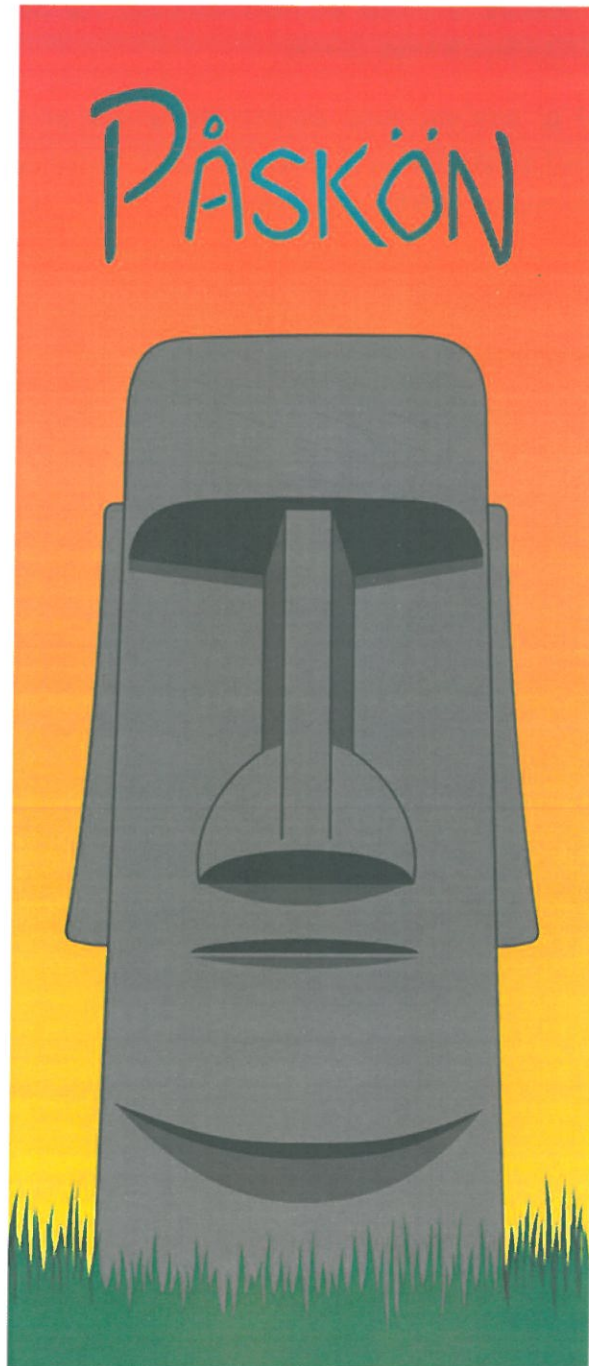


Verksamhetsberättelse

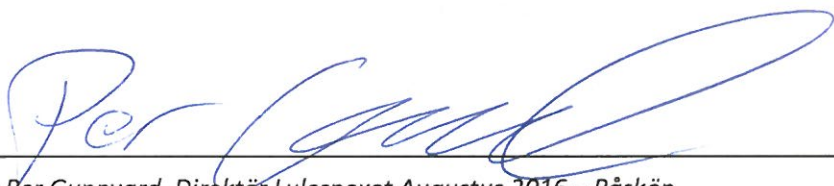
Lulespexet Augustus 2016 - Påskön



Förord

Efter ett och ett halvt år av blod, svett och tårar, men framförallt punsch, mer punsch och tårar av skratt har uppsättningen Påskön snart slutfört den nästintill melankoliska avvecklingsfasen. Det är med stolthet jag skriver denna verksamhetsberättelse, för jag tänker tillbaka på alla saker vi som uppsättningen uppnått och delat med oss av. Det har varit en av de tuffaste perioderna i mitt liv, men samtidigt har det gett mig så mycket i personlig utveckling och framförallt i nya vänner.

Vad gör då en direktör? Ja, inte ens dessa ett och ett halvt år på posten har klarlagt den frågan. En sak jag vet dock är att om en direktör ser till att omge sig av en engagerad och kreativ uppsättning spelar svaret på frågan mindre roll.



