

INSPIRATION TIL ORGANISATION



FDF ORKESTERUDVALG 2018

Indledning

Dette kompendie er skrevet for at udvikle og inspirere orkestre med fokus på det organisatoriske: Alt det der skal til før at første tone sættes an og man kan spille sammen i orkestret. Rigtig mange orkestre ledes af ildsjæle, men de har det med at slides op, fordi der er så meget "ild" i dem, at de gør det hele selv. Pludselig brænder de ud og der er ingen "kronprinser" til at tage over. Jeg tror det er vigtigt at gøre op med den kultur og tænke lidt smartere. Ikke at det er en dårlig idé med ildsjæle, men at det er vigtig de uddelegerer og tænker organisationen mere funktionsrelateret end personrelateret - som i en virksomhed. Dog er en del af sjælen ved et orkester også ånden fra ildsjælene, så den må ikke forsvinde, men vi skal have dem til at leve længere.

Henrik Lützen, oktober 2018

Hvorfor startede du med at spille et instrument?

Gør dig nogle tanker om hvorfor du startede med at spille et instrument og endnu vigtigere, hvor blev du ved? Oftest er der to ting der spiller ind, nemlig

- **Musikalsk udvikling**
- **Socialt/hygge**

Man kan godt spille i et orkester, hvor kun den ene ting er tilstede, men et sted hvor begge dele mangler - det er op ad bakke. Tænk over om der i dit orkester er begge dele til stede. Hvis man lever af at spille musik er der også det økonomiske aspekt i det, så her er der tre ben: musikalsk udvikling, socialt/hygge og økonomi - og man skal mindst have to af emnerne opfyldt.

Indre og ydre motivation

I et orkester mødes man ca. hver uge til prøver, øveweekender og har nogle koncerter spredt ud over året. Men for overhovedet at komme ud af døren der hjemme og have øvet på sine noder skal man være motiveret. Her er både en indre motivation (sig selv) og en ydre motivation (orkestrets medlemmer/dirigent) der skal være i spil. Men ét er helt sikkert: Ingen vil spille i et orkestret hvor det tiden bliver italesat, at man ikke må havde afbud og skal kunne sine ting.

Der er en masse ting der skal være styr på for at orkestret fungerer og en masse faktorer der afgør om det er fedt at spille i orkestret - her i stikordsform - find selv på flere.

Ugentlige prøver

Tidspunkt, lokale, hygge, kage, afbud, er man forberedt, noder, nogle kommer for sent, inden prøven, pauser, efter prøven, stole, dæmpere, slæbning af slagtøj, assistenter.

Øveweekender

Afbud, hjælp med mad, hele weekenden eller bare én dag, socialt samvær om aftenen, slagtøj, gruppeprøver/tutti, instruktører, selskabslege/underholdning

Koncerter

Assistenter, markedsføring, publikum, uniform, slæbning af slagtøj, programmer, plakater, facebook, booking, entré eller honorar, noder til assistenter, samkørsel.

ET ORKESTER HAR BÅDE EN FORSCENE OG EN BAGSCENE SOM KAN DELES OP PÅ FØLGENDE MÅDE

FORSCENE

TILBUD

Koncerter, gudstjenester, hvad vi kan tilbyde medlemmer, turneer, udenlandsture, attraktive koncerter, selv-arrangerede eller bookedede, sikret publikum, samarbejds koncerter...

IMAGE

Hvordan andre ser/opfatter os, fx. potentielle medlemmer, tidligere medlemmer, koncertarrangører, andre orkestre, byen/lokalområdet, kommune, det professionelle musikmiljø, musikskole, handelsstandsforening, familie, venner, dirigenter, instruktører, venneforening, hjemmeside, pr, fonde, assistenter...

