



Bakgrundsinformation om  
**Svenska Kammarorkestern**



# Om Svenska Kammarorkestern

I år firar Svenska Kammarorkestern 20 år. Kammarorkestern bildades 1995 i Örebro och tog namnet Svenska Kammarorkestern med ambitionen att bli just Sveriges bästa. Hösten 1997 blev Thomas Dausgaard chefsdirigent och det är han fortfarande. Han satte en krävande och ambitiös plan i verket: Att spela in alla Beethovens orkesterverk. Det var under de inspelningarna som orkestern hittade sitt unika tonspråk och "sound" – det är många som blir överraskade av att en så pass liten ensemble (38 personer) kan spela så att det låter som en hel symfoniorkester.

Sedan 2004 har orkestern, med Thomas Dausgaard i spetsen, regelbundet turnerat världen över med hyllande recensioner med sig hem i bagaget. Listan över platser de har spelat på kan göras lång: Japan, USA, Storbritannien, Tyskland, Österrike och Frankrike är bara några av dem. Och scenerna har varit några de mest kända som BBC Proms i London, Lincoln Center och Salzburg International Festival.

Det långsiktiga samarbetet med Dausgaard har lett till en allt bredare repertoar med inspelningar av kompositörer som Schumann, Schubert, Brahms, Bruckner, Tjajkovskij, Dvorak och Wagner. Det nära samarbetet med tonsättare som H K Gruber och Brett Dean har gjort orkestern till en av de mest ambitiösa samtidsensemblerna i Europa. Och det intensiva samarbetet med Andrew Manze har befäst orkesterns trygghet i barocken och klassicismen.

Svenska Kammarorkestern varumärkeslöfte är: Vi ger dig upplevelser i världsklass. Deras värdegrund består av orden kreativitet, passion och professionalism. Värdeorden ska genomsyra allt i verksamheten, både internt och externt.

Visionen är att vara en värdefull del av Örebro och en representant för Sverige. Svenska Kammarorkestern ska spela för fulla hus, vara en mötesplats för företag och bäst i landet på barn- och ungdomsverksamhet.

En kammarorkester består av 18–38 musiker. Gemene man kan oftast inte definiera vad en kammarorkester är och vad man kan förvänta sig av den. Fler brukar veta vad man kan förvänta sig av en symfoniorkester – många musiker och en maffig konsert. Svenska Kammarorkestern, med sina cirka 38 musiker, spelar verk som de knappt borde klara av att spela på så få musiker. Det ger varje musiker och dirigent en stor utmaning – de måste alltid göra sitt absolut yttersta för att det ska fungera. I Svenska Kammarorkestern är man som musiker en stor del i en mindre orkester, istället för en liten del i en stor orkester. Det, i samband med att Thomas Dausgaard varit chefsdirigent och utvecklat kammarorkestern sedan 1997, gör dem unika och internationellt erkända. Musikerna är otroligt samspelade och litar på varandra. Det är deras identitet.

Svenska Kammarorkestern har flera målgrupper:

- **Örebroare** som ska känna till kammarorkestern och uppskatta att gå på deras konserter.
- **Politiker** ska använda Svenska Kammarorkestern som ett verktyg nationellt och internationellt.
- **Kommunala tjänstemän och näringslivet** ska se nyttan med kammarorkestern som en mötesplats för kunder och för personalaktiviteter.
- **Dirigenter och solister** som besöker Svenska Kammarorkestern ska bli ambassadörer och sprida ordet om kammarorkestern runt om i världen.
- **Musiker i Svenska Kammarorkestern och andra medarbetare** ska vara stolta budbärare av varumärket.

Svenska Kammarorkestern har ett antal framgångsområden som de ska agera inom för att utveckla sin verksamhet. Här är några exempel (ha dem gärna i åtanke när ni planerar kampanjen):

## Konserterna

Hur kan vi skapa mervärde runt konserterna – förutom det rent musikaliska. Tidigare har vi pratat om att kunna erbjuda en bättre lokal och i december öppnar ju det nya konsert-uset! Vad blir nästa steg?

## Programmet

Hur ska Svenska Kammarorkesterns spelprogram se ut för att attrahera målgrupperna? Det gäller både musiken och vilka dagar och tider konserter är.

## Sponsorer

Det är viktigt att näringslivet ser och förstår vilka möjligheter det följer med att ha en kammarorkester av världsklass i Örebroregionen.

## Lojalitet och nya besökare

Självklart vill vi att de besökare som finns idag ska komma tillbaka år efter år – därför kan de abonnera på Svenska Kammarorkesterns konserter och andra aktiviteter anordnas. Abonnenterna ska bli ambassadörer. Dessutom marknadsförs Svenska Kammarorkestern för att få nya besökare – främst lokalt i dagspress, på webben och i mer omfattande kampanjer.

Och här har vi Svenska Kammarorkestern.



Thomas Dausgaard är chefsdirigent för Svenska Kammarorkestern.

## Svenska Kammarorkesterns varumärkesresa



# Om hemmaarenan Örebro Konserthus

Örebro Konserthus är Svenska Kammarorkesterns hemmaarena. Här har musikerna sin arbetsplats, här repeterar de tillsammans och här har de sina konserter för örebroarna. Så är det vanligtvis – men just nu är det lite speciellt. Hela Örebro Konserthus håller på att renoveras och byggs om så fram till december 2015 spelar Svenska Kammarorkestern sina konserter på Hjalmar Bergman-teatern. Under det här spelåret (våren 2015/hösten 2016) kommer orkestern alltså börja med att spela på Hjalmar Bergman-teatern för att ungefär i halvtid flytta tillbaka till ett helt nytt konserthus.



Det nya konserthuset kommer ha en större och bättre konsertsal, fler utrymmen för musik och ett café som har öppet även när det inte är konserter. Det kommer finnas gott om plats för musikaliska möten. Och så kommer det vara väldigt fräscht och fint också, förstås. I konserthuset kan man förutom att lyssna på Svenska Kammarorkestern också gå på andra konserter, standup, barnföreläsningar och olika ungdomsevenemang.

*Så här kommer Örebro Konserthus att se ut när renoveringen är klar.*

## Om abonnemangen

Att ha ett abonnemang innebär att man köper flera konserter till ett paketpris. Under jubileumsspelåret lanserar Svenska Kammarorkestern ett helt nytt upplägg för sina konsertserier. Numera kan man välja att abonnera på fyra olika konsertserier, som spelas på fyra olika dagar. Serierna har fått nya namn och kallas numera för den dag de spelas på och tidpunkten då konserterna börjar.

Till spelåret 2014/2015 sålde Svenska Kammarorkestern cirka 900 abonnemang och 2013/2014 låg siffran på cirka 1 100.

Abonnemangen för jubileumsspelåret 2015/2016 är:

**ONSDAG:18** innehåller fyra konserter som börjar klockan 18.00 och är cirka en timme långa (ingen paus).

**TORSDAG:19** innehåller åtta konserter som börjar klockan 19.00 och är runt två timmar långa med paus.

**FREDAG:18** innehåller sex konserter som börjar klockan 18.00 och är en timme långa (ingen paus).

**LÖRDAG:15** innehåller åtta konserter som börjar klockan 15.00 och är runt två timmar långa med paus.

Det här är en bra början – men visst finns det massor av mer att läsa om Svenska Kammarorkestern och Örebro Konserthus. Fortsätt gärna att läsa mer på webben.