

Strategi for Odense Symfoniorkester 2026–2028

Vision

Odense Symfoniorkester vil skabe unikke musikoplevelser af international standard samt udvikle musikken som kunstart. Samtidig vil vi øge den klassiske musiks tilgængelighed, omdømme og relevans for alle publikumsgrupper – lokalt, regionalt og nationalt.

Mission

Som landsdelsorkester er vores opgave at drive et professionelt symfoniorkester, der:

- medvirker til at fremme musiklivet i landsdelen og i Danmark,
- afholder koncerter i høj kunstnerisk kvalitet, fra store symfoniske værker til nye formater og tværkunstneriske samarbejder,
- introducerer børn og unge til klassisk musik gennem levende og inddragende projekter,
- og bidrager aktivt til udviklingen af Odense og Fyns kulturliv, samtidig med at vi markerer os nationalt og internationalt.

Værdier

- **Kvalitet** – alt vi gør, skal være på højeste niveau, både kunstnerisk, organisatorisk og samarbejds-mæssigt.
- **Dialog** – vi skaber resultater gennem åben samtale med publikum, partnere og tilskudsgivere.
- **Nyskabelse** – vi eksperimenterer og udvikler formater, så musikken forbliver vedkommende.
- **Mangfoldighed** – vi afspejler og favner samfundets diversitet i repertoire, kunstnere og organisation.
- **Ansvarlighed** – vi tager aktivt ansvar for trivsel, bæredygtighed og samfundets udvikling.

Strategiske indsatsområder

Kunstnerisk profil og publikumsoplevelser

Odense Symfoniorkester vil fastholde sin klassiske kerne, men samtidig række ud til nye publikumsgrupper gennem en balanceret programlægning. Hver sæson skal kombinere de store klassiske værker med ny musik og værker af komponister, der afspejler større diversitet. Vi ønsker at fastholde et stærkt kvalitetsniveau og samtidig skabe plads til fornyelse.

Vi vil hvert år præsentere mindst én koncert med bred appel – eksempelvis en populær solist, en filmkoncert eller en stor festivalkoncert på Fyn – for at samle et bredere publikum. Samtidig ønsker vi at styrke samarbejdet med lokale og nationale kunstneriske institutioner, da dette er en del af OS' DNA og en måde at skabe tværkunstneriske oplevelser af høj kvalitet.

Hvordan: Ved at udarbejde en årlig programstrategi, der balancerer populært og klassisk repertoire, lave faste samarbejdsaftaler med kulturinstitutioner, og gennemføre en årlig evaluering af diversitet og kvalitet i programlægningen.

Børn og unge

Børn og unge er en central målgruppe for OS. Vi ønsker, at alle fynske kommuner i løbet af en treårig periode får besøg af orkestret gennem skolekoncerter, workshops og projekter. Samtidig vil vi inddrage børn som aktive medskabere i koncerterne, fx gennem lokal talentudvikling og børnekor.

Vores ambition er, at børn og unge ikke blot skal være tilskuere til orkestret, men aktivt tage del i musikken. Gennem et tæt samarbejde med skoler, musikskoler og Syddansk Musikkonservatorium – samt gennem deltagelse i Odense Kommunes Dannelsesrejse og i partnerskaber med Levende Musik i Skolen – vil vi skabe

forløb, hvor musikken integreres i undervisningen og giver børn og unge stærke og varige oplevelser, de kan bære med sig videre i livet.

Hvordan: Ved at udvikle en flerårig B&U-plan, der angiver kommuner, projekttyper og samarbejdspartnere, involvere lærere og pædagoger i planlægningen, og sikre logistik og transport, så vi når hele regionen.

Kommunikation og synlighed

Odense Symfoniorkester vil i perioden 2026–2029 styrke sin synlighed og samle sin kommunikationsindsats i en mere fokuseret strategi. Målet er at øge kendskabet til orkestret – lokalt, regionalt og nationalt – og skabe en klar og genkendelig profil, der afspejler både den kunstneriske kvalitet og den lokale forankring på Fyn.

Der skal arbejdes med en tydeligere branding på tværs af platforme og en mere målrettet kommunikation til de enkelte publikumsgrupper. Særligt nyhedsbrevet skal udvikles som et stærkt og personligt kontaktpunkt til publikum, hvor modtagerne oplever nærvær, relevans og eksklusivitet.

Orkestret vil samtidig styrke samarbejdet mellem kommunikation, billetsalg og kunstnerisk planlægning, så formidlingen understøtter koncerternes fortælling og når ud til flere borgere – både de trofaste koncertgængere og nye publikumsgrupper.

Hvordan: Vi udvikler en samlet kommunikations- og brandingstrategi med fokus på en styrket visuel profil, et mere målrettet nyhedsbrev og en klar plan for sociale medier og PR. Arbejdet vil bygge på data, evalueringer og tæt samarbejde mellem kommunikation, billetsalg og den kunstneriske planlægning.

