



KILDEN

NPU 30.mai

Janneke Aulie, Kilden teater og konserthus

Kilden teater og konserthus består av

- Kristiansand Symfoniorkester
- Kilden Teater
- Kilden Opera
- Kilden Kultur



Strategiske hovedmål 2020-25:

1. Kilden skal være kjent for unike produksjoner på tvers av kunstformer
 - a. Markedsmål: Vi skal bruke kunnskapsbaserte metoder for å få flest mulig publikummere til å oppleve Kildens unike produksjoner
2. Kilden skal bety noe for befolkningen på Agder. Vi skal møte folk der de er – og vi skal ønske flere velkommen inn i Kilden
 - a. Markedsmål 1: Vi skal øke Kildens synlighet i hele Agder
 - b. Markedsmål 2: Vi skal øke andel kunder fra Agder utenfor Kristiansand



Personas-galleri

Sjeldent

0-1 Kildenbesøk i året.

Disse personaene har ingen eller svært få besøk i Kilden. Kilden er sjelden på radaren deres. Utgjør ca 60% av befolkningen på Agder, og fordeles slik: 53% menn – 47% kvinner.

Av og til

Kilden er én av mange aktiviteter for disse personasene. De besøker Kilden typisk 2-4 ganger i året. Denne gruppen utgjør ca 30% av befolkningen på Agder, og fordeles slik: 46% menn – 54% kvinner.

Ofte

Kulturopplevelser er viktig for disse personasene, og de er godt kjent i Kilden. De oppsøker programmet på eget initiativ, og besøker Kilden minst 5 ganger i året. Utgjør ca 6% av befolkningen på Agder. Av de som går ofte, er nesten 70% kvinner.



“Travle” Tina 46 år



“Jeg trenger et pusterom med sosiale opplevelser, så ikke livet bare består av hverdagsrush og logistikk”

Tina representerer ca 28% av aldersgruppen 45-59 (både menn og kvinner, men flest kvinner).

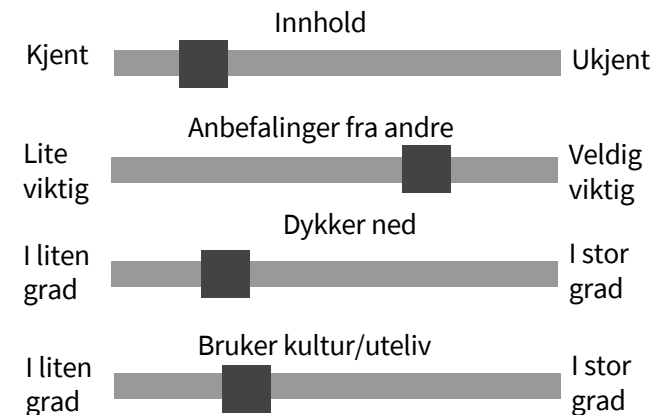
Det tilsvarer 7% av befolkningen på Agder.

2 - 4 Kildenbesøk i året

Profil

- Bor i enebolig på Justneshalvøya
- Samboer med 2 barn (12 og 14 år)
- Jobber i Agder Energi
- **Avbrekk fra hverdagen er det viktigste**

Målgruppetrekk



Tina og Kilden

- Tina liker Kilden godt, men **skulle ønske hun brukte tilbudene mer.**
- Hun får ofte ikke med seg arrangement før det er for sent, eller at det er utsolgt.
- **Tina kunne tenke seg å gå på ukjent innhold, men tar ingen risiko når hun først får mulighet til å dra.**
- Hun har et sosialt behov når hun skal finne på noe annet enn å være hjemme.

Hvordan treffe Tina

- Tina er avhengig av å få informasjon direkte/ opp i newsfeed på Facebook og Instagram, og stadige påminnelser.
- **Hun må oppmuntres til å se kunst og kultur som en sosial aktivitet**, men er likevel positiv innstilt til Kilden.
- Det må gjøres det enkelt for henne å ta et valg: Hun må skjønne innholdet kjøpt og forstå hvorfor hun bør dra.
- Tina liker strømlinjeformede opplevelser - “alt i en pakke”, f.eks å kunne reservere vin og mat på forhånd.

