Evaluering af Music Export Denmarks' aktiviteter i 2019

Iht. strategien for perioden 2019-2022 er det (fortsat) MXD's mission at øge eksporten af dansk professionel populærmusik[1].

Der er fokus på at styrke både den kunstneriske udvikling og forretningsgrundlaget for danske kunstnere og musikselskaber igennem eksporten ved:

- at udbygge netværkene og styrke samarbejdet mellem danske kunstnere/musikselskaber og udenlandske kunstnere/musikselskaber/medier.
- at medvirke til en professionalisering af den danske musikbranche ift. musikeksport.

MXD's strategi definerer tre hovedopgaver, som skal medvirke til at realisere denne mission:

1. Eksportstøtte
2. Internationale projekter
3. Evaluering, analyse & videndeling

I det følgende beskrives de primære aktiviteter og en række resultater inden for hver af disse.

Kapitel. 1 - Eksportstøtte

Danske kunstnere og musikselskaber kan søge MXD om støtte til både egne eksportprojekter og til deltagelse i MXD's eksportprojekter i udlandet (se kapitel. 2).

Der kan søges om støtte via tre puljer:

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

De støttede eksportprojekter er finansieret via Kulturministeriets årlige tilskud til MXD og musikbranchen selv[2]. MXD's engagement har, som defineret i strategien for 2019-2022, følgende <u>formål</u>:

"At MXD's eksportstøtte er med til at sikre danske kunstnere en tilstedeværelse på eksportmarkederne."

---

[1] Rock-/popmusik og deres beslægtede genre/subgenre. MXD arbejder med andre ord med musik, som befinder sig indenfor det felt, man med økonomiske termer kan kalde den markedsbaserede musik - dvs. musik, som i høj grad eksisterer på markedsvilkår, og som i større eller mindre omfang har kommercielt drevne forretningspartnere omkring sig, fx en manager, booking-agent, forlag og label.

[2] Sidstnævnte bidrager med minimum 50%, men oftest udgør musikbranchens finansiering langt den største andel af investeringen, jf. kapitel 4.

Målopfyldelsen beskrives via nedenstående nøgletal og indikatorer:

- Bevilliget og udbetalt eksportstøtte i alt
- Antal tilsagn
- Antal koncerter og antal markedsføringsaktiviteter, som støtten har realiseret
- Eksempler på eksportresultater afledt af de støttede projekter (links til artikler og cases publiceret på MXD.dk)

I afsnit 1.5. beskrives en række måleindikatorer, som ikke længere anvendes ift. målopfyldelsen, og det belyses, hvorfor disse indikatorer ikke længere er relevante.

Herudover kan der søges om støtte via fjerde pulje, som finansieres via Kodas Kulturelle Midler og musikbranchen selv:

4. Eksportstøtte til branchefolk - sangskrivning.

Puljen blev lanceret i 2017 i samarbejde med DPA (foreningen for sangskrivere, komponister, tekstforfattere og producere inden for det kommercielle og populære felt) for at styrke eksporten af dansk-producerede[3]

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

[3] Dvs. skrevet af danske sangskrivere/producere/komponister

1.1. Det bogførte resultat (Årsrapporten 2019) for de fire støttepuljer

Det samlede bogførte resultat for 2019 blev:

Pulje	Resultat	Budget
1. Eksportstøtte til markedsudvikling	1.520.135	
2. Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder	112.336	
3. Eksportstøtte til branchefolk	237.228	
Ubrugte midler fra tidligere års tilsagn	- 84.739	
I alt	**1.784.960**	**1.900.000**
4. Eksportstøtte til branchefolk – sangskrivning	112.834	0
Ubrugte midler fra tidligere års tilsagn	- 10.000	
I alt	**102.834**	**180.000**
Samlet resultat	**1.887.790**	**2.080.000**

I forhold til budgettet blev resultatet for pulje 1.-3. altså 115.040 kr. mindre end planlagt.

MXD's bestyrelse og ledelse finder resultatet tilfredsstillende, ikke mindst set i forhold til de forskellige eksterne faktorer, som har indflydelse på resultatet: fx. projekter som aflyses, bliver mindre omkostningstunge og således mindre støttekrævende end planlagt. MXD har udviklet egne It-systemer, og med data fra 2012 og frem er der skabt et stærkt datagrundlag, som gør det muligt at estimere de økonomiske varianser af disse faktorer med stor statistisk sikkerhed. Dette sikrer, at flest mulige af MXD's eksportstøttemidler til enhver tid er "ude at arbejde" for dansk musik, men at de årlige budgetmål stadig rammes med en tilfredsstillende nøjagtighed.

Men herudover er resultatet ligeledes tilfredsstillende, idet at MXD's bestyrelse i november måned besluttede at øge - over en årrække - overførslen af projektmidler mellem driftsårene. Den årlige forskydning, som sker iht. særlig aftale med Slots- og Kulturstyrelsen, er nødvendig for at kunne finansiere MXD's eksportaktiviteter, eftersom tilskuddet fra Kulturministeriet hvert år først udbetales i begyndelsen af juli måned. I en række år har MXD's likviditet imidlertid været presset i løbet af maj-juni måned, hvorfor MXD således besluttede at påbegynde en proces, som skal bringe forskydningen op på et niveau, der er i bedre overensstemmelse med den forventede aktivitet.

Nedenfor uddybes aktiviteten under pulje 1-3, som er finansieret via tilskuddet fra Kulturministeriet og musikbranchen selv.

1.2. 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 2019 blev der bevilliget som følger (dato for udtræk: 27. maj 2020):

Pulje	Ansøgninger	Tilsagn	%	Heraf annulleret	Bevilliget eksportstøtte
Markedsudvikling	156 stk.	77 stk.	49%	1 stk.	1.615.010 kr.
Dynamisk	8 stk.	6 stk.	75%	1 stk.	125.029 kr.
Branchefolk	80 stk.	69 stk.	86%	6 stk.	267.811 kr.
Total	244 stk.	152 stk.	62%	8 stk.	2.007.850 kr.

Pulje	Udbetalt eksportstøtte	Varians: Annullerede eller mindre omkostningstunge afviklede projekter	Manglende betalinger	Estimat, eksportstøtte i alt	% af bevilliget
Markedsudvikling	1.313.524 kr.	125.045 kr.	176.441 kr.	1.489.965 kr.	92%
Dynamisk	112.336 kr.	12.692 kr.	0 kr.	112.336 kr.	90%
Branchefolk	236.728 kr.	28.983 kr.	2.100 kr.	238.828 kr.	89%
Total	1.662.589 kr.	166.721 kr.	178.541 kr.	1.841.130 kr.	92%

Der blev altså bevilliget eksportstøtte for i alt 2.007.850 kr. i 2019.

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 27. maj 2020 var det samlede resultat således:

- Bevilliget eksportstøtte: 2.007.850 kr.
- Udbetalt eksportstøtte: 1.662.589 kr.
- Varians: annullerede eller mindre omkostningstunge afviklede projekter: 166.721 kr.

- Manglende betalinger: 178.541 kr.
- Estimat på det endelige resultat: 1.841.130 kr. (92% af det bevilligede).

Ud af de i alt 152 tilsagn er 7 af disse projekter endnu ikke lukkede (de er enten ikke blevet afviklet eller evalueret), og de udgør altså 178.541 kr. af estimatet på 1.841.130 kr. Det endelige resultat kan altså blive mindre, hvis et eller flere projekter aflyses eller bliver mindre omkostningstunge end oprindeligt planlagt.

Det bogførte resultat i årsregnskabet for de tre puljer var på 1.869.699 kr. (excl. ubrugte midler fra tidligere år). Forskellen mellem dette og estimatet ovenfor skyldes to faktorer: At den årlige evalueringsrapport og ledelsesberetning er blevet udarbejdet på et senere tidspunkt end årsregnskabet, og imellem de to tidspunkter kan flere projekter blive aflyst eller mindre omkostningstunge/støttekrævende end oprindeligt planlagt.

1.3 Eksportstøtte fordelt på aktiviteter og territorier (pulje 1-2)

Eksportstøtten bevilliget via puljerne **”Eksportstøtte til markedsudvikling”** og **”Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder”** udgjorde i 2019 ca. 87% af den samlede eksportstøtte under MXD’s tre puljer og kan anvendes til de samme aktivitetstyper – dvs. til ”liveaktiviteter” (koncerter, showcases etc.) eller ”andre markedsføringsaktiviteter” (køb af PR-ydelser, radio plugging, annoncering, SoMe-markedsføring etc.).

I det følgende sammenlægges og uddybes resultaterne af disse to puljer, hvor der blev bevilliget eksportstøtte for et bogført beløb på i alt 1.632.471 kr. om eksportstøtte til 83 projekter, fordelt på:

- 56 bands/artister, der har fået et eller flere tilsagn
- Ca. 353 musikere/crew, der har medvirket i et eller flere projekter
- 30 lande

Af ovennævnte 83 tilsagn/planlagte projekter er 2 projekter sidenhen blevet aflyst, og pr. 27. maj 2020 var 75 af projekterne blevet afviklet, evalueret og afregnet. Der mangler altså resultater for 6 projekter, til hvilket der jf. forrige tabel er bevilliget 176.441 kr., hvilket svarer til 11% af det estimerede resultat for disse to puljer.

Nedenfor ses, hvilken aktivitet de 75 lukkede projekter har genereret fordelt på hovedterritorier:

Territorium	Inkluderet i flg. antal ansøgninger	Antal liveaktiviteter	%*	Antal andre markedsførings-aktiviteter	%*	Udbetalt støtte i alt	%*
Tyskland	36 stk.	76 stk.	28%	15 stk.	26%	372.616 kr.	26%
Storbritannien	29 stk.	34 stk.	13%	15 stk.	26%	277.164 kr.	19%
USA	7 stk.	26 stk.	10%	10 stk.	17%	127.945 kr.	9%
Japan[4]	5 stk.	5 stk.	2%	5 stk.	9%	114.271 kr.	8%
Holland	18 stk.	25 stk.	9%	3 stk.	5%	103.475 kr.	7%
Norge	7 stk.	10 stk.	4%	1 stk.	2%	66.021 kr.	5%
Østrig	9 stk.	14 stk.	5%	0 stk.	0%	57.070 kr.	4%
Frankrig	7 stk.	7 stk.	3%	1 stk.	2%	34.950 kr.	2%
Schweiz	6 stk.	6 stk.	2%	1 stk.	2%	29.417 kr.	2%
Øvrige	49 stk.	66 stk.	24%	7 stk.	11%	225.368 kr.	100%
I alt		269 stk.	100%	58 stk.	100%	1.408.297 kr.	100%

Tabellen viser antallet af afviklede liveaktiviteter og andre markedsføringsaktiviteter fordelt på lande under puljerne ”eksportstøtte til markedsføring” og ”Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder” i 2019 – dato for udtræk: 27. maj 2020

Størstedelen, ca. 80% (inkl. andre europæiske lande, som er medtaget i kategorien “øvrige”), af eksportstøtten er ligesom de sidste mange år gået til aktiviteter i Europa, og er vanligvis koncentreret omkring Tyskland og Storbritannien - Igen med en markant førsteplads til Tyskland.

Det store europæiske engagement er tilfredsstillende og i overensstemmelse med det, som MXD anbefaler branchen. Dvs. med mindre der foreligger særligt attraktive muligheder, opfordrer MXD, at der opbygges en rentabel forretning på nærmarkederne, hvor logistikomkostningerne til live-aktiviter selvsagt er mindre, før bandet/kunstneren drager til de fjernere markeder.

[4] Disse tal er ikke retvisende. Live-aktiviteten i Japan inkluderede også en længere promo-tour for H.E.R.O. der besøgte Nagoya, Fukuoka, Osaka, Tokyo og Sapporo og gennemførte 37 interviews/optrædener hos japanske radiostationer m.m. Alt dette er blevet sammenlagt til én aktivitet. Et eksempel på en sammentællingsfejl, som optræder flere steder og uddybes i det følgende.

Der bemærkes umiddelbart to større afvigelser ift. tidligere år:

Japan: 8% af eksportstøtten blev i 2019 anvendt på dette territorium (niveauet har vanligvis ligget på omkring 2-4%), hvilket skyldes bandet H.E.R.O., der fik et gennembrud i Japan, hvilket MXD har været med til at muliggøre. Bemærk i øvrigt fodnoten på forrige side.

USA: 9% af eksportstøtten blev i 2019 anvendt på dette territorium, hvilket er markant mindre ift. tidligere år, som vist nedenfor:

	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Udbetalt støtte til USA-aktiviteter, i % af støtten til samtlige markeder	29%	37%	29%	27%	23%	17%	9%
Antal tilsagn til USA-aktiviteter	24 stk.	26 stk.	22 stk.	17 stk.	10 stk.	14 stk.	7 stk.
Antal afslag til USA-aktiviteter	16 stk	16 stk.	10 stk.	6 stk.	8 stk.	16 stk.	15 stk
USA-afslagenes samlede investering[5] i kr.	1.081.183	816.727	303.430	271.217	136.136	637.989	1.439.149
I % af den samlede investering på alle markeder, som har fået afslag	28%	24%	12%	12%	8%	5%	36%

Tabellen viser andelen af MXD's eksportstøtte, der har været anvendt på live og markedsføring i USA fra 2013-2019 via puljerne "eksportstøtte til markedsføring" og "Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder" sammenholdt med antallet af tilsagn og afslag til aktiviteter i USA.

Det ses, at over de sidste tre år er bevillingen af støtte til USA-aktiviteter faldet markant. Hvad kan udledes heraf?

MXD har i perioden vurderet ansøgninger vedrørende det amerikanske marked på et temmelig statisk grundlag, som bygger på følgende politik og markedsbetragtninger:

USA er verdens største musikmarked, og mange af de største multinationale musikselskaber har hovedkontorer i USA. Det kan således være yderst relevant for danske bands/artister med internationale ambitioner på det timingmæssigt rigtige stadie i karrieren at tage til USA for at præsentere deres musik for de amerikanske branchefolk (fx. på SXSW), hvilket MXD støtter op om. Derimod skal der som udgangspunkt være et stærkt amerikansk set-up på plads og en langsigtet realistisk plan for markedet, før MXD går ind og støtter en større turné i USA. Det er et dyrt marked at bearbejde, og MXD fraråder mange eller giver afslag på deres USA-ansøgninger, hvis vi ikke er overbeviste om det økonomiske rationale bag planen.

[5] Ift. tilsagn bevilliger MXD maksimalt 50% af investeringens beløb.

MXD har kommunikeret ovenstående klart til branchen via artikler, møder og feedback på ansøgninger, som fik afslag. De fleste danske musikselskaber og mange kunstnere kender således MXD's støttepolitik ift. USA, men de har også selv draget mange af de samme konklusioner. Går man endnu længere tilbage (end 2013), ses det derimod, at søgningen til USA var langt større - en klar førsteprioritet. Mange af ovenstående afslag er således blevet givet til de mere uerfarne bands.

