er vigtig. Derfor skal det være det lokale spillested, der er med i samarbejdet.</p> <p>Store koncerter i samarbejde med KlubFrivillig Samarbejdet med KlubFrivillig fastholdes og udvikles. De store udendørskoncerter</p>

	finder et format, hvor der også er plads til udvikling, men med kalkuleret risiko, så koncerterne ikke tager økonomi fra andre aktiviteter.
--	---

5.2.3. Samarbejde med landsdækkende aktører

Aktuel status	<p>Klaverfabrikken samarbejder bredt med mange musik- og kulturaktører i hele Danmark. Klaverfabrikken vil i en national kontekst gerne være med til at inspirere andre, blive inspireret og ikke mindst spille en aktiv rolle i, at gode ideer spredes som ringe i vandet.</p> <p>Over hele landet søger musik- og kulturinstitutioner inspiration i Klaverfabrikkens arbejde. Især Klaverfabrikkens frivillighedskultur, ungekultur, det tværkunstneriske udgangspunkt og projektskabelse er emner, hvor andre søger mod Klaverfabrikken. I perioden 2016-2019 har Klaverfabrikken været tilknyttet Gladsaxe Kommune som ekstern konsulent i etablering af det nye spillested Richter, som primært er rettet mod unge brugere. Klaverfabrikken har været med fra byrådsbeslutning over interessentgruppe og til konkret udarbejdelse med forvaltning, bestyrelse og spillestedsleder. Klaverfabrikkens metoder og kultur er bl.a. blevet delt via foredrag, talks, workshops mm. for KL, Spot, Region Nordjylland, kommuner og spillesteder i Vordingborg, Albertslund, Kolding, Roskilde m.fl. Senest har Norske Konsertarrangører holdt et seminar for 250 deltagere, hvor der var sat to timer af til en workshop med udgangspunkt i, hvordan projekter rettet mod svære målgrupper skabes på Klaverfabrikken.</p> <p>Skolesamarbejder med DR Musikariet & LMS</p> <p>I 2017 indgik Klaverfabrikken et samarbejde med DR Musikariet omkring skoleprojektet Verdens Brændpunkter, som Klaverfabrikken har udviklet og gennemført lokalt siden 2012. Via DR Musikariet kunne skolebørn i Frederikshavn, Randers, Esbjerg og Vordingborg opleve den syriske musiker Nour Amora fortælle om sin rejse fra Syrien til Danmark. I 2019 kunne Klaverfabrikken præsentere "Den Uendelige Labyrinth", som er skabt af DR Musikariets huskunstner Mathias Munch. DR Musikariet og Klaverfabrikken deler det udgangspunkt, at skoleprojekter ikke blot må være underholdning, men skal indgå i en tydelig faglig kontekst og gerne tværfagligt alt afhængig af målgruppen. Klaverfabrikken samarbejder med LMS om kuratering ved fire ud af 10 familiekoncerter.</p> <p>Nationalt netværkssamarbejde</p> <p>Gennem aktiv deltagelse i Dansk Live & Kulturhusene i Danmark har Klaverfabrikken et fagligt og geografisk bredt netværk i hele landet. Netværket kvalificerer den udviklingsproces, som Klaverfabrikken konstant er i gang med og medvirker til, at alle ansatte på Klaverfabrikken har kolleger på andre spillesteder/kultursteder, som de søger sparring med. Udover de nationale netværk har Klaverfabrikken de seneste år rakt hånden ud til INSP i Roskilde og Absalon i København, da deres frivillighedskultur og tilgang til kulturprojekter minder mest om Klaverfabrikkens på nationalt plan.</p>
----------------------	--

