

Foreningen Music Export Denmark

CVR-nr. 28 58 70 90

Årsrapport for 2015

Foreningsoplysninger m.v.	3
Den uafhængige revisors påtegning på årsregnskabet	4 - 5
Ledelsens årsberetning	6 - 38
Foreningen - resultatopgørelse	39
Projekt "Støtte til Music Export Denmark" - resultatopgørelse	40
Nøgletal	41
Balance	42
Anvendt regnskabspraksis	43
Noter til resultatopgørelsen	44 - 47
Noter til balancen	48
Specifikationer	49 - 51

Foreningen

Music Export Denmark
Vester Allé 15
8000 Aarhus C
Telefon: 86 12 84 44
Hjemmeside: www.mxd.dk
E-mail: info@mx.dk
CVR-nr.: 28 58 70 90
Stiftet: 25. april 2005
Momsregistrering; 1. januar 2006
Hjemstedskommune: Aarhus
Regnskabsår: 1. januar – 31. december

Adm. direktør

Thomas Rohde

Bestyrelse

Søren Krogh Thompson (Ifpi Denmark) (formand)
Gunnar Madsen (Dansk Rock Samråd) (næstformand)
Anders Wahrén (Roskilde Festival)
Martin Folmann (Koda)

Revisor

Beierholm
Statsautoriseret Revisionspartnerselskab

Til bestyrelsen i Music Export Denmark

Påtegning på årsregnskabet

Vi har revideret årsregnskabet for Music Export Denmark for regnskabsåret 1. januar – 31. december 2015. Årsregnskabet omfatter resultatopgørelse, balance, anvendt regnskabspraksis, noter og særlige specifikationer. Årsregnskabet udarbejdes efter lov om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet og regler fastsat i bekendtgørelse om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet, § 32 – 34.

Ledelsens ansvar for årsregnskabet

Ledelsen har ansvaret for udarbejdelsen af et årsregnskab, der giver et retvisende billede i overensstemmelse med lov om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet og regler fastsat i bekendtgørelse om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet, § 32 – 34. Ledelsen har endvidere ansvaret for den interne kontrol, som ledelsen anser nødvendig for at udarbejde et årsregnskab uden væsentlig fejlinformation, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl.

Herudover er det ledelsens ansvar, at de dispositioner, der er omfattet af årsregnskabet, er i overensstemmelse med meddelte bevillinger, love og andre forskrifter samt med indgåede aftaler og sædvanlig praksis.

Revisors ansvar

Vores ansvar er at udtrykke en konklusion om årsregnskabet på grundlag af vores revision. Vi har udført revisionen i overensstemmelse med internationale standarder om revision og yderligere krav ifølge dansk revisorlovgivning, god offentlig revisionsskik samt Kulturministeriets bekendtgørelse nr. 1701 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet, § 38 – 44. Dette kræver, at vi overholder etiske krav samt planlægger og udfører revisionen for at opnå høj grad af sikkerhed for, om årsregnskabet er uden væsentlig fejlinformation.

En revision omfatter udførelse af revisionshandlinger for at opnå revisionsbevis for beløb og oplysninger i årsregnskabet. De valgte revisionshandlinger afhænger af revisors vurdering, herunder vurderingen af risici for væsentlig fejlinformation i årsregnskabet, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl. Ved risikovurderingen overvejer revisor intern kontrol, der er relevant for foreningens udarbejdelse af et årsregnskab, der giver et retvisende billede. Formålet hermed er at udforme revisionshandlinger, der er passende efter omstændighederne, men ikke at udtrykke en konklusion om effektiviteten af foreningens interne kontrol. En revision omfatter endvidere vurdering af, om ledelsens valg af regnskabspraksis er passende, om ledelsens regnskabsmæssige skøn er rimelige samt en vurdering af den samlede præsentation af årsregnskabet.

Den uafhængige revisors påtegning på årsregnskabet

Revisionen omfatter desuden en vurdering af, om der er etableret forretningsgange og interne kontroller, der understøtter, om de dispositioner, der er omfattet af årsregnskabet, er i overensstemmelse med meddelte bevillinger, love og andre forskrifter samt med indgåede aftaler og sædvanlig praksis.

Det er vores opfattelse, at det opnåede revisionsbevis er tilstrækkeligt og egnet som grundlag for vor konklusion.

Revisionen har ikke givet anledning til forbehold.

Konklusion

Det er vores opfattelse, at årsregnskabet for regnskabsåret 1. januar – 31. december 2015 i alle væsentlige henseender er udarbejdet i overensstemmelse med lov om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet og regler fastsat i bekendtgørelse om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet, § 32 – 34. Det er ligeledes vores opfattelse, at der er etableret forretningsgange og interne kontroller, der understøtter, at de dispositioner, der er omfattet af årsregnskabet, er i overensstemmelse med meddelte bevillinger, love og andre forskrifter samt med indgåede aftaler og sædvanlig praksis, ligesom det er vores vurdering, at der er taget skyldige økonomiske hensyn ved forvaltningen af de midler, der er omfattet af foreningens årsregnskab.

Endvidere er det vores opfattelse, at kravet om branchens medfinansiering af aktiviteterne under "Eksportstøtte" og "Internationale projekter" med et beløb på min. DKK 4.000.000 i 2015, er opfyldt.

Supplerende oplysninger vedrørende forståelse af revisionen

Foreningen Music Export Denmark har som sammenligningstal i resultatopgørelsen for regnskabsåret 2015 medtaget det af bestyrelsen godkendte resultatbudget for 2015. Resultatbudgettet har ikke været underlagt revision.

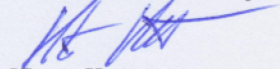
Udtalelse om ledelsesberetningen

Vi har gennemlæst ledelsesberetningen. Vi har ikke foretaget yderligere handlinger i tillæg til den udførte revision af årsregnskabet. Det er på denne baggrund vores opfattelse, at oplysningerne i ledelsesberetningen er i overensstemmelse med årsregnskabet.

Aarhus, den 21. juni 2016

Beierholm

Statsautoriseret Revisionspartnerselskab



Klaus Kristiansen

Statsaut. revisor

LEDELSENS ÅRSBERETNING

Det er MXD's mission at øge eksporten af dansk professionel populærmusik og herigennem at styrke den kunstneriske udvikling og forretningsgrundlaget for danske kunstnere og musikselskaber.

MXD's strategi for perioden 2012-15 definerer tre hovedopgaver, som skal realisere denne mission:

1. Eksportstøtte.
2. Internationale projekter.
3. Videndeling og kommunikation.

I det følgende beskrives aktiviteterne og resultaterne inden for hver af disse.

AD.1. EKSPORTSTØTTE

Den danske musikbranche kan søge MXD om støtte til egne eksportprojekter og til deltagelse i MXD's eksportprojekter i udlandet, såsom SPOT on Denmark, Danish Night At Reeperbahn Festival, Ja Ja Ja Club Night etc.

Der kan søges om støtte via tre puljer:

1. Eksportstøtte til markedsudvikling
2. Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder
3. Eksportstøtte til branchefolk.

Læs mere om de tre puljer (herunder formål, vurderingskriterier og MXD's uddelingspolitik) her: mxd.dk/eksportstoette/

Det samlede resultat for 2015 blev 2.122.245 kr. imod et oprindeligt budget på 2.000.000 kr.

Planlagt, realiseret og forventet resultat

Eksportstøtten bogføres i det regnskabsår, hvor den er blevet bevilliget. En del projekter afvikles imidlertid (enten helt eller delvist) året efter. Disse projekter står opført som skyldige bevillinger i årsregnskabet. Og støtten udbetales først, når projektet er blevet færdigafviklet.

I 2015 blev der bevilliget som følger (Dato for udtræk: 6. juni 2016):

Pulje	Ansøgninger	Tilsagn	%	Heraf annulleret	Bevilliget eksportstøtte
Markedsudvikling	180 stk.	117 stk.	65%	4 stk.	2.005.208 kr.
Dynamisk	9 stk.	6 stk.	67%	1 stk.	263.406 kr.
Branchefolk	75 stk.	65 stk.	87%	5 stk.	301.238 kr.
Total	264 stk.	188 stk.	71%	10 stk.	2.569.852 kr.

Pulje	Udbetalt eksportstøtte	Varians: Annullerede eller mindre omkostningstunge afviklede projekter	Manglende betalinger	Estimat, eksportstøtte i alt	% af bevilliget
Markedsudvikling	1.455.129 kr.	273.360 kr.	276.719 kr.	1.731.848 kr.	86%
Dynamisk	168.149 kr.	95.257 kr.	0 kr.	168.149 kr.	64%
Branchefolk	188.022 kr.	49.216 kr.	64.00 kr.	252.022 kr.	84%
Total	1.811.300 kr.	417.833 kr.	340.719 kr.	2.151.019 kr.	84%

Der blev altså bevilliget eksportstøtte for i alt 2.569.852 kr. i 2015.

Der vil altid være en større differens mellem den bevilligede og udbetalte støtte. Dels er der projekter, som annulleres. Dels er der projekter, som bliver mindre omkostningstunge (og dermed mindre støttekrævende) end planlagt. Derfor har MXD i lighed med tidligere år bevilliget mere støtte end budgetteret for at ramme budgetmålet.

Den 6. juni 2016 var det samlede resultat således:

- Bevilliget eksportstøtte: 2.569.852 kr.
- Udbetalt eksportstøtte: 1.811.300 kr.
- Varians: Annullerede eller mindre omkostningstunge afviklede projekter: 417.833 kr.
- Manglende betalinger: 340.719 kr.
- Estimat på endeligt resultat: 2.152.019 kr. (85% af det bevilligede).

Ud af de i alt 188 tilsagn er 12 af disse projekter endnu ikke afsluttet, og de udgør altså 340.719 kr. af estimatet på 2.152.019 kr. Det endelige resultat kan altså blive mindre endnu, hvis et eller flere projekter aflyses eller bliver mindre omkostningstunge end oprindeligt planlagt.

Det bogførte resultat i årsregnskabet for 2015 er på 2.122.245 kr. Forskellen mellem dette og estimatet ovenfor skyldes at to faktorer: At årsberetningen er blevet udarbejdet på et senere tidspunkt end årsregnskabet (imellem de to tidspunkter er nogle projekter da enten blevet aflyst eller de har ved udbetalingen af støtte fra MXD vist sig mindre omkostningstunge end oprindeligt planlagt) samt frigjorte midler fra tidligere år.

Årets resultatet er 122.245 kr. højere end det oprindelige budget på 2 mio. kroner. Bestyrelsen valgte på et bestyrelsesmøde d. 3. november at opjustere budgettet, idet man på baggrund af de seneste markedsefterretninger forventede at modtage et større antal attraktive ansøgninger ved årets to sidste uddelinger. Bestyrelsen valgte således at imødekomme disse muligheder og havde sat en samlet budgetoverskridelse for MXD's tre hovedaktiviteter på 100-150.000 kr. som et acceptabel niveau.

I lyset af dette og de forskellige dynamikker, som har indflydelse på resultater, betragter MXD's bestyrelse og ledelse det samlede resultat som ganske tilfredsstillende. It-systemer og et bredt datagrundlag har i de senere år øget MXD's kapabilitet til at estimere og bevillige, under hensyntagen til de mange dynamikker i de støttede projekter, således at budgetmålene rammes med en stor nøjagtighed.

Eksportstøtte fordelt på aktiviteter og territorier

Eksportstøtten bevilliget under puljerne "Eksportstøtte til markedsudvikling" og "Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder" udgør 88% af den samlede eksportstøtte og kan anvendes til de samme aktivitetstyper – dvs. til "liveaktiviteter" (koncerter, showcases etc.) eller "andre markedsførings-aktiviteter" (køb af pr-ydelser, radio plugging, annoncering etc.) for danske bands/kunstnere.

I det følgende uddybes resultaterne af disse to puljer, hvor der blev givet tilsagn om eksportstøtte til 123 projekter, fordelt på:

- 83 bands/kunstnere, der har fået et eller flere tilsagn
- Ca. 385 musikere/crew, der har medvirket i et eller flere projekter
- 30 lande.