Talentudvikling

OS vil være en drivkraft for næste generation af musikere. Vores mål er at etablere et struktureret talentprogram i samarbejde med Odense Musikskole og SDMUK med delmål i 2029. På længere sigt ønsker vi at udvikle et egentligt Akademi for orkestermusikere.

Vi vil tilbyde unge musikere praktikforløb, mentorordninger og masterclasses, så de kan få erfaring med orkesterlivet. Samtidig vil vi arrangere fællesprojekter, hvor studerende spiller side om side med professionelle musikere.

Hvordan: Ved at oprette konkrete samarbejdsaftaler med musikskoler og konservatorium, udvikle et program med mentor- og praktikforløb, og sikre finansiering af talentudviklingsaktiviteter via fonde og partnere.

Bæredygtighed og samfundsansvar

Odense Symfoniorkester ønsker i perioden 2026–2029 at tage skridt i retning af en mere bæredygtig drift og produktion. Vi er bevidste om, at vi står i begyndelsen af denne rejse, og at arbejdet skal bygges op gradvist og med udgangspunkt i de ressourcer, vi har til rådighed.

Bæredygtighed handler for os både om miljømæssige valg i forbindelse med udvalgte produktioner for eksempel CNIC og om daglige tiltag i organisationen. Vi vil derfor begynde med en række konkrete, mindre initiativer – fx i forhold til transport, materialeforbrug og gaver – som kan danne fundament for større indsatser senere.

Vi vil også følge udviklingen i branchen tæt, herunder Dansk Scenekunsts arbejde med bæredygtighed, og vurdere på sigt, om OS skal koble sig til fælles initiativer eller certificeringer.

Hvordan: Ved at iværksætte små og overskuelige grønne tiltag i produktionen, afprøve nye løsninger i samarbejde med partnere, dokumentere erfaringer og bruge dem som grundlag for en mere langsigtet strategi for OS' bæredygtighedsarbejde.

Huset og rammerne

Odense Koncerthuset er hjertet i vores virke og et naturligt samlingspunkt i byens kulturliv. Huset har tjent os godt siden åbningen i 1982, men både akustik, øvelokaler og publikumsfaciliteter trænger til et løft, så rammerne i højere grad matcher vores kunstneriske ambitioner og byens udvikling. Sammen med Odense Kommune, der ejer huset, og hotellet, som forpagter det, ønsker vi at tage de næste skridt mod mere tidssvarlige forhold – til glæde for både publikum, musikere og samarbejdspartnere. Placeringen midt i kulturkvarteret giver samtidig en oplagt mulighed for at skabe nye partnerskaber på tværs af byens kultur- og erhvervsliv.

Hvordan

Vi vil i de kommende år samle en bred kreds af samarbejdspartnere, udvikle konkrete forslag til forbedringer af koncerthuset og bringe dagsordenen aktivt ind i kommunens kultur- og byudviklingsstrategi. På den måde kan vi både skabe mærkbare forbedringer her og nu og arbejde frem mod en langsigtet løsning, der sikrer koncerthuset som et levende og bæredygtigt kraftcenter for musikken.

Sundhed, trivsel og inklusion

Trivsel er en central del af vores strategi – både internt og eksternt. Vi vil skabe et arbejdsmiljø, hvor musikeres og medarbejders mentale og fysiske sundhed prioriteres.

Ud mod publikum vil vi udvikle koncertformater med fokus på sundhed og inklusion, fx meditationskoncerter, og koncerter målrettet sårbare grupper. Dermed tager vi aktivt del i at bruge musikken som redskab til øget livskvalitet.

Hvordan: Ved at udvikle partnerskaber med sundhedsaktører og NGO'er, indarbejde trivselstemaer i programlægningen, og tilbyde medarbejderforløb, der styrker arbejdsmiljø og trivsel.

Overordnede målsætninger 2026–2028

- OS skal være kendt og anerkendt i hele Fyn og bidrage til at sætte Odense på landkortet nationalt og internationalt.
- Flere aktiviteter gennemføres i partnerskab med andre aktører.
- Repræsentationen af kvindelige og mangfoldige kunstnere øges markant i repertoire.
- Publikumstallet vokser – i Koncerthuset, regionalt og digitalt.
- Medarbejdertrivsel er i fokus og måles løbende.
- Større produktioner planlægges med konkrete bæredygtighedstiltag.

Målsætning i strategiperioden 2026 – 2028

Børn og Unge

B&U har i årene frem mod 2021 taget store spring i forhold til antallet af publikum og deltagende børn. I de efterfølgende år, er der blevet optimeret, men ikke ændret ved de gode koncepter. Vi er ikke i tvivl om, at der kan komme flere børn og familier til vores koncerter, men dels har vi problemer med at booke salen nok, og dels er der også en begrænsning for hvor meget vi kan "bære" at programsætte, så det ikke går ud over vores samlede helhed. Samarbejdet med Odense Kommune omkring Dannelsesrejsen og engagementet med Levende Musik i Skolen vil dog fortsat sætte fokus på udvikling af området.