Men i perioden 2013-2016 så MXD altså et forretningspotentiale, som betød, at der blev bevilliget mere støtte til USA-aktiviteter end i årene efter. Meget af dette[6] kan henføres til MXD's store engagement i den ressourcekrævende opbygning af MØ og Lukas Graham på territoriet og deres internationale karriere. Disse to kunstnere er sidenhen "vokset ud af" MXD's eksportstøtte.

Ser man bort for disse to projekter, har MXD's støtte-engagement i USA ligget på et nogenlunde konstant niveau, dog med et markant fald i 2019. Vi forventer, at dette vender i 2020, hvor der indtil videre blandt andet er ydet støtte til at opbygge Soleima på det amerikanske marked og til relanceringen af Efterklang som band.

1.4. Resultatet ift. tidligere år

Nedenfor ses et sammendrag af resultaterne for puljerne "eksportstøtte til markedsudvikling" og "dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder" sammenlignet med tidligere år.

	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
1. Antal tilsagn	123 stk.	110 stk.	99 stk.	119 stk.	83 stk.
2. Antal tilsagn/projekter, som blev gennemført	118 stk.	106 stk.	97 stk.	116 stk.	81 stk.
3. Bogført eksportstøtte til disse tilsagn/projekter (dvs under pulje 1-2) i kr.	1.948.624 kr.	1.950.311 kr.	1.800.693 kr.	1.697.217 kr.	1.632.471 kr.
4. Simpelt gennemsnit (bogført eksportstøtte / antal tilsagn) i kr.	15.842 kr.	17.730 kr.	18.188 kr.	14.262 kr.	19.668 kr.
5. Bogført eksportstøtte alle puljer (1-3) i kr.	2.122.245 kr.	2.088.212 kr.	1.962.899 kr.	1.875.657 kr.	1.784.960 kr.
6. Antal bands, som har fået et eller flere tilsagn	83	68	66	69	56

[6] Herudover har MXD støtte fremstød for bl.a. Trentemøller, Kölsch, Efterklang, Iceage og WhoMadeWho i USA.

7. Støtten blev givet til aktiviteter i følgende antal lande:	30 lande	26 lande	30 lande	31 lande	30 lande
Delresultater (pulje 1-2)					
Præmisser:					
8. Antal projekter evalueret og afregnet på opgørelsestidspunktet	110 stk.	103 stk.	92 stk.	109 stk.	75 stk.
9. Der mangler at blive evalueret for følgende beløb (i % af det bogførte res.)	13%	6%	15%	6%	11%
Eksportstøtten blev anvendt til at realisere følgende aktivitet:					
10. Antal liveaktiviteter	497 stk.	441 stk.	334 stk.	375 stk.	269 stk.
11. Andel af den samlede støttede	82%	87%	80%	72%	75%
12. Antal markedsføringsaktiviteter (stk. eller større kampagner)	83	121	92	106	58
13. Andel af den samlede støtte	18%	13%	20%	28%	25%

Hvad kan man udlede af årets resultat set i forhold til udviklingen?

A. Som omtalt i forrige afsnit var MXD i 2015 og 2016 bl.a. engagerede i den ressourcekrævende internationale opbygning af MØ og Lukas Graham. MXD valgte disse år at overskride årsbudgetterne for at kunne realisere disse muligheder og samtidig sikre en “normal adgang” for det øvrige ansøgerfelt.

I 2019 valgte MXD modsat at uddele færre eksportstøttemidler end budgetteret, hvilket som nævnt er begrundet i en beslutning om at øge overførslen af projektmidler mellem driftsårene for at forbedre likviditeten.

En delkonklusion på ovenstående må således være, at ser man bort fra budgetoverskridelser i tidligere år og dette års planlagte nedjustering, har MXD’s støtte-engagement været relativt konstant over perioden.

B. Set ud fra en simpel gennemsnitlig betragtning har støtten pr. tilsagn været højere i år. En del af forklaringen kan relateres til en markant udvikling: MXD har i 2019 og 2018 bevilliget mere støtte til aktiviteter vedrørende “anden markedsføring” (linie 13.) af danske kunstnere på eksportmarkederne, hvorved støtteandelen til “live-aktiviteter” (linie 14.) er faldet tilsvarende.

Denne udvikling synes efter MXD’s vurdering at være en generel tendens; MXD modtager og prioriterer flere projekter, som helt eller delvist (man kan søge om begge dele i samme ansøgning) vedrører markedsføringen. Det er en vigtig udvikling, som belyses mere i afsnit 1.6.

Ift. den øgede gennemsnitlige støtte pr. tilsagn påvirker ovenstående udvikling gennemsnittet på den måde, at mens MXD’s støtte-engagement til en kunstners live-aktivitet oftest sker fortløbende over flere ansøgninger og tilsagn, vil mange af de større marketing-fremstød være samlet i en enkelt ansøgning.

Fortsætter denne trend, kan derfor forvente, at gennemsnittet fortsat vil stige - eller udtrykt på en anden måde: At eksportstøtten vil blive fordelt på et færre antal tilsagn.

Mht. til opgørelsen af antallet af markedsføringsaktiviteter, skal det bemærkes, at dette tal som udgangspunkt er mindre præcist end antallet af live aktiviteter. Sidstnævnte kan angives meget præcist og konsistent af ansøgeren, nemlig koncert for koncert. Derimod varierer det, hvorledes antallet af markedsføringsaktiviteter angives i ansøgningen (og evalueringen). Nogle angiver en hel kampagne som en enkelt aktivitet, mens andre går længere ned i aktivitets-hierarkiet og medtager mange eller samtlige delaktiviteter. Det er derfor mest brugbart at analysere på andelen af støttekroner.

1.5. Evalueringen af de individuelle eksportstøttede projekter

Evalueringsmodulet i MXD’s it-system omfatter bl.a. en opgørelse over projektets afkast, som udfyldes af støttemodtageren. I bilag A ses en kopi af evalueringsskemaet.

Branchens evalueringer giver ikke blot en indikation af afkastet af eksportstøtten, men er MXD’s vigtigste datakilde til trends, markedsmuligheder, hvilke selskaber og festivaler i udlandet som har skabt gode resultater for dansk musik, hvilke værktøjer der virker eller ikke osv. Dette har gennem årene således været et stærkt fundament for MXD’s rådgivning samt de taktiske og strategiske beslutninger ift. MXD’s projekter og den overordnede strategiske retning.

I det følgende diskuteres disse datas pålidelighed og validitet - og i forhold til sidstnævnte beskrives det ligeledes, hvordan en række kvantitative nøgletal ikke længere er relevante ift. en stor del af de indkomne ansøgninger og derfor skaber et ufuldstændigt eller direkte misvisende billede af afkastet, ikke mindst i sammenligningen med tidligere år. Af denne årsag er en række indikatorer således udgået af MXD’s nye strategi for perioden 2019-2022, hvilket ses for første gang i denne evalueringsrapport.

Reliabilitet

Der er et stort selvregulerende incitament indbygget i evalueringerne til at være præcis og omhyggelig i afrapporteringen, idet mange af de resultater og nye muligheder, som et givent projekt skaber, er noget, som støttemodtagerne på et senere tidspunkt muligvis vil søge om støtte til. Det vil altså være kontraproduktivt at overdrive.

Dette ses også i den kvalitative del af evalueringen, hvor mange uddyber resultaterne detaljeret (ift. aftalernes indhold, involverede personer etc.). Ud over at forventningsafstemme ift. fremtidige ansøgninger, har støttemodtagerne også et stærkt incitament til at præsentere muligheder og problemer så præcist som muligt for at kunne udnytte MXD's øvrige ressourcer optimalt (rådgivning, pressearbejdet, løbende kontakt med den internationale musikbranche og medier, MXD's networking-arrangementer og fremstød).

Som nævnt i forrige afsnit er der på nuværende tidspunkt en svaghed i hvordan, at markedsføringsaktiviteterne registreres (nogle angiver en hel kampagne som en enkelt aktivitet, mens andre går længere ned i aktivitets-hierarkiet og medtager mange eller samtlige delaktiviteter), hvorfor totaler og trends har en svag konsistens og ikke bør stå alene i analyser og evalueringer.

Styrke og validitet set ift. markedsudviklingen (bemærk ændringen ift. måleindikatorer)

Evalueringer af eksportstøttede projekter indsendes 1 måned efter projektets afslutningen. En del af resultaterne vil i mellemtiden først materialisere sig, efter at de deltagende bands og branchefolk har indsendt deres evalueringer. Der vil alt andet lige derfor være en del resultater, som aldrig bliver registreret.

Som nævnt ovenfor er en række kvantitative målinger udgået af MXD's årlige evalueringsrapport og ledelsesberetning. Forklaringen herfor findes i den gunstige udvikling, som dansk musikeksport har været igennem:

Da MXD i 2012 lancerede det elektroniske ansøgningssystem, var dansk musik mindre globalt funderet end i dag; Mange danske musikselskaber prioriterede dengang det danske marked, hvorimod mange i dag på et meget tidligt stadie udvikler kunstneren i samspil med andre kunstnere og selskaber i udlandet, og udgangspunktet for mange danske selskaber er i dag (medmindre der synges på dansk eller musikken på anden vis henvender sig til primært det danske marked), at der sigtes imod en international lancering og karriere.

Det samme gør sig gældende for kunstnerne. For mange er en international karriere en målestok for deres succes - både kunstnerisk men også økonomisk, hvor flere i dag kan arbejde 100% med deres musik, pga. indtægterne fra udlandet. Flere kunstnere vælger derfor at tegne kontrakt med danske selskaber, der i forvejen har et internationalt set-up og udsyn. De sidste 10 års succes i udlandet (MØ, Volbeat, Lukas Graham, Agnes Obel, Efterklang, Tina Dico, Martin

Jensen, Iceage, Kölsch m.fl.) har banet vejen for mange danske talenter i udlandet og skabt selvtillid og motivation til at forfølge en international karriere.

Den stigende internationalisering afspejles i ansøgningerne om eksportstøtte. Mange søger i dag om eksportstøtte ud fra et betydeligt stærkere udgangspunkt. I 2012 handlede det i de fleste ansøgninger om at opbygge de første samarbejder og relationer til udlandet. I dag ser MXD ansøgninger for nye kunstnere, hvor mange internationale partnerskaber allerede er på plads eller langt fremskredne i forhandlingerne. Generelt set uddeler MXD i dag mere støtte til at udnytte et allerede eksisterende internationalt set-up end til at etablere dette.

Eller sagt med andre ord og konkret ift. MXD's målinger: Hvor det tidligere fx gav mening at sammentælle "antal samarbejdsaftaler", som alle de støttede projekter havde genereret, giver dette nøgletal ikke længere et meningsfuldt billede af det samlede afkast. Og en negativ trend for dette nøgletal kan fejlagtigt tolkes som, at eksporten ligefrem er blevet svækket over en årrække, mens virkeligheden altså kan være stik den modsatte.

Det er derfor nødvendigt at evaluere mere kvalitativt på udnyttelsen af samarbejder, markedsmuligheder og den længere udvikling.

I MXD's årlige evaluering sker dette således med henvisning til den løbende udarbejdelse af cases på MXD.dk og ved en kvalitativ perspektivering af den samlede udvikling, hvilket sker i næste afsnit (1.6.).

En anden måling, som udviklingen har gjort mindre meningsfuld, er "antal medieomtaler" pga. de sociale mediers større dominans, hvor output ville være meget tidskrævende (umuligt) for støttemodtagerne at opgøre, og det ville ligeledes være meget ressourcekrævende for MXD at kvantificere effekten heraf. Der er ligeledes mere om dette i næste afsnit.

Ovenstående målinger indsamles dog stadigt, idet de kan gøre MXD opmærksomme på resultater, der skal undersøges nærmere, men de medtages altså ikke længere i den årlige evalueringsrapport og ledelsesberetning, idet de aggregerede nøgletal og trends ikke længere giver et validt billede af eksportafkastet.

1.6. Kvalitativ vurdering af årets resultat og den overordnede udvikling

Musikeksportens overordnede udvikling

Som beskrevet i forrige afsnit har dansk musik gennem de sidste 10 år været præget af en stor internationalisering. MXD har i tidligere evalueringer, interviews m.m. således løbende beskrevet vores observationer på følgende vis:

- at eksporten er inde i en stor vækst og udvikling
- at der år for år er flere danske kunstnere og musikselskaber, der arbejder på eksportmarkederne og med kolleger på disse markeder
- at udover nogle meget store gennembrud med globale hits, så er udviklingen i den danske musikeksport meget bredt funderet, dvs. den sker inden for mange genre/sub-genre og omfatter såvel de udøvende (bands/artister) som de skabende kunstnere (producere/sangskrivere)

Sidstnævnte pointe betragter MXD som en stor styrke og et udtryk for, at udviklingen i den danske musikeksport er meget sund, idet et bredt fundament styrker både innovationen i dansk musik og vores konkurrenceposition over for udlandet:

Ingen kan forudse, om en sang bliver det næste store hit. Stilarter, sounds og trends er i evig bevægelse. Stillet over for denne uforudsigelighed er det alt andet lige en stor styrke, når dansk musik udvikler sig og har en international relevans inden for mange scener. I nogle år vil visse danske kunstnere og musikalske udtryk ramme eksportmarkederne mere effektivt end andre. Men deres internationale succes er en katalysator for udviklingen af dansk musiks øvrige scener og de danske musikselskaber, hvilket betyder, at flere og flere arbejder med det højeste internationale niveau som en målestok og naturlig ambition, hvorved væksten i dansk musik breder sig som ringe i vandet.

Som et eksempel herpå kan nævnes Lukas Graham's management, Then We Take The World, der har etableret et kontor i Los Angeles, hvorfra de i dag hjælper andre danske kunstnere ind ad de døre, som de og Lukas Graham har åbnet - til nogle af de vigtigste internationale musikselskaber og kunstnere.

MXD har set denne dynamik udfolde sig gennem de sidste 10 år, og som det belyses sidst i dette afsnit, beretter uddelingen af eksportstøtte i 2019 igen om en meget stor bredde i den danske musikeksport.

Herudover vil nogle af de øvrige tendenser og trends ligeledes blive belyst med udgangspunkt i nogle af de støttede projekter.

Udviklingen i eksportindtægterne

Søgningen til MXD var i 2019 præget af, at en del af dansk musiks internationale navne havde sat eksporten (og for manges vedkommende også meget af liveaktiviteten i Danmark) på "stand-by" for at arbejde på nyt materiale. En sådan cyklus og variabilitet er normal, og vi forventer, at flere af disse kunstnere vil være ude og præsentere nyt materiale i 2020.

Branchestatistikken "Dansk Musikomsætning" har siden udgivelsen af den første rapport, som omhandlede 2012-omsætningen, hvert år berettet om en øget eksportomsætning. Den primære datakilde for statistikken er rettighedsbetalinger. Den seneste udgave af omsætningsanalysen omfatter år 2017. Opgørelsen for omsætningen i 2018 og 2019 vil blive offentliggjort i løbet af 2020. Her er det MXD's forventning, at den samlede eksportomsætning inden for musikbranchen begge år vil være højere end eller på samme niveau som i 2017.