Personaene viste seg å matche bra med Cultural Segments

Høy kvalitet

Fellesskap

Nytt og spennende

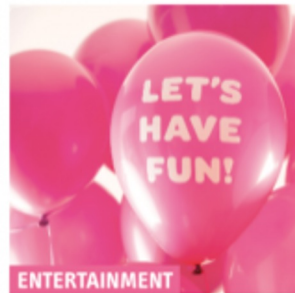
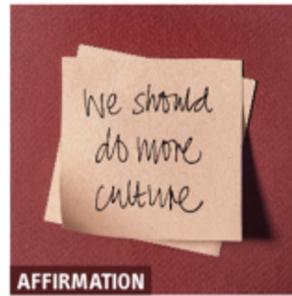
Kvalitetstid

Historisk sus

Perspektiv

Avkobling

Populært



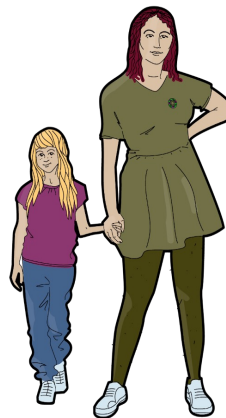
Opplever selv at de gjenkjenner høy kvalitet, og kan selv bestemme om dette er av høy kvalitet.



Liker aktiviteter som hjelper dem å komme i kontakt med og dele erfaringer med andre.



Elsker eventyr og leve i øyeblikket. Klar over hvordan de oppfattes av andre (image). Oppdage selv!



Opptatt av hva som er riktig å gjøre. Barna bør oppleve kultur



Etablerte smaker og vaner og vet hva hun vil like. Tradisjonelle opplevelser som ikke noen "har tuklet med"



Har funnet "sin greie" og er fornøyd med det.