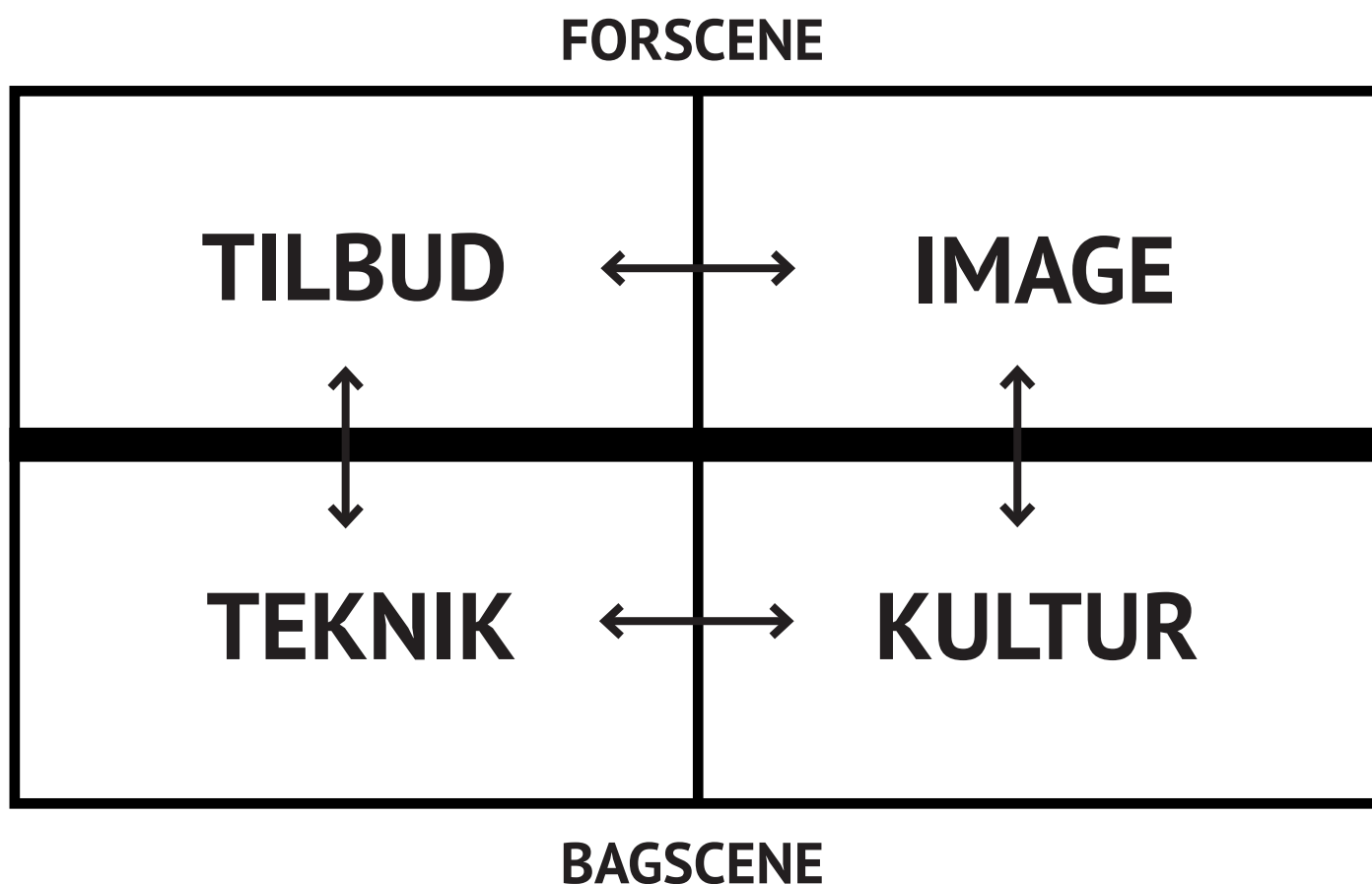
BAGSCENE

TEKNIK

Instrumenter, inventar, øvelokale, transport af slagtøj, noder, nodearkiv, økonomi, koncertsteder, uniform, dæmpere, stole, temperatur i øvelokale, støj...

KULTUR

Hvordan i omgås hinanden, omgangstone, fester, disciplin, humor, afbud, musikalsk niveau, bestyrelse, ledelsesstil, forberedelse derhjemme...



BAND ANALYSE

Ovenstående skema kan bruges til at tage temperaturen på dit orkester. Inden for hver kasse kan man tænke over enten i bestyrelses/orkesterråds-regi eller i hele orkestret, hvilke af punkterne inden for hvert område man vil **BEHOLDE, UDVIKLE ELLER STOPPE**.

Uddel Post-it sedler hvor man kan skrive stikord til, sæt dem på de forskellige emner i det forskellige kategorier og tal om dem.

Koncerter

Målgruppe

Hvem spiller I for? Vil de høre langhåret brassband-musik eller skal man lefle en smule for dem? Tilpas musikken til målgruppen. Bookeren kan også være målgruppen og oftest er det vedkommende der betaler gildet. Lav nogle spændende koncerter som med sikkerhed vil trække folk til.

Hvem er arrangør

Er I blevet booket eller arrangerer i selv? Hvis I selv arrangerer skal I opgive programmet til KODA. Husk at stille krav til arrangøren.

Entré

Er jeres koncert ikke så attraktiv at I kan tage penge for det eller måske få publikum til at selv bestemme hvor meget jeres koncert var værd? Virker det mere professionelt hvis man fx. skal købe billetter i forvejen ved fx. billetnet?