Det skal dog understreges, jf. diskussionen i forrige delafsnit, at indtægterne fra den hit-drevne musik er særdeles volatile. MXD har som nævnt bl.a. været engagerede i opbygningen af Lukas Graham's og MØ's internationale karrierer, der efterfølgende er "vokset ud af" MXD's eksportstøtte-puljer. Begge kunstnere fik internationale gennembrud med sange, der blev globale hits, og som var medvirkende til en rekordstor rettighedsindtægt fra udlandet til Koda i 2017.

Den store volatilitet i indtægterne fra den hit-drevne musik betyder, at de samlede omsætningstal fra "Dansk Musikomsætning" (eksporten opgøres på to hovedposter: "live" og "indspillet musik)" ikke bør stå alene i en analyse af musikeksportens udvikling.

Eller sagt med andre ord: En meningsfuld analyse af udviklingen, der alene baseres på omsætningstallene, ville kræve en meget detaljeret indsamling og præsentation af data, som fordeler omsætningen på en lang række segmenter (fx genre/type af kunstnere), hvorved volatiliteten kan isoleres, og udviklingen i bredden kan beskrives.

Hvem støttede MXD i 2019?

På MXD's webside findes her: https://mxd.dk/eksportstoette-projekter-2019/ en opgørelse over hvilke af musikbranchens projekter, som har fået bevilliget eksportstøtte fra MXD.

De 15 største støttebeløb (til en eller flere ansøgninger/projekter) blev givet til:

Kunstner	**Beløb, bevilliget i alt**
Hugo Helmig	138.000 kr.
Iris Gold	136.900 kr.
Alphabeat	135.796 kr.
H.E.R.O.	111.694 kr.
Sebastian	100.000 kr.
Alexander Oscar	74.500 kr.
Trentemøller	80.000 kr.
Cabal	80.000 kr.
Erika de Casier	60.454 kr.
School of X	52.600 kr.
D/Troit	52.000 kr.
Baest	50.000 kr.
SIAMESE	43.000 kr.
VOLA	30.000 kr.
OFF BLOOM	29.625 kr.

Øvrige 41 bands/artister har modtaget fra omkring 30.000 kr. og nedefter i støtte.

Udviklingen, trends og konkrete resultater fra 2019

Der kan af ovenstående og listen over samtlige støtte kunstnere fremhæves forskellige pointer, resultater, tendenser og trends:

- Udviklingen i dansk musik og den danske musikeksport er meget bredt funderet. Den sker inde for mange scener. Eksempelvis bemærkes det, at der blandt de 15 største støttemodtagere i 2019 er 4 metalbands. Ser man bort fra Volbeat og øvrige enkelte navne, har dansk metal tidligere stået en del svagere i konkurrencen med stærke metal-nationer som fx Sverige, Finland og Norge. I de seneste 5-6 år har dansk metal imidlertid været inde i en meget stærk udvikling, hvilket også har været understøttet af etableringen af metalfestivalen Copenhell i København, som MXD og Vega har haft et længere samarbejde med, hvilket uddybes i kapitel 2.

- MXD har haft et stort støtte-engagement i opbygningen af Hugo Helmig i 2019 og med et endnu større beløb i 2018, der især har været centreret omkring det tyske marked. Forløbet er et eksempel på en tendens, hvor en større og større andel af MXD's eksportstøtte anvendes til markedsføringsaktiviteter. Strategien for Hugo Helmig og hans danske selskab, The Bank, har her været at holde på rettighederne, udgive via en distributør, selv at investere i markedsføringen og showcases for at opbygge en profil og fanbase - altså at bevise casen - før man ud fra en stærkere forhandlingsposition indgår kontrakter med nogle af de store musikselskaber (fx major labels) i udlandet, der har ressourcer til at bringe projektet op på næste niveau. Lykkedes denne strategi kan de danske kunstnere og selskaber holde fast i en større andel af indtægterne fremadrettet, og det betyder således også, at de danske musikselskaber vil kunne opbygge en større kapital, der kan investeres i udviklingen af flere danske talenter. Det er en strategi, som MXD bakker op om og går ind i som partner, når vi ser en klar indikation på et "markeds-pull". Som udgangspunkt vil vi således lade branchen tage det første skridt og går først ind for at accelerere processen, når/hvis vi ser, at markedet tager imod musikken. Ift. Hugo Helmig er den første del af planen lykkedes med stor overbevisning. The Bank investerede med MXD-støtte i 2018 i en radiopromotion-kampagne, der bragte Hugo Helmigs "Please Don't Lie" op på en tredjeplads på den tyske radio airplay chart. Efterfølgende ramte "Wild" samme placering. Begge singler fik også fat i radiostationerne i Østrig og Schweiz. Der blev fulgt op med koncerter. Og i 2019 gik MXD ind i lanceringen af Hugo Helmigs debut-album (release marts måned) med støtte til markedsføring i Norge, Schweiz, Tyskland, USA og Østrig og en større turné i Tyskland, Østrig og Schweiz. Læs mere om casen her:

  https://mxd.dk/mxd-viden/de-internationale-muligheder-virker-helt-aabne-for-hugo-helmig/.

  Hugo Helmig måtte i maj måned 2019 desværre aflyse al turné-virksomhed pga. sygdom. Men der er skabt et stærkt fundament, og Hugo Helmig er vendt tilbage i 2020 for at fortsætte, hvor han slap.

- Men den øgede investering og eksportstøtte til markedsføringsaktiviteter kan i større grad henføres til en anden og meget stærk udvikling. Mange musikforbrugere opdager i dag musik på en anden måde end tidligere. Radioen har mistet lyttere til Spotify og de

andre streamingtjenester. Og det ses endvidere, at omtaler i en række andre traditionelle medier som musiktidsskrifter, aviser og senest musikblogs rammer visse segmenter meget ringe. Især blandt de yngre målgrupper er der mange, som primært opdager ny musik via de sociale medier og youtube. Ift. disse forbrugere vil en kunstner, der ikke også lever på de sociale medier ganske enkelt ikke eksistere. Kunstnere og musikselskaber bruger derfor store ressourcer på at producere indhold til de sociale medier, der kan fastholde eksisterende og skabe nye fans. Dette er en udvikling, der er accelereret over de seneste to år, og som ses tydeligt i ansøgningerne til MXD.

- Ovennævnte udvikling har gjort markedet meget fragmenteret - både ift. hvordan forskellige segmenter ønsker at forbruge musikken på, og i hvilke af disse formater det lykkes at etablere en kunstner. Tidligere ville en succesfuld kunstner i højere grad være til stede i alle mediekanaler (radio, TV, trykte medier osv.) og blive forbrugt via samtlige formater (vinyl/CD, live etc.). I dag ses det, at en kunstner kan have succes på streamingtjenesterne og de sociale medier, mens kunstneren i meget lille grad møder sit publikum via live koncerter. Eller det omvendte kan være tilfældet. Det ses fx også, at succes på radio nødvendigvis ikke medfører succes på streamingtjenesterne. Som eksempler på de nye fragmenterede markedsvilkår kan fx Iris Gold og Alexander Oscar nævnes fra dette års 15 største støttemodtagere. MXD.dk interviewede i december 2019 Nicolai Winther, der er manager for begge kunstnere, om opbygningen af Iris Gold, som har fået succes og vokser hurtigt på livescenen. I sommeren 2019 spillede hun på 33 festivaler i Europa, hvor hun bl.a. blev opdaget af Frankrigs præsident Macron, som bookede hende til den årlige uddeling af legionær-ordener. Hun har spillet support for bl.a. Blur, Robbie Williams, Miguel, Erasure. Dave Stewart fra Eurythmics er en fan og har skrevet musik til hende. Derimod fortalte Nicolai Winther, at det var gået anderledes trægt med at få Iris Gold på radio og streamingtjenesterne, og at det nu var hans fokus. Situationen var stik den modsatte for Nicolai Winthers anden kunstner, Alexander Oscar. Da interviewet fandt sted, havde Oscar rundet de 100 mio. streams, men på live-siden skulle den internationale interesse nu først til at bygges op. Læs interviewet med Nicolai Winther og casen på Iris Gold og Alexander Oscar her:

  https://mxd.dk/mxd-viden/alexander-oscar-og-iris-gold-to-forskellige-veje-til-succes/

- H.E.R.O. er et eksempel på, at det er uforudsigeligt, hvornår og hvor en kunstner får succes. Og at bredden i den danske musikeksport således er en stor styrke, der også kan være en katalysator for vækst på dansk musiks øvrige scener. I marts måned 2019 bragede bandet igennem i Japan og lå i fire uger nummer 1 på den internationale radio chart i Japan med nummeret ”Superheroes” og gav navne som Bruno Mars og Cardi B baghjul. Siden er det vokset, og til dato må Japan betragtes som det land, bandet er størst i. Opbygningen skete blandt andet via MXD’s og de øvrige nordiske musikeksportkontorers handelsmission til Tokyo i 2018. Men den primære forretningsmæssige drivkraft var Mik Christensen fra bandets label, Mermaid Records, der havde fået signet bandet til Sony Music i Japan og den ene af Japans to største

koncertarrangører, Creativeman. Christensen er nu i dialog med sine japanske samarbejdspartnerne omkring flere af Mermaid Records' kunstnere. Læs mere om H.E.R.O.s gennembrud her:

https://mxd.dk/mxd-viden/h-e-r-o-det-seneste-danske-stjerneskud-i-solens-rige/

- Støtten til Trentemøller er et eksempel på en kunstner, der ikke har brug for støtte til live (hans DJ-jobs), men hvor MXD i stedet har ydet støtte til den internationale markedsføring af hans nye album (hvor Trentemøller og management ligeledes har holdt på mange af rettighederne) for at vedligeholde momentum på eksportmarkederne.

- MXD har igennem årene ikke støttet mange projekter i Kina. Ift. de fleste kunstnere har deres ansøgninger/forretningsplaner for andre markeder været stærkere og således prioriteret af MXD. Men i de senere år har MXD bemærket en gunstig udvikling i indtægterne fra det kinesiske marked (Christopher er et eksempel) og markedsforhold, hvor det kinesiske IT-konglomerat Tencent har investeret massivt i etableringen af Tencent Music. I 2019 støttede MXD således et stort samarbejde mellem Wilhelm Hansen og Tencent om lanceringen af Sebastians katalog i Kina, via en indspilning og udgivelse af nogle af Sebastians sange oversat til kinesisk og fremført af kinesiske pop-artister.

Læs øvrige cases her: mxd.dk/category/vidensbank/forretningscases/

1.7. DPA-puljen

Sangskrivere er sjældent deres egen bedste sælger, og DPA har gennem ansøgninger i de ordinære legatpuljer under kodas kulturelle midler erfaret, at flere sangskrivere og artister vælger at alliere sig med en brancheperson, fx en manager, publisher eller en A&R-person fra et label, som kan varetage netværks- og afsætningsdelen af deres virke. Særligt i USA er en professionel repræsentant en nødvendighed, da få aktører accepterer såkaldt 'unsolicited material'.

MXD og DPA lancerede på denne baggrund en ny eksportstøttepulje, marts 2017, som har til formål at styrke eksporten af dansk-producerede sange – læs mere her:

DPA og MXD – fælles indsats for eksport af dansk musik
[DPA-Puljen] Eksportstøtte til branchefolk vedrørende sangskrivning

Der blev bevilliget eksportstøtte for 127.776 kr. via 20 tilsagn, mens 6 projekter fik afslag.

MXD og DPA har valgt at fortsætte samarbejdet i 2020. Puljen er vigtigt skridt til en mere helhedsorienteret indsats for musikeksporten – dvs. af såvel de skabende som udøvende artister – idet begge organisationer har fået en øget indsigt i hinandens arbejdsområder.

Samarbejdet har øget integrationen imellem DPA og MXD. Der er nu en løbende dialog med deling af netværk og viden, som uundgåeligt vil føre til nye samarbejder, der kan løfte eksporten af såvel sange, koncerter og indspillet musik.

1.8. Covid-19 implikationer

Pandemien har haft (denne rapport er afsluttet juni 2020) og vil fremadrettet, i mange udfaldsscenarier, have betydning for, hvorledes danske kunstnere og musikselskaber eksporterer musik. Dette kommenteres til sidst i denne rapport, samlet ift. MXD's tre hovedaktiviteter.

Kapitel 2 - Internationale Projekter

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

MXD's engagement har, som defineret i strategien for 2019-2022, følgende formål:

"At MXD's internationale projekter understøtter danske kunstneres og musikselskabers eksportarbejde."

Målopfyldelsen beskrives via nedenstående nøgletal og indikatorer:

- Budget anvendt på internationale projekter
- Antal internationale projekter, fordelt på de forskellige projektkategorier

Og alt efter hvilken type projekt der er tale om, vil en eller flere af nedenstående indikatorer/nøgletal/data anvendes:

- Antal danske bands/artister/sangskrivere, der har deltaget i de internationale projekter
- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Lister over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Antal seminarer, virksomhedsbesøg i udlandet etc. under de internationale projekter
- Antal udenlandske branchefolk som danskerne efterfølgende har været i dialog med

I beskrivelsen af de enkelte projekter nedenfor angives det, hvilke indikatorer fra sidste gruppe, der anvendes.

Under MXD's nye strategi evalueres projekterne, ligesom det gælder for aktiviteten under MXD's eksportstøtte, på en ny og mere differentieret måde, der bedre beskriver resultaterne ift. projekternes formål.

Bemærk: MXD's nye strategi blev udarbejdet i løbet af 2019 i dialog med Slots- og Kultursstyrelsen og endelig godkendt af MXD's bestyrelse i november måned. Det skal derfor understreges, at mange af de nye evalueringsformater og måleindikatorer, som kræver kunstnernes og musikselskabernes input, ikke har været fuldt ud anvendt for årets tidligere projekter.

Den nye evalueringsmetodik af denne hovedaktivitet er med andre ord i en indkøringsfase og vil først kunne ses fuldt ud implementeret i MXD's evalueringsrapport for 2020.

2.1. Årets samlede resultat for MXD's projektportefølje

I 2019 har MXD i lighed med tidligere år gennemført en række langsigtede indsatser via projekter, der er udviklet over mange år. Og der har i lighed med tidligere år ligeledes været gennemført nye indsatser og projekter.

Det samlede resultat for 2019 blev 1.457.806 kr. imod et oprindeligt budget på 1.500.000 kr. (før fordeling af honorarer m.m. på projekter), hvilket inkluderer projekter, der blev afviklet i 2019 med supplerende tilskud fra staten på 41.000 kr. og med 15.000 kr. fra DPA og 30.000 kr. fra Musikforlæggerne, jf. regnskabets note 9.