Per Gunnvard, Direktör Lulespexet Augustus 2016 – Påskön
Luleå 2016-11-28

Innehållsförteckning

1. Staben.....	1
1.1. Direktör.....	1
1.2. Staben.....	1
1.3. Två PR-ansvariga.....	2
1.4. Avhopp.....	2
2. Uppsättningen.....	3
2.1. Dansare.....	3
2.2. Ljusmästare.....	3
2.3. Teambuildingen.....	3
3. Attiraljer.....	4
3.1. Kilttyg.....	4
3.2. Punsch.....	4
3.3. Maskot.....	4
4. Manus.....	4
5. Arbetsdatum.....	5
6. PR.....	5
6.1. Samarbeten.....	5
6.1.1. Kårerna.....	6
6.1.2. Galären.....	6
6.2. Marknadsföring.....	7
6.2.1. Grafisk profil.....	7
6.2.2. Releasen.....	7
7. Premiärbanketten.....	8
8. Föreställningar.....	8
8.1. Fribiljetter.....	9
8.2. Genrep.....	9
8.3. Premiären.....	10
8.4. Kulturens hus.....	10
8.5. Busföreställningen.....	10
8.6. Turné.....	10
8.6.1. Vasa.....	11

8.6.2. Umeå	11
8.6.3. Stockholm	11
8.6.4. Busschaufför	11
8.6.5. Utrustning	11
8.7. Nolleföreställningarna	11
8.8. Slaskföreställningen.....	12
8.9. Inspelning.....	12
9. Ekonomi.....	12
9.1. Budget.....	12
9.2. Projektfonden	13
9.3. Återbetalning.....	14

1. Staben

1.1. Direktör

Staben Heureka gjorde i slutet av sitt år en tidsplan för vad de tyckte var den mest optimala arbetsgången för en uppsättning som den ser ut idag. Första steget där var att tillsätta direktören i ett väldigt tidigt skede, i alla fall en-två månader tidigare än det gjorts förut på vårmötet som brukar ligga i maj. 2015 låg vårmötet i april, på vilket Per Gunnvard valdes till direktör. Detta gav chansen att innan sommaren tillsätta en PR-ansvarig som kunde söka sponsring och en manusansvarig som kunde påbörja arbetet med manuset. Dessutom kunde potentiella stabare träffas öga mot öga för en intervju innan sommarledigheterna. I efterhand är det väldigt positivt att kunna välja direktören före maj just för att underlätta stabsrekryteringen, men även för att kunna mer lära av sittande direktör och dennes uppsättning under en väldigt viktig del i uppsättningsens verksamhet.

I och med samma vårmöte 2015 togs beslutet att styrelsen härnäst väljer direktör, inte spexmötet. Det tillåter en kontrollerad tidigareläggning av direktörsvalet, då det inte är datumet för vårmötet som styr. Direktören nominerar fortfarande sin efterträdare, och under våren 2016 nominerades Louise Sehlstedt till direktör för Augustus 2017.

1.2. Staben

Uttagning av stab påbörjades, som tidigare sagt, direkt efter vårmötet 2015. Det pågick ända fram till slutet av nollningsperioden samma höst, men i början av augusti fanns nästan en färdig stab. Alla förutom två poster fanns det intresse för hos spexare, medan Spexmästare/-mästarinna och Orkesteransvarig var svårare att hitta.

Under rekryteringsperioden fanns det ingen inom föreningen som ville ansvara för Spexmästariet, men väl utanför Lulespexet fanns det en intresserad. Som Johan Jirlén och Ylva Melin Fürst påvisade i staben i Heureka kan de som är nya för spexsammanhanget vara en frisk fläkt. Därför sågs det inte som ett problem att leta en icke-spexare till posten, speciellt till Spexmästariet som är relativt fri vad gäller nya inslag och idéer.

Eftersom direktören själv saknar musikalisk bakgrund, var det extra svårt att hitta en orkesteransvarig. Dessutom fanns det inget intresse anmält. Till slut kom ett bra tips som ledde hela vägen.

Den stab som till slut valdes ut var:

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| • Annalina Anduri Ohlsson | Kostym- och Sminkansvarig |
| • Cajsa Hägglund | Orkesteransvarig |
| • Elin Söderberg | Dekoransvarig |
| • Johan Jirlén | Manusansvarig |
| • Louise Sehlstedt | Marknadsföringsansvarig, PR |
| • Maja Edsvik | Regissör |

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| • Martin Mörtzell | Ekonomiansvarig |
| • Martina Thörn | Samarbetsansvarig, PR |
| • Pontus Hultgren | Regissör |
| • Rebecca Stridsman Möller | Spexmästarinna |

