

Verksamhetsplan 2018–2019

STALLET

**VÄRLDENS MUSIK
LIVE! INTIMT! NÄRA!**



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

STALLET I DAG	3-5
VISION	6-7
Mål - För Stallet	7
OPERATIVA AKTIVITETER PRODUKTION 2018-2019	8
MÅL - PRODUKTION.....	9
Mål: 2018.....	9
Mål: 2019.....	9
OPERATIVA AKTIVITETER MARKNADSFÖRING 2018-2019	10
MÅL – MARKNADSFÖRING.....	11
Mål: 2018.....	11
Mål: 2019.....	11



Affischartister: Caroline Schröder - Suranjana Gosh – Saman Alias – Lisa Långbacka
 Affischartister frontsida: Linnea Aall Campbell - Wendy McNeill – Simone Moreno -
 Johannes Geworkian Hellman

STALLET I DAG

Stallet är idag en av Sveriges främsta scener för svensk folk- och världsmusik med över 20000 besökare. Idag genomförs närmare 100 egna evenemang på scenen Stallet per år och under rubriken Stallet@ gästar vi andra lokaler, festivaler och evenemang med målet att presentera det bästa genren har att erbjuda.

Stallet drivs av Riksförbundet för Folkmusik och Dans (RFoD). Programläggningen görs utifrån RFoD:s visioner om mångfald i musiklivet som handlar om att synliggöra

- Folk- och världsmusikens olika delar
- Kvinnliga utövare
- Invandrade artister
- Äldre traditionsbärare och nya utövare
- Ge plats åt och släppa fram nya initiativ inom genren

Stallet bokar i huvudsak artister som bor och är verksamma i Sverige, och vi lägger stor vikt vid att presentera musiker som har annat ursprung än svenskt. På det sättet synliggör vi okända artister och når en bredare publik. Utöver det presenterar vi några internationella gästspel per år. Exempel på internationella artister om uppträtt på Stallet är Yasmin Levy, Natascha Atlas, Debashish Battacharya, Theodosii Spassov, Tigana Santana, D'Gary och 3 Ma (Ballake Sissoko, Driss El Maloumi, Rajery).

Mångfald, tillgänglighet och jämställdhet är centrala begrepp i Stallets verksamhet. Andelen stockholmare med utländsk bakgrund är 31 % och Stallet fyller en mycket viktig funktion vad gäller att inkludera artister med bakgrund utanför Sverige i vårt kulturliv. Jämställdhet i musiklivet är en stor och viktig fråga som kräver genomtänkta strategier som vi arbetar på att ständigt utveckla. Under 2015 stod 317 kvinnor och 396 män på Stallets scener. Det är nästan 50/50 och det är ett ständigt pågående arbete där vi är nöjda först när genusperspektivet genomsyrar hela vår verksamhet.

Stallet har idag som enda scen i Stockholms län med en tydlig profil på folk- och världsmusik en unik position. Stallet fungerar som ett viktigt nav i Stockholms folk- och världsmusikscen och flera organisationer som till exempel Re:Orient och Farhang samarbetar och använder Stallet som scen för sina evenemang. Som nationellt viktig arrangör och producent är Stallet även folk och världsmusikbranschens ansikte mot världen och spelar en viktig roll i exporten av svensk folk- och världsmusik.

Var femte invånare har någon form av funktionsnedsättning. I dag har en del åtgärder gjorts för att Stallets lokaler och verksamhet ska vara tillgängliga för människor med funktionsnedsättning. Handikapptalett finns samt möjlighet att komma med bil direkt till scenen. Stallets gård har delvis anpassats för att underlätta för funktionshindrade. Tillsammans med NBV arrangerar vi Sprallsång, allsång för personer med intellektuell funktionsnedsättning. Personer med funktionsvariationer är inte en målgrupp utan flera. Utmaningen för framtiden blir att anpassa hela

verksamheten efter olika personers behov och tänka in gruppen som Stallets ordinarie besökare.