MXD's nye strategi for 2019-2022 grupperer projekterne i en række overordnede kategorier og formål:

A. Showcase-fremstød: MXD præsenterer danske talenter på en række musikbranchefestivaler og spillesteder verden over. En række af disse fremstød er tilbagevendende og markedsføres under brands, der er opbygget over mange år (som fx Danish Night At Reeperbahn Festival, Ja Ja Ja, When Copenhell Freezes Over osv.). Foruden den almene markedsføring (PR, SoMe, annoncering osv.) sender MXD personlige invitationer til potentielle samarbejdspartnere. Formålet er at tiltrække musikbranchefolk og medier, som kan bringe bandsene videre i deres karriere. Nogle bands har måske allerede et temmelig komplet set-up af branchefolk på plads og bruger primært showcasen til at styrke deres profil og fanbase på territoriet. Ofte vil der også være arrangeret en større netværksevent forud for koncerten, hvor også danske kunstnere og musikbranchefolk, som ikke selv har et band på scenen, kan networke med de udenlandske branchefolk og medier.

B. Fokuserede netværksevent: Ved disse events bringer MXD udenlandske og danske branchefolk og kunstnere sammen til forskellige sociale og faglige arrangementer. Den danske deltagelse er afstemt til antallet af udenlandske gæster, således at der kan skabes en forholdsvis intim ramme, der giver plads til, at deltagerne lærer hinanden at kende. Formålet er at skabe nye relationer og samarbejder, der kan styrke eksporten af dansk musik. Disse fremstød kan både være med og uden live-musik og foregå såvel i Danmark som i udlandet.

C. Handelsmissioner: MXD arrangerer handelsmissioner, og en del af disse i samarbejde med de andre nordiske musikeksportkontorer, hvor danske/nordiske musikbranchefolk og kunstnere tager på besøg hos branchen i en vigtig musikby, som fx Tokyo, LA, Seoul osv. Programmet kan bestå af: Virksomhedsbesøg, 1-til-1 møder, seminarer om markedet, networking, reception på en nordisk ambassade, showcases og songwriting camps. Formålene kan altså være mange:

    - At showcase danske talenter for den lokale industri og publikum.

- At bringe danske sangskrivere/producere sammen med lokale skrivere, hvor der skrives musik på opgave fra lokale musikselskaber.
- At etablere netværk, der kan resultere i nye samarbejder og eksportmuligheder for dansk musik.
- At give danskere et overblik og forståelse for det lokale musikmarked og/eller særlige aspekter af arbejdet med musik (fx at skrive musik til film).

Det skal pointeres, at indhold og formål kan variere. Nogle fremstød kan rumme alle elementer, mens andre har fokus på at give den danske musikbranche en indføring i det lokale marked og/eller særlige faglige arbejdsområder.

D. SPOT Festival: MXD har i en årrække været medproducent af SPOT Festival, der er en af de vigtigste eksportplatforme på dansk jord. MXD investerer ressourcer (økonomi og mandskab) i invitationen af de udenlandske branchefolk til SPOT. Før og under SPOT Festival er MXD's indsats fokuseret på at introducere de udenlandske og danske branchefolk for hinanden, hvilket sker igennem personlige introduktioner, netværksevents og profiler på gæsterne, publiceret på MXD.dk og festivalens webside.

I tabellen nedenfor ses aktiviteten under disse fire hovedkategorier, opgjort på nøgletal:

Projekttype	Antal produktioner	Antal danske acts*	Antal branchefolk (DK)	Antal branchefolk (Int.)
A. Showcase-fremstød	16	20	125	1619
B. Fokuserede netværksevent	4	7	48	43
C. Handelsmissioner	4	5	92	266
D. SPOT Festival	1	248	1210	250
I alt	25	280	1475	2178

* Dette tal angiver hvor mange danske bands/artister som har været præsenteret live under projekter og inkluderer endvidere 3 sangskrivere, som har deltaget i handelsmissionerne. Det skal pointeres, at projekterne selvsagt vedrører et endnu større antal danske kunstneres end dem, der specifikt showcases.

MXD har i 2019 således gennemført i alt 25 produktioner (mod 17 planlagte) under de fire hovedkategorier af projekter. Nedenfor ses udviklingen over årene:

Produktioner	Budget/Resultat 2015	B/R 2016	B/R 2017	B/R 2018	B/R 2019
Antal i alt	13/30	17/34	17/26	17/27	17/25

Der har med andre ord været en markant større produktivitet end planlagt i alle år. Den øgede aktivitet ift. det oprindeligt planlagte skyldes primært samarbejdet med de øvrige nordiske

musikeksportkontorer (NOMEX). Der var dog et fald i Nomex-aktiviteten fra 2016 til 2017, hvilket skyldes et mindsket finansieringsgrundlag: Nomex-samarbejdet blev igangsat i 2008. Nordisk Ministerråd støttede Nomex i 2012-2017 (undervejs er flere projektet endvidere blevet støttet af Nordisk Kulturfond), hvilket muliggjorde en større aktivitet i denne periode.

Ser man bort fra den ekstra aktivitet, som finansieringen fra de nordiske institutioner har muliggjort i 2015 og 2016, må det konkluderes, at produktiviteten i 2019 er på niveau med tidligere år og igen højere end planlagt.

2.3. Projekt-organisering med en høj grad af horisontal og vertikal integration

Et af grundprincipperne for MXD's arbejde og strategi er at søge integration med andre organisationer og projekter for at øge effekten af MXD's egne og andres indsatser ift. eksportarbejdet.

MXD samarbejder løbende med følgende danske aktører: Kulturministeriet, Udenrigsministeriet, Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik, Slots og Kulturstyrelsen, Koda, DPA, Musikforlæggerne, Ifpi Danmark, Dansk Live, Gramex, Danske ambassader og Kulturinstitutter, Dansk Musiker Forbund, Dansk Artist Forbund, Promus, ROSA og de øvrige genreorganisationer, Roskilde Festival, Copenhell, Spot Festival, Vega og en række andre festivaler og spillesteder.

Endelig har MXD igennem tiden samarbejdet med mere end 200 danske musikselskaber: musikforlag, pladeselskaber og distributører, booking agenturer, managements osv. Samarbejdet indbefatter såvel eksportfremstød med velkonsoliderede virksomheder som at hjælpe nyetablerede selskaber og branchefolk med opstarten af det internationale arbejde.

Et andet fundamentalt princip er at afvikle eksportprojekter i tæt samarbejde med musikselskaber og medier på de respektive eksportmarkeder. For mange projekter gælder det fx, at det er eksportmarkederne – ikke danskere – der udvælger kunstnerne. Dette har flere fordele:

- Udvælgelsen af danske kunstnere baseres på en lokal vurdering af forretningspotentialet på det pågældende eksportmarked (altså på markeds-pull).
- Branchen på eksportmarkedet får et stærkt medejerskab i fremstødet, hvilket skaber engagement, gør de udenlandske branchefolk og journalister til missionærer for dansk musik og giver direkte adgang til nogle af de mest effektive markedsføringskanaler i udlandet.

2.4. Projekter under det nordiske eksportsamarbejde, NOMEX

MXD driver sammen med de andre nordiske musikeksportkontorer projektsamarbejdet, Nomex, der blev opstartet med støtte fra Nordisk Ministerråd og Nordisk Kulturfond.

Ved at pulje vores ressourcer (økonomi, netværk, know-how og en meget stor musikalsk talentmasse) kan de nordiske musikeksportkontorer operere med stordriftsfordele og en indsigt og økonomisk gennemslagskraft, som gør det muligt at angribe investeringskrævende markeder som fx UK, USA, Korea og Japan meget mere effektivt, end hvis vi hver især opererede alene.

Nomex's projektportefølje omfatter blandt andet Ja Ja Ja som understøttes af medieplatformen JaJaJaMusic.com, de nordiske handelsmissioner og en række enkeltstående projekter.

2.3. Showcase-fremstød

When Copenhell Freezes Over

Dato: 26. januar, 2019

Sted: Vega, København (med forudgående networking på High Voltage, Axeltorv 3, København)

Bands: Sunless Dawn, Xenobligt, (O), Cold Night For Alligators, Tainted Lady og Alkymist

Samarbejdspartnere: Copenhell, Live Nation Denmark og Vega

Jury: Bands blev booket af Live Nation

Publikum: 700 (lille VEGA, to sale, udsolgt)

Beskrivelse: I begyndelsen af året inviteres Copenhell's dedikerede publikum, som optakt til sommerens festival, til koncert i København med danske metalbands - såvel scenens nye talenter som bands der allerede har gjort sig bemærkede i udlandet.

Blandt det energiske publikum står også repræsentanter fra metaltunge internationale musikselskaber (managers, agenter, labels), metalfestivaler og medier - håndplukket og fløjet ind af MXD og Copenhell.

De internationale branchefolk er taget til København for at opdage ny musik, vedligeholde relationerne til den danske metalscene og etablere nye samarbejder med danske musikselskaber.

Der er således også arrangeret networking med den danske musikbranche før og under koncerterne.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/projekter/networking-i-helvedet-when-copenhell-freezes-over-2019/
https://mxd.dk/billedgallerier/when-copenhell-freezes-over-2019/
https://mxd.dk/projekter/when-copenhell-freezes-over/copenhell-freezes-over-2019-video-reportage-helvedet-boed-paa-nye-aftaler/

Video-reportage:

Branchens deltagelse: 23 danskere fik mulighed for at networke med de 18 internationale gæster i løbet af dagen – i Vega var der bl.a. et aflukket VIP-område, hvor der var ørenlyd til at holde møder og hygge. De internationale branchefolk inkluderede:

Thorsten Harm (Rodeostar DE)
Bart Markus Grasseck (Metal Blade DE)
Jens Prueter (Century Media DE)
Jörg Düsedau (Dragon Productions DE)
John Giulio Sprich (Euroblast Festival DE)
Florian Kreutzfelt (SPV/Long Branch Records DE)
David Kaiser (Oktober Promotion DE)
Niels Andersen (Oktober Promotion DE)
Lisa Cornels (Lucky Bob DE)
Jeps Salfischberger (MOJO NL)
Luc Favie (Doomstar Booking NL)
Dan Tobin (Earache UK)
Tony Boden (Artery UK)
James Illsley (Saviour Management UK)
Liam John Byrne (Atonal Music Agency UK)
Romain Monereau (Link Prod FR)

James Monteith (Hold Tight PR)
Tobbe Lorentz (United Talent SE)

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD i år rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal danske bands/artister/sangskrivere, der har deltaget i de internationale projekter
- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

De danske deltageres udbytte i 2019: Der var i år igen mange afkast, som materialiserede sig kort tid efter projektet:

(O) - Bandet fik en bookingaftale med Napalm Events og pladekontrakt med Napalm Records.

Cold Night For Alligators - Bandet blev booket til fire internationale festivaler: Euroblast Festival, Tech-fest, Dissonance Festival og High 5ive Festival.

Prime Collective - Selskabet indgik en aftale med Euroblast Festival om et dansk metal-tema på festivalen, hvilket bragte syv danske bands til Tyskland heriblandt Sunless Dawn og Cold Night For Alligators. Derudover fik Daze Of June og Siamese en Europa turne med Dead Letter Circus.

Target - Selskabet indgik et samarbejde med Oktober PR og Euroblast Festival og er i dialog med flere af de internationale gæster om mulige samarbejder.

Xenoblight - Bandet blev booket til Boomtown Fair 2019.

Ivy Crown - Bandet fik en pladekontrakt med Long Branch Records.

MXD's vurdering af projektets udvikling og betydning for musikeksporten: Som nævnt i afsnit 1.6. har dansk metal tidligere stået en del svagere i konkurrencen med stærke metal-nationer som fx Sverige, Finland og Norge, hvis man ser bort fra Volbeat og øvrige enkelte danske navne. I de seneste 5-6 år har dansk metal imidlertid været inde i en meget stærk udvikling, hvilket When Copenhell Freezes Over bestemt har en stor aktie i. Der er hvert år blevet lukket aftaler relativ kort tid efter arrangementet, og som derfor er blevet registreret i MXD's årlige evalueringsrapporter.

Men som det gælder for alle MXD's projekter, vil der altid være resultater, som først materialiserer sig, efter at projektevalueringen er lukket. Herudover skal det bemærkes, at det efterhånden er blevet kutymen, at mange af de udenlandske branchefolk flyver ind dagen før og

deltager i møder og koncerter, hvilket er sat i stand direkte med den danske branche (altså “udenom” MXD).

Der er således mange resultater, der aldrig bliver registreret af MXD. En del af disse ser vi dog senere i ansøgningerne om eksportstøtte, og da metalscenens bands og branchefolk er et ret velafgrænset segment, er det forholdsvis let at overskue sammenhængene mellem When Copenhell Freezes Over og den positive udvikling, vi ser i metal-ansøgningerne om eksportstøtte.

Resultaterne af When Copenhell Freezes Over 2019 og det faktum, at nogle af industriens tunge spillere igen har valgt at bruge en weekend i København med non-stop møder indikerer projektets fortsatte relevans og betydning.

Danish Night At Reeperbahn Festival

Dato: 21. september 2019

Spillested, foodtruck og networking: Indra, Grosse Freiheit 64, Hamborg.

Samarbejdspartnere: Reeperbahn Festival

Jury: Bands blev booket af Reeperbahn Festival.

Bands: Rebecca Lou, Gents, Alexander Oscar og The Entrepreneurs

Publikum: 4 koncerter for 200-350 (fuld kapacitet), omkring 1.100-1.200 gæstede

Beskrivelse: Danish Night At Reeperbahn Festival er én af MXD's og dansk musiks store koncertaftener i udlandet.

Reeperbahn Festival er Tysklands største og ligeledes en af Europas største musikbranchefestivaler, som udover det lokale koncertpublikum hvert år tiltrækker omkring 5.000 internationale delegerede (heraf 70% fra Tyskland). Blandt de delegerede er musik-indkøbere fra musikselskaber (pladeselskaber, booking agenturer, managements, forlag osv.), spillesteder og festivaler.

Reeperbahn Festival er således den vigtigste indgangsdør til det tyske marked, som er det tredje/fjerdestørste musikmarked i verdenen, hvilket er ikke blot er interessant ift. selve

markedets størrelse; Dets vigtighed i den globale musikindustri har været støt stigende igennem de sidste 10 år. Hvor England og USA tidligere var de absolut mest dominerende taste-maker markeder, ser man i dag, at mange kunstnere fra flere lande opbygger store internationale karrierer ud af Tyskland og i samarbejde med tyske musikselskaber. Danske Volbeat er blot et enkelt eksempel herpå.

Dette er en stor konkurrencefordel for dansk musik, som let og billigt kan operere på det tyske marked. Tyskland har i en årrække derfor været en hovedprioritet for den danske musikbranche. I de senere år har Tyskland således været på en første eller andenplads, målt på antal uddelte støttekroner fra MXD til musikbranchens eksportprojekter.

MXD har siden 2009 afviklet en koncertaften på Reeperbahn Festival, der alle år har tiltrukket et stort antal internationale musikbranchefolk, festivalgæster og medieomtaler.