1.3. Två PR-ansvariga

Nytt för i år var två PR-ansvariga och ingen turnéansvarig. PR-ansvarig har blivit en tung post att hantera på egen hand, då en mödosam höst med sponsletande skiftas över till en mödosam vår med en hel del marknadsföring. Turnéansvaret låg fram till Karl XII under Spexmästeriet, och upplevelsen de senaste åren är att posten går på halvfart under hela året med undantag av själva turnén. Utifrån feedbacken från Heurekas direktör (Madeleine Hellberg) och Louise, som även var turnéansvarig i Heureka, slogs PR och turné ihop där två PR-ansvariga fick dela på arbetet. I år valde vi att lägga ansvaret för samarbeten (sponsring) på den ena (Martina) och marknadsföring (grafiskt material och turné) på den andra PR-ansvarige (Louise). Det innebar ett ying och yang förhållande där samarbetsansvarige hade mycket på hösten och marknadsföringsansvarige hade mycket på våren. Tanken var att de skulle avlasta den andre under den relativt lugna perioden.

Martina och Louise hade varsin utföranderoll, med samarbete resp. marknadsföring/turné. PR som grupp hjälptes åt över "gränsen" där det behövdes, medan Martina och Louise utförde sitt respektive ansvar inåt, gruppen sett, och utåt, uppsättningen/utomstående sett. Till skillnad från regissörerna, som jobbade mer som en tydlig duo med sitt delade ansvar.

Omstruktureringen fick det resultatet som vi hoppades på, d.v.s. att PR-ansvaret skulle avlastas medan Turnéansvarige fick en större roll. Trots gemensam arbetserfarenhet av posterna saknades en erfarenhet av arbetsfördelningen, vilket resulterade i att avlastning mellan dem båda inte flöt på som tänkt. De båda regissörerna gjorde därför en mindre överlämning om hur samarbetet fungerar med två stabare på samma, eller liknande, post. Med det i baktanke finns det stor potential i en PR-duo.

1.4. Avhopp

Tyvärr var Rebecca tvungen att kliva av sin post som Spexmästarinna i februari. Vi i staben resonerade att det var för sent in på året för att tillsätta en ny Spexmästarinna, speciellt då intresset av posten varit lågt inom förening. Därför tog direktören över den rollen resten av tiden.

2. Uppsättningen

Totalt 55 personer anslöt sig till uppsättningen Påskön. Till teambuildingen hade 52 av 55 uppsättare betalt sitt föreningsmedlemskap, tack vare att det tidigt gick ut tydlig information om varför den skulle betalas.

Under året hoppade sångcoachen och två i Spexmästeriet av (inklusive Spexmästarinnan). Elvira Bergklint, manusgruppen, tog sångcoachrollen. Ingen nyrekrytering skedde i Spexmästeriet.

2.1. Dansare

I linje med trenden från Heureka och Alcatraz togs det även med dansare detta år. Rollen blev aningen större i år än tidigare år, då det passade in i storyn, vilket gav bra dynamik även om det inte fanns några repliker. I övrigt

2.2. Ljusbästare

Då Tore Jakobsson gick i pension i och med Heureka tog Mattias "Gizmo" Gimbergsson över som försteman vid ljusbordet. Vi ville ha en andreljusman också, och hittade en i Fredrik Wirström. Annat än en titt av Tore under ett genomdrag var de två självgående och höll ljusspelet kvar på en hög nivå. Gizmo gjorde sitt tionde och sista uppsättningsår och fortsatt ljusbästari måste lösas därefter.

2.3. Teambuildingen

Den 13-15 november teambuildade hela uppsättningen på bygdegården i Södra Bredåker, då bygdegården i Sundom var uppbokat den helgen. I Södra Bredåker fanns bättre omklädningsrum och något större bastu, medan köket inte var lika välutrustat.

Nytt för i år var att tre gamla direktörer lagade all mat; Johan "Kekke" Albihn, Ida Edskär och Anders "Andes" Ragnarsson. Baktanken de hade var att låta uppsättningen teambuilda så mycket som möjligt, då det annars alltid är några som fixar med mat, och att inspirera de nyare spexarna att hänga kvar i föreningen som kadaver. Det var ett lyckat inslag och något som förhoppningsvis lever kvar, då det skapar mer "vi"-känsla i föreningen.

3. Attiraljer

3.1. Kilttyg

Kilttyg valdes alldeles i början på sommaren. Direktör och KoS-ansvarig enades om ett lila tyg, och efter några veckors letande påfanns ett passande tyg. Tartanen heter "Warrior". Direktörsplagget, väst med fluga och frackbyxor, var inspirerat av direktör Madeleine "The Mad" Hellbergs byxdress i Heureka.