År	Antal koncerter	Antal produktioner	Antal solgte billetter	Billetindtægt	Antal gæster totalt
2025 (Pr. 31.08.25)	27	7	5.747	421.728 kr.	23.355*
2026	Status Quo	Status Quo	Status Quo	Status Quo	
2027	29	Status Quo	+300	+4%	
2028	31	Status Quo	+200	+3%	

*2024 tal

Klassisk

På det klassiske område er billetsalget øget støt i de seneste tre år. Vi arbejder videre med samme strategier som i de senere år: eksisterende kunder skal købe flere billetter (bl.a. gennem nyt mere fleksibelt pakkesystem) og nye målgrupper skal stå for en del af et øget billetsalg. Udviklingen kommer ikke til at blive så drastisk som i de seneste tre år, men vi regner med en stabil publikumsøgning på det klassiske område.

År	Antal koncerter	Antal produktioner	Antal solgte billetter	Billetindtægt
2025 (Pr. 31.08.25)	50	36	24.986	3.183.915 kr.
2026	Status Quo	Status Quo	Status Quo	Status Quo
2027	53	Status Quo	+750	+5%
2028	58	Status Quo	+750	+8%

Populær

Populærkoncerterne har i de forgangne år fulgt samme kurve som de klassiske koncerter med en støt stigning. Dog er de populære koncerter meget afhængige af solistnavne, events, venues mm. Derfor vil fokus skulle ligge på at OS får en aftale om at spille enten på en festival (Heartland, Tinderbox eller Midtfyn) eller med et stort populærmusikalsk navn, der vil kunne trække minimum tre aftener

År	Antal koncerter	Antal produktioner	Antal solgte billetter	Billetindtægt
2025 (Pr. 31.08.25)	16	7	11.734	2.288.553 kr.
2026	Status Quo	Status Quo	Status Quo	Status Quo
2027	17	8	+2000	+10%
2028	20	Status Quo	+2000	+15%

Total antal publikum til koncerter/forestillinger i alt

År	Antal publikum
2024	73.478
2025 (Pr. 31.08.25)	39.542
2026	
2027	
2028	

Synlighed

I de kommende år vil Odense Symfoniorkester styrke sin synlighed gennem en fokuseret kommunikations- og brandingstrategi, der afspejler orkestrets kunstneriske kvalitet og lokale forankring. Vi vil udvikle nyhedsbrevet som et centralt kontaktpunkt til publikum og arbejde mere målrettet med presse og sociale medier for at øge kendskabet til orkestret.

Der måles på en procentvis stigning i følgere på digitale platforme og modtagere af nyhedsbrevet som indikatorer for øget gennemslagskraft og synlighed.

År	Følgere på SoMe	Modtagere af nyhedsbrev
2025 (Pr. 31.08.25)	13.626	7.661
2026	+10%	+45%
2027	+15%	+35%
2028	+15%	+35%

Vedtaget af bestyrelsen ved bestyrelsesmødet den 22.09.2025 og til skriftlig behandling d. 27. oktober 2025.

Underskrifter:

Lisbeth Knudsen

Lisbeth Knudsen, formand

Dorthe Lund Kaack

Dorthe Lund Kaack, næstformand

Pernille Backhausen

Pernille Backhausen

Søren Kristensen

Søren Kristensen

Ronnie Hansen

Ronnie Hansen

Søren Windell

Søren Windell, udpeget af Odense Byråd

Andreas

Andreas Møller, udpeget af Odense Byråd

Kathrin Kollecker

Kathrin Kollecker, medarbejderrepræsentant

Stinus

Stinus Christensen, medarbejderrepræsentant

Signature: 
Email: knudsenaps@gmail.com

Signature: 
Søren Windell (Nov 4, 2025 12:27:35 GMT+1)
Email: sw@odense.dk

Signature: 
Stinus Christensen (Oct 29, 2025 12:31:23 GMT+1)
Email: stinus73@hotmail.com

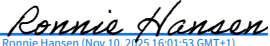
Signature: 
Pernille Beckhausen (Oct 27, 2025 17:48:23 GMT+1)
Email: pb@siriusadvokater.dk

Signature: 
Andreas Møller (Dec 4, 2025 09:48:29 GMT+1)
Email: andreas.moller@odense.dk

Signature: 
Dorthe Lund Kaack (Oct 28, 2025 22:59:51 GMT+9)
Email: dokaa@nielsen-nielsen.dk

Signature: 
Søren Kristensen (Oct 28, 2025 22:03:29 GMT+1)
Email: sk@athenas.dk

Signature: 
Kathrin Kollecker (Oct 27, 2025 13:15:12 GMT+1)
Email: kat.kollecker@gmail.com

Signature: 
Ronnie Hansen (Nov 10, 2025 16:01:53 GMT+1)
Email: ronniehansen@hotmail.com