	<p>Samarbejde med genreorganisationerne</p> <p>Klaverfabrikken betragter JazzDanmark og Tempì som sine primære genreorganisationer, men ser gerne et samarbejde med SNYK udarbejde sig i den kommende periode. Tempì har været med til at genetablere det tidligere WMD bookernetværk med en bredere profil. Når Klaverfabrikken henter ukendte artister fra udlandet, bliver netværket tilbudt at komme med på turneen, så omkostningerne kan deles ud. Fx spiller italienske Veebelfetzer både på Klaverfabrikken og Fermaten i maj 2020, og marokkanske Gabacho Maroc turnerede flere steder i november 2019. Klaverfabrikken og Tempì udviklede projektet Woof Camp, som i februar 2018 samlede 40 unge musiktalenter fra hele Sjælland til en weekendcamp med fire forskellige clinics med meget forskellige kunstneriske udtryk indenfor world/roots. Klaverfabrikken har godt netværk og god kommunikation til Tempìs sekretariat. Klaverfabrikken og JazzDanmark har i samarbejde med Hillerød Musikskole afholdt Jazzcamp For Piger på Klaverfabrikken. Derudover har Klaverfabrikken brugt JazzDanmarks netværksarbejde til at skabe forbindelse mellem de unge arrangører i Buddhas Jazz Club og unge jazzarrangører i Kolding samt Jazzhus Montmartre. Klaverfabrikken's daværende leder blev i 2018 udpeget som bestyrelsesformand for JazzDanmark. Sekretariatslederne hos henholdsvis Tempì og JazzDanmark har udtalt sig i analysen af Klaverfabrikken's kunstneriske profil (se bilag 7).</p> <p>Samarbejde med DMF</p> <p>Klaverfabrikken har i 2019 startet dialog med Dansk Musiker Forbund om en fælles hensigtserklæring om professionel honorering af musikere på Klaverfabrikken, som skal understrege, at Klaverfabrikken udbetaler minimumstariffen til professionelle musikere og være med til at definere honorering i nogle af gråzonerne: hvornår er man professionel, hvornår er man vækstlag, hvordan honoreres alternative musikprojekter m.fl.</p> <p>Samarbejde med Train i Aarhus om jazzbooking</p> <p>Klaverfabrikken og Train har søsat et samarbejde, hvor Klaverfabrikken bistår med booking af unge jazzartister til en lokal jazzbar i Aarhus via spillestedet Train.</p>
<p>Mål 2021 – 2024</p>	<p>Klaverfabrikken's mål med samarbejde med landsdækkende aktører kan samles i følgende overskrifter.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Skolesamarbejde med DR Musikariet og de regionale spillesteder. - Samarbejde med LMS - Nationalt netværkssamarbejde - Samarbejde med genreorganisationerne - Samarbejde med Dansk Musiker Forbund <p>Skolesamarbejde med DR Musikariet og de regionale spillesteder</p> <p>Klaverfabrikken har via det gode samarbejde med DR Musikariet taget initiativ til en samarbejdsaftale mellem DR Musikariet og næsten alle de nuværende regionale spillesteder. Samarbejdsaftalen skal sikre, at mellem 20.000-30.000 skoleelever årligt får en stærk kunstnerisk oplevelse med tydelige læringsmål indenfor andre fagområder (fx dansk og historie). To gange om året vil de regionale spillesteder huse et projekt fra DR Musikariet - fx "Den Uendelige Labyrinth" eller "De Frygtløse Pirater". Projekterne er skabt, så de løftes af den kunstneriske ramme, spillestederne kan give for at styrke børnenes oplevelse. Der vil udvikles undervisningsmateriale, og de deltagende spillesteder deltager aktivt i en evaluering med både skoler og DR Musikariet. Klaverfabrikken fungerer som rådgiver på samarbejdsaftalen.</p>

