

REDBRICK THEATRE COMPANY – TOUR-FÖRDERUNG
UND PLAKATKAMPAGNE

ANFORDERUNGSSPEZIFIKATION

Eine regionale Tournee durch sechs Spielstätten mit Redbricks neuem Theaterstück, kombiniert mit einer kräftigen, engen Plakatkampagne, konzipiert für Wildplakatierung und lokale Reichweite.



INHALT



01	DOKUMENTENKONTROLLE	2
02	EINFÜHRUNG & UMFANG	3
03	ZWECK & ZIELGRUPPE	3
04	FUNKTIONALE ANFORDERUNGEN	3
05	NICHT-FUNKTIONALE ANFORDERUNGEN	5
06	PRODUKTMODULE	5
07	KOMPONENTENSPEZIFIKATION	6
08	ANNAHMEN, RAHMENBEDINGUNGEN & ABHÄNGIGKEITEN	8
09	RELEASE-PHASEN	8



AUF EINEN BLICK

DOKUMENTENKONTROLLE

SPEZIFIKATION REQ-2026-1102 Ausgestellt am 12. Januar 2026	ERSTELLT VON Redbrick Theatre Company Manchester, Greater Manchester M1 5QA	INHABERIN Priya Nathwani Leiter Fördermittel & Tourneeprogramme, Northern Arts Council
STATUS Zur Prüfung Baseline bei Genehmigung festgelegt	ANFORDERUNGEN 8 Funktional und nicht-funktional	



01

EINFÜHRUNG & UMFANG

Die Redbrick Theatre Company hat ein fertiges neues Theaterstück, 'Fault Lines', aber keinen Weg zu einem Publikum jenseits von Manchester. Das Tournee-Stipendium des Northern Arts Council macht den Unterschied zwischen einer Premiere an einem einzigen Spielort und einer sechsstationigen Regionaltournee, die Publikum erreicht, das unseren neuen Theater live erlebt.

ZWECK & ZIELGRUPPE



'Fault Lines' ist die bisher ambitionierteste Neuproduktion der Redbrick Theatre Company und wurde von der ersten Fassung an mit einer regionalen Tournee im Blick entwickelt. Was fehlt, ist die Finanzierung, um die Produktion über die Heimatbühne hinaus zu bringen – Spielstättenmiete, eine Plakatkampagne, die die Identität des Stücks über sechs sehr unterschiedliche Städte hinweg tragen kann, sowie die Gemeinschaftsarbeit, die aus einer einzelnen Aufführung eine dauerhafte Beziehung zu einem neuen Publikum macht.

Dieses Angebot skizziert eine Tournee durch sechs Spielstätten im Nordwesten und in Yorkshire, verankert durch eine kräftige, enge Plakatkampagne, die als Straßenplakatierung, Spielstättenbeschilderung und Social-Media-Material aus demselben Kernmaterial funktioniert. Es schließt mit Publikumsgesprächen nach der Vorstellung und Schulworkshops an jeder Station, damit die Fördermittel Reichweite schaffen, nicht nur eine Aufführungsreihe.

FUNKTIONALE ANFORDERUNGEN



R-02	Plakatsystem muss sich ohne komplette Neugestaltung an lokale Veranstaltungsankündigungen anpassen lassen	MUSS
R-03	Plakatierung und Verteilung an den Veranstaltungsorten zwei Wochen vor jeder Station abgeschlossen	MUSS
R-04	Audiodeskribierte und untertitelte Vorstellungen an mindestens drei Veranstaltungsorten angesetzt	MUSS
R-05	Publikumsgespräch nach der Vorstellung und Schulworkshop an jeder Tourstation angeboten	SOLLTE
R-06	Druckauflage im Rahmen des genehmigten Kampagnenbudgets auf 5.000 Plakate begrenzt	MUSS
R-07	Besucherdaten an jedem Veranstaltungsort für den Wirkungsbericht der Förderung erhoben	MUSS
R-08	Abschließender Wirkungsbericht innerhalb von vier Wochen nach Tourende eingereicht	SOLLTE



ID	PRIORITÄT	ANFORDERUNG
R-01	Muss	Alle sechs Tourveranstaltungen vor Beginn der Plakatproduktion bestätigt
R-02	Muss	Plakatsystem muss sich ohne komplette Neugestaltung an lokale Veranstaltungsankündigungen anpassen lassen
R-03	Muss	Plakatierung und Verteilung an den Veranstaltungsorten zwei Wochen vor jeder Station abgeschlossen
R-04	Muss	Audiodeskribierte und Untertitelte Vorstellungen an mindestens drei Veranstaltungsorten angesetzt
R-05	Sollte	Publikumsgespräch nach der Vorstellung und Schulworkshop an jeder Tourstation angeboten

01

MANAGEMENT DER TOURNEEPRODUKTION

Terminplanung, Auf- und Abbaulogistik sowie Veranstaltungsort-Koordination an allen sechs Tourstationen.