The Danish Night, som er en del af Reeperbahn Festivals officielle program, afholdes på det legendarisk Beatles-spillested, Indra. Aftenen begynder kl. 18:00 i spillestedets gårdhave med bespisning og networking for danskerne og de tyske og øvrige internationale branchefolk. Kl. 20:00 går det første danske band på scenen og arrangementet slutter ud på natten.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/projekter/danish-night-at-reeperbahn-2019-lineup-mxd-rabat-og-250-international e-branchefolk-klar-til-at-netvaerke-med-den-danske-branche/
https://mxd.dk/projekter/reeperbahn/reeperbahn-festival-fire-dage-som-verdens-centrum/
https://mxd.dk/arkiv/2019/ida-kudo-suzuki-violin-sting-og-reeperbahn/
https://mxd.dk/arkiv/denmark-chosen-as-the-focus-country-for-reeperbahn-festival-2020/
https://mxd.dk/billedgallerier/danish-night-reeperbahn-2019/

Branchens deltagelse: 37 danskere, MXD og omkring 200 udenlandske musikbranche- og pressefolk fra bl.a. følgende selskaber og medier deltog:

Secretly Canadian, City Slang, Indigo Recordings, Motor FM, Backseat PR, The Orchard, Ear Music, Universal Music, Warner Music (DE), Sony Entertainment, C/O Pop, Lautstark, Ass Concerts, FKP Scorpio, Oktober Promotion, Humming Records, Musikwoche, Pop-up Records, Live Nation, MoonDog Management, NRK.NO, Filter Music Group, Neuland Concerts, Ink Music etc.

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD i år rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal danske bands/artister/sangskrivere, der har deltaget i de internationale projekter
- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de

internationale projekter
- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

De danske deltageres udbytte i 2019: Foruden muligheden for de 37 danske branchefolk for at møde gamle og nye samarbejdspartnere (hvilket rummer andre potentielle resultater, som MXD ikke har en løbende opsamling på), har MXD noteret følgende resultater for de bands, som optrådte:

The Entrepreneurs - Bandet blev booket til koncerter i Dresden og Wien, et festivaljob i Dortmund samt to shows i UK. Derudover blev bandet opdaget af det østrigske medie Orf, der efterfølgende lavede et TV indslag om bandet i forbindelse med deres koncert i Wien.

Rebecca Lou - Bandet blev booket til 14 koncerter efter deres showcase. Derudover indgik bandet en pladekontrakt med selskabet “Killing Moon”, hvor den nye plade skal udgives i sidste halvdel af 2020. Bandet fik også lavet en hel del presse under festivalen, bl.a. med det toneangivende rock blad Visions Magazine og Rolling Stones Magazine.

Gents - Bandet blev interviewet af en Tysklands mest trendsættende blog “Nothing But Hope And Passion” og fik også lavet en album feature på deres hjemmeside.

MXD’s vurdering af projektets udvikling og betydning for musikeksporten: Tyskland er som nævnt en hovedprioritet for dansk musik. Det er derfor altafgørende, at MXD og dansk musik er til stede på den vigtigste festival for den tyske musikbranche.

Music Export Denmark (MXD) var for 12 år siden det første musikeksportkontor, som arrangerede en koncertaften på Reeperbahn Festival, hvilket var et af de første skridt i festivalens transformation fra at præsentere musik for et lokalt koncertpublikum til dens status i dag som en af Europas vigtigste musikbranchefestivaler.

Der er således et unikt og stærkt samarbejde mellem MXD og Reeperbahn Festival, der har gjort The Danish Night til en institution og et mødested for den internationale musikbranche under festivalen. Igennem årene har The Danish Night @ Reeperbahn Festival hvert år været stærkt medvirkende til at accelerere flere danske bands’ internationale karrierer.

I perioden 2012-2018, hvor de samme måleindikatorer har været anvendt, har MXD registreret 152 aftaler til danskerne afledt af The Danish Night. Det drejer sig om aftaler med labels, forlag, booking agenturer, festivaler osv. Herudover kommer altså resultaterne fra 2009, 2010, 2011 og 2019, som er registreret med andre indikatorer.

Der har altså i år og tidligere år været et meget betydeligt afkast af projektet.

Ja Ja Ja Club Night London

Dato: februar-november 2019

Spillested: The Lexington i bydelen Angel, som ligger tæt på Kings Cross Station

Beskrivelse: NOMEX (samarbejdet mellem de nordiske musikeksportkontorer, heriblandt MXD) har etableret en nordisk koncertaften i London under brandet Ja Ja Ja Club Night, som afvikles 6 gange om året på spillestedet The Lexington, hvilket sikrer den nordiske musik og branche en vedvarende opmærksomhed fra den vigtige engelske musikbranche.

Ja Ja Ja er det længst kørende pan-nordiske samarbejde mellem musikeksportkontorerne. Det er blevet en af de mest effektive platforme til opdagelse af ny nordisk musik, hvilket også afspejles af et stort antal bandansøgninger og mange konkrete eksportresultater igennem årerne.

Før og under koncerterne er der networking mellem den engelske og nordiske branche og pga. den engelske branches store fremmøde, besøges klubaftener hver gang også af mange nordiske branchefolk, som ikke har et band på den pågældende aftens koncertprogram.

Læs mere om konceptet her:
https://mxd.dk/projekter/ja-ja-ja-club-night-nomex/

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

Samarbejdspartnere: London In Stereo er vores mediepartner for Ja Ja Ja Club Night i London. Herudover præsenteres flere af de enkelte aftener i samarbejde med andre partnere.

Jury: Sarah Casey (UTA), Jess Partridge (London In Stereo), Ben Blackburn (Twenty Ten Management), Hector Barley (Push/Pull Music / Because)

Redaktionel dækning: Ja Ja Ja har opbygget en stærk medieplatform omkring brandet, https://jajajamusic.com/, der foruden omtaler af Ja Ja Ja-bands og andre nordiske bands også er hjem for The Nordic Playlist. Den store produktion af artikler deles via bl.a. Ja Ja Ja's sociale medier (med 4.348 følgere på Instagram, 15.000 følgere på Facebook og 12.000 følgere på Twitter) og via nyhedsbreve (til 11.200 "almindelige" musikfans og 2.770 musikbranchefolk fra primært UK og Tyskland).

Bands: Der udvælges tre bands/lande pr. koncertaften fra de fem lande i Nomex-samarbejdet. I 2019 valgte bookinggruppen danske bands til 3 ud af 6 fremstød (fremhævet med fed skrift):

20. februar: **Alexander Oscar (DK)**, Cell7 (IS), Linn Koch-Emmery (SE)
Præsenteret i samarbejde med Iceland Music

21. marts: **IDA KUDO (DK)**, Vera Hotsauce (SE), Color Dolor (FI)
Præsenteret i samarbejde med Music Finland

25. april: Konradsen (NO), GRANT (SE), Moses Hightower (IS)

26. september: Warmland (IS), The Holy (FI), Pink Milk (SE)
Præsenteret i samarbejde med Iceland Airwaves

31. oktober: Janice (SE), Birgitta Alida (NO), **The Entrepreneurs (DK)**
Præsenteret i samarbejde med MXD

28. november The Ja Ja Ja London 10th Anniversary Celebration):
Jesse Markin (FI), Moyka (NO), Elias (SE)

De seks shows tiltrak:

Fremmøde	Februar	Marts	April	September	Oktober	November	Total
Musikbranche og medier							
Gæsteliste	127	154	139	101	125	136	782
Det faktiske fremmøde (afkrydset)	**81**	**97**	**82**	**68**	**81**	**103**	**512**
Almindeligt publikum							
Solgte billetter	62	34	60	89	27	52	324
Billetter udloddet via konkurrencer	14				16		30
Billetter solgt i døren	3			5	10	5	23
Øvrige		15	15	20	15	20	85

Publikum i alt	**79**	**49**	**75**	**114**	**68**	**77**	**462**
Samlede fremmøde	160	146	157	182	149	180	974

De seks shows tiltrak altså i alt 974 personer fordelt på 512 int. branche- og mediepersoner (53%) og 462 alm. koncertpublikummer (47%). Hertil kommer, at estimeret set 30 danske musikbranchefolk har været involveret.

De 512 branche- og mediepersoner kom fra følgende selskaber:

IFPI Sweden, [PIAS], 1883 Magazine, 23 Capital, A Modern Way MGMT, AGM Music, Alfitude, Amazing Radio, Ark Music, ATC, Atlantic Records, Audible, AuthorityMGMT, BBC, BBC 6 Music, BBC Sounds, Big Mouth Publicity, Bird on the Wire, Black Butter, BM Music, BOBBi, Brilliance, Bucks Music Group, Bud Fox Management, Budde Music, Camel Hump Recs, CD Baby, Chimes Agency, CODA Agency, Color Dolor, Compass Music, Concert Production, Concord Music, Cooking Vinyl, Council Records, Create Spark, crosstown concerts, Cult, DawBell, Dazzled Music, DICE, End of The Road Festival, Firmdale, Freibank Musikverlags Gmbh, Friends Vs Music, FRIKAR, Glass Modern, Hill Media, Iceland Airwaves, If Music Could Talk AB, Impressive PR Limited, In House Press, Individual, Insanity, IQ Magazine, ITB, Just Isn't Music (Ninja Tune), Kartel Music Group, Kilimanjaro Live Ltd, KLARA, Kraba Entertainment, London In Stereo, Longevity PR, Los Bitchos, Lost Ones, Loud and Quiet, Lucky Number Music Limited, Made, MAMA Festivals, Marathon Artists, Merlin, Minimal Surface, Moshi Moshi, Mothership Group, Mr, Music Ally, various music supervisors, Mystic Sons PR, Nevo Sound, Ninja Tune, Noatune, Noise of Art, DJ Mag, Nordik Simit, North Pole Management, NTB, One Little Indian, Paradigm Agency, Peakon, Pieces of 8 Music, Pitch & Smith, Playground Music Scandinavia, Plutonic Group Syncs, Polydor, Popfiction, Popom Studio, popup-records, PPL, Practise Music PR, Progressive Artists, Propeller Recordings, Ranka, Record of the Day, Redmount Studios, Schubert Music Publishing, Sentric Music, Sertsesli, Sister Ray Record Store, Soliti/Playgroundmusic, Sonnet Music UK, Sony ATV Publishing, Sony Music Entertainment Denmark, Sound Advice (Legal) LLP, Spirit B Unique, Split Music, Spotify Ltd., SSB,Stoddart Music, Syco Music, The Great Escape, The Holy, The Line of Best Fit, The Rattle, TransferWise, TRIBE, Trinifold Management, Turku Arts Academy, UMP, Universal Music Germany, Universal Music Publishing, Universal Music UK, UTA, Vevo, Vild Music, Vungle, Warner bros., Warner Chappell, Wilful Publicity, X-Ray Touring, YouTube, Zeitgeist

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD i år rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal danske bands/artister/sangskrivere, der har deltaget i de internationale projekter
- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter

- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

De danske deltageres udbytte i 2019:

Alexander Oscar: Planen var at bruge Ja Ja Ja (og by:Larm) til lukke en major label-aftale. Det lykkedes; Artistens manager, Nicolai Winther lukkede en aftale med Universal Music Tyskland, som udsendte deres første single med Alexander Oscar d. 27. marts 2020.

Ida Kudo: Artisten og hendes label, Nordic Music Society (NMS), indgik et samarbejde et samarbejde med produceren Andrew Hunt.

The Entrepreneurs: Det var blot bandets andet live-job i UK, men formåede at udnytte muligheden effektivt. Der var skabt god PR. Bandets manager, Jonas Elbrønd, havde sammen med Ja Ja Ja's projektleder rakt ud til en række engelske agenter, som kunne være et match. Der kom prompte et tilbud efter koncerten, men efter forhandlinger med flere endte bandet med at skrive kontrakt med Kilimanjaro Live og bandet har efterfølgende været på tour i UK.

MXD's vurdering af projektets udvikling og betydning for musikeksporten: London er en vigtig musik-metropol. Flere af de største musikselskaber har kontor i byen. De engelske branchefolk tager ligesom deres danske kolleger til fx musikbranchefestivaler i udlandet for at finde nye talenter. Men den engelske branche har i årtier været vante til at kunne drage fordel af, at bands og artister fra hele verdenen er taget til London/UK for at præsentere deres musik for den engelske branche og de mange "tastemaker" medier. Medarbejderne fra de engelske musikselskaber tilbringer således typisk flere aftener om ugen ude i Londons mange klubber for at spejde efter nye talenter og socialisere med kolleger.

Ja Ja Ja er blevet en autoritet på nordisk musik. Programmet er kurateret af den engelske musikbranche og medier og kan med en talentmasse fra fem nordiske lande hver gang præsentere tre eksportklare bands.

Det har således stor værdi for MXD og dansk musik at have en fast tilstedeværelse på det vigtige engelske marked via en platform, som nyder den engelske branches respekt, og som er blevet til et fast mødested for den engelske branche.

Ja Ja Ja Club Night Berlin

Dato: marts-november 2019

Spillested: Aftenen afvikles på spillestedet Fluxbau, der ligger ved floden Spree, imellem de central bydele Kreuzberg og Freidrichshein.

Beskrivelse: Efter 5 succesfulde år i London besluttede MXD og de andre nordiske musikeksportkontorer (dvs. NOMEX) i 2014 også at etablere en Ja Ja Ja-klubaften i Berlin. I efteråret 2015 og i hele 2016 blev Ja Ja Ja i Tyskland endvidere udvidet med en Klubaften i Hamborg vha. Støtte fra Nordisk Ministerråd.

Se videoreportage nedenfor:
Ja Ja Ja Tyskland: www.mxd.dk/arkiv/video-reportage-chinah-ja-ja-ja-berlin-2015/

Samarbejdspartnere: FluxFM og Berlin Sessions er Ja Ja Ja's mediepartnere i Berlin

Jury: Ciara George-Lynch (Reeperbahn Festival), Marie-Christine Scheffold (Landstreicher Booking), Melanie Gollin (FluxFM), Robin Shaw (Four Music), Sarah Besnard (ATC Live), Simone Kornalewski (Nordic by Nature)

Redaktionel dækning: Ja Ja Ja har opbygget en stærk medieplatform omkring brandet, https://jajajamusic.com/, der foruden omtaler af Ja Ja Ja-bands og andre nordiske bands også er hjem for The Nordic Playlist. Den store produktion af artikler deles via bl.a. Ja Ja Ja's sociale medier (med 4.348 følgere på Instagram, 15.000 følgere på Facebook og 12.000 følgere på Twitter) og via nyhedsbreve (til 11.200 "almindelige" musikfans og 2.770 musikbranchefolk fra primært UK og Tyskland).