Af ovennævnte 123 tilsagn/planlagte projekter, er 5 projekter sidenhen blevet aflyst og pr. 6. juni 2016 var 110 af projekterne afviklet. Der mangler altså resultater for 8 projekter, til hvilket der jf. tabellen ovenfor er bevilliget 276.719 kr. (lig med 14% af det bevilligede beløb under disse to puljer.

Nedenfor ses, hvilken aktivitet de 110 (dvs. aktiviteten fra otte projekter mangler) afviklede projekter har genereret fordelt på hovedterritorier:

Territorium	Inkluderet i flg. antal an- søgninger	Antal liveak- tiviteter	%*	Antal andre mar- kedsførings- aktiviteter	%*	Udbetalt støtte i alt	%*
USA	21 stk.	76 stk.	15%	13 stk.	16%	474.911 kr.	29%
Tyskland	44 stk.	155 stk.	31%	21 stk.	25%	438.931 kr.	27%
Storbritanni- en	44 stk.	96 stk.	19%	24 stk.	29%	244.198 kr.	15%
Holland	17 stk.	29 stk.	6%	2 stk.	2%	84.729 kr.	5%
Sverige	4 stk.	10 stk.	2%	1 stk.	1%	65.638 kr.	4%
Frankrig	16 stk.	18 stk.	4%	2 stk.	2%	47.141 kr.	3%
Schweiz	11 stk.	16 stk.	3%	5 stk.	6%	31.970 kr.	2%
Øvrige*		97 stk.	20%	15 stk.	19%	235.760 kr.	18%
I alt		497 stk.	100%	83 stk.	100%	1.623.278 kr.	100%

*) Øvrige fordeler sig med 1-2% på hvert af disse lande: Norge, Finland, Island, Estland, Luxembourg, Spanien, Belgien, Mexico, Canada og Danmark (hvor der blandt andet er blevet ydet støtte til at bringe udenlandske branchefolk til showcases i Danmark). Herudover er 1% af støtten spredt på resten af verdenen.

Størstedelen (ca. 70%) af eksportstøtten er ligesom i de foregående år gået til aktiviteter i Europa, og er koncentreret omkring Tyskland og Storbritannien.

Det store europæiske engagement er tilfredsstillende og i overensstemmelse med det, som MXD anbefaler branchen. Dvs. med mindre der foreligger særligt attraktive muligheder, så opfordrer MXD, at der opbygges en rentabel forretning på nærmarkedene, hvor logistikomkostningerne selvsagt er mindre, før bandet/kunstneren drager til de fjernere markeder. Dette faktum afspejles også i resultatet ovenfor: Der er blevet udbetalt mest støtte til aktiviteter i USA, men støtten har finansieret et væsentligt mindre antal aktiviteter (live og markedsføring), end der er blevet realiseret i Tyskland og Storbritannien.

Resultater – kvantitative data og indikatorer

Evalueringsmodulet i MXD's it-system omfatter bl.a. en opgørelse over projektets afkast, som udfyldes af støttemodtageren.

Det skal pointeres, at dette system blot synliggør en delmængde af afkastet ved eksportstøtten. Mange resultater materialiserer sig først, efter at der er udarbejdet en evaluering til MXD (evalueringen til MXD finder sted ca. 1 måned efter, at projektet er blevet afviklet). Igangværende forhandlinger og aftaler, som ikke er endeligt bekræftet på evalueringstidspunktet angives som en "estimeret" aftale. Men alle resultater, som kommer herefter registreres slet ikke (undtaget ved udarbejdelse af cases).

Herudover er evalueringsindsatsen overordnet set fokuseret på at kvantificere de forudsætninger for en øget eksport, som fremstødet har skabt, frem for (mangelfuldt) at måle det endelige, samlede afkast, jf. MXD's strategi afsnit 3. Som en illustration heraf kan nævnes, at det måles, hvor mange nye aftaler der er indgået som følge af fremstødet. Dog måles de afledte afkast af den enkelte aftale ikke – fx hvor mange livejobs et samarbejde med en ny booking-agent har genereret.

D. 6. juni 2016 var 113 af de 118 ikke-aflyste tilsagn under puljerne "eksportstøtte til markedsudvikling" og "dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder" blevet evalueret af støttemodtagere. Der mangler endnu fem evalueringer, før det samlede resultat af 2015-bevillingen foreligger.

Nedenfor følger resultatet af de 113 afviklede og evaluerede projekter, som står for 86% af det samlede afgivne tilsagnsbeløb.

		Sum	Middelværdi	Standardafvigelse
Antal nye kontakter	Branchepersoner etc.	1.158	10,25	9,55
Antal nye liveaktiviteter	Bekræftede	235	2,08	3,28
	Estimerede herudover	754	6,67	6,27
	I alt	989		
Antal nye samarbejdsaftaler	Bekræftede	73	0,65	0,99
	Estimerede herudover	272	2,41	2,30
	I alt	345		
	Heraf inkl. investering	218	1,93	2,18
Medieomtaler	Dagblade	172	1,52	2,67
	Magasiner	211	1,87	2,44
	Netmedier	1.103	9,76	11,37
	Radio	396	3,50	7,43
	TV	28	0,25	0,56
	Øvrige	128	1,13	5,08
	I alt	2.038		

Uddybende forklaringer på nogle af de forskellige nøgletal:

"Samarbejdsaftaler" kvantificerer, hvor mange nye aftaler vedrørende udlandet – med såvel eksisterende som nye samarbejdspartnere – projektet har genereret (dvs. kontrakter, tillægsaftaler, nye projekter etc. med fx pladeselskaber, distributører, managements, bookingbureauer og sponsorer).

Det ses her, at da støttemodtagerne indgav deres evalueringer havde projekterne altså resulteret i 73 bekræftede samarbejdsaftaler, og at der herudover var forhandling/dialog om 272 aftaler. Kom alle disse hjem, er resultatet 345 aftaler, hvilket er et gennemsnit på 3 aftaler pr. projekt. Det opgøres endvidere, at 218 af disse inkluderer en investering fra samarbejdspartneren.

"Antal nye liveaktiviteter" kvantificerer, hvor mange nye koncerter etc. som projektet har genereret i udlandet. Her er det samlede resultat altså 989 nye aktiviteter.

"Antal nye kontakter" viser, hvor mange nye virksomheder/musikbranchepersoner som projektet vurderes at have skabt adgang til.

"Medieomtaler" angiver udelukkende det realiserede resultat – dvs. hvad der har været bragt på evalueringstidspunktet. Her har de 113 projekter genereret 2.038 omtaler.

Resultater – udvalgte cases

På MXD's webside findes her: mxd.dk/eksportstoette/mxd-har-stoettet/eksportstoette-projekter-2015/ en opgørelse over hvilke af musikbranchens projekter, som har fået bevilliget eksportstøtte fra MXD.

MXD udarbejder løbende cases med en række af de støttede kunstnere, som ligeledes publiceres på hjemmesiden her: mxd.dk/category/vidensbank/forretningscases/

Udover disse cases må MXD fremhæve:

Lukas Graham – MXD har i 2015 bl.a. ydet støtte til Copenhagen Records' Spotify-kampagnen i Sverige, som resulterede i, at 7 years gik #1 på Spotify i Sverige, #1 på den officielle hitliste, #1 på den Svenske airplay chart. Resultaterne betragtes af Lukas Grahams danske forretningshold som stærkt medvirkende faktor til det release commitment i USA, der senere skulle skabe historie for den danske musikeksport. I USA har MXD blandt andet ydet støtte til Lukas Grahams optræden på Conan O'Brien's TV show (d. 10. december 2015), YouTube Showcase etc. som fik bolden til at rulle i USA.

MØ – En stor del af MØs aktivitet er blevet selvkørende, økonomisk set. MXD har i 2015 støttet en række strategisk vigtige pr-indsatser, som vil kunne udbygge forretningen yderligere – fx optræden på Saturday Night Live og en showcase på XOYO.

Lukas Graham og MØ har skabt utrolige resultater for dansk musik i udlandet og har herigennem været en katalysator for en øget udenlandsk interesse for dansk musik og vækst i den danske musikscene.

AD.2. INTERNATIONALE PROJEKTER

Ved siden af den direkte støtte til branchen er MXD selv engageret i eksportfremstød – i rollen som enten projektejer, medproducent eller samarbejdspartner.

Det samlede resultat for 2015 blev 1.336.686 kr. imod et oprindeligt budget på 1.307.200 kr. (før fordeling af honorarer m.m. på projekter).

Nedenfor ses antallet af realiserede fremstød i 2015, ift. det oprindeligt planlagte under MXD's strategi for 2012-15, sammenholdt med resultaterne i 2013 og 2014.

	Budget/Resultat 2013	B/R 2014	B 2015	R 2015
A. SPOT Festival	1/1	1/1	1	1
B. SPOT on Denmark	3/3	3/2	3	3
C. Projekter under andre brands	4/4	4/6	4	3
D. NOMEX Projekter	5/8	5/13	5	23*
Antal i alt	13/16	13/22	13	30

Der har med andre ord været en større produktivitet end planlagt alle årene med + 23% i 2013, + 69% i 2014, + 130% i 2015. Det ses, at den massivt øgede produktivitet primært skyldes samarbejdet med de øvrige nordiske musikeksportkontorer (NOMEX).

*) I den opgørelse er The Nordic Playlist inkluderet som ét samlet projekt. Aktiviteten omfatter følgende fremstød:

A. SPOT Festival

30. april - 3. maj 2015, Aarhus

Beskrivelse: Med over 1.500 akkrediterede, hvoraf 323 kom fra udlandet, markerede SPOT Festival sig atter som en af de største og vigtigste platforme for networking og præsentation af dansk musik over for det internationale marked.

MXD finansierer invitationen af de udenlandske branchefolk til SPOT Festival, som organiseres af SPOT, MXD og enkelte eksterne samarbejdspartnere, hvor tyske Factory 92 i en årrække har været en central partner. Invitationsarbejdet sker året rundt, bl.a. via projekter i udlandet som fx SPOT on Denmark og Ja Ja Ja.

Tyskland var ifølge flere opgørelser verdens tredjestørste musikmarked i 2015. Danmarks nærhed og tætte relationer til Tyskland giver den danske musikbranche en kæmpe konkurrencefordel i forhold til fx vores nordiske søstre og brødre. Hvilket danskerne da også udnytter

til fulde – I de senere år har Tyskland været på en første eller andenplads, målt på antal uddelte støttekroner fra MXD til musikbranchens eksportprojekter.

Af denne årsag har Tyskland også været en hovedprioritet for SPOT Festivals og MXD's invitationsarbejde hvert år. Og SPOT Festival er blevet det største tyske branchetræf på det europæiske kontinent (udenfor Tysklands egne grænser) – I 2015 blev festivalen således besøgt af omkring 150 tyske branchefolk og journalister, heriblandt:

- Medier som fx Intro, Rolling Stone, Visions, Piranha, Classic Rock, RBB Radio Eins, WDR 1 LIVE...
- Labels og distributører som fx Grönland, AdP Records, City Slang, Believe Digital, Mute...
- Booking agenturer som fx FKP Scorpio, Target Concerts, Selective Artists/A.S.S. Concerts, Landstreicher...
- Festivaler som fx Hurricane, Southside, M'era Luna, Reeperbahn Festival, c/o pop...

Ligesom forrige år var et andet hovedfokus:

- Engelske og amerikanske A&R's fra bl.a Warner Bros, Atlantic Records, True Panther Sounds, Matador, ADP Records, Bella Union, Secretly Group, Decca Records, Rough Trade Records, One Little Indian, Parlophone, 4AD, AMF Records, Full Time Hobby m.fl.

Alle labels som kom for at opdage nye danske bands.

Hertil kommer prominente internationale booking agenturer, forlag, managere, festivaler, spillesteder, medier osv.

I alt var der 46 repræsentanter fra Storbritannien og 13 fra USA til festivalen i 2015. Øvrige større repræsentationer var Sverige (25), Norge (20), Belgien (17) og Frankrig (13).

Udover invitationsarbejdet afholdte MXD et netværksmøde mellem de danske og udenlandske gæster og andre tiltag, som skulle understøtte danskernes networking og eksportmuligheder, se fx næste punkt.

Redaktionel dækning på MXD.dk: MXD havde i 2015 en massiv redaktionel dækning før og under festivalen, som havde til formål at maksimere den danske branches udbytte af SPOT Festival.