3.2. Punsch

Under punschprovningen hösten 2015 valdes den hemmagjorda äppelkanelpunschen, efter Martin Mörtsells recept, till årets bästa punsch. Självklart valdes den också till huvudpunsch för uppsättningen Påskön. Punschsreceptet består av arrakssprit, äppelmust, vodka och kanel.

Då vi 2014 fick beslutet av LTU att ingen alkohol får förtäras i eller i anslutning till Aulan, innebar det en tankeställare kring om i vilken form punsch kunde serveras i pausen. Spexmästeriet använde Martins recept som grund och blandade till en alkoholfri punsch på arraksextrakt, äppelmust och kanel, och serverade den i pauserna. Det var uppskattades av äldre uppsättare som var med före regeländringen, men även av de nyare uppsättningarna.

3.3. Maskot

Under sommaren 2015 valdes en maskot ut. Eftersom temat var Påskön valdes en virkad skvader. Det är ett mytologiskt djur med framdelen av en skogshare och bakdelen av en tjäder, vilket kan symbolisera påsken med Påskharen och kycklingar. Skvadern är också det inofficiella landskapsdjuret för Medelpad, direktörens hemtrakter.

4. Manus

Direktör och manusansvarig tog i slutet av maj ut ett flertal intressanta synopser som skickats in under åren. Därefter gjordes en omröstning kring dessa tillsammans med resten av manusgruppen, och valet föll på Påskön vars synopsis endast bestod av titeln. Även om omröstningen var väldigt jämn var den allmänna uppfattningen att Påsköns mystik skulle öppna upp för fria tyglar, och var därför ett väldigt intressant tema.

5. Arbetsdatum

I ett försök att tidigarelägga produktionen, i syfte att hitta en bättre arbetstakt över hela året, lades två arbetssöndager till innan jul. Det vi uppfattade var att manus måste vara klart innan den första arbetssöndagen för att grupper som dekor och kostym och smink ska kunna börja arbeta. Men hela idén med att tidigarelägga arbetet var sund.

Datum	
29 november	
6 december	
17 januari	
30-31 januari	Arbetshelg 1
7 februari	
14 februari	
20-21 februari	Arbetshelg 2
28 februari	
5-6 mars	Arbetshelg 3
13 mars	
25-27 mars	Arbetshelg 4, Påsk
2 april	
9 april	

6. PR

6.1. Samarbeten

I år fick vi följande samarbetspartners med avtalad sponsring:

- | | |
|------------------------|---|
| • LTU | nyttja Aula Aurora gratis |
| • Studieförbundet | 15 000kr |
| • Luleå kommun | 8 000kr + 100 företagsbiljetter |
| • SSAB | 8 000kr |
| • Lindbäcks | 8 000kr |
| • Teknologkåren | 8 000kr |
| • Luleå studentkår | 8 000kr |
| • Samljus | rabatter |
| • Uni:k | kaffe/te och kakor till föreställningarna |
| • Evas underkläder | 5 000kr presentkort |
| • Nordsjö Idé & Design | 4 000kr presentkort |
| • Johan & Nyström | kaffe och te |
| • Stil | nyttja spegelsalen |

Dessutom fick vi ett "Snabba ryck"-bidrag på 5 000kr. Det gjorde att vi fick 1 000kr mer än i Heureka, men under budget.

Vi dubblade sponspaketen från Heureka för att ge ett seriösare intryck sett till vad vi kan ge tillbaka. Sett till paketen tappade vi från ett högre paket till ett lägre (t.ex. LS som gick från Silver till Brons), men inte sett till vad vi fick in. SSAB gjorde mindre satsning i år, och tog bort företagsbiljetterna för 6,000kr från Heureka.

Sponspaket	2015	2016
Föreställningspartner	12 000,00 kr	24 000,00 kr
Guldpaket	8 000,00 kr	16 000,00 kr
Silverpaket	6 000,00 kr	12 000,00 kr
Bronspaket	4 000,00 kr	8 000,00 kr

6.1.1. Kårerna

Till skillnad från tidigare år skedde dialogen med TKL, LS och Nolleperiodgruppen gemensamt med TKL och LS. Ett avtal skrevs på för alla tre parter. Det var betydligt smidigare att ta all diskussion tillsammans än att sluta tre separata avtal.

De senaste åren har kårstyrelserna (avgående och kommande) fått biljetter till spexet (ej premiär). I år ville de lyfta ut det som kårabatter på föreställningsbiljetterna. Vi kom överens om att Lulespexet skulle stå för de första 60 kårabatterna, som var satt till 50kr/biljett, då det innebar samma kostnad som 20 fribiljetter per kår. Dock innebar det en direkt förlust på 6 000kr, då 40 fribiljetter fyller ut en föreställning som inte är fullsatt och kårabatter dras oavsett. Dock utnyttjade bara 53 LS-medlemmar kårabatten, vilket minskade förlusten med 350kr. Staben 2017 har fått detta i sin överlämning, så de kan undvika samma misstag.