Stallet har idag goda publiksiffror och en jämställd repertoar av hög konstnärlig kvalité. Problem som Stallet upplever ligger i bristen på resurser och interna strukturer. Utmaningen är att med en liten budget och endast en marknadsförare på halvtid utveckla Stallets förmåga att sälja fler biljetter och nå en större publik. Med ökad biljettförsäljning uppnås en bättre ekonomi som gör det möjligt att satsa på eftersatta områden och en förbättrad repertoar.

Inom marknadskommunikation och försäljning finns andra utmaningar. Trots att Stallet kan uppvisa en stark biljettförsäljning så märks en förändring i kommunikationskanalerna. De traditionella kanalerna affischering, flyers och annonsering (print) är dyra, tidskrävande och svåra att mäta effekten av. De digitala och riktade kanalerna används allt mer, är billigare och tidseffektiva samt mätbara.

Vår Facebookgrupp är uppe i 5649 likes och månadskalendariet och nyhetsbrev skickas ut till 3960 prenumeranter. Stallet har en filmkanal på Youtube med klipp från utvalda konserter med 66818 visningar sedan starten. Stallet har ett nära samarbete med Sveriges Radio P2 som regelbundet spelar in och sänder konsertkvällar som totalt har över 300 000 lyssningar. Stallet har även ett stort nätverk för publikarbete genom samarbeten med andra kulturaktörer och organisationer i Stockholms län. Idag har Stallet en marknadsförare anställd på 50% och vi ser ett stort behov av att kunna anställa en marknadsförare på heltid.

Ett annat område som visar utvecklingsbehov är ett förbättrat mottagande av besökaren. Garderob, vakter, entrévärdar kan mer samordnat erbjuda besökaren utökad och mer medveten service och bättre information. Vid varje tillfälle då en besökare möter ett publikt evenemang i Stallets lokaler är varumärket exponerat för en möjlig förstärkning eller försvagning. När en besökare kommer till Stallets evenemang oavsett vem som arrangerar kvällens föreställning/konsert så tror denne att han/hon är på ett av Stallets evenemang. När uthyrningsverksamheten växer och fler aktörer vill använda sig av Stallet då ökar också behovet av en kvalitetssäkring så att alla produktioner och delar i verksamheten håller högsta kvalité och passar Stallets unika profil.

Stallet Friends är Stallets gästscen för externa arrangörer/producenter/fria grupper som får använda Stallet till självkostnadspris. 2015 ägde 30 Stallet Friends-arrangemang rum. Självkostnaden innehåller direkta personalkostnader för eventet (entrévärd, scenvärd, ljudtekniker och stimavgift). Grundtanken med Stallet Friends är att hålla bokningsprocessen öppen och demokratisk genom att välkomna initiativ utifrån.

Genom underlabeln Stallet@ arrangerar vi evenemang utanför stallets ordinarie lokaler på Stallgatan 7. Efterfrågan på Stallets kompetens ökar och Stallet arrangerar konserter på bland annat Kungsträdgården, Stockholms kulturfestival och Parkteatern.



© Peter Bothén

Integrationsprojektet Solkören övar på Stallet



Sikelej,sa kamelen på Parkteatern

VISION

Visionen är att Stallet ska 2019 vara en av de mest jämställda och flerkulturella scener i Sverige. Repertoaren har då nått europeisk toppnivå och Stallet presenterar världsstjärnor parallellt med nya inriktningar. Vi presenterar ett program som visar andra bilder av världen än det som ryms inom den repertoar som är mainstream och västerländsk. Stallet har full kontroll på sina besökares smak och önskemål vilket speglas i programsättningen och valet av repertoar. Genom aktivt publikutvecklingsarbete har Stallet ökat sina kontaktytor och nått en bredare publik.

2019 har Stallets ekonomiska position förändrats radikalt. Intäkterna från lönsamma uthyrningar, fulla salonger, sponsring och fler bidragsgivare gör att alltför konstnärliga satsningar kan genomföras. Med en egen servering blir Stallet en ekonomiskt starkare aktör på en hårt konkurrensutsatt upplevelsemarknad. En del i ekonomin är att Stallet producerar kreativa program till andra aktörer.