	<p>Samarbejdet var planlagt til at starte i 2020, men er grundet udbruddet af COVID-19 udskudt til 2021 og vil derfor først udmøntes i løbet af den nye udpegningsperiode.</p> <p>Samarbejde med LMS Klaverfabrikken ønsker at styrke samarbejdet mellem LMS og skolerne i regionen, således at regionens skoleelever får mulighed for at møde musikken i professionelle rammer. Klaverfabrikken har allerede et stærkt samarbejde med skoleafdelingen i Hillerød Kommune, men ønsker at udvide samarbejdet med regionens øvrige kommuner i samarbejde med LMS.</p> <p>Nationalt netværkssamarbejde Klaverfabrikken vil fortsat spille en aktiv rolle i Dansk Live og Kulturhusene i Danmark. Gennem disse netværk vil Klaverfabrikken hente inspiration og udvide kendskabet til udvalgte projekter, som andre spillesteder/kulturhus kan arbejde videre med. Desuden vil Klaverfabrikken styrke relationen til andre kulturhuse som INSP & Absalon, som deler det sociokulturelle værdigrundlag.</p> <p>Samarbejde med genreorganisationerne Tempi - Klaverfabrikken vil tage initiativ til at sikre Woof Camp fremadrettet, så flere unge talentfulde musikere kan stifte bekendtskab med andre genrer og udtryk end dem, de normalt arbejder med. Woof Camp skal endvidere forankres bedre i Klaverfabrikken's musikfællesskab. Klaverfabrikken vil fortsat spille ind i bookernetværket og invitere, når ukendte udenlandske artister hentes til Danmark. JazzDanmark - Klaverfabrikken vil fortsat bruge JazzDanmarks netværksmuligheder til at forbinde unge jazzarrangører med hinanden. Klaverfabrikken vil følge JazzDanmark på tætteste hånd og holde sig til, når et meningsfuldt samarbejde byder sig. Det kunne være båret på unges møde med jazz, kønsbalance eller lignende. SNYK - Klaverfabrikken vil, som beskrevet i koncertvirksomheden, gerne gøre mere for den eksperimenterende og mere avantgardistiske del af musikbranchen og bringe musikere sammen i nye konstellationer og i særlige koncertrammer. Det er målet at søge mod SNYK i en ny periode og sammen udvikle et samarbejde.</p> <p>Samarbejde med Dansk Musiker Forbund Klaverfabrikken vil fortsætte den gode dialog med Dansk Musiker Forbund i det fælles forsøg på at skabe en nedskrevet hensigtserklæring om honorering af professionelle musikere på Klaverfabrikken. I skrivende stund er det kun Vega, der har en aftale med Dansk Musiker Forbund om honorering.</p>
<p>Indikatorer for målopfyldelsen 2021 – 2024</p>	<p>Skolesamarbejde med DR Musikariet og de regionale spillesteder En fælles samarbejdsaftale mellem de deltagende (minimum 10) regionale spillesteder og DR Musikariet er vedtaget, og projektet udvikler sig og udvikler Klaverfabrikken's skolenetværk uden for Hillerød Kommune.</p> <p>Samarbejde med LMS En fælles samarbejdsaftale mellem LMS, Klaverfabrikken og flere af regionens skoleafdelinger sikrer at mere end 500 skoleelever fra regionen årligt møder musikken i professionelle rammer. Samarbejdet styrker Klaverfabrikken's skolenetværk i regionen.</p>

Nationalt netværkssamarbejde

Gennem årsrapporter redegøres for udviklingen og resultaterne af det opsøgende og vidensdelende samarbejde med de nationale netværk.

Samarbejde med genreorganisationerne

Der er aktuelle projekter med en eller flere af genreorganisationerne gennem hele udpegningsperioden med særligt fokus på Woof Camp og bookernetværket.

Samarbejde med Dansk Musiker Forbund

En aftale med Dansk Musiker Forbund falder på plads, inden en ny periode som regionalt spillested starter.



Undervisning til WOOF-camp

6. Finansieringsoversigt regionalt spillested

	R2018	B2021*	BO2022*	BO2023*	BO2024*
Statsligt tilskud	1.017.232	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Kommunale tilskud **	1.400.000	1.570.000	1.570.000	1.570.000	1.570.000
Andre kommunale tilskud***	110.000	50.000	60.000	70.000	80.000
Regionale tilskud***	50.000	0	0	0	0
Fonde	109.000	100.000	125.000	150.000	200.000
Sponsorer	0	0	0	0	0
Egenindtægter	1.422.960	1.525.000	1.550.000	1.575.000	1.600.000
Indtægter i alt	4.109.192	4.245.000	4.305.000	4.365.000	4.450.000

Egenkapital ultimo****	95.000	-100.000	-50.000	25.000	75.000
------------------------	--------	----------	---------	--------	--------

* Finansieringsoversigt for 2021-2024 er ikke justeret efter udbruddet af COVID-19. Forventede og realiserede afvigelser til ovenstående finansieringsoversigt vil blive beskrevet i Klaverfabrikkens årlige budgetter og årsregnskaber.

**Det kommunale tilskud for 2021-2024 er i 2019-prisniveau og vil blive pris- og lønreguleret i henhold til støtteerklæring. Det samlede kommunale tilskud udgør 2.000.000 DKK, heraf 430.000 DKK i kapitalisering af kommunale ydelser. Ydelserne omfatter blandt andet rengøring, gratis husleje, bygningstilsyn mm.

*** Der er meget begrænsede antal puljer til kultur, både regionalt og kommunalt.

**** Egenkapitalen er nedjusteret efter underskud i årene 2018 og 2019, samt de endnu uvisse økonomiske konsekvenser af COVID-19 i 2020

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.