Totalt antal kårbiljetter:

- LS 53st
- TKL 182st

Likt föregående år köpte kårerna tre föreställningar under veckan efter nollningsperioden för 30 000kr totalt. Eftersläpp av biljetter skedde 15min innan ridå.

6.1.2. Galären

I Karl XII gick Galären in och sponsrade spexet med en klumpsumma mot reklam samt 100 företagsbiljetter. Det är inte alla år som samtliga 100 biljetter delats ut, och i Heureka fick Galären bara ut hälften till sina kunder. Dem valde därför att inte fortsätta samarbetet detta år, vilket lämnade ett stort hål på 28 000kr i budgeten.

6.2. Marknadsföring

Den huvudsakliga marknadsföringen skedde via Lulespexets facebookside. Genom avtalet med kårerna nådde vi ut genom kårutskick angående föreställningar och kårabatt. Affischer sattes upp runtom på campus och i Luleå centrum. En mindre hemsida med info om föreställningarna lades upp i förgrunden till www.lulespexet.se

Inför releasen gjordes en releasefilm med en teaser om vad temat Påskön innebär. Även en trailer gjordes om karaktärerna, då vi ansåg releasen passade bra inför premiären men

Under turnén i Umeå gick vi ut i centrum och bjöd in folk att se vår föreställning senare under kvällen.

Föreningen beställde en ny banderoll strax före premiären, men leverantören tappade bort ordern och vi fick den först under sommaren. Dock hängdes den upp strax före och efter nollningsperioden mellan B- och E-huset.

6.2.1. Grafisk profil

Målet under året var att ha en tydlig grafisk profil i marknadsföringen, som även kopplades till kostym, smink och dekor. Grafikerna satte upp en stark grund som de plockade av till affischer etc. Kostym och smink samarbetade med Dekor för att få fram den gemensamma profilen på bästa sätt, och valde att ha livligare färger på kostymerna än dekoren för att ensemblen skulle stå ut mer.

6.2.2. Releasen

Inför releasen den 1 april anordnade vi den sedvanliga tävlingen där vi la upp ledtrådar om temat på Lulespexets facebookside. Den 1 april släppte vi temat i Ljugården med en kort releasefilm, påskgodis/kaffe och presentation av karaktärerna. Vi satt även och sålde biljetter. För att inte störa de som satt och pluggade valde vi att inte störta in och tjoa och tjimma, utan att skapa intresse genom att stå där under längre tid (11-14) och ha korta inslag.

Den 2 april åkte vi in till centrum och Vetenskapens hus. Likt i Heureka presenterade vi föreningen och våra traditioner, samt en manusstuga. P.g.a. att vi inte gjorde stenhård marknadsföring alldeles utanför Vetenskapens hus under dagen rann det in väldigt lite folk. Det skulle även gå att inkludera det på affischer.

7. Premiärbanketten

Kadaverlunchen anordnades av Madeleine Hellberg och Ida Strålberg i samlingslokalen på Docentvägen. Uppslutningen var bra och kadavren kom till premiärföreställningen med ett gott humör.

Premiärbanketten började med mingel i Galleri Aurora under tiden uppsättningen gjorde sig iordning efter föreställningen. Marcus Ekman, fotograf, var på plats med kamera och tog mingel- och gruppafoton. Banketten i sig hölls i Centrumrestaurangen för 127 gäster. Embla stod för underhållningen under middagen och då Luhrarne inte hade möjlighet att spela anlidade vi Kadöders, ett kadaverband bestående av Anders "Andes" Ragnarsson, Marcus "Mackan" Eitzenberger, Robin "Sovjet" Björch, Anton Backe och Per "Baby Face" Grundtman. Mycket lyckad spelning av Kadöders!

Då TB hade hunnit stängas p.g.a. brandsäkerhet hölls ingen vickning efter banketten.

8. Föreställningar

Sammanställning av samtliga repetitioner:

Datum	
9 februari	Regiuppspelning akt 1
11 februari	Regiuppspelning akt 2
3 april	Genomdrag 1
10 april	Genomdrag 2
17 april	Skenrep
21 april	Genrep
28 augusti	Genrep (inför nolleföreställningarna)

Sammanställning av samtliga föreställningar och antalet biljetter sålda samt besökare (exklusive LTU fribiljetter). Publikantalet för Kulturens hus är vanliga biljetter plus antalet utnyttjade företagsbiljetter. Det verkliga antalet under nolle-p är med phösare och nollor inräknat.