Dels ved at sætte ansigt på de udenlandske branchefolk og give danskerne "leads" til mulige samarbejdspartnere (fx blev der udarbejdet miniprofiler forud for festivalen af udvalgte udenlandske branchefolk og musikselskaber. Herudover interviewede MXD løbende de udenlandske gæster under festivalen om, hvad der havde gjort indtryk, hvad de skulle se osv.)

Dels ved at give danskerne konkrete tips til eksportarbejdet.

Markedsrapport

mxd.dk/mxd-viden/a-brief-mxd-overview-of-the-german-music-industry-2015/

SPOTlights

mxd.dk/blog/spotlight-2015-part-one-faa-sat-ansigt-paa-de-internationale-branchefolk-tips/
mxd.dk/blog/spotlight-2015-part-two-faa-sat-ansigt-paa-de-internationale-branchefolk-tips/
mxd.dk/blog/spotlight-2015-part-three-faa-sat-ansigt-paa-de-internationale-branchefolk-tips/
mxd.dk/blog/spotlight-2015-part-five-faa-sat-ansigt-paa-de-internationale-branchefolk-tips/
mxd.dk/blog/spotlight-2015-part-six-faa-sat-ansigt-paa-de-internationale-branchefolk-tips/

Branche-profiler

mxd.dk/arkiv/moed-ct-das-radio-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-elastic-artists-agency-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-sonyatv-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/meet-thorsten-freese-from-believe-digital-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-glimps-festival-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-rock-en-seine-festival-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-studio-brussel-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/danish-night-paa-reeperbahn-2015-booker-er-paa-vej-til-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-appletree-garden-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-junzi-arts-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-intro-og-festivalguide-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-city-slang-records-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-visions-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-rewika-promotion-networking-paa-spot/
mxd.dk/arkiv/meet-volker-may-from-immf-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-selective-artists-networking-paa-spot/
mxd.dk/projekter/moed-polydor-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/meet-daniel-treseler-from-landstreicher-booking-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-mera-luna-festival-og-fkp-scorpis-stephan-thanscheidt-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-matador-records-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-ja-ja-ja-london-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-pitch-smith-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-secretly-group-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-umag-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-musikwoche-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-full-time-hobby-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-kaput-magazin-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-4ad-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-amf-records-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-egofm-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-parlophone-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/meet-henning-furbach-from-piranha-media/
mxd.dk/projekter/moed-one-little-indian-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-rough-trade-records-networking-paa-spot-festival/

mxd.dk/projekter/moed-decca-records-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/moed-bella-union-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-warner-bros-uk-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-adp-records-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/moed-true-panther-sound-networking-paa-spot-festival/
mxd.dk/projekter/spot-festival/moed-atlantic-records-networking-paa-spot-festival/

Know-how Artikler

mxd.dk/arkiv/so-you-wanna-break-it-big-in-germany-roleplaying-panel/
mxd.dk/arkiv/music-branding-keynote-presentation-by-jack-horner-on-spot-festival/
mxd.dk/arkiv/spot-festival-det-stoerste-tyske-branchetraef-paa-europaeisk-jord-udenfor-tyskland/
mxd.dk/arkiv/networking-paa-spot-festival-2015/
mxd.dk/arkiv/klar-til-networking-paa-spot-festival/

Medieomtaler: 200+

MXD's produktionsevaluering: Stor tilfredshed med resultatet af selve invitationsarbejdet, som nåede en ny kulmination. Udover at cementere SPOT, som det største tyske branchetraf uden for Tyskland, så lykkedes det at tiltrække en stor delegation af prominente A&R's.

MXD har igennem en årrække skabt stærke internationale netværksrelationer, som bl.a. har givet adgang til ledende A&R's med stor beslutningsmagt. Dette resulterede også i en større interesse fra andre dele af musikforretningens fødekæde og giver derved ikke kun mulighed for nye eksportsamarbejder til den danske musikbranche, men forstærker også det øvrige invitationsarbejde mht. agenter, distributører, managers og forlag.

Der var stor positiv respons fra den danske branche på ovennævnte, på MXD's ekstensive redaktionelle dækning, samt på det nyetablerede SPOT+ område, som MXD har været med til at udvikle, og som giver mere fokuserede muligheder for at møde de udenlandske branchefolk, bl.a. på MXD's store årlige netværksmøde.

Læs de enigt positive internationale og nationale reaktioner i SPOT Festivals e-paper: mag.spotfestival.dk/96056/

Læs SPOT Festivals og MXD's fælles info-artikel om de mange fremmødte internationale gæster her: 2015.spotfestival.dk/aarhus-som-musikkens-mekka-grib-chancen-2/

B. SPOT on Denmark

Læs mere om SPOT on Denmark konceptet, som afvikles i et samarbejde med ROSA/SPOT Festival, her: mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/saadan-arbejder-mxd/

Det bemærkes, at også i 2015 valgte MXD at bidrage til NOMEX-samarbejdet ved at konvertere SPOT on Denmark i Wien til et fællesnordisk Ja Ja Ja fremstød.

26-28. marts 2015, SPOT on Denmark på Tallinn Music Week

Spillested: Von Krahle Theater

Samarbejdspartnere: Jazz Danmark, World Music Denmark, Rosa, SPOT Festival og Tallinn Music Week

Jury: Bands var udvalgt af Tallinn Music Week i samarbejde med SPOT Festival

Bands: Lowly, Slowwolf, The Sexican, Rune Funch Picture Music, Emil De Waal + Spejderrobot

Redaktionel dækning på MXD.dk:

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/video-reportage-og-resultater-spot-on-denmark-paa-tallinn-music-week/

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/masser-af-kaerlighed-i-tallinn/

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/fem-danske-bands-udvalgt-til-spot-on-denmark-paa-tallinn-music-week-d-26-marts/

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/ansoeg-inden-1-december-nyt-faelles-eksportfremstoed/

Beskrivelse: På Tallinn Music Week var MXD, ROSA og flere af de øvrige genreorganisationer gået sammen om et genrebredt fremstød for dansk musik, muliggjort med støtte fra Statens Kunstfond.

Fremstødet skete under "SPOT on Denmark"-konceptet, der igennem de seneste 7 år har været en af MXD's og ROSA's vigtigste platforme for musikeksport.

SPOT on Denmark præsenterede i alt 5 danske bands og fremstødet blev markedsført såvel lokalt som internationalt, særligt målrettet relevante branchefolk for de enkelte udvalgte orkestre. Før og efter koncerterne blev der afviklet forskellige netværksarrangementer, som havde til formål at matche de danske bands og branchefolk med potentielle samarbejdspartnere – musikselskaber og medier.

De fem deltagende bands spillede også individuelle showcases, før og efter SPOT on Denmark blev afholdt.

Se videoreportage her: mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/video-reportage-og-resultater-spot-on-denmark-paa-tallinn-music-week/

Branchens deltagelse:

A. SPOT on Denmark Netværksreception og koncert, 26 marts:

Da denne var åben for alle branchefolk (ca. 600), blev branchefolkene ikke registreret i døren. Det skønnes at der var ca. 250 branchefolk til Receptionen.

B. SPOT on Denmark Netværksfrokost, 27 marts, hvor 20 danske branchefolk blev matchet med 36 branchefolk fra bl.a. følgende udenlandske selskaber:

Firestarter Music, Powerhouse Moscow, Global Cafe, Jazzkaar, Lantaren Venster, F-CAT, Serious, Tampere Jazz Happening, Worm Rotterdam, Flagey, April Jazz, A.S.S. Concerts & Promotion, Imin Agency, PIAS, Music Nova Scotia, Tallinn Music Week, Rada 7, Fullsteam Agency, The Agency Group, Pitch and Smith, Fat Cat Records, INK Music, MOJO Agency, Tartu Indiefest, Buma Cultuur, Secretly Group, Glastonbury Festival, Playpen Management & Agency, Planetary PR, Jazz Liito, Nothing But Hope and Passion, Sonar, David Agnew Music, Outside Music, Berlin Festival. Waves Bratislava, Friendly Fire Recordings, Ment Ljubjana Festival, Artmania, Kamakin, MTV, Solar Festival, Paw Marks Music, Kristijonas Bartoševičius Event Management, Mr Live Agency, Cloud Valley Music, Headstomp Booking m.fl.

PR – Antal omtaler: Dagblade: 2. Netmedier: 34. Radio: 15. TV: 1. I alt: 52.

Antal publikummer: 450

Antal direkte aftaler, afledt af fremstødet: 11

De danske bands, branchefolk og organisationerne fik mange nye kontakter fra både "tastemaker" markeder (som UK og US), men ikke mindst viste festivalen sig som en god adgangs-dør til markederne i Østeuropa og Rusland.

Og der var konkrete eksportresultater til artisterne. Lowly blev tilbudt 6 live-jobs og blev endvidere også opdaget af Simon Raymonde's prominente pladeselskab, Bella Union, som sidenhen genså bandet på SPOT Festival i maj 2015 og signede dem.

The Sexican, som i øvrigt optrådte i ETV's morgenprogram (Estlands største TV-kanal), fik en distributionsaftale i Baltikum og booking agent i både Estland og Letland.

Emil de Waal+ Spejderrobot blev for nyligt booket til Tampere Jazz Happening på baggrund af deres optræden på Tallinn Music Week.

MXD's produktionsevaluering: Tallinn Music Week viste sig som en optimal platform for et genrebredt fremstød. Festivalen er i fremdrift og formår at tiltrække attraktive branchefolk, men er dog endnu ung, hvorved konkurrencen om branchefolkenes opmærksomhed ikke er så intens, som den kan være på andre branchefestivaler. Der er med andre ord gode muligheder for at blive set af potentielle, attraktive samarbejdspartnere.

På baggrund af resultaterne besluttede parterne at arbejde videre med projektet.

15. oktober 2015, SPOT on Denmark på MaMA Festival

Spillested: Les Trois Baudets

Samarbejdspartnere: Rosa - Dansk Rock Samråd, MaMA Event, SPOT Festival og Boogie Drugstore.

Jury: Bands var udvalgt af MaMA Event i samarbejde med SPOT Festival

Bands: Palace Winther, Dad Rocks, Lydmor & Bon Homme

Redaktionel dækning på MXD.dk:

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/spot-on-mama-fransk-networking-og-koncerter-i-paris/

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/ny-spot-on-denmark-mama-festival-paris/

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/mxd-spotlight-spot-on-mama-2015-part-one/

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/mxd-spotlight-spot-on-mama-2015-part-two/

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/frygtloest-showmanship-paa-montmatre-spot-on-denmark-i-paris/

Beskrivelse: MXD og ROSA/SPOT Festival har igennem flere år kunnet konstatere øgede muligheder for dansk musik på det franske marked, hvorfor vi har haft et fokus på, at finde gode samarbejdspartnere på dette marked.

I 2015 indgik vi således et samarbejde med den franske musikbranchefestival MaMA Event i Paris, muliggjort med støtte fra Statens Kunstfond, hvor SPOT on Denmark blev en del af festivalens officielle program.

Festivalen tiltrække mere end 4.000 branchefolk, hvoraf 30% er internationale og resten franske.

Der blev afholdt en netværksreception på spillestedet med nøglespillere fra den franske musikbranche, som blev inviteret i samarbejde med festivalen og det franske PR firma, Boogie Drugstore. Sidstnævnte forestod også de lokale pr-kampagner for aftenen og de medvirkende bands.

Branchens deltagelse: 17 danske branchefolk blev matchet med 65 udenlandske fra bl.a. følgende selskaber: AFX, AGDL, Alter K, Arachnée, Arte, Audiens, Azimuth, Bureau Export Luxembourg, Canal +, Caramba, Dancing Feet, Deaf Rock, Ensuite, Evvivashow, Festival Européen Des Arcs, Fille à la Modz, Fip, Foxtrot Sound, Francofans, From Nowhere With Love, Heartbeat Management, Jaune Orange, Koliapov Productions, L'Internationale, La Mécanique Ondulatoire, Label Sacré Cœur Musique, Les Migrants, Spectra, Limitrophe Production, MIDEM, Momentum, Motif Music, Pohoda, Petit Bain, Prod JV Tourneurs, Promo, Rockur-life, Soyouz, Tarragana Radia, Téléràma Sortir, Transmusicale, Underdog Records, VSD, WART, Wiseband

PR – Antal omtaler: Magasiner: 2, Netmedier: 13, Radio: 1. I alt 16.