Verksamhetsstyrning och administration tar allt mindre tid av medarbetarna och merparten av arbetet används till utveckling. 2019 har Stallet en ny fullt fungerande lokal med tillgänglighet för funktionsvariationer. Utöver konsertlokal och kafé finns plats för kontorslokaler, möteslokaler och replokaler. För att öka på våra intäkter och få ner hyran till en rimlig nivå planerar vi i vår tur att dela/hyra ut de olika lokalerna till andra aktörer inom det fria musik- och kulturlivet men ändå ha en tydlig profil som det nya Stallet Folk & Världsmusik.

2019 är Stallets repertoar helt jämställd och tillgänglig för alla. Oavsett kön, hudfärg, nationellt eller etniskt ursprung, språklig eller religiös tillhörighet, funktionsvariationer, sexuell läggning eller ålder behandlas man lika på Stallet. Stallet är ett föredöme genom att ha en verksamhet som inte utestänger någon. Tillgänglighet för personer med nedsatt funktionsförmåga genomsyrar hela verksamheten. Personer med funktionsnedsättning kommunicerar problemfritt med Stallet och tar del av information via tryckta medier, telefon, webb och film på sina villkor.

Stallets besökare speglar den mångfald som finns i befolkningen. Utrikesfödda tar del av stallets program i större utsträckning och nyanlända ges en självklar plats i Stallets program.

Stallet har ett angeläget program som riktar sig till barn och unga samt möjlighet att utveckla sitt skapande tillsammans med professionella vuxna. En producent på minst halvtid jobbar aktivt med program riktat till barn och unga. Producenten fungerar även som mentor för unga vuxna som vill arrangera konsert- och dansprogram.

Stallet har ett väl utvecklat samarbete med länets skolor. Vi erbjuder skolorna erfarenhet i producentskap och projektledning och förmedling av allt från frilansande musiker till färdiga produktioner.

Stallet fyller en viktig roll för samordning och koordinering kring turnéproduktioner med folk och världsmusik. Rikskonserterns nedläggning har inneburit att många

nationella turnéer med svenska och internationella musiker har minskat avsevärt. Speciellt märks detta för arrangörer utanför storstadsområden. Den nationella subventionen gjorde att man kunde boka konserter med internationella artister men också svenska artister som inte var bosatta i samma län som arrangören.

Klubbverksamheten har utvecklats till att vara en modern scen för en publik med många olika åldrar, smaker och bakgrunder. På vår klubbscen presenteras allt från en världskänd artist från Indien till ett nytt klubbkollektiv från Bogota.

Mål – För Stallet

- Vara Sveriges viktigaste mötesplats för folk- och världsmusik med en bred repertoar av konserter, klubbar, scenkonst, samtal och andra möten som omfattar världsstjärnor, subkulturella uttryck och minoritetsuttryck.
- Skapa möten som annars inte uppstår samt bredda uppfattningen om vad folk- och världsmusik är.
- En ökad kännedom om Stallet - många fler av Stockholmarna vet att Stallet är känt som **"STALLET - VÄRLDENS MUSIK! LIVE! INTIMT! NÄRA!"**
- Stallet ska vara Sveriges viktigaste mötesplats för folk- och världsmusik
- Antalet besökare på scenen Stallet ska öka från 10000 per år (2015) till 15000 per år till slutet av 2019.



Simone Moreno på Stallet

AKTIVITETER PRODUKTION 2018-2019

Idag genomförs närmare 100 olika evenemang på Stallet. Produktionen fördelas på egen repertoar, samarbeten, uthyrningar, klubbverksamhet och barnverksamhet. För att på ett intelligent och resurseffektivt sätt kunna fortsätta att utveckla en repertoar som håller högsta kvalité så krävs ett nytt sätt att producera evenemang. Målet är en modell som säkrar att resurser och kompetens används på bästa möjliga sätt. Nedan presenteras ett antal åtgärder som skall skapa bättre informationsflöden, bättre samarbete, bättre ekonomi samt ett tydligare fokus på den egna repertoaren.

1. ÖKAD FRAMFÖRHÅLLNING

Stallet har under lång tid haft en kort framförhållning i sin programläggning. Den korta framförhållningen ger en hög flexibilitet, men skapar dålig planering och ger dåliga förutsättningar att utnyttja programidéernas fulla potential. För att producera högsta kvalité krävs att många olika kompetenser har tid och möjlighet att behandla idéerna. Därför anslås en framförhållning i all egen repertoar på 6 månader.