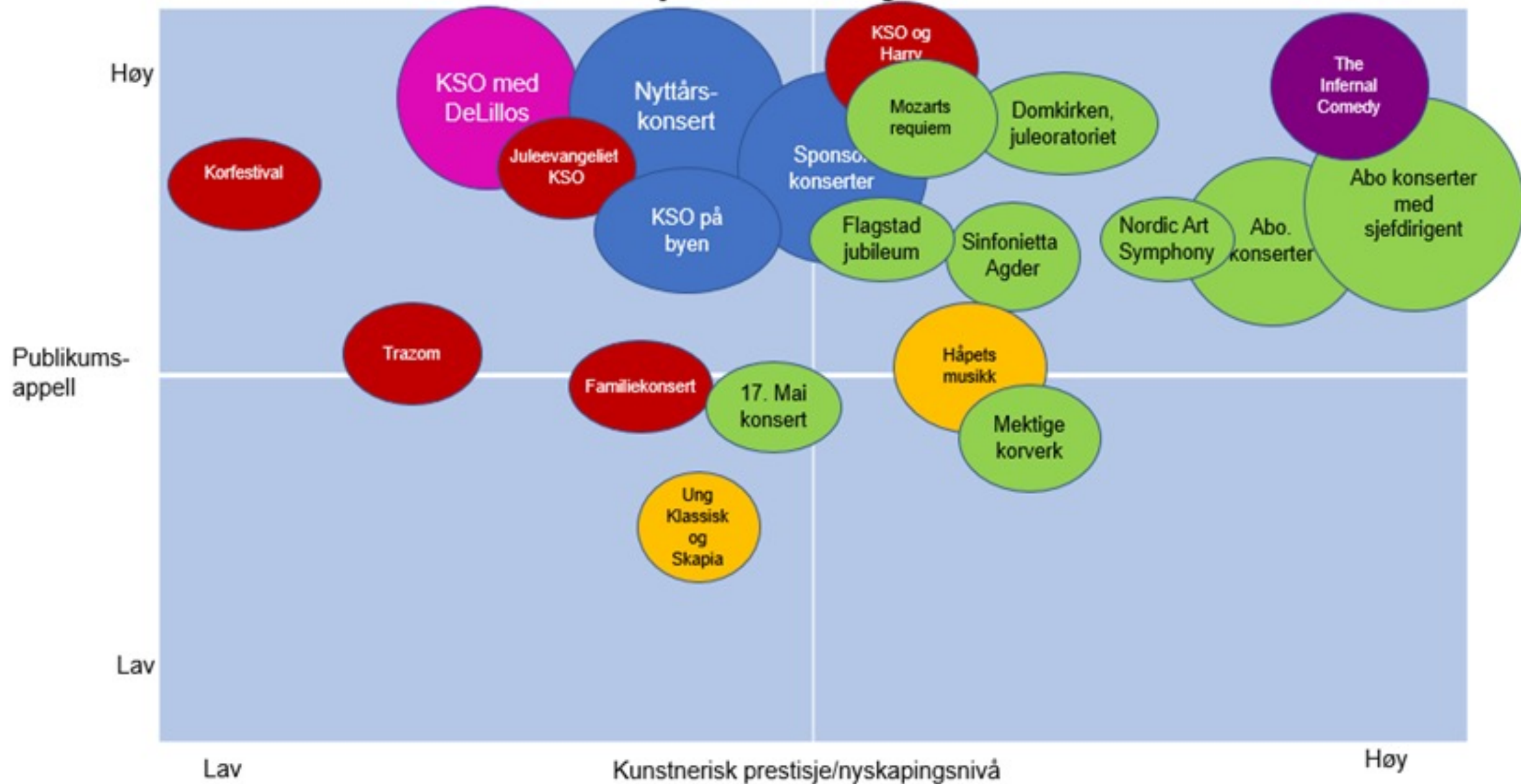


Hverdagen går i ett, jeg er ambisiøs på jobb, og har en familie. Jeg trenger en flukt innimellom



Hvis de deltar, vil det være sosialt motivert og engasjementet deres er vanligvis blant de laveste av alle segmentene.

KSO portefølje 2024





KILDEN

I tillegg benytter vi kontinuerlig kunnskapsinnhenting vha

- MarketHype
- Tixlydata
- NPU monitor
- Kundeundersøkelser
- Analyse av markedstiltak



Personas

Disse vil oppleve Amadeus



Allsidige Anne

- Kilden er en sikker vinner
- Åpen for det meste med høy kvalitet
- Leser program, web og nyhetsbrev



Abo Astrid

- Elsker Kilden
- Kulturopplevelser er fast rutine
- Leser program, nyhetsbrev og er medlem av SeniorKilden
- Verdsetter kultur som har tålt tidens tann



Dybde David

- Ser på Kilden som byens storstue
- Kultur er en del av han
- Vil se mer av det som er bak
- Tiltrekkes av oppsetninger av dyktige kunstnere

Disse må vi jobbe ekstra med



Travle Tina

- Vil ha avbrekk fra hverdagen
- Avhengig av info fra FB og IG
- Trenger påminnelser og oppmuntring
- Tar ingen risiko, trenger trygging og enkelhet



U30 Ulrikke

- Billett må være innenfor budsjett
- Kan nås på snapchat og instagram
- Ser etter større opplevelser
- Innholde må virke gøy og dagsaktuelt



TOPP 3 ANNONSER PER PERSONAS/GEO + 1 VERSTE

TRAVLE TINA

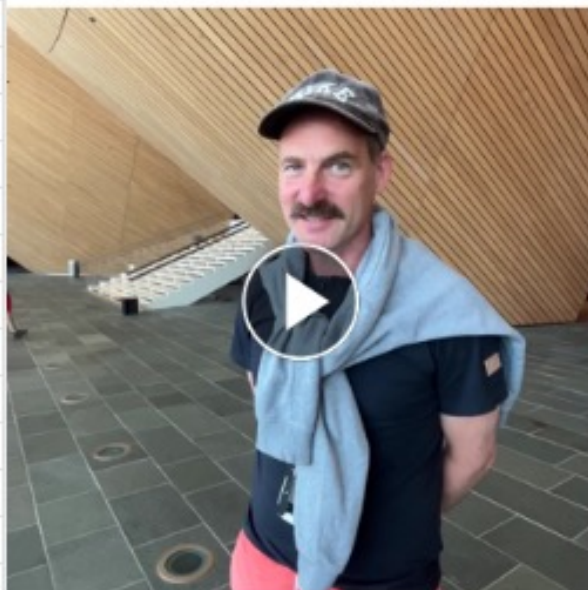
Best 1 (klikk)
2830

Best 2 (klikk)
1098

Best 3 (klikk)
976



Kyrre Haugen Sydness hilser 🧨 Han spiller hovedrollen i AMADEUS!



