

From mxd.dk: Gipfeltreffen II i Møgeltønder!



(Fra venstre mod højre) Thor Jonsson (Crunchy Frog), Tom Jensen (DME), Michael Löffler (Target Concerts), Thomas Bredahl (Heartbeat Management), Tobias Lampe (hfn music), Olaf Reinholz (SEN Music), Thomas Rohde (MXD - Music Export Denmark), Signe Tobiassen (Like A Can of Beans Records), Christian Holl Buhl (Factory 92), Thomas Lassen (Skandinavian), Daniel Aude (Over & Aude Management), Carsten Stricker (Verstärker), Volker May (FZW / IMMF), Matthias Böttcher (Rough Trade / Good To Go), Fredrik Nedelmann (Freibank), Manuel Schottmüller (Emerged Agency), Torsten Mewes (Believe Digital) (Foto: Torsten Mewes)

Skrevet af Jesper Mardahl, Promus

***Gipfeltreffen - dette herlige ord betyder i al sin rørende enkelhed; topmøde! Og topmøde var der tale om, da en række tyske og danske musikbranchefolk for andet år i træk satte hinanden i stævne under nærmest isolerede forhold på Schackenborg Slotskro. Mødet har fokus på hvordan den tyske og danske branche kan arbejde bedre sammen. Se konklusionerne fra mødet her!***

Det tyske musikmarked er igennem de senere år blevet et af de vigtigste for dansk musik. Talrige danske artister er efterhånden faste indslag på festivaler, spillesteder og klubber

From mxd.dk: Gipfeltreffen II i Møgeltønder!

overalt i det store land – der i øvrigt også er et af verdens største musikmarkeder. At de så oven i købet også har en musikmarkedsstruktur, der nærmest bringer nostalgiske tårer frem i undertegnede, gør jo ikke landet mindre attraktivt. For ligesom tyskerne stadig sværger til kontanter, eller "Bargeld", så har de også stadig "det gode gamle" fysiske marked. Det udgør stadig i dag over 70% af musiksælget – uagtet, at streaming er stigende. Derfor er det tyske marked aldeles attraktivt, for du kan rent faktisk tjene penge på at sælge din musik dernede (om end der er lang vej!). Læg så dertil, at vi taler om over 85 millioner mennesker, et stærkt decentralt land hvor hvert forbundsland har sin egen mediestructur (radio/TV og dagblade), flere primære byer; Hamburg, Köln, München – og ikke bare én hovedstad, Berlin.

Derfor er det blevet endnu vigtigere for os, at arbejde med at styrke vores relationer, indsigt, netværk og kompetencer med den tyske branche – for der er stadig mange udfordringer for de danske aktører, der kommer fra en mere "digital virkelighed".

Disse udfordringer er baggrunden for, at MXD, SPOT/ROSA, Factory 92 og Promus har taget initiativ til de såkaldte "Gipfeltreffen" (topmøder), hvor en række tyske og danske branchefolk mødes og "sætter hinanden på dagsordenen".

"Gipfeltreffen II" er netop blevet afholdt med ovenstående repræsentanter, og konklusionerne fra mødet kan du læse mere om [her](#) – men af vigtige "nøgler" til danske branchefolk kan nævnes:

- 1. Det tyske marked er "fysisk" – det er derfor vigtigt at tænke vinyl og CD!*
- 2. Promo-materialer skal også være "fysiske".*
- 3. Beregn en lang såkaldt "lead-time" – start din PR-planlægning mindst 4 måneder før udgivelse.*
- 4. Print-medier er stadig vigtigere end digitale medier.*
- 5. God idé for danske artister, at "geo-blokke" Tyskland (Schweiz og Østrig) når de udsender digitalt – hvis man ønsker tyske samarbejdspartnere.*
- 6. Vær indstillet på, at spille mange klub-jobs – også udenfor de "sexede" byer; Berlin, Hamburg, Köln m.fl.*
- 7. Den tyske musikbranche er mere fragmenteret end den danske. Vær indstillet på at samarbejde (og koordinere) med mange partnere; label, distribution, agent, promotion – og publishing.*
- 8. Uagtet "udveksling" mellem Koda og tyske GEMA, er det klart anbefalingen at tage kontakt til tyske (professionelle) publishingselskaber. Danske artister mister – angiveligt –*

From mx.d.dk: Gipfeltreffen II i Møgeltønder!

*indtægter fra radio, TV og turnéer ved IKKE at ha' publishing til at kontrollere deres rettigheder i Tyskland.*

*9. Den tyske branches generelle holdning til dansk musik, er, at vi i den grad er på "radaren", er nemme at arbejde med, tæt på - korte afstande, leverer høj kvalitet og på den måde **"is an extra asset of fine repertoire for the market"**.*

**[Du kan finde rapporten fra det første "Gipfeltreffen" her!](#)**

*"Gipfeltreffen" blev støttet af Statens Kunstfond, og fandt sted i Møgeltønder i "æ grænseland"!*