Antal publikummer: 200

Antal aftaler afledt af fremstødet: 7 direkte aftaler. Herudover skønner kunstnernes managere, at 11 aftaler kan tilskrives de kontakter, som blev etableret via fremstødet.

Dad Rocks! blev booket til at spille til festivalen Au Foin De La Rue (20.000 kapacitet), umiddelbart efter koncerten på MaMA Event. Herudover skriver Snævar Albertsson fra Dad Rocks! at projektet har været helt afgørende for dialoger med et tysk og belgisk pladeselskab, som forventes at resultere i kontrakter, når nyt materiale foreligger.

Lydmor og Bon Homme indgik blandt andet booking aftale med Azimuth i Frankrig og fik en række live-jobs.

Pladeselskabsdirektør, Kristoffer Rom, skriver om udbyttet for Palace Winter: *"Den primære gevinst vurderer vi at have været PR-relateret med enkelte liveanmeldelser og en fotoreportage. Herudover har deres tilstedeværelse i markedet lettet vores arbejde med at få franske medier i tale generelt.*

At have spillet et profileret show i Paris vurderer vi desuden at have hjulpet på den senere indgåelse med UK-agent."

MXD's produktionsevaluering: Tilfredsstillende afkast. Det var en god satsning at indgå et samarbejde med MaMA Event. Det franske marked og industri kan være svært at bearbejde. Det kan være en del mere indadskuende end så mange andre markeder, hvorfor det her kan være vigtigt at operere med partnere, som kan blåstemple ens projekt.

MXD og SPOT/ROSA har på baggrund af resultaterne valgt at fortsætte samarbejdet i 2016. Eventuelt skal netværksarrangementet have et andet format, som tager højde for franskmændenes mere løse måde at netværke på.

11. december 2015, SPOT on Denmark på Glimps Festival

Danmark var fokusland på den belgiske showcasefestival Glimps, hvor fire danske bands optrådte. ROSA projektledte dette fremstød, hvorfor der henvises til deres ledelsesrapport for yderligere oplysninger.

C. Projekter under andre brands**24. januar 2015, When COPENHELL Freezes Over**

Spillested: Vega, København

Samarbejdspartnere: Copenhell, Live Nation Denmark og Vega

Jury: Bands er booket af Live Nation

Bands: Fossils, Hexis, Förtress, Deus Otiosus, Night Fever og Paceshifters (som del af udveksling med Buma Rocks)

Redaktionel dækning på MXD.dk:

mxd.dk/arkiv/video-reportage-en-tur-i-helvedet-gav-aftaler-til-danske-bands/

mxd.dk/arkiv/business-blod-og-braekkede-fingre/

mxd.dk/arkiv/styrk-dit-eksport-netvaerk-og-bliv-blaest-omkuld-when-copenhell-freezes-over-season-iii/

Beskrivelse: I tredje udgave af "When COPENHELL Freezes Over" fløj MXD 20 internationale branchefolk ind til en netværksmiddag med den danske musikbranche. Herefter optrådte de 5 danske (og et hollandsk) metalbands for de udenlandske musikindkøbere og medier i Vega, som var fyldt til bristepunktet med Copenhell's højt dedikerede fanskare.

Se videoreportage her: mxd.dk/arkiv/video-reportage-en-tur-i-helvedet-gav-aftaler-til-danske-bands/

Branchens deltagelse: Ved middagen deltog 30 danske branchefolk, mens 60-70 deltog ved den efterfølgende paneldebat og networking mellem koncerterne (der var et afgrænset vip-område i Vega til branchefolkene). De 20 internationale branchefolk kom fra følgende selskaber: The Agency Group (SE og UK), Mojo (Holland), CAA (UK), Live Nation (FIN), Download Festival (UK), Metal Hammer (UK), X-Ray Touring (UK), Factory Music Management and Agency (UK), Raw Power MGMT (UK), Continental Concerts (DE), Season of Mist (FR/US), Fortarock (NL), Artery Recordings (UK), Groezrock (BE), Petting Zoo/Relapse (NL).

PR – Antal omtaler: Netmedier (estimeret): 40-50

Antal publikummer: 750

Antal direkte aftaler, afledt af fremstødet: 2

Hexis blev booket til Bloodstock Festival (UK) med flere tour dates. NightFever blev udvalgt til at spille på Buma ROCKS! i Holland.

MXD's produktionsevaluering: Det konkrete afkast er tilfredsstillende. Og MXD forventer, at projektet vil kunne medvirke til udvikle den danske metalscene betragteligt på længere sigt. When COPENHELL Freezes Over (WCFO) i Vega udgør en optimal ramme for at showcase dansk metal og formår tiltrække prominente metalmedier og –musikselskaber fra udlandet.

Det lykkedes endvidere i år at hive en endnu større delegation af udenlandske selskaber til arrangementet.

WCFO tiltrækker en række af de største europæiske agenter/koncertarrangører – selskaber, som arbejder med alle musikstilarter. Der er altså også potentielle samarbejdsrelationer at hente for danske selskaber, der ikke arbejder med metalmusik, hvorfor MXD havde inviteret mere bredt fra den danske branche i år. Den danske blev følgelig fordoblet til 30 personer.

20. september 2015, Danish Night At Reeperbahn Festival

Spillested: Indra, Hamburg, Tyskland.

Samarbejdspartnere: Reeperbahn Festival Factory 92, Noisey, Byte FM, Intro.

Jury: Bands var udvalgt af Reeperbahn.

Bands: Awesome Welles, Förtress, Lydmor & Bon Homme og Alex Vargas.

Redaktionel dækning på MXD.dk: MXD havde også i 2015 en stor dækning af festivalen. Blogs og artikler af Carsten Holm (DR P6), profilinterviews etc. som har til formål at "sætte ansigt på" på de udenlandske branchefolk og give danskerne tips til mulige, fremtidige samarbejdspartnere.

mxd.dk/projekter/video-reportage-de-foerste-resultater-fra-den-danske-aften-paa-reeperbahn-festival-2015/

mxd.dk/projekter/svedigt-pakket-uber-geil-aften/

mxd.dk/projekter/mxd-spotlight-reeperbahn-festival-2015-part-one/

mxd.dk/projekter/mxd-spotlight-reeperbahn-festival-2015-part-two/

mxd.dk/projekter/mxd-spotlight-reeperbahn-festival-2015-part-three/

mxd.dk/projekter/mxd-spotlight-reeperbahn-festival-2015-part-four/

mxd.dk/blog/reeperbahn-reportage-1-mine-10-grunde-til-at-tage-paa-reeperbahn/

mxd.dk/blog/reeperbahn-reportage-2-primavera-efterlyser-dansk-musik/

mxd.dk/blog/reeperbahn-reportage-3-opdaget-ved-et-tilfaelde/

mxd.dk/blog/reeperbahn-reportage-4-cheferne-bag-reeperbahn-lukas-graham-er-et-hovednavn-med-15-bands-paa-plakaten-er-danmark-stadig-en-af-de-stoerste-nationer/

mxd.dk/projekter/reeperbahn/tag-med-mxd-bussen-til-reeperbahn-festival-til-aarets-travleste-netvaerks-reception/

mxd.dk/arkiv/til-erfarne-danske-musikeksportorer-nordisk-masterclass-paa-reeperbahn-festival/

mxd.dk/arkiv/danish-night-paa-reeperbahn-2015-booker-er-paa-vej-til-spot-festival/

Herudover har MXD produceret en video fra den danske aften, som ikke mindst bruges i markedsføringen af og invitation til næste års udgave:

mxd.dk/projekter/video-reportage-de-foerste-resultater-fra-den-danske-aften-paa-reeperbahn-festival-2015/

mxd.dk/billedgallerier/danish-night-reeperbahn-2015/

Beskrivelse: For syvende år i træk afviklede MXD en dansk aften under Reeperbahn Festivalen. Det er en af MXD's mest eftertragtede og velbesøgte eksport-events. Danish Night er en del af festivalens officielle program og finder sted på festivalens sidste dag – en strategisk beslutning: Danmark er det eneste land, som fik lov til at afholde en national showcase på denne aften, hvilket tidligere har vist at øge fokus og vores konkurrenceevne betragteligt.

Forud for aftenens 4 koncerter var der arrangeret networking på spillestedet.

Som noget nyt havde MXD arrangeret en bus, der kørte danske branchefolk til Danish Night at Reeperbahn Festival, hvilket betød, at betydeligt flere danske branchefolk fik gavn af det store networking arrangement.

Se videoreportage her: mxd.dk/projekter/video-reportage-de-foerste-resultater-fra-den-danske-aften-paa-reeperbahn-festival-2015/

Branchens deltagelse: 40 danske branchefolk og MXD blev matchet med mere end 255 udenlandske musikbranche- og pressefolk fra bl.a. følgende selskaber og medier (vi opgav at afkrydse flere end 255 gæster): 7 digital, A.S.S. Concerts & Promotion GmbH, AdP Records, Alster Radio / 917 xfm, AFX Booking, Ampya, Appletree Garden Festival, Azimuth, BBC,

Beck Rechtsanwälte, Believe Digital, Berlin Music Week, Billboard, Boogie Drugstore, ByteFM, Campusradio Dresden, Cargo Records, DevilDuck Records, Earcandy Entertainment, Ever Music, FKP Scorpio, Four Music, Fuchsbau Festival, GAEA Booking & Records, Go Ahead Sp. Z.o.o. S.K.A, Goldengate Management, Hamburger Abendblatt, Heart-Burst Management GmbH, Hfn Music, HTC Management, Humming Records, IMMF, Indigo, InTension Music, INTERPOL, IQ Mag, Juicy Beats Festival, Kanoon, Karousel Music, Karsten Jahnke Konzertdirektion, Konzertagentur Schöneberg GmbH, Kühlhaus Flensburg, La Candelas Musikagentur GmbH, Lautstark, M 94.5, Marcato, MCT Agentur GmbH, MENT Ljubljana, Mona Schnell Public Relations, Mittelstern, Motor.de, Musikmarkt, MusikWoche, Musikzentrale Nürnberg, Neuland Concerts, Neuland Concerts, New Kicks Booking, Nintendolife, Noissey, Nordic By Nature, Nordische Musik, Nouvelle Prague Festival, One Little Indian, ORF FM4, Pedro Lehmann Management, Piranha, Popup-records, Poule d'Or, Reeperbahn Festival, RecordJet, Rockoco, Rock For People Festival, Rockstar Magazin, SA Entertainments, Schöneberg, Selective Artists, SF Management, Siren Agency, Snowwhite PR, Sound Diplomacy, Sounds of Subterranea, SSC Group GmbH, Striker Entertainment, Sony Music Tyskland, Tapete Records, Trickser/Listen, Undercover GmbH, WDR, Write Night / Immergut Festival m.fl.

PR – Antal omtaler: Dagblade: 2. Magasiner: 2. Netmedier: 16. Radio: 2. I alt: 22.

Antal publikummer: Det estimeres, de 4 koncerter tiltrak ca. 1.200 publikummer i alt.

Antal aftaler afledt af fremstødet: 23 direkte aftaler. Herudover skønner managements, booking og labels, at 34 aftaler kan tilskrives de kontakter, som blev etableret via fremstødet.

Alex Vargas fik 3 live jobs i Holland, heriblandt en showcase på Eurosonic, som ifølge label har været medvirkende til, at Vargas' EP gik nr. 1 i Holland i april måned.

Lydmor & Bon Homme fik pladekontrakt med Hafenklang, bookingaftale med FKP Scorpio og 5 live jobs i Tyskland.

Awesome Welles fik 11 live jobs og to support tours i Tyskland (Steaming Satellites og Kensington), en booking aftale og tysk release, som har løftet antallet af streams i Tyskland markant (til 20.000 om måneden i perioden november-februar) og en A-rotation på Radio FluxFM i Berlin.

MXD's produktionsevaluering: PR-afkastet i Tyskland var igen meget tilfredsstillende. Intro havde fx Danmark som deres #1 anbefaling blandt syv nationer på Reeperbahn Festival. Samlet set var der dog lidt færre af de store nationale medier (TV, landsdækkende aviser) på banen for dansk musik i 2015 end normalt, hvilket skyldes den medieopmærksomhed, som et andet nordisk land (Finland) fik, eftersom de var fokusland på festivalen.

