

Motion till Riksteaterns kongress 2015

Ansvar för marknadsföringsmaterial

Bakgrund

Teaterföreningarna har hela ansvaret när de beställer en föreställning från Riksteatern. Den har oftast inte haft premiär när den säljs in till föreningarna, vilket gör att teaterföreningarnas beställningar grundar sig på ett försäljningsmaterial från scenkonstportalen eller en presentation på anbud live. Riksteatern har gjort en bra ansats med repertoarsamtal och verksamhetsplaneringar för att öka möjligheterna för teaterföreningarna att påverka utbudet. Det är ett steg i rätt riktning.

Vi vill belysa ansvarsfördelningen i förhållandet mellan Riksteatern och teaterföreningarna gällande framtagning av marknadsföringsmaterial till föreställningar. Vi vill att Riksteatern hjälper teaterföreningar i större utsträckning än i dag med att hitta rätt målgrupp för föreställningar och få mer och tydligare information om författare, dramaturg, regissör och skådespelare. Mer bakgrundsinformation om vad föreställningen handlar om och vilket budskap föreställningen vill förmedla. Mer säljande texter till publiken.

Vi föreslår:

- att Riksteatern tar fram material för sociala medier, affischer och flyers som betonar det som kan vara säljande.
- att Riksteatern utvecklar rutiner att tydligare rikta in marknadsföringen mot specifika målgrupper.

För Riksteatern Gävleborg och Riksteatern Östergötland



Malin Eidin
Ordförande Riksteatern Gävleborg