Lista över föreställningarna:

Föreställning		Vanliga biljetter	Företagsbiljetter	Publikantal
23 april	Aula Aurora	188		
27 april	Kulturens Hus	27	100	ca 70
2 maj	Ritz, Vasa	60		
4 maj	Sagateatern, Umeå	15		
5 maj	Dieselverkstaden, Stockholm	130		
21 maj	Aula Aurora	80		
27 maj	Aula Aurora (Bus)	107		
30 aug	Aula Aurora (Nolle-P)	49		ca 300
31 sep	Aula Aurora (Nolle-P)	28		ca 220
1 sep	Aula Aurora (Nolle-P)	16		ca 250
3 sep	Aula Aurora (Slask)	37		
Totalt		532	100	ca 1410
Budgeterat		595	230	ca 1600

Sett över året var publikantalet lägre än förväntat. Alcatraz användes som underlag, då Heureka hade 25-årsjubiléum som påverkade i alla fall premiären väldigt positivt, men utvecklingen åren emellan är nedåtgående. I år tappade vi de vanligtvis 100 företagsbiljetterna till Kulturens hus från Galären. Vi tappade även publik på föreställningarna i Aula Aurora under våren (totalt 95 biljetter under budget), trots att minst lika mycket marknadsföring gjorts. På hösten sålde vi mer biljetter än budgeterat under nolleföreställningarna, plus slaskföreställningen. Totalt landade vi 37 125kr under budget på föreställningsbiljetter.

8.1. Fribiljetter

Som tack gav vi bort fribiljetter till ett flertal icke-uppsättare som hjälpte oss med t.ex. manuskonsultande och låtskrivning. Även detta år i rad har gratishyran av Aula Aurora "betalats" med fribiljetter till de av LTUs personal som vill gå.

8.2. Genrep

Till genrepet lyckades vi få en reporter från både Norrbottens Kuriren och NSD. De gjorde varsin artikel på hemsidorna och filmade en bit av första akten. Förhoppningen var att få dit våra samarbetspartners, men vi fick återbud från samtliga förutom NPG. Rent allmänt var det ändå ett lyckat genrep.

8.3. Premiären

Efter Heurekas fullsatta läktare var förhoppningen att vi även i år skulle nå över 200 sålda biljetter. Tyvärr landade vi strax under på 188st, trots samma marknadsföring.

8.4. Kulturens hus

Luleå kommun köpte 100 företagsbiljetter, men då Galären valde att inte fortsätta samarbetet saknades 100 biljetter till Kulturens hus. 27 övriga biljetter såldes och totalt sett var ca 70 personer på plats. I en sal som Stora salen på Kulturens hus är det en till synes väldigt liten publik, och det märkes tyvärr också under föreställningen. Till Augustus 2017 är det lagt som förslag att flytta föreställningen till Norrbottensteatern, då det i dagsläget är svårt att få publik till Kulturens hus.

Som en del av avtalet med LTU gällande lokalhyra anordnade vi ett mingel innan ridån. Trots att vi var ute i god tid var uppslutningen väldigt dålig, med bara sex personer närvarande. Det beror på att inbjudan gick ut till ett betydligt färre antal av personalen än innan.

8.5. Busföreställningen

Enligt traditionen tillät vi bus under sista föreställningen innan sommaren. Hela produktionen levererade en hel hög med kreativa bus. Dock planerade vi dåligt och majoriteten av busen hamnade i första akten, vilket ledde till att föreställningen tappade tempo bitvis. Det är något som har lagts till i överlämningen till Staben 2017.

8.6. Turné

Följande är ett schema på turnén:

Datum	
1 maj	Buss mot Vasa. Såg Wasaspexets föreställning Moder Teresa. Övernattning på en hembygsgård i Vasa.
2 maj	Föreställning på Ritz. Fest med wasaspexarna. Övernattning på hembygdsgården.
3 maj	Dag i Vasa med wasaspexarna. Sen färja till Umeå. Övernattning på Sagateatern.
4 maj	Föreställning på Sagateatern. Buss till Stockholm över natten.
5 maj	Föreställning på Dieselverkstaden. Övernattning i Älvsjös scoutstuga.
6 maj	Heldag i Stockholm. Bowling på kvällen plus fri nattlig aktivitet. Övernattning i Älvsjös scoutstuga.
7 maj	Hemresa

8.6.1. Vasa

För en gångs skull fick vi spela för varandra på ett besök! Till skillnad från i Drottning Kristina var uppslutningen hos wasaspexarna väldigt bra, även dagen efter festen, så det ser ut som vi har fått en nytändning av relationen.