Den danske netværksreception og koncertaften på Reeperbahn Festival nåede en ny kulmination, MXD måtte opgive at registrere mere end 255 udenlandske branchepersoner og medier.

Det store fremmøde af relevante musikindkøbere og effekten af pr-kampagnen, afspejles da også af et stort antal solide eksportresultater; Projektet havde et meget højt afkast.

28.-29. oktober 2014, GIPFELTREFFEN #2

„GIPFELTREFFEN“ var et eksklusivt 48 timers topmøde mellem 10 danske musikbranchefolk og topledere fra 10 tyske selskaber (Verstärker, Freibank, Emerged Agency, Rough Trade, Target Concerts, SEN Music, hfn Music, Believe Digital, IMMF / FZW).

Mødet blev organiseret i et samarbejde mellem ROSA, PROMUS, MXD og FACTORY 92, og fandt sted på Schackenborg Slotskro, Tønder.

Formålet var at styrke forholdet til et af dansk musik absolut vigtigste markeder, Tyskland, og at opdatere vores eksportviden om markedet.

Læs mere her: mxd.dk/projekter/gipfeltreffen-ii-i-moegeltønder/

D. NOMEX

MXD driver sammen med musikeksportkontorerne i Sverige, Norge, Finland og Island den nordiske projektorganisation NOMEX med støtte fra Nordisk Ministerråd.

Samarbejdet betyder, at man kan operere med stordriftsfordele og en tyngde, som gør det muligt at bearbejde ressourcekrævende markeder effektivt.

Udover at brande Norden og nordisk musik på vigtige markeder, er NOMEX's andet hovedformål at styrke infrastrukturen og samarbejdet mellem de nordiske musikmarkeder og – forbrugere.

Ja Ja Ja Club Night London

Februar-oktober 2014, Ja Ja Ja Club Night, The Lexington, London

Beskrivelse: NOMEX har fx etableret en nordisk koncertaften i London under brandet **Ja Ja Ja Club Night**, som afvikles ml. 6-8 gange om året på spillestedet The Lexington, hvilket sikrer den nordiske musik og branche en vedvarende opmærksomhed fra den vigtige engelske musikbranche og medier.

Læs mere om konceptet her:

mxd.dk/projekter/ja-ja-ja-club-night-nomex/saadan-arbejder-mxd/

Se videoreportage nedenfor:

Ja Ja Ja London: www.youtube.com/watch?v=S-OHnVb2YtA

Der udvælges tre bands/lande pr. koncertaften. I 2015 valgte bookinggruppen danske bands til 7 ud af 7 fremstød:

Februar: Jennie Abrahamson (SE), Psyence Fiction (NO), **Mont Oliver (DK)**

Marts: Apothek (NO), Hey Elbow (SE), **Disa (DK/ICE)**

April: **Baby in Vain (DK)**, Jonas Alaska (NO), The Deer Tracks (SE)

September: **Chinah (DK)**, The Fjords (NO), Axel Flovent (ICE)

Oktober: **Kill J (DK)**, Loveless (NO), Massai (SE)

November: Colleagues (SE), **AV AV AV (DK)**, Katea (FIN)

November: **Get Your Gun (DK)**, Pink Street Boys (ICE), Honningbarna (NO)

Danmark var altså den mest repræsenterede nation i 2015.

Juryen/Bookinggruppen bestod i 2015 af: Pete Jarret; ATC management, Francine Gorman; Redaktør af jajajamusic.com og The Nordic Playlist, Ed Poston; A&R Glassnote UK, Natasha Haddad; Festival Republic/Head of booking Latitude Festival og Ben Blackburn; A&R Virgin EMI.

De syv shows tiltræk:

Antal publikummer I (offentlige): 428

Antal publikummer II (musikbranche og medier, ex Norden): 584

Publikumsfordeling: Offentlig: 43%, Industrien: 57%

Branchens deltagelse (ex Norden): Amazing Radio, Autonomy Music Group, Beggars, Believe Digital, Budde Music, Club Fandango, CODA, Create Sparks, CSM, Glassnote, Karamel Music, Liverpool Sound City, London In Stereo, Mothership Group / The Book Club, Native PR, Nordic Film Festival, NTB, Polaroid MGMT, Propeller Recordings, SAM Agency, Oy Ltd, , Sony ATV, Spotify, SSB Solicitors, The Line of Best Fit, The Orchard, Transgressive Producers, Black Butter, Decca, Elastic Artists, Finger Lickin, First and last Music, Global, High Fidelity, Making Visible, Polydor, Robomagic Live, SGD Law, Supercat PR, The Great Escape, Tidal, Trellis Music, United Talent Agency, Sony RCA, Virgin EMI, Universal, Primary Talent, One Little Indian, Bella Union, Amazing Radio, Festival Republic, ATC Management, Lucky Number Music, Atlantic, BMG, Sony Music, R&S Records, Island Records, Chess Club, AMF Records, Earth Agency.

Medieomtaler: 224

Foruden de eksisterende, stærke mediepartnere lancerede vi i 2015 et nyt PR-koncept: "Ja Ja Ja Roundtable Sessions", hvor fem prominente branchefolk/medier "anmelder" en sang fra

hver af de optrædende kunstnere på den kommende Ja Ja Ja Klubaften. Dette har skabt en øget hype omkring aftenerne, ligesom det giver kunstnerne brugbare citater til deres generelle PR.

Antal aftaler (til DK) afledt af fremstødet: 21 direkte aftaler. Herudover skønner managements, booking og labels, at 31 aftaler kan tilskrives de kontakter, som blev etableret via fremstødet.

Mont Oliver (senere omdøbt Mont Jake) indgik eksempelvis en world-wide aftale Island Records, der er del af Universal UK, og booking agenturet CAA.

DISA fik bl.a. 5 syncs i kølvandet på showet og den megen presse, blandt andet til Victoria Secrets internationale reklamer.

Chinah indgik blandt andet aftale det engelske booking agentur United Talent og den London-baserede promoter RockFeedBack, hvilket har været med til at skabe et solidt grundlag for den videre livestrategi.

Baby In Vain oplyser at deres Ja Ja Ja show har været en bookingaftale (Industry Music Group) og pladekontrakt med Partisan Records.

Ja Ja Ja Club Night Tyskland

September-november 2015, Ja Ja Ja Hamborg, Molotow

Februar-november 2015, Ja Ja Ja Berlin, FluxBau

Beskrivelse: Efter 5 succesfulde år i London besluttede MXD og de andre nordiske musik-eksportkontorer (dvs. NOMEX) i 2014 også at etablere en Ja Ja Ja-klubaften i Berlin. I efteråret 2015 blev Ja Ja Ja i Tyskland endvidere udvidet med en Klubaften i Hamborg.

Bands, som blev udvalgt til Ja Ja Ja i september, oktober og november optrådte således på Ja Ja Ja Club Night i Hamborg og dagen efter i Berlin.

Se videoreportage nedenfor:

Ja Ja Ja Tyskland: mxd.dk/arkiv/video-reportage-chinah-ja-ja-ja-berlin-2015/

Der udvælges tre bands/lande til hver udgave af Ja Ja Ja. Følgende blev valgt til de 9 tyske fremstød i 2015:

Februar (H): Eva & Manu (FIN), Kid Astray (NO), DNKL (SWE)

Marts (H): Hisser (FIN), **Waldo & Marsha (DK)**, Berndsen (ICE)

April (H): Psyence Fiction (NO), Last Lynx (SWE), NEØV (FIN)

September (H, B): Axel Flovent (ICE), Hey Elbow (SWE), **Lisa Alma (DK)**

Oktober (H, B): Astrid S (NO), Manna (FIN), **First Hate (DK)**

November (H, B): **CHINAH (DK)**, M-Band (ICE), Emmecosta (SWE)

Juryen/bookinggruppen bestod af:

Björn Bauch – Konzertbüro Schoneberg, Promoter of Ja Ja Ja Germany
Robert Helbig – Nothingbuthopeandpassion, Founder
Steffi von Kannemann & Nina Legnehed – Nordic By Nature, Founders
Melanie Gollin – FluxFM, Music Editor
Igor Guizzardi – Universal Music, A&R/Digital Channel Manager
Annika Hintz – Dockville Festival, Head of Booking
Björn Pfarr – Reeperbahn Festival, Alternate Director/Head Of Music Programme
Sven Städler – Verstärker Medienmarketing, CEO
Phillip Jacob-Pahl – Landstreicher Konzerte, Head of Cologne Office

Ja Ja Ja i Tyskland tiltræk i 2015:

Antal publikummer I (offentlige): 979

Antal publikummer II (musikbranche, ex Norden): 925

Antal publikummer III (medier): 92

Publikumsfordeling: Offentlig: 49%, Industrien: 46%, Medier: 5%

Branchens deltagelse (nøglespillere i uddrag, ex Norden): Spex, WiMP, Konzertbüro Schoneberg, Immergut Festival, Kölner Stadtanzeiger, Gastspielreisen Rodenberg, Motor.de, Berliner Morgenpost, Hamburger Abendblatt, IHM, BMG Rights Management, Universal Music Germany, Sony, Reeperbahn Festival, Warner Music Germany, OHA Music, Fine-tunes, Neuland Concerts, Popup-records, FKP Scorpio Konzertproduktion GmbH, Karsten Jahnke Konzertdirektion GmbH, ByteFM, Visions Magazine, Mit Vergnügen, FluxFm, Die Zeit, Juice, Melt!, TV Noir, Selective Artists, Poule d'Or, Nordic By Nature, ADA / Warner, SPARTA Booking GmbH, Byte FM, Believe Digital, Steinhardt music & Royalty, Neverland Music, hfn music, Live is More, Prime Tours, TIDAL, Berlin Sessions, Appletree Garden Festival, Stadtkind, 1995 Management, New Kicks Booking, Vice Events, NBHAP, Wolken Agency, Nothing But Hope And Passion, Sound Diplomacy, Kobalt Music Group, Trickser Tonträger, Earth Agency...

Medieomtaler: 267

Antal aftaler (til DK) afledt af fremstødet: 8 direkte aftaler. Herudover skønner managements, booking og labels, at 11 aftaler kan tilskrives de kontakter, som blev etableret via fremstødet. (NB: Pt. er 2 ud af 4 danske bands færdigevalueret.

Martin Rintza, Chinah ene booker udtaler blandet andet: "Vi har som et direkte resultat af Ja Ja Ja indgået en bookingaftale med Philipp Jacob-Pahl fra Landstreicher Booking i Tyskland. Dette har ledt til booking af Chinah til 2 tyske festivaler i 2016 (Puls Open Air og c/o Pop Fe-

stival).” ligesom han fortæller om forskellige dialoger med festivaler og labels, som endnu ikke er offentlige.

Bandet udtaler: *”Showet passede rigtig godt ind i vores udgivelsesforløb, hvor vi fik mulighed for at bakke vores tyske PR kampagne op med et show i Berlin. Samtidig var det en perfekt måde, at vise bandet frem i optimale rammer og for et udsolgt publikum med en 50/50 fordeling af, musik industri og alm. publikum. De ovenstående resultater ville have været meget sværere, at trække hjem uden dette show, da vi fik vist bandet frem for det rigtige branche publikum.*

Showcasen er en flot mulighed for at præsentere et act i en af de vigtigste europæiske musikbyer, på et venue og under generelle aftaleforhold, der er langt bedre end andre venues og promoters kan tilbyde. Det er tydeligt at mange i branchen holder øje med disse arrangementer, og det er har været til at mærke efterfølgende, da flere har givet udtryk for at have opdaget bandet igennem denne aften.”

Ja Ja Ja Vienna

13 marts 2015, spillestedet Wuk, Wien

Beskrivelse: Efter 5 år med SPOT on Denmark i Wien (og masser af konkrete eksportresultater for dansk musik), besluttede MXD og SPOT i 2015 at invitere sine nordiske kollegaer med indenfor i varmen.

Den 30. januar 2015 projektledte MXD således den første Ja Ja Ja klubaften i Wien med 5 bands fra Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige, booket af Ink Music som har været MXDs og SPOTs partner i Østrig sin SPOT on Denmarks begyndelse i Østrig.