Bands: Der udvælges tre bands/lande pr. koncertaften fra de fem lande i Nomex-samarbejdet. I 2019 valgte bookinggruppen danske bands til 4 ud af 6 fremstød (fremhævet med fed skrift):

7. marts: **IDA KUDO (DK),** Hajk (NO), dj flugvél og geimskip (IS)

4. april: GRANT (SE), Jóipé x Króli (IS), Konradsen (NO)

16. maj: Pale Honey (SE), **KOPS (DK)**, Plastic Tones (FI)
Præsenteret i samarbejde med Iceland Airwaves

12. september: ROKKY (!S), **Lydmor (DK)**, Detalji (FI)

10. oktober: **Ea Kaya (DK)**, Robin Packalen (FI), Shikoswe (NO)

14: november: Janice (SE), Warmland (IS), iris (NO)

De seks shows tiltrak:

Fremmøde	Marts	April	Maj	September	Oktober	November	Total
Musikbranche og medier							
Gæsteliste	146	157	132	144	138	213	930
Det faktiske fremmøde (afkrydset)	**104**	**99**	**75**	**76**	**95**	**132**	**581**
Almindeligt publikum							
Solgte billetter	75	90	71	97	66	53	452
Billetter udloddet via konkurrencer	9						9
Billetter solgt i døren	19	19	9	31	22	12	112
Øvrige	20	25	25	15	20	20	125
Publikum i alt	**123**	**134**	**105**	**143**	**108**	**85**	**698**
Samlede fremmøde	227	233	180	219	203	217	1279

De seks shows tiltrak altså i alt 1.279 personer fordelt på 581 int. branche- og mediepersoner (45%) og 698 alm. koncertpublikummer (55%). Hertil kommer, at estimeret set 30 danske musikbranchefolk har været involveret.

De 581 branche- og mediepersoner kom fra bl.a. følgende selskaber:

Apple, Artist Vision, Backseat PR & Labelservices, Beatport, Berlin in Stereo, Berlinkontoret, BMWi, Budde Music, Columbia, couchFM, Deezer, Deutsche Welle, Divarism, Divine Records, Eleven Seven Music, Engels Music, Festnoise, FluxFM, gigmit, Gordeon Music, Greywood Records,Guesstimate, hoers.de, IB Music Production, INES, Karma Agency Belarus, Kobalt

Music/AWAL, MADE Records, Melt! Booking, Mittmedia AB, Motor Music, Musik Muss Mit, Muza Magazin, Neuland Concerts GmbH, Nordic by Nature, Odd XX, Orange 'Ear, Pac records, Passiøn Party, Peermusic Germany, Pon't Danic Music, Popmonitor, Poule d'Or, Propeller Communication, PUSHER LLC, Radio Fritz, Rlevance, Ruppert Music, Sebstandig, Selective Artists GmbH, Sena Live, Small Sessions, smoke and echoes, Sony Music Germany, Sound Diplomacy, Soundmag.de, The 405, TIDAL, Tracks & Fields, Universal Music Germany, Verstärker, Wasted Talent Entertainment GmbH, WISE | FakeMusicMedia, Zebralution GmbH, !K7 Music

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD i år rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal danske bands/artister/sangskrivere, der har deltaget i de internationale projekter
- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

De danske deltageres udbytte i 2019:

Lydmor: Skulle bruge showcasen til at vedligeholde/opbygge sin fanbase og position på det europæiske festivalmarked, som er inde i en god vækst. Herudover landede hun pga. jobbet en feature med den Finske duo Aves.

KOPS: Indgik en licensaftale med Universal Tyskland for det centraleuropæiske marked.

Ida Kudo: Et af formålene var at aktivere Ida Kudos/NMS' tyske subforlag, Freibank, hvilket lykkedes. Ida Kudo blev under aftenen booket til Berlin Film Festival. Forud for hendes optræden på Ja Ja Ja var Kudo's nye single blevet samlet op af enkelte radiostationer, herunder DLF Nova og en række af de mange tyske universitetsradiostationer.

MXD's vurdering af projektets udvikling og betydning for musikeksporten: Det tyske markeds og den tyske branches betydning for dansk musik er uddybet i evalueringen af årets udgave af The Danish Night At Reeperbahn Festival.

Det er derfor et stort aktiv for MXD og dansk musik at have endnu en showcase platform på det tyske marked.

JA JA JA Vienna

Dato: 24., 25., 26., 27. januar, 2019

Sted: Rockhouse Salzburg, Wuk Vienna, Opheum Graz, A38 Budapest.

Samarbejdspartnere: Ink Music, FM4, the gap, de øvrige nordiske musikeksportkontorer i nomex-samarbejdet.

Jury: De fire bands blev booket af Ink Music

Bands: Iris Gold (DK), Lydmor (DK), Lake Jons (FIN), Great News (NO)

Beskrivelse: Dansk musik og dette projekt har over mange år opbygget en stærk position i Østrig. Projektet blev etableret i 2010 under et andet brand, SPOT on Denmark, og var et samarbejde mellem MXD, SPOT Festival og den østrigske koncertarrangør, Ink Music, som hvert år præsenterede en koncert med dansk musik i Wien.

SPOT on Denmark blev hurtigt en publikumssucces, ikke mindst pga. en usædvanlig stor presseomtale i landsdækkende radio og TV, de store dagblade, blogs osv. De første fem år arrangerede MXD endvidere en netværksmiddag mellem den danske og østrigske branche i Wien, hvilket har skabt mange blivende relationer og samarbejder.

I 2015 inviterede danskerne sine nordiske kolleger med ombord, hvorefter fremstødet er blevet markedsført under det fællesnordiske brand, Ja Ja Ja. I de senere år har der ikke været behov

for networking (de danske/nordiske og østrigske aktører kender hinanden), og projektet har været organiseret som en slags franchise drevet af Ink Music på kommercielle markedsvilkår og markedsført som en endagsfestival for nordisk musik i Wien, igen med en imponerende pressedækning, som er dokumenteret i MXD's årlige evalueringer. I 2019 tog projektet en ny drejning; Ja Ja Ja Vienna blev nu udvidet med en mini-tour, som i år også besøgte Salzburg, Graz og Budapest.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/arkiv/were-kicking-off-2019-with-the-first-ever-ja-ja-ja-tour-heading-to-vienna-graz-salzburg-and-budapest/

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD i år rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal danske bands/artister/sangskrivere, der har deltaget i de internationale projekter
- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

De danske deltageres udbytte i 2019: Touren gav Lydmor og Iris Gold en effektiv indgang til det østrigske marked. Der var som vanligt et stærkt fremmøde fra østrigske musikbranche i Wien, men årets udvidelse tiltræk nye branchefolk - i Graz og Salzburg var der således besøg fra mindre og mellemstore østrigske festivaler som fx Acoustic Lakeside, Woodstockenboi Musik und Kulturfestival, Music Club Open Air Lembach, picture On Festival, Indiepartment Graz, Blue Tomato (Snowboard World Cup Event promoter).

Iris Golds koncerter var fx endnu et eksempel på, hvordan hun voksede på livescenen igennem 2019 (jf. omtalen af casen i afsnit 1.6.), og det ene live-job førte til det andet. I Østrig blev hun blandt andet booket til Dynamo Festival i Dornbirn senere på året. Nedenfor ses Iris Gold foran det østrigske publikum under Ja Ja Ja On Tour.

Endvidere blev de to danske, kvindelige artister omdrejningspunktet for meget af presseomtalen i 2019.

VORmagazin

Artikel durchsuchen...

KULTUR KULINARIK & REISE WIEN, NÖ & BGLD. GEWINNEN MENSCHEN

Kreative Vielfalt aus dem hohen Norden

Ja Ja Ja Festival Vienna

FESTIVAL. Das Ja Ja Ja Festival Vienna unterstreicht auch heuer wieder die Vielfalt der skandinavischen Musik-Szene und bringt vier unterschiedliche Acts aus dem hohen Norden auf die Bühne des WUK.

Das Publikum kann sich etwa auf die dänische Sängerin Iris Gold (Foto) freuen, die mit ihrem Mix aus Pop, Soul und Hip-Hop für ausgelassene Stimmung sorgen wird.

INFO: 25. 1., WUK, Währinger Straße 59, 1090 Wien, wuk.at

© Nord Booking Musik

Seite 40 WOHIN

Wohin am Wochenende

SALZBURG

DONNERSTAG, 24. JÄNNER, BIS SONNTAG, 27. JÄNNER

ZUSCHRIFTEN AN:
wohin.salzburg@kronenzeitung.at
(Karolingerstraße 36, 5020 Salzburg)

Foto: Anna Marin Schram

„JA JA JA FESTIVAL"

Skandinavischer Pop-Nachwuchs im Rockhouse Salzburg an der Schallmooser Hauptstraße – heute, Donnerstag, 20 Uhr, Bar: „Lydmor" (im Bild: Jenny Rossander aus Kopenhagen) sowie Singer-Songwriterin Iris Gold aus Dänemark, Pop-Trio „Great News" aus Bergen/Norwegen und finnisches Trio „Lake Jons" aus Helsinki.

0662/88 49 14, rockhouse.at

MXD's vurdering af projektets udvikling og betydning for musikeksporten: Dansk musik har som nævnt en unik position i Østrig. Det årlige fremstød i Østrig fastholder denne position effektivt og meget billigt. MXD's investering er i dag reduceret væsentligt ift. etableringsfasen. Årets udvidelse har bragt Ja Ja Ja i kontakt med nye lokale aktører og synes at være en god måde at sikre en fortsat udvikling af brandet i Østrig.

Alt i alt, udgør Ja Ja Ja i Østrig en effektiv kanal for dansk musik til dette marked og en effektiv platform til at vedligeholde samarbejdet mellem den danske og østrigske branche.

JA JA JA at SXSW

NB: Dette projekt er støttet af Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik og Det Internationale Kulturpanel (IKP-puljen under Udenrigsministeriet, Kulturministeriet og Erhvervsministeriet) og hele SXSW-indsatsen evalueres samlet i MXD's evalueringsrapport for 2020, hvilket er det år, at projektet slutter. Nedenfor følger alene en beskrivelse af del-aktiviteten i 2019.

Dato: 11. Marts 2019

Spillested og networking: House of Scandinavia, Austin, Texas (både networking og koncerter)

Samarbejdspartnere: Nomex, SXSW, Danish Arts in Austin og Statens Kunstfond

Jury: Det danske band blev booket af Roskilde Festival

Bands: Lowly

Publikum: 200-300 (open air med åben adgang)

Beskrivelse: Roskilde Festival og JA JA JA gik i 2019 sammen om en nordisk showcase og networking arrangement under verdens største musikkonference SXSW i Austin, Texas. Konkurrencen om opmærksomhed er hård. Festivalen byder med 3-4.000 koncerter, og store brands som fx Apple, Netflix, Coca-Cola laver også events under festivalen. Det var i år muligt og således oplagt at samle indsatsen omkring et fælles nordisk fremstød under Roskilde Festivals stærke internationale brand. Projektet fandt sted i Scandinavian House, der var et samlingssted for både danske og nordiske kultur-aktører på SXSW. Over 280.000 mennesker gæstede i 2019 SXSW i Texas. Koncerterne blev åbnet ved en tale af HKH Kronprinsesse Mary.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/arkiv/ja-ja-ja-teams-up-with-roskilde-festival-for-a-special-showcase-at-sxsw/

Branchens deltagelse: Ca. 100 nordiske branchefolk, MXD og omkring 200 udenlandske musikbranche- og pressefolk fra bl.a. følgende selskaber og medier deltog:

Big indie, Reeperbahn Festival, Luger, Sorveiv Festival, Warner Music (SE,US), Debaser, Doordash, Sony Music (DE), FKP Scorpio, Big Sync Music, Crosstown Concerts, Beatnik Creative, Believe Digital, CW TV, C3 Presents, P-Stereo, Ignition UK, Beel and Geluid, Hensik.no, Primary Talent, Universal Music (DE,SE), Focus Wales, Sound Repuplica, Dept Agency, Apollo Films, Champions Sound Music etc.

De danske deltageres udbytte i 2019: Foruden muligheden for de danske branchefolk for at møde gamle og nye samarbejdspartnere (hvilket rummer andre potentielle resultater, som MXD ikke har en løbende opsamling på) har MXD noteret følgende resultater for det danske band, som optrådte:

Et hovedformål for det danske band, Lowly, var at aktivere deres amerikanske og agentur i fremstødet og derigennem at øge deres generelle engagement. Bandets manager, Rasmus

Damsholt, mente, at dette lykkedes, og at det vil styrke disse selskabers investeringer i bandet fremadrettet. Derudover fik bandet landet en del presse omkring deres nye udgivelse.

2.4. Fokuserede netværksevent

SheCanManage

Dato: Forløb i efteråret 2019 og med en åben netværksmiddag d. 28. november

Beskrivelse: “SheCanManage” er et pilotprojekt startet af platformen SheCanPlay i samarbejde med MXD og med støtte fra Statens Kunstfond. SheCanManage er en lærings- og netværksplatform, hvor fem kvindelige music managers over et længere forløb i 2019 blev en del af et community baseret på inspiration, networking og månedlige masterclasses med erfarne og indflydelsesrige personer i musikbranchen.

MXD bidrog til projektet med internationale vinkler og branchefolk, hvilket indebar, at de fem kvindelige music managers, foruden mentoring sessions med fremtrædende internationale branchefolk, fik adgang til diverse networking events og deltagelse i en udvalgt international showcase festival.

Herudover blev der afholdt en åben netværksmiddag, hvor andre danske branchefolk (såvel mænd som kvinder) kunne møde de fem music managers og de danske og udenlandske mentorer.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/projekter/oevrige-projekter/ansoeg-nu-shecanmanage-netvaerksmiddag-med-secretly-canadian-xl-recordings-rmv-publishing-and-atc-management/

Udvalgte music managers: Ud af et større ansøgerfelt, blev følgende fem music managers udvalgt til læringsforløbet: Thea Moe (som ikke deltog i hele forløbet), Shillan Saifouri, Narin Frausing, Heidi Withington, Sofie Wilen Clausen.

Branchens deltagelse i netværksmiddagen d. 28 November: De fem music managers mødte her Rukaiyah Qazi (Secretly Group UK), Leah Wilson (XL Recordings UK), Mona Aghai (RMV Publishing SWE), Jai Shaw (ATC Management UK) og Clotilde Bayle (4AD UK) fra udlandet og følgende danske branchefolk: Sarah Sølvsteen, Nikolaj Stavnstrup, Jonas Elbrønd, Christoffer Kofoed, Emilie Skovgaard, Emma Hestbaek, Astrid Storm, Freja Becker Anthonsen samt naturligvis MXD.

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

Ift. sidstnævnte indikator skal det pointeres, at eftersom projektets formål er at skabe netværk og læringer, fokuseres der på dette i nedenstående citater.

De fem music managers udbytte: Nedenfor følger et udpluk af citater fra de fem managers evalueringer af projektet:

"Jeg har lært enormt meget – om helt konkrete management-opgaver, om større perspektiver i branchen og om komplicerede ting, jeg havde svært med før (f.eks. jura og den større forståelse af samarbejdet mellem manager, label, publishing osv.). Og så har jeg lært, at vi bare skal klø på :-)"

"Jeg fik mulighed for at være med til middag med Reeperbahn Festival, hvor jeg også blev introduceret til internationale virksomheder. De har jeg stadig kontakt til" (MXD: Een af de efterfølgende netværksmuligheder, som projektet gav adgang til)

"Jeg føler, at SheCanManage har bidraget til, at vi deltagere kan forstå og støtte hinanden på et andet niveau, og på den måde har vi jo skabt et fællesskab. Derudover føler jeg, at jeg er blevet

mere opmærksom på at heppe på mine kvindelige kollegaer i branchen – og at vi uden tvivl altid skal bakke op om hinanden og for alt i verden undgå konkurrence."

