

## Uppföljning, utvärdering

Version 3.0, 040321

- publik
- artister
- media
- egen utvärdering
- dokumentation

Varje genomförd konsert ökar erfarenheten hos de personer som arbetat med att producera evenemanget. Men hur samlar man erfarenhet och hur för man den vidare till andra? Och hur visar man för bidragsgivare, sponsorer och föreningsmedlemmar att de evenemang som man varit med och stött är bra evenemang? Svaret är naturligtvis dokumentation.

### Publik

Varje arrangör dokumenterar publikantalet. Man vet att det är livsviktigt för att redovisa verksamheten, och en stor publik är ett visst mått på att den verksamhet man bedriver fungerar.

Däremot noterar man sällan publikens reaktion, och anledningen är naturligtvis att den är så svår att mäta. Men varför inte göra en publikenkät, antingen någon gång om året, eller hellre vid några konserttillfällen under en säsong eller del av säsong. En publikenkät bör ju inte bara innehålla frågor typ "Hur bra tyckte du att konserten var? DÅLIG-MINDRE BRA-OK-BRA-MYCKET BRA", utan också fånga upp frågeställningar som

- motsvarade konsertens innehåll de förväntningar man hade?
- vad tyckte man om programmets sammansättning?
- var konserten lagom lång?
- var spelplatsen bra (akustik, trevnad, ljus, stolar etc)?
- var det lätt att hitta till konsertlokalen?

-saknade man någon information om programmet eller artisterna?

-hur upplever man biljettpriset?

En publikenkät är också ett utmärkt tillfälle att få reda på hur marknadsföringen fungerat:

- hur man fick reda på konserten (annons, affisch etc)
- vad som lockade mest (artisterna, programmet, lokalen etc)
- vilka av arrangörens tidigare evenemang som man besökt

### Artister

I avsnittet "Att ta hand om artisten" rekommenderade vi en kontakt med artisten en tid efter konserten, för att ömsesidigt utbyta synpunkter. Varför inte göra en artistenkät? Man skall kanske inte sticka ett frågeformulär under näsan på artisten direkt efter konserten, men man kan ha ett formulär med några frågor som man diskuterar vid eftersittningen eller vid telefonkontakten en tid efter konserten. Det kan vara fantastiskt värdefullt att dokumentera hur artisten upplevde

- flygel
- ljudanläggning/medhörning
- ljus på scenen
- loger
- publikens reaktion

Att sedan jämföra publikens och artisternas synpunkter kan ge många goda och intressanta erfarenheter.

### Media

När evenemanget uppmärksammas i form av recension är det lätt att utvärdera medias åsikt om evenemanget. Men glöm inte att dokumentera både

recension, blänkare och ett eventuellt samband mellan evenemangets innehåll, plats, tidpunkt och egna marknadsföringsinsatser.

### Egen utvärdering

Likaväl som man har produktionsmöte före varje konsert eller festival, eller före varje säsong, bör man ha ett utvärderingsmöte efter genomfört evenemang. Det är inte alltid som föreningsstyrelsen eller programkommittén själva är närvarande vid konserten, och det är lätt att missa att föra informationen vidare.

Varför inte uppdra åt någon att sammanställa material som ligger till grund för en utvärdering?

**Publikens storlek** får anses vara ett mått på själva evenemangets dragningskraft, men säger egentligen mer om vad publiken förväntar sig att få höra än vad de sedan tycker. En arrangör dokumenterar alltid publikantalet, ofta genom biljettredovisningen, men vad de som arbetat med konserten själva tycker lämnar man ofta därhän. Vilket är märkligt, eftersom just de borde vara bäst på att utvärdera konserten. Någon eller några ur programkommittén borde alltid finnas på plats vid varje konsert.

Om man gör en **publikenkät**, måste man diskutera vilka slutsatser man skall dra av resultatet. Det är ju inte alltid som föreningen skall anpassa sig till publiken på så sätt att alla konserter blir "önskekonsalter". Det är kanske det oväntade som skall vara föreningens profil.

Publikenkäter kan ge förvånansvärt divergerande svar. Om två personer tycker helt olika om exempelvis programsammansättningen, men det ändå visar sig att båda varit på ganska många av föreningens evenemang, kan man förmodligen dra slutsatsen att verksamheten fungerar bra därför att den tillfredsställer många olika smaker. Om man samtidigt har låga publiksiffror, bör man fråga sig om man skall bredda programsammansättningen ännu mer eller göra tvärtom - profilera den.

**Artisternas synpunkter** är viktiga. Räkna med att de berättar för andra artister om evenemanget inte var lyckat ur deras synpunkt - och tvärtom. En nöjd och stimulerad artist är musikföreningens bästa mark-

nadsförare. Fånga också här upp olika synpunkter, och räkna inte med att få likartade reaktioner från olika artister. Samma flygel kan vara ospelbar och mycket bra. Akustiken kan vara bra och dålig. Ljudanläggningen kan vara värdelös och helt användbar. Det gäller att dra rätt slutsatser. Flygeln kanske duger att ackompanjera en violinist på men inte till en soloafton. Akustiken kanske fungerar för en stråkkvartett men inte för en brasskvintett. Ljudanläggningen kanske fungerar om artisten har med sig några kompletterande högtalare osv.

När man utvärderar media bör man fråga sig på vilket sätt redaktionen återgav det material som arrangören hade skickat ut. Blev det rent utav missförstånd vad gäller evenemangets art? Hur väl lyckades arrangören profilera sig? Kanske skall man ändra sättet att skriva pressreleaser (kortare, mer utförligt, mer populärt?).

### Dokumentation

Att arrangera konserter är en förgänglig verksamhet. Toner klingar ut och lämnar minnen hos publik och artister, och kanske påverkar och förändrar mötet med musiken också människor på olika sätt.

Som arrangör har man därför både ett behov av och skyldighet att dokumentera konserterna och arbetet kring dem. Den ekonomiska redovisningen (se nästa avsnitt) vänder sig till medlemmar och bidragsgivare, men det är viktigt att tänka också på publiken som var på konserten och de som inte var där, press och kanske de som någon gång i framtiden kommer att skriva den musikhistoria som vi arrangörer tillsammans med artisterna i allra högsta grad är med om att skapa.

Det kan handla om att samla på sig material i form av

- anteckningar och korrespondens från planeringsarbetet (inklusive noteringar om det man väljer bort)
- annonser, affischer och programblad (märkta med datum och årtal!)
- utskrifter från hemsidor
- recensioner

- publikstatistik
- foton från konserten, före konserten och efter konserten
- ljud- och videoinspelningar
- utvärderingar som vi talat om ovan

Gör till rutin att samla material i en pärm, och gör en kortversion efter varje konsert. Den korta sammanställningen/dokumentationen/redovisningen kan sedan användas i föreningens årsredovisning, att skicka till artisterna, läggas ut på föreningens hemsida, skickas till sponsorer och bidragsgivare - och framtida forskning. På så sätt skriver vi vår egen musikhistoria.