Sekuoia repræsenterede dansk musik i Wien. Herudover optrådte Noah Kin, Sea Change, Vök og Adna.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

mxd.dk/arkiv/ja-ja-ja-i-wien-med-sekuoia-ramte-mere-end-1-million-oestrigere/

mxd.dk/projekter/spot-on-denmark/ja-ja-ja-kommer-til-wien-i-2015/

Antal publikummer I (offentlige): 621

Antal publikummer II (musikbranche, ex Norden): ca. 50

Antal publikummer III (medier): ca. 51

Branchens deltagelse: Sony Music, ink music, Arcadia Live, Skalar Music, Miooow, Waves Vienna, PSI2 Music, earcandy, Rhythm’n’Clues, Austrian Music Export, mica, Poolbar Festival, Spielboden Dornbirn, WUK m.fl.

Medieomtaler: 30 +

Ligesom de danske aftener, fik den nordiske aften en massiv omtale i tunge østrigske medier:

- ORF.at (østrigsk største webside) bragte en stor feature om nordisk musik og Ja Ja Ja.
- Radio FM4 (som svarer til DR's P3) havde Ja Ja Ja-artister i deres morgenshow.
- Ö1 (en anden national radiostation) bragte en feature om festivalen.
- Falter City Magazine (som svarer til Politikens ibyen guide) fremhævede Ja Ja Ja som ugens højdepunkt.
- På selve aftenen bragte ORF TV (Østrigsk nationale TV-station) et indslag om den nordiske aften.
- De nationale aviser Kurier, Wiener Zeitung og Heute (som svarer til Berlingske Tidende, Politiken og Jyllandsposten) bragte artikler om Ja Ja Ja.
- Ja Ja Ja fremhævet på infoscreeens i Wien metro, s-tog og sporvogne.
- Den nationale TV-stations Text TV (ORF Teletext) valgte også at fremhæve Ja Ja Ja som weekendens kulturhøjdepunkt.

Endelig var der en fyldig lokal dækning af fremstødet. Iht. de officielle medietal ramte Ja Ja Ja **langt over 1 million** østrigske læsere, lyttere og tv-seere.

Antal aftaler (til DK) afledt af fremstødet: 24 direkte aftaler. Herudover estimerede managements og booking agenturet, at 43 aftaler under ville resultere i aftaler.

Umiddelbart efter fremstødet udtalte ovenstående i et interview:

Martin Rintza fra Skandinavian, der er Sekuoia's internationale booking agent, udtaler: *"Vi havde allerede promotere i Østrig (PSI2) og Slovakiet (Pendant), så vi skulle ikke ud og finde partnere på denne front. Fokus var mere på festivaler – og her har vi indtil videre fået den festival vi skulle bruge i 2015, hvor Sekuoia nu prioriteres højt på programmet. Jobbet annonceres senere på året".*

Rintza var begejstret over fremmødet og aftenen: *"Sekuoia fik mange nye fans den aften. De spillede en af deres bedste koncerter nogensinde. Det var magisk. Folk var virkelig på. Derudover var det som om, at aftenen og den megen presse gav et ekko i Bratislava, hvor Sekuoia skulle spille sin første headliner dagen efter: Vi kan konstatere, at Sekuoia nu sælger flere billetter i Bratislava end mange byer i Danmark!".*

Rasmus Damsholt, Sekuoia's manager tilføjer: *"Vi brugte aften til at invitere Østrigske labels og det resulterede i, at vi fik tilbudt en distributionsaftale med et østrigsk pladeselskab, som har stærke samarbejder med de vigtigste medier i landet for denne genre, heriblandt The Gap, FM4, Austrian Music Television og Red Bull Austria. Dem forhandler vi med lige nu."*

MXD's produktionsevaluering, Ja Ja Ja UK, DE og Wien: Ja Ja Ja-aktiviteterne illustrerer styrken ved det nordiske samarbejde igennem et meget højt afkast, jf. ovennævnte.

I London har den igennem flere år været anerkendt af industrien, som en af de mest interessante showcases, ift. at signe ny musik. Via NOMEX-samarbejdet kan de nordiske musikek-

sportkontorer pulje ressourcer og kompetencer og operere med stordriftsfordele og en meget stor gennemslagskraft – kunstnerisk og markedsføringsmæssigt set.

De 5 nordiske lande har pt. en stor talentmasse og konkurrerer hver gang om én af de tre pladser i line-up. Samarbejdet betyder altså også, at vi kan præsentere en kritisk masse af attraktiv musik, som tiltrækker et stort antal musikindkøbere hver gang.

Det er således MXD's entydige vurdering, at Ja Ja Ja og de nomex-samarbejder har mangle-doblet udbyttet af MXD's ressourcer.

MXD valgte at konvertere den meget succesfulde SPOT on Denmark-showcase i Wien til et Ja Ja Ja fremstød. Ud over at bidrage til det fællesnordiske samarbejde, så var det efter fem år også et logisk skridt ift. at fastholde og udvikle den østrigske interesse. Projektet fik et nyt boost.

Ja Ja Ja Media

Der er skabt en stærk og effektiv medieplatform under Ja Ja Ja-aktiviteterne.

NOMEX driver fx Ja Ja Ja Online Magazine (jajajamusic.com/), der er blevet en autoritativ guide til ny nordisk musik.

Aktiviteten understøttes også via de sociale medier, som er vokset organisk år for år.

Sociale Medier - Statistik

År	Facebook	Twitter	Total
2013	8.440	9.207	17.647
2014	10.565	12.100	22.665
2015	12.325	13.950	26.276

Endelig har Ja Ja Ja-aktiviteterne fået en massiv omtale i eksterne medier.

Ja Ja Ja. Samlet set har vi registreret 521 medieomtaler.

Øvrige NOMEX projekter

Januar-december 2015, The Nordic Playlist

I 2015 fortsatte The Nordic Playlist (www.nordicplaylist.com) på andet år med at engagere og promovere nordiske artister igennem kuraterede playlister og unikt redaktionelt indhold.

The Nordic Playlist har etableret sig som en online kilde til opdagelse af ny musik, ikke blot for musikfans men også for radio DJs, andre playliste redaktører, festival bookere, music supervisors, pladeselskaber og booking agenter.

I 2015 forsat udviklingen. Mere end 100 playlister er nu blevet produceret. Det redaktionelle indhold er blevet en hjørnesteen i strategien, hvilket blandt andet har udmøntet sig i regionale playlister (fx Grønland) og genre-specifikke playlister og -sektioner på The Nordic Playlist's website (fx Trenda og Magma). The Nordic Playlist er blevet ved at udvikle indhold inden for de førende streaming platforme: Spotify, Deezer, Tidal og MixRadio. Ligesom der er blevet lanceret en Nordic Playlist YouTube-kanal.

Blandt kuratorerne fra 2015 finder man blandt andet: Mø, Of Monsters & Men, Veronica Maggio, Auroro, K-X-P

Playlisterne er endvidere blevet markedsført via en række live events (hvor mere indhold er blevet produceret) med Radio Bars på blandt andet By:Larm, Berlin Festival, Roskilde Festival, Way Out West, Iceland Airwaves.

Statistikker for 2015:

Nordic Playlist website

173.750 Website Users

255.000 Website Sessions

436.820 Sidevisninger

Social Medier

Facebook: **29.668** (vækst på **12.103** i 2015)

Twitter: **6.050** (vækst på **4.326** i 2015)

Instagram: **1.622** (vækst på **573** i 2015)

Online Music Streaming Services

YouTube: **115.223** views

YouTube Subscribers: **576**

Spotify: **6.339**

Maj, september 2015, Masterclasses

NOMEX afholdte to masterclasses for nordiske musikbranchefolk i 2015:

- Forud for den britiske festival The Great Escape arrangerede nomex en sync-masterclass i London d. 13. maj kl. 14-17, hvor den danske branche kunne dele erfaringer med nordiske kollegaer samt nogle af de førende britiske sync-folk.
- En masterclass på i forbindelse med Reeperbahn Festival, Hamborg, onsdag d. 23. september om streaming Services and Playlist Marketing på det tyske marked.

18.-21. november 2015, Nordisk Handelsmission til Tokyo

Japan udgør verdens næststørste musikmarked, og er et marked, hvor det fysiske salg af indspillet musik fortsat er højt. MXD tilbød i 2015 via NOMEX-samarbejdet den danske branche

deltagelse i et flere dages besøg hos den japanske musikindustri i Tokyo med følgende elementer:

- Topmøde mellem den nordiske og japanske musikbranche med one-to-one meetings, receptioner m.m.
- Seminarer om det japanske marked
- Songwriting Camp arrangeret af Sony Music Publishing (Japan) Inc, hvor Nanna Larsen deltog

Mere end 100 japanske branchefolk deltog i aktiviteterne. Den samlede nordiske delegation talte 62 personer, heriblandt 10 danske musikselskaber, Nanna Larsen og Thomas Rohde fra MXD.

I evalueringerne umiddelbart efter fremstødene opgjorde de 10 danske musikselskaber, at man var i dialog med 43 japanske musikselskaber om mulige samarbejder/aftaler, mens 3 var blevet bekræftet på opgørelsestidspunktet.

MXD's redaktionelle dækning:

mxd.dk/mxd-viden/handelsmission-til-tokyo-en-hilsen-til-mr-mik-christensen-samt-konkrete-raad-til-danskere-der-vil-ind-paa-det-japanske-marked/

mxd.dk/mxd-viden/handelsmission-til-tokyo-interview-med-nanna-larsen-om-sangskrivning-i-tokyo-for-sony-music-publishing/

mxd.dk/arkiv/deadline-1-september-handelsmission-til-japan-udvides-med-sangskriver-camp/

mxd.dk/arkiv/deltag-i-nordisk-handelsmission-til-tokyo/

Samlet set er afkastet som følger:

	Danske bands/kunstnere/ koncerter	Aftaler, direkte afledt	Aftaler, her- udover*	Medieomtaler (Int)	Branchefolk (DK)	Branchefolk (Int.)
SPOT Festival	201	n/a	n/a	200	1.177	323
SPOT on Denmark	12	18	11	68	37	315
Andre	9	25	34	22	80	285
NOMEX (**)	12	56	85	521	n/a	1.802***
I alt	234	99	130	811	1.294	2.725

*) Musikbranchens estimat af hvor mange andre aftaler (end de direkte afledte), som projektet har været en medvirkende faktor til, blev indgået.

**) Branchefolk til Ja Ja Ja Festival er ikke medregnet i ovenstående.

***) Dette tal består primært af udenlandske branchefolk, men danskerne er også inkluderet i denne sum (Skønsmæssigt udgør de 10 %)

D.3. VIDENDELING OG KOMMUNIKATION

MXD's tredje hovedopgave spænder over en række forskellige aktiviteter: Opfølgning på evalueringer (analyse, formidling og rådgivning), PR, markedsdatabaser, markedsrapporter og know how-artikler.

Det samlede resultat for 2015 blev 143.264 kr. imod et oprindeligt budget på 180.000 kr. hvilket blev brugt på videreudviklingen af it-systemet for eksportstøtten og MXD's nye hjemmeside, som gik i luften marts 2014, og køb af vidensartikler til hjemmesiden.

IT-systemet har øget MXD's indsigt i markedstendenser, brugbare arbejdsmetoder, effekten ved forskellige markedsføringstiltag og forskellige samarbejdspartneres efficiens. MXD kan herved viderebringe vigtige erfaringer, så danske musikere og musikselskaber også kan benytte de stier og genveje andre har betrådt – således at "fejl" og dårlige erfaringer ikke gentages.

Denne videndeling sker igennem flere kanaler: Ved personlig rådgivning, orienteringsmøder eller via publikation af artikler på mxd.dk.

I 2014 skete der endnu en markant videreudvikling af fundamentet for videndeling og kommunikation, idet MXD udviklede og lancerede en ny webside, der skaber et langt større overblik over MXD's aktiviteter, transparens ift. støtteordninger og kriterier, og som langt mere effektivt formidler viden og erfaringer om musikeksport. I 2015 blev publiceret 147 artikler imod 86 artikler i 2014 og 72 i 2013. Ligesom websiden er blevet løbende optimeret.