8.6.2. Umeå

På kvällen den 3 maj tog vi färja mot Umeå och var på plats vid Sagateatern framåt natten. Vi fick lov att övernatta inne på teatern och slapp därför sova i bussen.

Föreställningen liknade den i Alcatraz, d.v.s dålig lokal uppslutning. Tyvärr hade Umespexen bokat upp sig samma kväll för genrep, trots att vi varit i kontakt med dem sex månader innan. Publiken som kom var fantastisk som vanligt, men det är långt ifrån lönsamt att åka till Umeå utan hjälp från de lokala spexen.

8.6.3. Stockholm

En målsättning med turnén var att få en sittning med de lokala spexen i Stockholm. I Heureka var det dålig uppslutning, och både vi och Kårspexet ville ha ändring på det till den turnén. Kårspexet planerade en sittning men uppslutningen var på förhand ännu sämre, samt att kostnaden översteg vår budget, så vi avböjde och åkte och bowlade istället. Då det varit en snackis hela året var vi missnöjda med utgången av planerandet, men hoppas att vi ändå kan få relationer med Stockholmspexen i framtiden.

Publiken på Dieselverkstaden slog rekord i antal besökare. Otroligt kul och plåster på såret efter Umeå.

8.6.4. Busschaufför

Våra busschaufförer under turnén var Gizmo och Madeleine Medin, kompis till Gizmo och Ulrica Hermansson. Allt flöt på väldigt bra och vi kom t.o.m. till Dieselverkstaden tidigt på morgonen efter en sen avresa från Umeå kvällen därpå.

8.6.5. Utrustning

Då Tore inte längre följer med på turnén och kan låna med sig utrustningen i Aula Aurora, var vi tvungna att teckna ett låneavtal med LTU.

8.7. Nolleföreställningarna

Den 30 augusti, 31 augusti och 1 september spelade vi upp Påskön för de nyblivna studenterna och phösarna. Första föreställningen var väldigt stökig, sett till publikens omstarter, medan de andra två höll ett bra mått. Något som visade sig vara svårt var att hålla kvar phösarna efter pausen, då de flesta gick.

8.8. Slaskföreställningen

Det har visat sig under de senaste åren att det finns ett intresse bland andra än nollor och phösare att gå och se nolleföreställningarna. Då eftersläpp av biljetter sker 15min innan ridå, får det inte plats så många övriga studenter. I ett försök att garantera en föreställning, samtidigt som fler skulle kunna se oss, spelade vi upp en ytterligare föreställning den 3 september. Eftersom det var första året visste vi att publiken skulle vara liten, men det dök ändå upp 37 personer vilket ska anses lyckat då föreställningen inte kostade annat än batterier och smink.

Konceptet "slaskföreställning" kommer närmast från spexen i Umeå, men används bland annat av Kårspexet. Det är motsvarigheten till vår busföreställning, men eftersom det var Påsköns sista föreställning ville vi öppna upp för möjligheten att saker får gå sönder istället för att busa. Ensemblen hade som direktiv att göra en vanlig föreställning, men att inte vara tvungna att vara lika försiktiga som vanligt med dekor och kostymer. Det är dock väldigt nytt att vi tillåter saker gå sönder, så ensemblen var lika försiktiga som vanligt denna gång.

8.9. Inspelning

Intresset att filma och redigera till en summa vi kunde ha råd med var lågt, därför beslutades att lösa det på egen hand. Student TVs kamera lånades in och direktör tillsammans med manusansvarige filmade de två sista nolleföreställningarna och slaskföreställningen. Filmningen skedde ur en statisk vinkel på hela scenen då nyttan med en följekamera kostar otroligt mycket mer tid. Direktören klipper sedan ihop filmerna till en DVD eller liknande.

Föreningen köpte in en Zoom, en ljudinspelare med betydligt högre ljudkvalitet än ljudbordet eller kameramikrofon. Det kan konstateras att ljudkvaliteten är väldigt bra, då ensemble, publik och orkestern hörs tydligt och med bra balans.