Slagtøj

Skal oftest transporteres frem og tilbage. Lav en god ordning, så det ikke altid er de samme der skal gøre det. Få dirigenten eller slagtpøjspillerne til at lave en liste til hver koncert med hvad der skal bruges. Noget slagtpøj er mere skrøbeligt end andet, så køb kasser til det hele. Det ikke attraktivt for slagtpøjspillere *ikke* at have noget grej at spille på, hverken hvis man skal hverve nye medlemmer eller hyre assistenter ind.

Program

Skal der være trykt program eller kun speak fra konferencier. I programmet kan der rettes tak til sponsorer o.a. og være omtale af kommende koncerter. Flere koncerter med samme program øger kvaliteten og mindsker forberedelsestiden. Husk altid at planlægge et ekstranummer.

Markedsføring

Tænk markedsføring som McDonalds mad - efter min smag er det ikke særlig lækkert, men indpakningen gør at man spiser det igen og igen - eller hvad? Tag et kig dit orkesters hjemmeside, facebook, plakater, programmer - er det indbydende? Kan du finde andre orkestre der har federe markedsføring?

Kor/solist

Det er altid smart at have et kor med, da en gennemsnitligt publikum har lettere ved at relatere sig til et kor og man derved er sikret et publikum til sin koncert. Solister - hvad enten det er sang eller instrumentalister - gør det også synligheden større og kan gøre det lettere at fylde koncertsalen, men de koster oftest

Efter koncerten

Slagtøj skal køres tilbage - efterfølgende hygge?

Evaluering

Evaluer koncerten til næstkommende prøve eller bestyrelsesmøde. Har I taget billeder eller video der skal op på hjemmeside/facebook?

Gentagelse

Det tager oftest tid at øve et koncertprogram op, så hvorfor ikke spille det 2-3 gange inden for en uge eller 14 dage?

Assistenter

Det er næsten umuligt ikke at skulle bruge assistenter til en koncert, så derfor vær ude i god tid med at booke dem, så de også kan komme til en prøve inden. At skrive til dem på Facebook, virker måske nogle gange, men det bedste er at ringe til dem - så har de også sværere ved at sige nej og man kan oftest få svar med det samme. Send noder, prøveplan og evt. lydfiler til dem i god tid. Når de kommer til prøven, så tag godt imod dem og snak med dem i pausen - de skulle jo gerne ville hjælpe en anden gang. Sørg for at de for prøvet evt. uniform og sørg for kørsel til og fra koncerten. Som tak for hjælpen, giv dem en gave.

hed. Træd til hvis andre orkestre har brug for hjælp.

Noder

Ingen noder - ingen musik! Udlevér noder til et kommende projekt inden nærværende projekt slutter. - måske endda 14 dage før. Udlever gerne i mapper med arrangementseddel så alt er samlet. Er det en god idé med ekstra sæt til prøven og fungerer det, at folk selv printer eller sparer man mere tid ved at én udleverer noder der samtidig bliver samlet ind igen. Notater i noder forsvinder når man ikke afl. noder tilbage, hvorved vigtig info går tabt, som man igen skal bruge prøvetid på.

Det er også en god idé at have et standardrepertoire - mapper eller marchhæfter. Dette repertoire kan altid tages i brug, hvis det vedligeholdes.

Samarbejde med andre orkestre/kulturinstitutioner

For at stå stærkere, især i nedgangstider, er samarbejde med andre orkestre, kulturinstitutioner, kor vigtig. Både mht vidensdeling men også så musiklivet i jeres lokalområde står sammen overfor kommunen eller kultur/fritids-udvalget så I kan få støtte eller favorable vilkår til lån af koncertsteder.

Ansvarsområder og kronprinser

Et orkester består oftest af en bestyrelse, orkesterledere eller orkesterråd. Det er dem der står for den daglige ledelse og har ansvaret for at alt fungerer. Men alt for tit ser man én mand/kvinde gøre det hele. Og som jeg skrev indledningen er det ikke en langsigtet løsning.

Ansvarsområder

- Orkesterleder/formand
- Næstformand (kronprins)
- Kasserer/økonomi
- Instrumenter/inventar
- Noder
- Markedsføring
- Kageliste
- Kalender
- Assistenten
- Nye medlemmer
- Fondssøgning
- Elever

Ovenstående ansvarsområder er bare et eksempel. Tænk over hvilke I har i jeres orkester og beskriv ansvarsområderne detaljeret så en udefra ville kunne overtage en opgave.

Hvem tager over hvis den faste person ikke er der, hvem er kronprins? Hvem står til at overtage en plads hvis en person stopper? Er ansvarsområderne i jeres orkester attraktive - eller kan de blive det? Har I en organisation med få hurtigtløbende ildsjæle eller en bred organisation hvor alle tager fat?