Foruden cases og tips fra danske og internationale branchepersoner udgav MXD flere mere omfattende markedsrapporter (nogle af dem igen i samarbejde med NOMEX (via The Nordic Travel Pass), eksempelvis:

mxd.dk/vidensbank/tips-og-markedsrapporter/a-brief-overview-of-the-french-music-industry-2014-15/

mxd.dk/mxd-viden/a-brief-overview-of-the-japanese-music-industry-2014-15/

mxd.dk/mxd-viden/a-brief-mxd-overview-of-the-german-music-industry-2015/

Årets samlede økonomiske resultat

Nedenfor ses årets samlede resultat for aktiviteten, ift. det forventede og sidste års resultat.

Omkostninger	R2012	R2013	R2014	Budget 2015	Resultat 2015
Eksportstøtte	2.653.385	2.053.751	2.052.056	2.000.000	2.122.245
Internationale projekter	1.688.695	1.502.797	1.382.162	1.307.200	1.336.686
Videndeling og kommunikation	90.502	125.540	117.109	180.000	143.264
Honorarer m.m. før fordeling på projekter	523.336	589.208	514.727	498.000	481.895
Eksportprojekter, i alt	4.955.918	4.271.296	4.066.054	3.985.200	4.084.090

Med indtægter for 4.000.918 lander **årets samlede resultat for aktiviteten på minus 83.172 kr.** imod et oprindeligt budget på 14.800.

Bestyrelsen valgte på et bestyrelsesmøde d. 3. november at opjustere budgettet, idet man på baggrund af de seneste markedsefterretninger forventede at modtage et større antal attraktive ansøgninger ved årets to sidste uddelinger af eksportstøtte. Bestyrelsen valgte således at imødekomme disse muligheder og havde sat en samlet budgetoverskridelse for MXD's tre hovedaktiviteter på 100-150.000 som et acceptabel niveau.

Årets resultat på minus 83.172 kr. er således et tilfredsstillende resultat.

Branchens egenfinansiering

Kulturministeriets tilskud til MXD gives under forudsætning af, at det matches af en investering fra branchen på i samlet set minimum 50 %.

Nedenfor følger en økonomisk opgørelse udarbejdet af MXD og MXD's revisor, der angiver musikbranchens samlede investering i aktiviteter under MXD.

Det skal understreges, at oversigten ikke er fyldestgørende. Dvs. ikke samtlige aktiviteter eller investeringer er medtaget. Formålet er primært at dokumentere, at branchens egenfinansiering udgør min. 50 %, og at præmissen for Kulturministeriets tilskud er opfyldt.

Mht. eksportstøtten viser nedenstående investeringen i de projekter, som er afviklet på opgørelsestidspunktet d. 6. maj 2016. Den totale investering er altså ikke medtaget i denne rapport.

Aktivitet	Direkte investering/omkostninger pr. 6. juni 2016 for uddelt støtte
<i>Eksportstøtte</i>	
Markedsudvikling	4.496.545 kr.
Dynamisk	412.087 kr.
Branchefolk	570.311 kr.
I alt	5.478.943 kr.
Udbetalt eksportstøtte pr. 6. maj	1.811.300 kr.
Branchens egenfinansiering, Eksportstøtten, I	3.667.643 kr.

Branchens eget tidsforbrug på projekterne indgår ikke i ovenstående, men bør medtages i det samlede billede af branchens investering i eksportaktiviteterne. Her kan antallet af live- og andre markedsføringsaktiviteter anvendes som fordelingsnøgle for puljerne "Eksportstøtte til markedsudvikling" og "Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder". Nedenfor har MXD sat en gennemsnitlig mindstesats for disse to aktivitetstyper, som vel at mærke er meget konservativt sat. Formålet har mere været at påpege disse omkostningers eksistens end at opgøre deres faktiske omfang.

Nedenfor ses den realiserede aktivitet under 115 afviklede tilsagn/projekter pr. 6. juni 2016 under puljerne "Eksportstøtte til markedsudvikling" og "Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder", branchens tidsforbrug og den estimerede min. investering herpå

Ressourceforbrug (mandetimer) under markedsudvikling og dynamisk pulje	Antal	Sats – Tid pr. aktivitet i min.	Kr. pr. min.	Investering
Liveaktiviteter (medgået tid på booking)	497	90	12,5	559.125 kr.
Anden markedsføring (medgået tid på planlægning og afvikling)	83	180	12,5	186.750 kr.
Branchens egenfinansiering, Eksportstøtten, II				745.875 kr.

I relation til hovedaktiviteten "Internationale projekter", så har MXD sammen med organisationens revisor i nogle af de tidligere regnskabsår udarbejdet en oversigt over medfinansieringen for udvalgte projekter. Eftersom der ovenfor er redegjort for en egenfinansiering, som også i 2015 overstiger kravet fra Kulturministeriet, har MXD valgt ikke at bruge ressourcer på denne analyse i år.

Samlet set kan egenfinansieringen altså opgøres til:

Egenfinansiering i eksportstøttede projekter (minus eksportstøtte)	3.667.643 kr.
Branchens minimale ressourceforbrug (booking, planlægning og afvikling af markedsføringsaktiviteter) på eksportstøttede projekter	745.875 kr.
I alt	4.413.518 kr.

Sammenlignet med afholdte udgifter på 4.084.090 kr. anses egenfinansieringskravet således som opfyldt.

Årets afsætningsmæssige resultat / Målopfyldelsesskema 2015

Nedenfor ses de definerede mål for MXD's tre hovedaktiviteter samt en konklusion på målopfyldelsen, beskrevet i ledelsens årsberetning.

Eksportstøtte, mål	Mål 1.1. At eksportstøtten genererer nye aftaler om afsætning af dansk musik i udlandet. Mål 1.2. At eksportstøtten genererer nye netværk ml. den danske og udenlandske musikbranche og kunstnere. Mål 1.3. At eksportstøtten genererer medieomtaler for dansk musik i udlandet.
Eksportstøtte, målopfyldelse	Der blev i 2015 bevilliget "eksportstøtte til markedsudvikling" og "dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder" for 2,26 mio. kr. til 123 projekter, fordelt på 83 bands/kunstnere, som har fået et eller flere tilsagn. Ved årsregnskabets afslutning var 110 af de 123 støttede projekter blevet afviklet, mens 5 var blevet aflyst. Der mangler altså endnu rapportering for otte projekter, før resultatet for samtlige 118 støttede projekter foreligger. Under de 110 afviklede projekter er der blevet gennemført 497 liveaktiviteter og 83 andre markedsføringsaktiviteter. 113 af de 118 projekter er blevet evalueret ved årsregnskabets afslutning. Det estimeres, at de evaluerede projekter har genereret 989 nye liveaktiviteter, 345 nye samarbejdsaftaler og 2.038 medieomtaler i udlandet. Herudover estimeres det, at de involverede danske branchefolk har fået udvidet deres netværk med 1.158 nye relationer til udlandet.
Internationale projekter, mål	Mål 2.1. At de internationale projekter genererer nye aftaler om afsætning af dansk musik i udlandet. Mål 2.2. At de internationale projekter formår at samle vægtige aktører fra udlandet (musikselskaber og medier) omkring projekterne og dansk musik generelt. Mål 2.3. At de internationale projekter genererer medieomtaler for dansk musik i udlandet.

Internationale projekter, målopfyldelse	MXD afviklede 30 projekter i 2015 (17 mere end oprindeligt planlagt, hvilket ikke mindst skyldes NOMEX-samarbejdet). Disse involverede 234 bands/koncerter, 1.294 danske branchefolk og 2.725 internationale branchefolk. Ved årsregnskabets afslutning har MXD indtil videre registreret, at projekterne har resulteret i minimum 99 eksportaftaler (branchen estimerer, at projekterne herudover har været en medvirkende faktor til, at yderligere 130 aftaler er blevet lukket) og 811 medieomtaler.
Videndeling og kommunikation, mål	Mål 3.1. At videndeling og kommunikation genererer medieomtaler for dansk musik i udlandet. Mål 3.2. At videndeling og kommunikation genererer brugbar information vedr. musikeksport for den danske musikbranche.
Videndeling og kommunikation, målopfyldelse	Antallet af medieomtaler, som MXD har været med til at generere, er beskrevet under målopfyldelsen for internationale projekter. MXD har i 2015 fortsat videreudviklet MXD's it-system, som understøtter processerne vedrørende ansøgningen, sagsbehandlingen og evalueringen af projekterne under eksportstøtten. It-systemet har øget MXD's indsigt i markedstendenser, brugbare arbejdsmetoder, effekten ved forskellige markedsføringstiltag og forskellige samarbejdspartneres efficiens. MXD kan herved viderebringe vigtige erfaringer, så danske musikere og musikselskaber også kan benytte de stier og genveje, andre har betrådt – og således at "fejl" og dårlige erfaringer ikke gentages. Denne videndeling sker igennem flere kanaler: Ved personlig rådgivning, orienteringsmøder eller via publikation af artikler på mxd.dk. I 2015 blev der således publiceret 147 artikler. Formidlingen blev tillige styrket i 2015 via en videreudvikling af den nye webside, som MXD lancerede i 2014.

MXD betragter ovenstående resultater som meget tilfredsstillende og som en overbevisende indikator på, at de fastsatte mål for MXD's tre hovedaktiviteter i høj grad er opfyldt.

På baggrund af det foregående og de individuelle evalueringer af de af musikbranchens projekter, der modtager eksportstøtte fra MXD, er det MXD's entydige vurdering, at de senere års positive udvikling fortsætter; Dansk musik er i vækst på eksportmarkederne. Foruden det store antal internationale samarbejdsaftaler og medieomtaler i udlandet, som MXD har registreret, ses trenden også i tyngden af de samarbejdspartnere, som både MXD's og branchens egne eksportprojekter tiltrækker.

MØ og Lukas Graham har tillige været en katalysator for ny innovation, vækst og interesse fra udlandet for dansk musik.

MXD må ved hver uddeling således prioritere hårdt imellem mange kvalificerede ansøgninger.

Forventninger til 2016

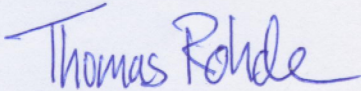
MXD er blevet en del af Kulturministerens Musikhandlingsplan for perioden 2015-2018, "Talent Forpligter", og har sidenhen indsendt en ny strategi for perioden 2016-19 til Kulturstyrelsen. Denne og det medfølgende budget for 2016 forventes godkendt medio 2016.

MXD og NOMEX er d. 24. maj 2016 blevet orienteret af Kulturminister Bertel Haarder om, at et fortsat tilskud fra Nordisk Ministerråd til NOMEX ikke for nuværende har en flertalsopbakning fra Ministerrådet. En endelig afgørelse træffes til november.

Bortfalder støtten vil det naturligvis have implikationer for det nordiske samarbejde og antallet af projekter fremover. Effekten heraf vil dog først have betydning for 2017 og frem.