9. Ekonomi

9.1. Budget

Ett tillvägagångssätt som visat sig fungera bra för uppsättningen som projekt är att budgetera en nollbudget med aningen pessimistiska publiksiffror. Intäkter och kostnader tar ut varandra sånär som på ett litet positivt resultat som trygghet. Det är svårt att veta hur biljettintäkterna fluktuerar år för år, och i år landade den verkliga publiksiffran tyvärr under budgeten med 95 sålda biljetter som nämnts tidigare. Vi såg till att strama åt utgifterna för att nå ett plus resultat, vilket vi lyckades med råge då resultatet blev 24 740,22kr plus. I skrivande stund är har vi ej fått besked om STIM-avgiften, men förväntar oss att den hamnar inom rimliga gränser av budgeten.

9.2. Projektfonden

På vårkanten var vi osäkra på om turnén skulle vara genomförbar i den utsträckning vi planerat, d.v.s. resa genom Finland och träffa Wasaspexet. Det var de 28 000kr utebliven sponsring från Galären (bronspaket plus 100 företagsbiljetter) som saknades i budgeten. Att inkludera Finland i resplanen skulle innebära en budgeterad förlust på nästan 16 700kr, vilket visas i budgetutdraget nedan. Styrelsen beslutade att bidra med 16,700kr från projektfonden för att vi skulle kunna upprätthålla kontakten med Wasaspexet, och samtidigt ha en ekonomisk trygghet. Utan en resa via Finland var det budgeterade resultatet -1,194.42kr, men det hade varit betydligt lättare att hitta poster att dra in på med ett sådant resultat.

Utfallet av turnén slutade med resultat på 9 027,01kr över budget (ej inkluderat bidraget). Det berodde på att intäkterna från föreställningarna var 6 782,91kr högre än budgeterat och att fler åkte med på turnén. Nedan redovisas turnébudgeten vid ansökningstillfället, med och utan Finland som resmål, och det faktiska utfallet.

Turnébudget 2016	Exkl Finland	Inkl Finland	Utfall	Skillnad
INTÄKTER				
Turnéavgift	28 000,00 kr	28 000,00 kr	31 500,00 kr	3 500,00 kr
Biljettintäkter				
Stockholm	12 000,00 kr	12 000,00 kr	20 850,00 kr	8 850,00 kr
Biljettintäkter Umeå	7 000,00 kr	7 000,00 kr	2 400,00 kr	-4 600,00 kr
Biljettintäkter Vasa	0,00 kr	0,00 kr	1 562,03 kr	1 562,03 kr
Försäljning	1 500,00 kr	1 500,00 kr	2 470,88 kr	970,88 kr
Projektfonden	0,00 kr	0,00 kr	16 700,00 kr	16 700,00 kr
Summa intäkter	48 500,00 kr	48 500,00 kr	75 482,91 kr	26 982,91 kr
KOSTNADER				
Busskostnad	35 000,00 kr	35 000,00 kr	38 000,00 kr	3 000,00 kr
Busschaufför	10 000,00 kr	10 000,00 kr	13 162,00 kr	3 162,00 kr
Färja Vasa-Umeå	0,00 kr	11 500,00 kr	14 044,00 kr	2 544,00 kr
Scenhyra Stockholm	10 000,00 kr	10 000,00 kr	10 000,00 kr	0,00 kr
Scenhyra Umeå	6 500,00 kr	6 500,00 kr	6 875,00 kr	375,00 kr
Boende Stockholm	1 000,00 kr	1 000,00 kr	1 500,00 kr	500,00 kr
Boende Umeå	1 000,00 kr	1 000,00 kr	0,00 kr	-1 000,00 kr
Boende Vasa	0,00 kr	4 000,00 kr	4 509,39 kr	509,39 kr
Mat färja	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr
Turnémat	9 000,00 kr	9 000,00 kr	2 163,51 kr	-6 836,49 kr
Aktivitet	1 000,00 kr	1 000,00 kr	0,00 kr	-1 000,00 kr
Summa kostnader	73 500,00 kr	89 000,00 kr	90 253,90 kr	1 253,90 kr
Resultat	-25 000,00 kr	-40 500,00 kr	-14 770,99 kr	25 729,01 kr
Resultat Augustus 2016	-1 194,42 kr	-16 694,42 kr		

9.3. Återbetalning

Seden brukar vara att en del av vinsten går till att betala tillbaka en del av uppsättningens nästinintill obligatoriska utgifter, d.v.s turné- och teambuildingavgift. Preliminärt resultat för Påskön är 24 740,22kr. Av dessa betalar vi tillbaka hälften av turnéavgiften, 350kr/person eller totalt 15 750kr, till de 45 uppsättare som åkte på turné. De resterande 8 990,22kr går tillbaka till föreningen för att förslagsvis fylla på projektfonden.