kilden.com
STORSLÅTT FORESTILLING
PREMIERE 8. SEPTEMBER

Se mer



Forestillingen som solgte 80.000 billetter i København kommer nå til Kristiansand 🧨



kilden.com
AMADEUS - MUSIKKTEATER
OM W. A. MOZART

Se mer



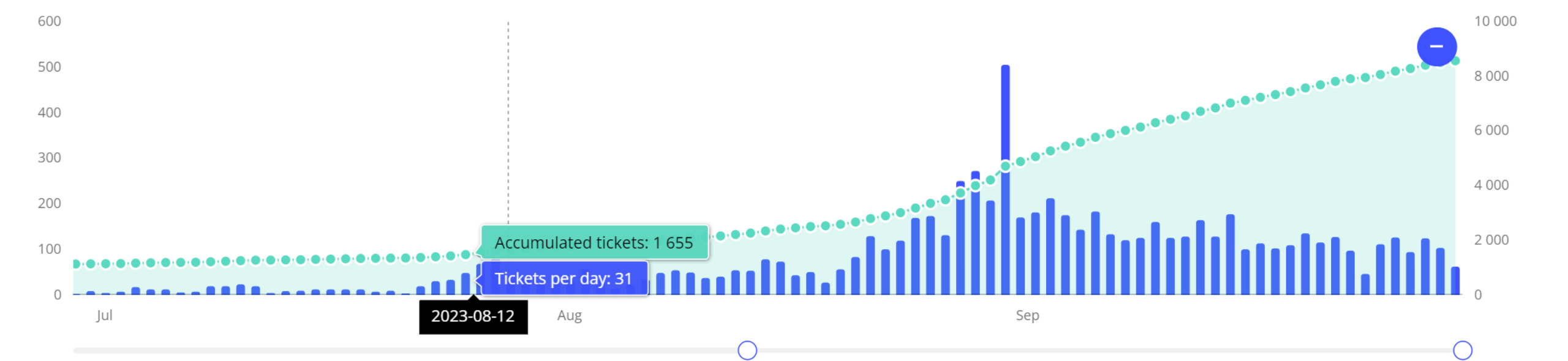
Gjør deg klar for overdådige kostymer, berømt musikk og en forestilling du sent vil glemme!



kilden.com
AMADEUS
Drama, sjalusi og kjærligh...

Finn ut mer

U30 Ulrikke	Best 1 (klikk) 1109	Best 2 (klikk) 335	Best 3 (klikk) 312
	 Kilden teater og konserthus Sponset · 🌐 × ⋮ Barnslig, talentfull, naiv og grov i språket - Opplev forestillingen om W. A. Mozarts liv og undergang 🌟  kilden.com AMADEUS PREMIERE 8. SEPTEMBER Se mer	 Kilden teater og konserthus Sponset · 🌐 × ⋮ Et halvt minutt med Mozart som spiser kake 🍰 Nerdete altså.  kilden.com AMADEUS 150,- kr for billetten til deg... Finn ut mer	 Kilden teater og konserthus Sponset · 🌐 × ⋮ Musikkgeniet har flyttet inn! 😄 Gå ikke glipp av Mozarts elleville historie på scenen til høsten 🙏  kilden.com AMADEUS 150 kr for deg under 30 år... Finn ut mer