2. ÖKAD KONSTNÄRLIG SPETSKOMPETENS

Allteftersom repertoaren breddas till att omfatta fler områden och konkurrensen inom den icke västerländska repertoaren växer så krävs utvecklade konstnärliga spetskompetenser. De områden som inte täcks av Stallets egen personal knyts till verksamheten i andra former.

3. SAMARBETSPROJEKTEN RENODLAS GENOM STALLET FRIENDS

Stallet friends har uppdraget att bli helt självfinansierad.

4. PROGRAMRÅD

För att ytterligare utveckla den internationella utblicken så knyts en referensgrupp till Stallet. Den består av producenter, verksamhetsledare samt externa personer som tillsammans skall analysera det konstnärliga området som Stallet arbetar med. Programrådet är rådgivande.

5. UTVÄRDERING

En förbättrad programläggning, effektiviserad försäljning och förbättrad produktion kan inte ske utan en högre grad av analys. Därför har vi som mål att utveckla ett verktyg för utvärdering.

MÅL – PRODUKTION

MÅL: 2018

Publik 13.500 på scenen Stallet

Stallet friends lämnar plusresultat

Klubbverksamheten utvecklas till att vara en modern scen för en publik med många olika åldrar.

En producent med särskilt fokus på barn och unga samt konserter ute i länet anställs.

6 konserter ute i länet

4 produktioner på turné

12 konserter riktade till barn och unga

MÅL: 2019

Publik 15.000 på scenen Stallet

Stallet friends lämnar plusresultat 50.000 kr

10 konserter ute i länet

6 produktioner på turné

16 konserter riktade till barn och unga

AKTIVITETER MARKNADSFÖRING 2018–2019

Marknadsföraren har uppdraget och det fulla mandatet att analysera, planlägga, bedriva och utvärdera Stallets biljettförsäljning och kommunikation till befintlig och potentiell publik. Området omfattar ansvar för samtliga fysiska, visuella och digitala kommunikationskanaler.

Stallets framgångar är byggda tillsammans med ett stort nätverk av relationer. Arrangörer, föreningar, nyckelpersoner och musikkunniga personer har tillsammans med våra kunniga medarbetare skapat Stallets unika karaktär.

Marknadsföraren ansvarar för Stallets varumärke. Det innebär ansvar för all kommunikation som sker till publik och omvärld. Uppdraget är att navigera Stallet genom att lägga fram riktlinjer i en årlig kommunikationsplan.

Kommunikationsplanen skall innehålla:

- Marknadsanalys som omfattar en bransch- och konkurrensanalys
- Mätning över varumärkets styrkor och svagheter
- Publikundersökningar
- Analys av marknadsåtgärdernas effektivitet
- Presentation av riktlinjer för kommunikation i olika kanaler
- Presentation av branschmässiga, politiska, mediala nyckelrelationer som bör utvecklas



vykort för marknadsföring

MÅL – MARKNADSFÖRING

MÅL: 2018

Att öka försäljningen av biljetter med 10 %
Att öka biljettintäkterna till 700000 kr
Att 10 % av biljettförsäljningen sker via personliga erbjudanden
Att öka synligheten i TV
Att öka närvaron i nischpress till 5 inslag/år
Mediearbetet mot nischade medier utvecklas
Mätning av kännedom om varumärket i länet genomförs
Marknadsanalysen i kommunikationsplattformen uppdateras
Publikundersökning genomförs
Konferens och uthyrning presenteras i utvecklad form på hemsidan
Inredning och möblering förbättras
Försäljning till grupper, organisationer och företag
STALLET@ - konceptet förstärks genom riktad marknadsföring
Grafiska profilen uppdateras
En marknadsförare anställs på 100 %

MÅL: 2019

Att öka försäljningen av biljetter 10 %
Att öka biljettintäkterna med kr 900000 kr
Att öka synligheten i TV
Att öka närvaron i nischpress till 10 inslag/år
Kartläggning av strategier för att lansera Stallet i hela Sverige