Udvalg

Udvalg/små ansvarsområder giver ejerskab og medbestemmelse i orkestret. Udvalgene kunne stå for pr, repertoire/koncert, fondssøgning, fest og referere direkte til formand/orkesterleder så der er føling med hvad der sker i orkestret.

Økonomi

Instrumenter, noder og instruktører koster oftest penge og musik har en værdi, så tag penge for det i laver - fx. 5.000-8.000,- for en koncert - I er det værd! Lav en god indpakning af koncerten - fx. plakater, web, facebook så folk synes det er attraktivt at komme til koncert.

Nedsæt et udvalg der står for fondssøgning til indkøb af instrumenter eller finansiering af større ture.

En venneforening er også en god indgang til både publikummer og donationer fra denne. Loppemarked og lodsedler er også muligheder, men mere tidskrævende - og måske knap så attraktive.

Kalender og planlægning

”Rettidig omhu” var et slogan A.P. Møller-Mærsk havde - og det er jo gået okay for Mærsk, må man sige. Det handler altså om ikke at brandslukke eller planlægge udnødvendige ting, men at planlægge med rettidig omhu.

Der er både uge-, måneds- og årsplanlægning samt projektplanlægning. Hvad angår projektplanlægning så har man oftest kun fokus på en koncert ad gangen og når den så er overstået så tænker man på næste. Det er ikke optimalt og meget bedre med overlap. Hvis man er nået til fx. december og tænker ”ups, vi fik ikke booket en kirkekoncert igen i år”, så er det bare med at gribe knoglen ringe og så booke et år ud i fremtiden. Det virker måske uoverskueligt, men det lønner sig. Book også assistenter i god tid, dirigenter og find noder frem i god tid.

Google Calendar eller holdsport.dk

Kan både vises på mobil og på web og det er superlet at sende tider ud til evt. assistenter eller nye dirigenter. Skriv evt. hvad der skal øves på til en prøveaften, hvem der er på slagtojshold eller hvad programmet er til en bestemt koncert. Lav gerne ”arrangements-sedler” hvor al info står om tid, sted, besætning, assistenter, program, slagtøj, uniform, tidsplan for koncert og huskeliste for andre ting.

Vidensdeling og gennemsigtighed

For at vigtige dokumenter og information ikke går tabt fra overgang til en ny bestyrelse eller hvis en person med et ansvarsområde er fraværende i længere tid er det en god idé at bruge fx. dropbox, google docs eller evt. en Gmail-konto til at sende mails ud så alt går til samme konto. Man kan også have et stort regneark med forskellige faner hvor alt står skrevet, fx. koncerter, besætning, programmer, praktisk info, afbud så alle har adgang til oplysninger, så sikrer man også at der orkesterledelsen fx. har noteret et afbud i og med at man selv kan se de har noteret det.

Orkesterprofil

Oftest sammenligner man sit eget orkester med nogle konkurrerende. Det bliver man kun bitter af, så forsøg istedet at få en skarp profil på dit orkester - gerne en der adskiller sig fra de andre og sammeligner med jer selv. Hvis I ved hvem I er det også lettere for andre at vide det. Lav gerne nogle opnåelse visioner og målsætninger og tag gerne hele orkestret med på råd, så de bliver en del af det.

Nye medlemmer og klier

Sørg for at hente og bringe potentielle nye medlemmer, tag godt i mod dem, snak med dem og få dem til at føle sig hjemme. Undgå altid at sidde ved de samme og kom ud af klierne en gang i mellem. Hvis du er orkesterleder eller i bestyrelsen/orkesterråd, så er din vigtigste opgave at sikre at alle har det godt og at alle føler sig velkomne - brug hver pause på det. Så undgå du også at folk stopper i utide. Lav gerne en gensidig prøveperiode så I kan vurdere om et nyt medlem passer ind både socialt og musikalsk.

Vær stolt og glad for dit orkester

Hvad gør dig stolt af dit orkester og hvad gør dig mindre stolt? Kan du ændre på det?

Hvordan får man nye elever og fastholder dem?

Jeg har ikke løsningen, men jeg tænker målgruppen for eleverne er deres forældre. Så lav et godt tilbud til dem om at deres børn kan være med i et musikalsk fællesskab der holder hele livet. Få en god relation til forældrene og sørg for at eleverne får nye venskaber hvor de er sammen om musikken.

Inspiration

Få inspiration til dit orkester ved at hjælpe andre orkestre som assistent - reflektere over hvordan andre orkestre er organiseret og hvordan de spiller. Gå til koncerter og læs ledelse- og managementbøger.