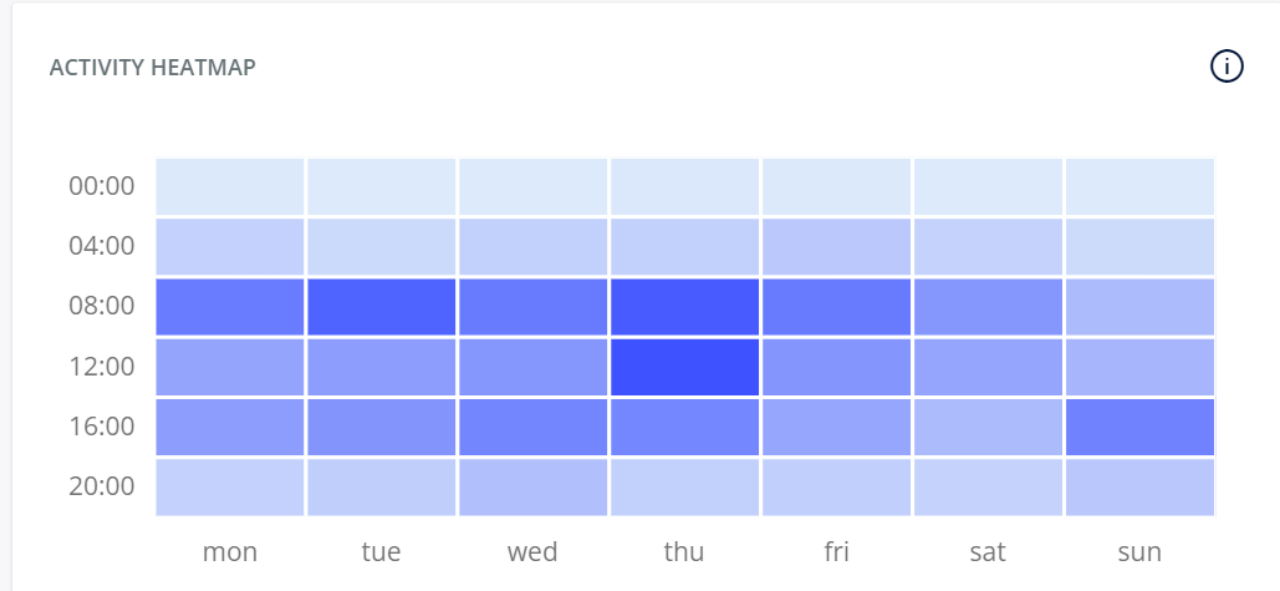
9 256 tickets sold

3 207 925 Nkr revenue

347 Nkr revenue / ticket

TICKETS (TOP 5) [See all](#)

ITEM	SOLD	AVG. PRICE	TOTAL
Ordinær	3 107	512 Nkr	1 591 525 Nkr
Honnør	1 949	478 Nkr	930 775 Nkr
U30 (under 30 år)	1 381	125 Nkr	172 625 Nkr
Kilden ansatt fribillett 2023	372	0 Nkr	0 Nkr
Fribillett	299	0 Nkr	0 Nkr





