

7 november 2016



## Opera Hedelands strategiplan for perioden 2018-2020 (inkl.)

### **Vision:**

At udvikle den klassiske operaform gennem det specielle udendørs format, Opera Hedelands amfiteater og det omliggende landskab tilbyder ved brug af de bedst tilgængelige kunstneriske teams, solister og musikere. At gøre den klassiske opera tilgængelig også for et publikum, der ikke tidligere har oplevet opera. Tydeliggøre kunstformens meritokratiske dimension.

### **Mission:**

At fortsætte udviklingen af Opera Hedeland som den største, udendørs operabegivenhed i Danmark for et lokalt, regionalt og nationalt publikum – og at gøre Opera Hedeland til et rejsemål for internationale operatilskuere. Desuden at udvikle nye formater i måden at opsætte og producere opera på i samarbejde med de bedste produktionsfolk indenfor lys, lyd og produktion og sætte nye, høje standarder for udendørs forstærkning af musikken. Her til – såfremt fornøden supplerende finansiering findes – hvert år i juni måned at vise et gæstespil/coproduktion i amfiteatret, der stilles gratis til rådighed for de tre kommuners skoler ved lukkede arrangementer. Desuden at fortsætte med løbende at optimere produktionsformerne og opretholde en smal organisation, der tillader ressourcerne i videst mulige omfang at anvendes på direkte kunstneriske omkostninger. Knap 15% af budgettet anvendes til administration.

### **Kunstnerisk profil:**

At vitalisere og udvide kendskabet til den klassiske operalitteratur gennem *full scale* iscenesættelser gennem tolkning af landskab og den udendørs situation, Opera Hedeland har. Opera betyder *værk*. Ved samarbejde med kunstneriske teams, sangere og musikere på højeste niveau at yde de store operaklassikere retfærdighed på

Opera Hedeland  
Hellebakken 27A  
DK -3150 Hellebæk

+ 45 3070 4616  
info@operahedeland  
operahedeland.dk

*Opera Hedeland er egnsteater støttet af Høje Tåstrup, Roskilde og Greve Kommuner samt Kunststyrelsen. Siden 2002 har Opera Hedeland præsenteret opera på det udendørs amfiteater beliggende i Hedeland Naturpark.*

værkernes egen præmis og levendegøre dem for samtiden, samtidig med at orkestermusikkens betydning understreges ved at orkestret indgår som et permanent, synligt element i opsætningerne fra deres placering i orkestergraven bag scenen.

### **Målgruppe:**

Opera Hedeland har succes med at få helt unge mennesker til at stifte bekendtskab med operagenren. Dels gennem samarbejde med de tre kommunale musikskoler, dels gennem målrettet opsøgende markedsføring af unge og endelig gennem samarbejde med et antal lokale foreninger inden for idræt og musik, hvor frivillige (forældre og unge) løser opgaver for Opera Hedeland og mange unge herfra år efter år vender tilbage og oplever de forskellige opsætninger.

Opera Hedeland gennemfører jævnligt publikumsundersøgelser, der viser vækst i antallet af unge, samtidig med at vi i lighed med andre kulturinstitutioner har et mere modent publikum som største gruppe. I 2017 indleder vi et samarbejde med et antal lokale virksomheder hvor målet er at få 10-20 af disse til at sponsere hver 20-30 ungdomsbilletter, der distribueres efter virksomhedens ønske enten til medarbejderes netværk eller til lokale institutioner. Opera Hedeland sælger omkring 40% af sine billetter via netværk, virksomheder, foreninger mv og vi udvikler løbende salg via de sociale medier til alle aldersgrupper. Vi markedsfører operabegivenheden som en totalevent, hvor opera opleves sammen med en naturoplevelse, gastronomisk og social begivenhed. De fleste billetter vi sælger, ligger i grupper på mellem 4 og 8 personer, der således sammen med par-billetter udgør de største besøgsconstellationer.

40% af billetterne sælges i nærområdet, de resterende fordeler sig på resten af Sjælland og med et stigende besøgstal fra Skåne og andre lande.