"Jeg synes helt sikkert at middagen efter en hel dag med præsentationer fra de internationale gæster, var gavnlig. Jeg fik lov at have lidt alene-tid med de forskellige kvinder, og spørge i dybden på de ting, som jeg specifikt søger kundskab om, til den virksomhed jeg arbejder med."

MXD's vurdering af projektets betydning for musikeksporten: Projektet adresserer to problemstillinger:

- Etableringen af et nyt management (og med udgangspunkt i kunstnere, der er i begyndelsen af deres karrierer) tager tid, før det bliver rentabelt. MXD kan konstatere, at over årene har mange danske managers af denne årsag måtte opgive og finde andre jobs
- Der er få kvinder i industrien. Herved tabes potentiel omsætning på gulvet – nemlig den musik (fra såvel mandlige eller kvindelige artister), som har en større appel til kvinder, og som et par mandlige ører måske ville overhøre. Og i markedsføringen kan kvinder ligeledes have bedre forudsætninger for at kommunikere til kvinder. Det giver derfor i MXD's optik giver god mening at gøre en målrettet indsats for at få flere kvinder ind i branchen, idet det kan resultere i øgede indtægter til musikselskaberne og både mandlige og kvindelige kunstnere.

Det er MXD's vurdering, at projektet har været et effektivt værktøj til at imødegå denne problemstilling, men at der er behov for flere tiltag og en langsigtet indsats.

Vegas Udvalgte

Dato: 25 Januar, 2019

Sted: Vega, København

Samarbejdspartnere: Vega

Jury: Bands udvalgt og booket af Vega.

Beskrivelse: Årets udgave af “VEGAs Udvalgte” introducerede ikke kun nye danske bands, men også et nyt samarbejde mellem MXD og VEGA i København.

Mange danske artister har internationale ambitioner fra dag ét. VEGA har med VEGAs Udvalgte skabt et koncept, der ikke kun tiltrækker et stort publikum; De har gennem årene også haft en stor træfsikkerhed med at booke kunstnere, som MXD efterfølgende ser på de internationale musikscener. Det er derfor oplagt at forsøge at speede processen omkring kunstnernes internationale ambitioner op, ved at invitere relevante udenlandske branchefolk til Vega’s årlige præsentation af kunstnere, som er spillestedets bud på nogle af de næste danske bands/artister, der vil slå igennem.

Mens mange af MXD’s projekter indeholder et åbent netværksarrangement for hele den danske branche, er MXD’s indsats her fokuseret på at bringe internationale musikselskaber og festivaler, der allerede har udtrykt interesse i en given kunstner til koncerten i København, således at de kan opleve kunstneren på hjemmebane og have en uforstyrret dialog med kunstnerens danske forretningsrepræsentanter. Målet er at spire en tidlig interesse blandt de

internationale selskaber, som senere kan resultere i internationale aftaler for de danske kunstnere.

Herudover inviterer VEGA selv bookere fra flere af de spillesteder og festivaler, de samarbejder med i udlandet.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/arkiv/nyt-samarbejde-de-kommer-fra-la-london-og-stockholm-for-at-se-vegas-udvalgte/

Branchens deltagelse:

Internationale deltagere: Connor Dillman (I AM SOUND, US), Natalie Von Rotz (The Great Escape, UK), Jessica Brandt (Universal, SE), Micke Lindevall (Debaser, SE), Jana Graso (Liveeurope, BE), Matt Meape (Parlaphone, UK)

Danske deltagere: Emilie Sørensen (Manager Boundaries), Jonas Vuf (Vuf Empire), Lene Vive Kristofferesen (Vega), Jeppe Nygaard (Vega), MXD.

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

De danske deltageres udbytte: Mens Vega inviterede bredt, fokuserede MXD i dette første år af samarbejdet på at invitere nogle af de mange branchefolk, som havde udvist interesse for Selma Judith. Det blev dog ikke til en aftale med et af de inviterede selskaber men med et andet britisk selskab; MuteSongs annoncerede i marts 2020, at de havde signet Selma Judith.

MXD's vurdering af projektets betydning for musikeksporten: Et af grundprincipperne for MXD's arbejde og strategi er som nævnt at søge integration med andre organisationer og projekter for at øge effekten af MXD's egne og andres indsatser ift. eksportarbejdet, hvilket dette samarbejde er et eksempel på.

Vega har et stort engagement i talentudviklingen og er et stærkt brand, der giver en dansk kunstners CV tyngde i udlandet. Det giver derfor stor mening for MXD og Vega at pulje ressourcer i en koordineret indsats. I de tidlige stadier i en kunstners karriere er der også et økonomisk rationale for de danske musikselskaber i at bringe udlandet til Danmark i et forsøg

på at skabe et fundamentalt internationalt set-up, før de investerer hårdt i det lange, seje opbyggende træk på festivaler, showcases etc. i udlandet. Det er ud fra samme rationale, at MXD har et stort engagement i SPOT Festival.

Sync Saturday

Dato: 14. september, 2019

Sted: Hotel Cecil, København

Samarbejdspartnere: Musikforlæggerne, Crunchy Frog (med støtte fra MXD, Kulturministeriet og Udenrigsministeriet)

Jury: Ansøgning - de danske deltagere blev udvalgt af MXD's bestyrelse efter flere kriterier: en afvejning af "først-til-mølle", relevans samt katalog.

Beskrivelse: "Sync" eller "synch" er en forkortelse for synchronization, som er en betegnelse for anvendelsen af musik til billeder - film, TV-serier, reklamefilm, reklamekampagne websites, video-/computerspil osv. Det er et forretningsområde i musikbranchen, som har været inde i en rivende udvikling, i takt med at der skabes mere og mere video content. Langt størstedelen af disse indtægter kommer fra udlandet og kan give komponisterne, artisterne, forlagene og pladeselskaberne en betragtelig indtjening på et enkelt indspillet værk. Herudover kan syncs være en effektiv måde for en artist at promovere sin musik på og resultere i nye fans, et øget antal streams på Spotify osv.

Pladeselskabet og forlaget, Crunchy Frog, er en af Danmarks meget stærke spillere inden for dette forretningsområde. Så da Crunchy Frog i september 2019 fejrede selskabets 25 års jubilæum med en koncert i Pumpehuset (København), var det oplagt at udnytte muligheden til at invitere en række af deres stærkeste sync-partnere (music supervisors) til København. Både for at se ny musik og nye sync-muligheder fra Crunchy Frog og for ligeledes at give andre danske musikselskaber adgang til dette unikke netværk.

MXD organiserede sidstnævnte og afviklede således inden aftenens koncert “Sync Saturday” på Hotel Cecil, hvor 13 danske branchefolk kunne “pitche” musik til Crunchy Frogs’ synch-partnere. Dette foregik via 1-til-1 møder, hvor dansker rykkede fra bord-til-bord med deres bærbare computer og hovedtelefoner.

Der var åben ansøgning til projektet for danske branchefolk, der er aktive inden for synch-området og repræsenterer et katalog af master- eller forlagsrettigheder.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/projekter/tilmeldingsfrist-23-8-synch-saturdaysave-the-date-14-9-synch-saturday/
https://mxd.dk/billedgallerier/synch-saturday-2019/

Branchens deltagelse:

I alt 14 af Crunchy Frogs’ synch-partnere deltog, primært fra USA, UK, Frankrig og Tyskland:

Milena Fessman – Cinesong (Berlin)
Todd Porter – Hated Industries (San Francisco)
Toddrick Spalding – C90 Music Supervision (LA)
Lilah Wilson – Disco Cha Cha (New York)
Jasmine Kirkwood – Friendly Fire Licensing (LA)
Garo Kuyumcuovic – Visions from the Roof (LA)
Lena Obara – Sector C (Poland)
Chris Phelps – Finger Music (London)
Matthew Lawrenson – Dolce (London)
Stephen Ettery – Wake the Town (London) Harley Beckman
Jesper Gadeberg - Music Stylist (DK)
Charlotte von Kotze – Vice (New York)
Harley Beckman – Theodore (London)
Benjamin Coyault – Creaminal (Paris)

Danske deltagere: Gareth Carter (Crunchy Tunes), Cecilie Karpinski (GL Music), Mik Christensen (Mermaid Records), Torsten Cubel (Spanra), Jakob Løkkegaard (Suburban Music), Peter Bek (Zacks Management), Nicola Semprini (Sundance Music), Steffen Breum (Frankly My Dear), Ole Dreyer (Nordic Music Society), Manfred Zähringer (Iceberg Publishing), Kristoffer Winkler (The Bank), Marcus Faal (OneSeven Publishing), Kasper Houmøller (Big Oil Publishing)

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de

internationale projekter
- Hvor relevant var et givent internationalt projekt overordnet set for deltagernes arbejde? Angivet på en likert skala.

De danske deltageres udbytte: De danske deltagere svarede i deres evaluering af projektet, at det havde en meget høj relevans for deres arbejde: en samlet score på 4,6 ud af 5 på en likert skala, hvor 5 er den bedste score. Ud over de internationale music supervisors høje niveau og muligheden for også at pitche til nogle aktuelle projekter, som de forskellige supervisors arbejdede på, var der også flere, som påpegede, at projektet økonomisk set var meget effektivt, idet det havde sparet dem for mange rejser.

MXD's vurdering af projektets betydning for musikeksporten: Som nævnt i projektbeskrivelsen er sync et lukrativt forretningsområde. Det kan dog være en mere "lukket" del af branchen, som det kan være svært for nye danske musikselskaber at få fodfæste på. Det kan være svært at få adgang til nogle af de tunge music supervisors, som placerer musik i de store produktioner. Og tidligere har mange danskere også "holdt på" deres kontakter.

Det er derfor godt at se, at der i de senere år samarbejdes mere på tværs af den danske branche. Ofte leder en music supervisor jo efter en helt speciel sound og stemning, så hvis man ikke selv har en kunstner, der matche det, som supervisoren hører for sit indre øre, er det jo alligevel intet tabt ved at sende sin kontakt videre til en kollega.

MXD ser derfor meget positivt på denne udvikling, og at Crunchy Frog uden tøven ville dele deres netværk, som er opbygget over mange år og rejser, med den øvrige branche.

De 14 music supervisors, der gæstede København, kan krediteres for en stor andel af Crunchy Frogs mange og mange store syncs gennem årene - se en liste over disse her (pr. september 2019):

https://mxd.dk/wp-content/uploads/2019/08/Crunchy-Synch.pdf

Det er således MXD's vurdering, at projektet på flere planer var meget værdifuldt. Det er endnu et skridt til at styrke samarbejdet og klyngedannelsen i den danske musikbranche og flere danske selskaber har igennem projektet fået adgang til en række music superviors, som potentielt set kan skabe store eksportindtægter for andre danske sangskrivere/komponister og artister.

Sounds Like Roskilde

Dato: 3. april, 2019

Sted: Absalon, Sønder Blvd. 73, 1720 København

Samarbejdspartnere: Roskilde Festival

Jury: Ansøgning - de danske deltagere blev udvalgt af MXD's direktør og en repræsentant fra MXD's bestyrelse.

Band: Selma Judith (booket af Roskilde Festival)

Beskrivelse: Music Export Denmark har gennem årene afviklet forskellige projekter sammen med Roskilde Festival. I 2019 var fokus igen rettet mod at udnytte de stærke netværk i den internationale musikbranche, som Roskilde Festival har opbygget gennem en lang årrække, og som festivalen ønsker at dele med den danske branche.

"Sounds Like Roskilde" blev søsat i 2016, og i 2019 var det således for fjerde år i træk, at Roskilde Festival inviterede danske branchekolleger og samarbejdspartnere til en forårsfest på et københavnsk spillested – en uformel netværksaften med mad og drikke, nyheder om årets festival og koncert med en dansk Roskilde-kunstner.

Men inden aftenens program og store fremmøde, afholdte MXD og Roskilde Festival, i lighed med tidligere år, en intim netværksevent med musik quiz og middag for 18 danske og 18 internationale branchefolk, som festivalen har arbejdet med gennem årene, og som MXD havde fløjet ind til lejligheden. Bagefter deltog de i aftenens større arrangement, hvor de i år fik mulighed for at se Selma Judith optræde.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/arkiv/ansoeg-nu-sounds-like-roskilde-networking-event-med-internationale-branchefol/

Branchens deltagelse: 18 danske branchefolk, MXD og Roskilde Festival fik mulighed for at møde og netværke med følgende 18 internationale branchefolk:

Conor Mc Ternan (Resident Advisor)
Rich Walker (4AD)
Ben Horton (Crack Magazine)
Nathalie Blue (Little Big Agency)
Sarah Bernard (ATC LIVE)
Hannah Overtone (Secretly Canadian)
Greg Lowe (United Talent Agency)
Sarah Casey (United Talent Agency)
Amy Van-Baaren (Resident Advisor)
John Fitzgerald (Belmont Bookings)
Lauren Kaye (Earth Agency)
Sally Dunstone (Xray Touring)
Liam Keightley (ITB)
Ruth Barlow (Beggars Group)
Kirmes Kühr (Powerline Agency)
Pete Meeuwsen (Puschen)
Anita Richelli (Listen Collective)
Jack Clark (Ecgo Location Talent)

Danske deltagere: Anders Wind (Bullet Booking), Jakob Løkkegaard (Suburban Records) Sebastian Zieler (Big Oil Recording Company), August Harry (Heartbeat Management), Stefan Pedersen (OOO Agency), Magnus Grilstad (WonderWhy), Karolina Hansen (Down The Drain), Nicolai Winther (Yellow Tag Management), Kat Jarby (Kaja Management), Sarah Sølvsteen (Luger Danmark), Rasmus Damsholt (ATC Management), Nikolaj Stavnstrup (Escho) (, Mik Christensen (Mermaid Records, Kristian Nyholm (Nyholm Management), Emma Hestbæk (3rd Tsunami), Agnete Hannibal (Escho), Sofie Amalie Bech (Glass Music Company), Jens E Karlsson (Heartbeat Management/Skandinavian)

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter

- Hvor relevant var et givent internationalt projekt overordnet set for deltagernes arbejde? Angivet på en likert skala.

De danske deltageres udbytte: De danske deltagere svarede i deres evaluering af projektet, at det havde en høj relevans for deres arbejde: en samlet score på 4,2 ud af 5 på en likert skala, hvor 5 er den bedste score. 88% af deltagerne tilføjer endvidere, at de efterfølgende har haft dialoger med de internationale branchefolk og beretter, at de enten ligger i forhandling eller agter at pitche artister til de internationale branchefolk.