Frederiksberg, den 21. juni 2016

Adm. direktør

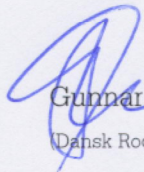


Thomas Rohde

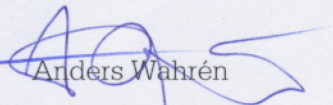
I bestyrelsen



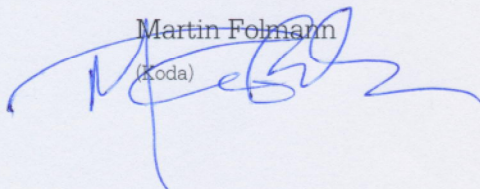
Søren Krogh Thompson
(Ifpi Denmark) (formand)



Gunnar Madsen
(Dansk Rock Samråd) (næstformand)



Anders Währén
(Roskilde Festival)



Martin Folmann
(Koda)

Foreningen - resultatopgørelse

Note	2015 DKK	Ikke revideret budget 2015	2014 DKK	2013 DKK
<i>Drift:</i>				
Indtægter:				
Kontingent (2 x 200.000 + 2 x 160.000)	720.000	720.000	720.000	720.000
Modtagne honorarer	0	0	0	0
Indtægter i alt	720.000	720.000	720.000	720.000
Udgifter:				
1 Lønudgifter	479.062	473.608	458.155	439.426
2 Administration	202.356	225.250	210.960	252.623
3 Rejse- og opholdsudgifter m.v.	11.349	37.000	25.650	34.525
4 Andre udgifter	15.409	33.000	20.271	36.559
5 Finansielle udgifter	0	0	20	5
Udgifter i alt	708.176	768.858	715.056	763.138
Årets resultat, drift	11.824	-48.858	4.944	-43.138
<i>Projekter:</i>				
Projekt "Støtte til Music Export Denmark":				
Indtægter, jf. side 9	4.000.918	4.000.000	4.001.870	4.028.306
Udgifter, jf. side 9	4.084.090	3.985.200	4.066.054	4.271.296
Årets resultat, projekt	-83.172	14.800	-64.184	-242.990
Årets samlede resultat	-71.348	-34.058	-59.240	-286.128
Resultatet anvendes således:				
Overførsel til næste år	11.824	-48.858	4.944	-43.138
Hensættelse:				
Projektmidler overført fra sidste år	-494.561	-493.835	-558.745	-801.735
Projektmidler overført til næste år i h.t. særlig aftale med Kunststyrelsen	411.389	508.635	494.561	558.745
	-71.348	-34.058	-59.240	-286.128

BEIERHOLM
KABER BALANCE

	2015 DKK	Ikke revideret budget 2015	2014 DKK	2013 DKK
Personale				
Fastansatte årsværk	2,0		¹⁾ 2,0	¹⁾ 2,0
Midlertidigt ansatte årsværk/eksterne projektledere	1,5		¹⁾ 1,5	¹⁾ 1,5
Frivillige årsværk			0,3	1,0
Personale, års- værk i alt	3,5		3,8	4,5
Kunstnerisk pro- duktion				
Musikeksportfrem- stød	30	13	22	16
Uddelt Støtte	2.122.245	2.000.000	2.052.056	2.053.751
Internationale pro- jekter	1.818.581	1.805.200	1.896.889	2.092.005
Videndatabase	143.264	180.000	117.109	125.540

¹ Incl. køb af serviceydelser.

AKTIVER		31.12.15	31.12.14
Note		DKK	DKK
10	Tilgodehavender	240.257	240.199
	Forudbetalte omkostninger	12.911	16.429
11	Likvide beholdninger	1.487.323	1.204.787
Omsætningsaktiver i alt		1.740.491	1.461.415
Aktiver i alt		1.740.491	1.461.415
PASSIVER			
	Overførsel fra sidste år	150.044	145.100
	Årets resultat	11.824	4.944
Egenkapital i alt		161.868	150.044
	Projektmidler overført til næste år	411.389	494.561
Hensættelser i alt		411.389	494.561
	Feriepengeforpligtelse, funktionær	72.556	65.831
12	Anden gæld	1.094.678	750.979
Gældsforpligtelser i alt		1.167.234	816.810
Passiver i alt		1.740.491	1.461.415

Hæftelser

Ingen.

GENERELT

Regnskabet omfatter foreningens samlede aktiviteter.

Projektreghskabet for projekt "Støtte til Music Export Denmark" er opstillet i overensstemmelse med Kunststyrelsens retningslinjer. Tilsagn om støtte er meddelt den 27. juni 2014.

Den anvendte regnskabspraksis er uændret i forhold til sidste år.

Budget

Det indarbejdede budget er det i marts 2015 godkendte budget.

RESULTATOPGØRELSE

Indtægtskriterium

Kontingent indgår på grundlag af den vedtagne betaling for de enkelte medlemmer.

Indtægter i form af bevillinger fra Kunststyrelsen medregnes i bevillingsåret.

Øvrige indtægter medregnes i det år, hvor fakturering har fundet sted, hvilket normalt svarer til det tidspunkt, hvor ydelsen har fundet sted.

BALANCE

Materielle anlægsaktiver

Driftsmidler og inventar, herunder edb-anskaffelser, afskrives fuldt ud i anskaffelsesåret.

Tilgodehavender

Tilgodehavender værdiansættes i balancen til pålydende værdi med fradrag af nedskrivning til imødegåelse af tab. Nedskrivninger til tab opgøres på grundlag af en individuel vurdering af de enkelte tilgodehavender.

Gældsforpligtelser

Gæld indregnes til nominel værdi.

	2015 DKK	Ikke revideret budget 2015	2014 DKK	2013 DKK
1. Lønudgifter				
Lønninger:				
Direktør/Projektleder	575.812		550.881	527.554
Andre	0		42.465	155.379
Løntilskud	0		-45.220	-162.043
Regulering af feriepengeforpligtelse	6.723		2.922	4.792
Pensionsbidrag	91.088		87.152	83.469
Sociale udgifter	5.439		9.955	10.275
	679.062	673.608	648.155	619.426
Overført til projekt:				
Direktør/Projektleder	-200.000	-200.000	-190.000	-180.000
	479.062	473.608	458.155	439.426
2. Administration m.v.				
Administrationsbidrag ROSA incl. lokaleleje m.v.	191.000		183.500	167.000
Husleje incl. forbrug, København	87.193		90.968	90.148
Vedligeholdelse af lokaler	3.264		8.477	31.703
Revisorydelser	45.000		49.900	46.900
Øvrig assistance	0		0	9.650
Kontorartikler og tryksager	3.854		3.707	5.880
Mobiltelefoni	5.191		5.596	19.478
Porto og gebyrer	4.242		5.114	4.782
Edb-udgifter	25.270		13.476	19.293
Forsikringer	13.612		14.514	13.327
Abonnementer	2.588		4.403	1.283
Øvrige	-554		1.423	3.048
Mindre nyanskaffelser	12.696		19.882	20.131
	393.356	416.250	400.960	432.623
Overført til projekt	-191.000	-191.000	-190.000	-180.000
	202.356	225.250	210.960	252.623

Noter til resultatopgørelsen

	2015 DKK	Ikke revideret budget 2015	2014 DKK	2013 DKK
3. Rejse- og opholdsudgifter m.v.				
Transport	5.154		10.832	18.648
Ophold	0		2.143	2.984
Fortæring	6.195		12.675	12.893
	11.349	37.000	25.650	34.525
4. Andre udgifter				
Repræsentation	1.465		3.385	12.940
Bespisning, forretningsforbindelser	365		0	3.237
Mødeudgifter	113		934	2.246
Seminar og kurser	0		10.551	12.090
Personale- og bestyrelsesudgifter	13.466		5.401	6.046
	15.409	33.000	20.271	36.559
5. Finansielle udgifter				
Renter, bank	0	0	20	5
	0	0	20	5
6. Finansielle indtægter				
Bankindestående	918	0	1.870	3.306
	918	0	1.870	3.306

	2015 DKK	Ikke revideret budget 2015	2014 DKK	2013 DKK
7. Eksportstøtte				
Markedsudviklingspuljen:				
Tilskud	1.780.477		1.709.534	1.733.105
Dynamisk pulje:				
Tilskud	168.149		158.987	129.060
Branchepuljen:				
Tilskud	279.880		183.535	191.586
Ubrugte, midler tidligere år	-106.261		0	0
	2.122.245	2.000.000	2.052.056	2.053.751

8A Internationale projekter**Indtægter**

GeneriQ	0		0	0
Reeperbahn 2015	0		0	25.000
Popkomm	0		0	0
	0		0	25.000

Udgifter

Spot Festival	634.474		681.342	609.110
Spot on Denmark	147.010		195.546	364.581
Eurosonic	0		7.492	21.571
Midem	0		10.992	16.696
BY:Larm	11.425		7.670	15.302
SxSW	39.783		0	100.948
Roskilde Festival	14.907		21.590	20.502
Ja Ja Ja!	150.892		150.644	119.974
Nomex	35.583		11.537	30.114
Øresundsfestival	0		0	25.000
Blogger Netværk	0		134.911	0
Nomex Tokyo	66.675		5.000	0
Dansk – Tysk Handel	0		19.417	0
Strøm Festival	0		0	86.018
Transport	1.100.749		1.246.141	1.409.816

	2015 DKK	Ikke Revideret budget 2015	2014 DKK	2013 DKK
Transport:	1.100.749		1.246.141	1.409.816
Die Dänen sind die neuen Schweden			0	6.197
Copenhell	89.074		91.999	59.458
Prøveprojekt - sangskrivere/producere	0		37.132	823
Diverse festivaler, messer m.v.	6.539		6.890	26.503
Tallinn Music Week	3.640		0	0
Eksportørernes Klub	4.795		0	0
JA JA JA Østrig	41.912		0	0
Øvrige Fremstød Tyskland	89.977		0	0
	1.336.686	1.307.200	1.382.162	1.502.797

9. Videndatabase

Udvikling af database, incl. assistance	62.050		78.525	72.225
Transport	0		238	839
Fortæring	660		1.410	2.051
Kurser, bøger m.m.	6.037		11.622	19.225
Medieovervågning og rapport	74.517		25.314	31.200
	143.264	180.000	117.109	125.540

	31.12.15 DKK	31.12.14 DKK
10 Tilgodehavender		
Moms	238.878	240.199
Øvrige tilgodehavender	1.379	0
	240.257	240.199
11 Likvide beholdninger		
Sydbank, Store Torv, Aarhus, konto nr. 0317156	1.442.453	1.173.816
Sydbank, Store Torv, Aarhus, konto nr. 1806413	26.609	18.060
Sydbank, Store Torv, Aarhus, konto nr. 1806421	18.261	12.911
	1.487.323	1.204.787
12 Anden gæld		
Bevillinger 2015 (pladeselskaber, kunstnere og branche-folk)	978.222	676.101
Øvrige	116.456	74.878
	1.094.678	750.979

2015
DKK**Spot Festival**

Honorarer	0
Projektledelse	55.547
Transport	7.331
Ophold	2.287
Fortæring, incl. mødeudgifter	5.557
Produktion, markedsføring etc.	563.752
	634.474

SPOT ON DENMARK**Spot on Denmark, Reeperbahn Festival:**

Honorarer	6.500	
Projektledelse	25.000	
Transport	19.357	
Ophold	12.455	
Fortæring incl. mødeudgifter	515	
Produktion, markedsføring etc.	77.469	
Registrering	5.435	
Diverse	0	146.731

Spot on Denmark, Schweiz:

Transport	143
-----------	-----

Spot on Denmark, Frankrig:

Transport	136
-----------	-----

147.010

SXSW

Honorar	30.000
Transport	72
Fortæring incl. mødeudgifter	4.499
Produktion, markedsføring etc.	5.212

39.783

BY:LARM

Transport	8.711
Ophold	2.221
Fortæring incl. mødeudgifter	493

11.425

2015
DKK**TALLINN MUSIC WEEK**

Registrering	1.242
Transport	643
Fortæring incl. mødeudgifter	1.755
	3.640

EKSPORTØRENES KLUB

Transport	4.465
Fortæring incl. møde	330
	4.795

JA JA JA, ØSTRIG

Projektledelse	30.000
Transport	2.369
Ophold	736
Fortæring, incl. mødeudgifter	130
Produktion, markedsføring etc.	8.677
	41.912

ROSKILDE FESTIVAL

Transport	51
Ophold	5.200
Fortæring, incl. mødeudgifter	1.622
Registrering etc.	8.034
	14.907

ØVRIGE FREMSTØD, TYSKLAND

Transport	4.154
Fortæring incl. mødeudgifter	296
Produktion, markedsføring etc.	85.527
	89.977

2015
DKK**JA JA JA!**

Projektledelse	45.657
Transport	5.881
Ophold	7.343
Fortæring, incl. mødeudgifter	2.745
Produktion, markedsføring etc.	89.266
	150.892

NOMEX

Transport	22.494
Ophold	8.695
Fortæring, incl. mødeudgifter	4.394
	35.583

NOMEX TOKYO

Honorar	5.000
Transport	15.937
Ophold	5.451
Fortæring incl. mødeudgifter	4.681
Produktion, markedsføring etc.	35.606
	66.675

COPENHELL

Projektledelse	25.000
Transport	33.119
Ophold	6.609
Produktion, markedsføring etc.	23.653
Fortæring, incl. mødeudgifter	693
	89.074

DIVERSE FESTIVALER, MESSER M.M.

Transport	3.410
Fortæring incl. mødeudgifter	676
Ophold	435
Produktion, markedsføring etc.	2.018
	6.539