02

Kompaktes, fettgedrucktes Plakatsystem und druckfertige Proofs, geteilt über alle Veranstaltungsorte.

03

DRUCK & VERTEILUNG DER WILDPLAKATIERUNG

Straßenstandort- und Veranstaltungsort-Verteilung, zwei Wochen vor jeder Vorstellung geplant.

04

VERORDNUNG DER VERANSTALTUNGSARTEN & ANFORDERUNGEN

Bestätigung von Terminen, technischen Anforderungen und lokaler Ankündigung mit allen sechs Veranstaltungsorten.

05

Publikumsgespräche nach der Vorstellung, Schulworkshops und audiodeskrierte Vorstellungen.

06

WIRKUNGSBEWERTUNG & FÖRDERBERICHTERSTATTUNG

Publikumsdatenerhebung und ein Abschlussbericht, abgeglichen mit den Förderbedingungen.

KOMPONENTENSPEZIFIKATION

REF.	POSITION	SPEZIFIKATION	EINHEITEN	VORLAUFZEIT	EINZELPREIS
SPC-01	Bühnenbau & Proben	Bühnenbild-, Beleuchtungs- und Probenkosten für den Eröffnungslauf in Manchester	1	10. April 2026	£11,000
SPC-02	Gestaltung der Plakatkampagne	Konzeptentwicklung und druckfertige Gestaltung für sechs Spielstätten	1	10. April 2026	£4,200
SPC-03	Druck & Verteilung der Wildplakatierung	5.000 Plakate gedruckt und über die Tournee hinweg verteilt	1	10. April 2026	£3,200

SPC-04	Miete regionaler Spielstätten & Tourneelogs	Fünf Tourneespielstätten im Nordwesten und in Yorkshire	5	10. April 2026	£2,900 / venue
SPC-05	Gemeinschaftsworkshops	Publikumsgespräche nach der Vorstellung und Schulworkshops an jeder Spielstätte	6	10. April 2026	£650 / workshop
SPC-06	Marketing & PR	Regionale Presse, Social-Media-Kampagne und barrierefreies Marketing	1	10. April 2026	£3,200

Die Spezifikationen werden mit der Abnahme festgelegt; jede Änderung wird über das in diesem Dokument beschriebene Änderungsverfahren abgewickelt.

01

EIN SYSTEM, SECHS SPIELSTÄTTEN

Ein kompaktes Fettschrift-Plakatkit, das sich ohne Neugestaltung an jedem Standort an die lokale Ankündigung anpasst.

02

REICHWEITE, NICHT NUR EINE SPIELZEIT

Nachgespräche und Schulworkshops machen aus jeder Vorstellung eine dauerhafte Publikumsbindung.

03

RECHENSCHAFTSPFLICHTIG GEGENÜBER DER FORDERUNG

Publikumsdaten und ein Abschlussbericht zur Wirkung, direkt gegen die Förderbedingungen des Councils abgeglichen.

01

WOCHEN 1-2 · GESTALTUNG DER PLAKATKAMPAGNE

Typografie-Andrucke finalisiert und druckfertige Plakatdateien freigegeben.

02

WOCHEN 3-4 · DRUCKPRODUKTION & VERTEILUNG

5.000 Plakate gedruckt und vor Tourneebeginn plakatiert.

03

WOCHE 5 · ERÖFFNUNGSLAUF IN MANCHESTER

Heimspielstätten-Premiere auf Redbricks eigener Bühne, mit Pressevorstellung.

04

WOCHEN 6-14 · REGIONALE TOURNEE

Fünf weitere Spielstätten im Nordwesten und in Yorkshire, jeweils mit Publikumsgespräch und Workshop.

REDBRICK THEATRE COMPANY

45 Oxford Rd, Manchester, Greater Manchester M1 5QA,
Vereinigtes Königreich

boxoffice@redbricktheatre.com · +44 161 555 0177 ·
redbricktheatre.com

Redbrick Theatre Company Ltd · USt-IdNr. GB 245 8891 06