Amadeus 2023

Created 5 Sep 2023, by Anne Grethe Andersen

Send a message

Filter

Actions ▾

Sales

Customers

Segments

Events

Calendar

Marketing activities

By revenue ▾

Teaterinteresserte



92,5 % of total revenue

Klassisk



89,1 % of total revenue

Regulars



61,5 % of total revenue

Interesserte i barnearrangementer



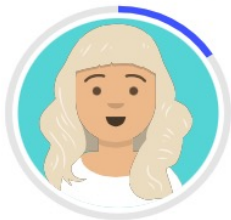
26,7 % of total revenue

First time buyers last 365



18,2 % of total revenue

New first time buyers



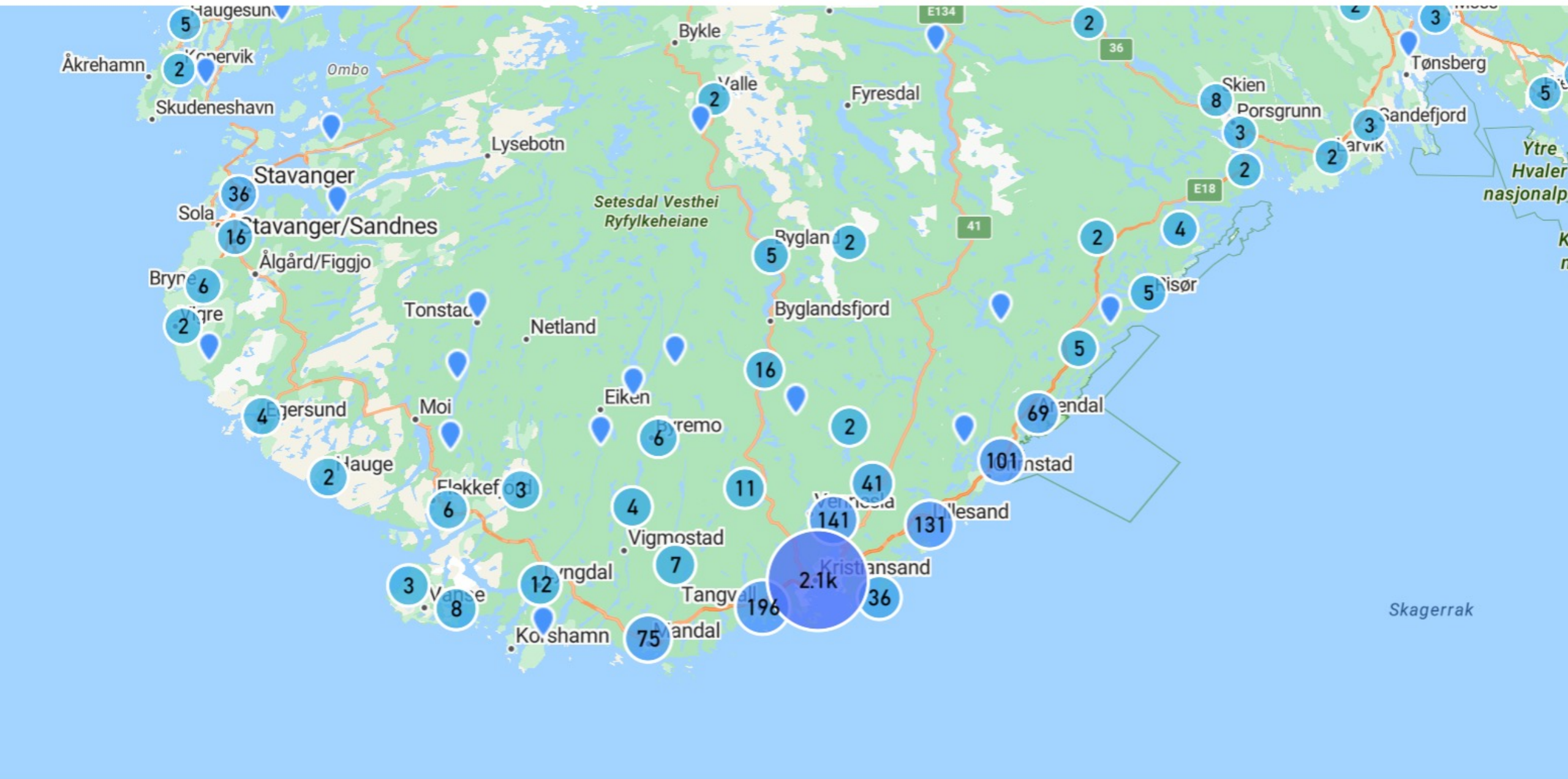
15,7 % of total revenue

U30



2,1 % of total revenue

Points ▼



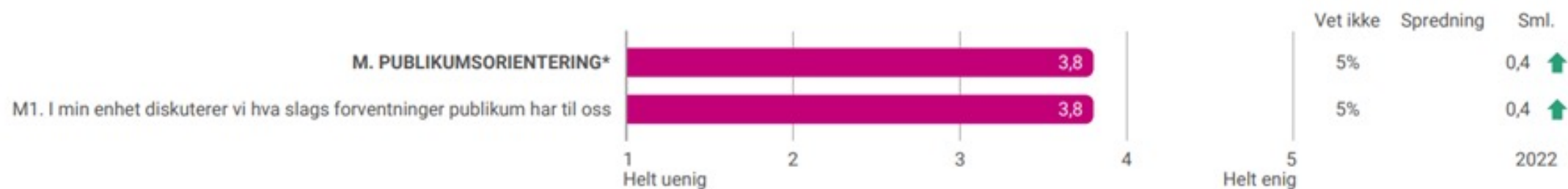
			pr. 17. mai
Kilden totalt	2022	2023	2024
Antall billetter pr kjøp	2,9	3,1	2,9
Snittpris pr billett	280	338	412
Snittpris pr kjøp	824	1044	1196
Belegg i saler	63 %	72 %	79 %
KSO belegg i salene	51 %	61 %	77 %
Teaterkort solgt	372	369	696
Kso Abonnement, ved sesongslutt	424	321	498
Antall arrangement i salene	340	309	101
Antall publikum i salene	118640	137762	55547



KILDEN

PUBLIKUMSORIENTERING OG ENDRING OG INNOVASJON

KILDEN TEATER
OG KONSERTTHUS



KILDENS EIERE



Kristiansand
kommune



AGDER
fylkeskommune

HOVEDSAMARBEIDSPARTNERE

Fædrelandsvennen

SPAREBANKEN SØR



Å
ENERGI

SAMARBEIDSPARTNERE