MXD's vurdering af projektets betydning for musikeksporten: Roskilde Festival er en af verdens største og ældste musikfestivaler og betragtes som et af live-musikkens internationale mega-brands. Roskilde Festival er således en festival, som de fleste booking agenturer ønsker eller har planlagt møder med. Det er med andre ord ganske let at hente nogle af de tungeste agenter til København, når vi inviterer sammen med Roskilde Festival.

Sounds Like Roskilde er et af de projekter, hvor vi oplever en meget stor efterspørgsel på at deltage. Projektet bliver overtegnet få timer efter, at vi har åbnet for ansøgningen, hvilket vidner om stor relevans for den danske branche.

Det er således MXD's vurdering, at projektet og det løbende samarbejde med Roskilde Festival er et stort aktiv for musikeksporten.

2.5. Handelsmissioner

Nordisk Handelsmission Los Angeles

Dato: 9.-11. april 2019

Sted: Los Angeles, USA

Samarbejdspartnere: Nomex, Nordisk Kulturfond

Jury: Ansøgning - de danske deltagere blev udvalgt af MXD's bestyrelse

Danske deltagere: Branchefolk: Laura Littauer (Sundance), Thea Moe (Glass Management), Marianne Vindahl (Beachy Management), Nis Bysted (Escho). Filmkomponister: Martin Pedersen, Jonas Struck. MXD: Carolina Echeverri

Beskrivelse: Den fjerde nordiske handelsmission til Los Angeles havde fokus på sync, licensering og publishing og henvendte sig til repertoire-ejere af nordisk musik - management selskaber, musikforlag og pladeselskaber.

Programmet for de nordiske branchefolk bestod af følgende seminarer, virksomhedsbesøg, rundbordssamtaler, 1-til-1 møder og større netværksevents, der havde til formål at give deltagerne nye netværk og en større indsigt i denne del af musikindustrien:

- **DSPs and Revenue Generation**
  Case Studies: Axel Hyge - WBR/Spotify

- **Management Roundtables**
  John Kim - Steel Wool Entertainment

Randy Jackson
Kristen Mulderig - RSE Group
Chris Nielson/ Ian Dietrich - 10th Street Management

- **Setting up business in the US**
  Erik Steigen - USA Media Rights
  Immagration Attorney Wayne Kamemoto / Rob Salzman
  Business Management Charley Londono

- **Company visits**
  ASCAP
  BMI
  Viacom/MTV (Hollywood)

- **Speed Dating/Pitch/Listening Roundtable**
  Multiple people in Film, TV, Ads, Games, Trailers

- **Label A&R Panel + breaking up into small groups for discussion**
  Ian Hunter - Atlantic Records (Matoma)
  Simon Katz - Republic Records (DAGNY)
  Tim Reynolds - RCA Records

- **Publisher A&R Panel + breaking up into small groups for discussion**
  Amanda Samii - Kobalt
  Nick Brahl - SonyATV
  Taylor Testa - UMPG

- **Distribution**
  David Orleans - President, Sales & Label Management ADA

- **Marketing: A case study**
  Chelsey Northern + Brooks Roach - Atlantic PR and Marketing

- **Independent PR discussion**
  Beth Martinez - Danger Village

- **Brand discussion**
  Edit Media Group

- **A&R**
  Storme Whitby-Grubb - creative director who has worked with Lana Del Rey

De danske branchefolk deltog endvidere også i et MXD-projektforløb, “LA Crushing On DK”, med særskilte aktiviteter for danskerne i forlængelse af denne tur. LA Crushing On DK evalueres individuelt.

Som noget nyt inviterede Nomex nordiske filmkomponister med på handelsmissionen og havde arrangeret et separat program til dem bestående af:

- **Pitch Session**
  With Music Supervisor Thomas Golubic (Super Music Vision), Talent Agent Jeff Jernigan (Kraft Engel Management) and Publicist Chandler Poling (White Bear PR)

- **Music Supervisor Panel**
  With Music Supervisors Amine Ramer, John Houlihan and Thomas Golubic; moderated by Chandler Poling

- **European Composers working in Europe and in the USA**
  With Matthias Weber (Das Boot, The Dark Valley, Maximillian) and tba; moderated by Thomas Mikusz

- **Agent & Manager Panel**
  With Kevin Korn (Gorfaine Schwartz Agency) and Tim Husom (Red Bird Music); moderated by Chandler Poling

- **Music Library Discussion**
  With Carl Peel from Killer Tracks; moderated by Riku Salomaa

- **Composer Studio Tour at "Bleeding Fingers Music" in Santa Monica**

- **Fox Studio Visit and Music Department Meet & Greet**

- **Netflix Office Visit and Music Department Meet & Greet**
- **PR & Publicity**
  Presentation at the White Bear PR offices - get some tips on self-promotion and publicity and round-up the past two days.

- **ASCAP Happy Hour and Meet & Greet**
  Meet some of the ASCAP Film & TV staff members

- **Sync day**
  We are joining the Nordic Music Trade Mission business delegates

Branchens deltagelse: De 4 danske branchefolk, 2 komponister og MXD havde via ovenstående fokuserede møder/networking med 30 amerikanske branchefolk og mere “løs” networking med omkring (estimat) 50 amerikanske branchefolk yderligere under virksomhedsbesøg og en afsluttende reception på det finske konsulat i LA.

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Hvor relevant var et givent internationalt projekt overordnet set for deltagernes arbejde? Angivet på en likert skala
- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

De danske deltageres udbytte: De danske deltagere svarede i deres evaluering af projektet, at det havde en meget høj relevans for deres arbejde: med en samlet score på 4,8 ud af 5 på en likert skala, hvor 5 er den bedste score. Alle har efterfølgende været i dialog med flere af de amerikanske branchefolk, de blev introduceret til samt også med flere af de andre nordiske deltagere.

Thea Moe fra Glass Management uddyber eksempelvis:

"The trade mission was very educational and all days were fully packed. Afterwards, I have had contact with several of the different attendees, and also made a collaboration with ASCAP. I made contacts that have been useful afterwards. Both from Netflix and Future Classics."

MXD's vurdering af projektets betydning for musikeksporten: USA er verdens største musikmarked, og LA er en af verdens vigtigste musikmetropoler, især inden skabelse og produktion af musik og for brug af musik i fx film, TV-serier, reklamer (sync).

Handelsmissionen er endnu et eksempel på, at ved at pulje ressourcerne fra de nordiske musikeksportkontorer i Nomex-samarbejdet og møde op med en stor forretningsmæssig og kunstnerisk kritisk masse er det muligt at sammensætte et ambitiøst program, som de stærkeste aktører på det lokale marked ønsker at engagere sig i. Programmet var i år meget omfattende, hvilket var muliggjort med støtte fra Nordisk Kulturfond.

Nordisk Handelsmission Tokyo

Dato: 12.-15. november 2019

Sted: Tokyo, Japan

Samarbejdspartnere: Creativeman, Sony Music Publishing (Japan) Inc., Nomex, Musikforlæggerne, DPA, Koda

Jury: Ansøgning - bands blev udvalgt af Creativeman, sangskriveren af Sony Music Publishing (Japan) Inc, de danske branchefolk af MXD's direktør

Danske deltagere: Bands: South Haven og Urkraft. Sangskriveren: Frederik Jyll. Branchefolk: Terkel Atsushi Røjle Christensen (Big Oil Recording Company), Laura Littauer (Sundance), Mik Christensen (Mermaid Records), Ole Dreyer (Nordic Music Society), Luisa Rolander (GL Music), Mirza Radonjica (Prime Collective), Domi Sudziarski (Elevation Denmark), Thomas Strømvig (Miners Outfit) og Lisa Marxen fra MXD

Beskrivelse: Japan er verdens næststørste musikmarked og et meget relevant marked for de nordiske musikindustrier. Nomex (dvs. samarbejdet mellem de nordiske musikeksportkontorer, heriblandt MXD) har siden 2013 således arrangeret en nordisk handelsmission til Tokyo.

Programmet i 2019 var bygget op om den samme, effektive skabelon fra tidligere år:

- Tirsdag d. 12. november: "Nordic Get-together" om aftenen. Erfaringen fra tidligere handelsmissioner har været, at foruden nye kontakter og samarbejder med japanske musikselskaber har missionerne også resulteret i nye nordiske samarbejder. Vi brugte derfor den første dag på at sammentømre gruppen og lære hinanden og hinandens projekter at kende.

- Onsdag d. 13. november: Seminar om det japanske marked med følgende temaer:
    - Brand Collaboration - Seiya Matsumiya (CEO, Black Cat White Cat Music)
    - Opportunities on broadcasting - Mike Rogers (CEO, Universal Vision)
    - Booking situation and prospects - Lauren Rose Kocher (COO / Founder, Zaiko)
    - Jazz market update - Atsuko Yashima (Executive Producer, "Tokyo Jazz" by NHK Enterprises)

- Onsdag d. 13. november, aften: Netværksreception på den norske ambassade. Formalia spiller som bekendt en stor rolle i det japanske samfund. Ambassaderne er således vigtige brobyggere mellem den japanske og de nordiske industrier. NOMEX afholder derfor altid en reception i samarbejde med de nordiske ambassader i Japan, hvortil nøglespillere fra den japanske musikindustri inviteres.

- Torsdag d. 14. november: Handelsdag med 1-til-1 møder mellem de nordiske og japanske selskaber, hvor danskere og de øvrige nordiske selskaber kunne promovere deres musik over for potentielle samarbejdspartnere. Der blev forud for handelsdagen udsendt en invitation til den japanske industri med biografier (oversat til japansk) på de nordiske selskaber og de kunstnere, som man ønskede at præsentere for det japanske marked. Handelsdagen afholdes hvert år i hjertet af Shibuya-distriktet, som er et centrum for den japanske musikindustri. De nordiske repræsentanter fik hver deres bord, hvor de kunne udstille produkter og en translatør sørgede for, at intet blev "lost in translation". Der var på forhånd arrangeret 60 møder, men flere dukkede som hvert år uanmeldt op.

- Fredag d. 15. november: Showcase: Loud & Metal Mania med Creativeman. Opløftet af forrige års store succes med det danske band H.E.R.O. (se nedenfor) havde Creativeman besluttet at præsentere to danske bands i 2019 - South Haven og Urkraft. Det bemærkes, at showcasen igen fokuserede på den hårdere musik (heavy metal, metal, hard rock) fra Norden. MXD og Nomex har tidligere præsenteret pop-musik, men det er vores erfaring, at det er lettere at præsentere nye talenter fra "nicherne" til det japanske marked, da J-pop i en årrække har domineret popscenen i Japan.

- Songwriting camp arrangeret af Sony Music Publishing (Japan). Mens de nordiske branchefolk networkede med den japanske branche, arbejdede de nordiske sangskrivere (fra Danmark: Frederik Jyll) hele ugen med japanske sangskrivere på

opgave fra japanske forlag og j-pop label-A&R's. Det var en unik mulighed for at få afsat sange til j-pop artister og knytte længerevarende samarbejder med artister og musikselskaber på verdens næststørste musikmarked, hvor en meget stor del af de lokale udgivelser skrives af udenlandske sangskrivere.

I lighed med tidligere år havde Musikforlæggerne ydet støtte til produktionen af campen og DPA til sangskriverens rejseomkostninger (fly, hotel og lokaltransport) via Kodas Kulturelle midler.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/projekter/handelsmission-tokyo-2019-interview-med-sangskriveren-frederik-jyll-og-luisa-rolander-fra-gl-music-om-j-og-k-pop/

https://mxd.dk/arkiv/handelsmission-tokyo-2019-den-japanske-jury-har-valgt/

https://mxd.dk/mxd-viden/punktlighed-hoeflighed-masser-af-taalmodighed-og-respekt-for-hierarki/

https://mxd.dk/mxd-viden/h-e-r-o-det-seneste-danske-stjerneskud-i-solens-rige/

https://mxd.dk/arkiv/kort-ansoegningsfrist-11-september-musikforlaeggerne-dpa-og-mxd-inviterer-til-songwriting-camp-i-tokyo/

https://mxd.dk/arkiv/handelsmission-tokyo-2019-tilmeldingen-for-danske-branchefolk-er-nu-aaben-deadline-20-august/

https://mxd.dk/arkiv/handelsmission-tokyo-2019-open-call-til-danske-metalbands-deadline-30-juni/

Branchens deltagelse: De 8 danske branchefolk, MXD, de to bands og sangskriveren deltog i aktiviteter, hvortil en eller flere repræsentanter fra i alt 111 japanske selskaber havde bekræftet deres deltagelse: 3rd Stone From The Sun, 5 Cross Cultural Media, Alive/Yuno Group, Avex Entertainment, Avex Music Publishing, AWA,Bickee Music, Black Cat White Cat Music, Burning Publishers, Bushiroad, Bytedance(Tik Tok), CoRecTive, Creativeman Production, Crypton Future Media, Daiki Sound, Dear Stage, Dentsu Music and Entertainment, Disk union, Domo International, Downtown Music Japan, DreaMusic, Dual AMP, EKKO MUSIC RIGHTS, Entertainment Marketing, Farm Records, FM Yokohama Music Publishing, Fuji Music Group, Fujipacific Music, Future Records, Gerbera Music Agency, Gig In Japan, Hakuhodo Casting & Entertainment, Hats Unlimited, Hip Land Music Corporation, Hostess Entertainment, Iconic Sounds, Indie Asia, J-WAVE MUSIC, Japan Central Music, Japan Music Data, Japan Net Creators Assoc, JazzProbe, JCAA, J Pop Music Group, Juhla Tokyo, King International, King Records, KSR Corporation, Laulia Enterprize, Marquee Avalon, Min-On Concert Association, Miracle Bus, Music Asset Directors, Music Office ZZC, NHK Enterprise, Nichion, Nippon Columbia, NTV Music, O-moro, Office Ohsawa, P-Vine Records, Petit Café Records, Plankton,

Pony Canyon, Rambling Records, Recochoku, Repro, Rimeout Recordings, Shalestone Music, Shinko Music Entertainment, Shochiku Music Publishing, Sign-pole Records, Song X Jazz, Sony Music Japan International, Sony Music Publishing Japan, Speedstar Music, Spice Of Life, Spiritual Beast, Spotify Japan, Styrism, Sunrise Music Publishing, Syn,SyncPower Corporation, T.G.I. Tokyo, Taiyo Music Publishing, Tearbridge Production, Teichiku Entertainment, The Music Plant, The Orchard Japan, Tokyo Fantasy, Tokyo Northern Lights Festival, Tower Records, Toys Factory, TV TOKYO Music, U'S MUSIC, Ubi:q, United Future Creators,Universal Music Japan, Universal Music Publishing Japan, Universal Vision, VAP, Victor Entertainment, Ward Records, Warner Music Japan, Watanabe Music Publishing, Xing/Joysound, Xing Music Entertainment, Yamaha Music Publishing, Zaiko

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

De danske deltageres udbytte: Som beskrevet nedenfor skabes resultater i Japan gennem en langsigtet indsats og bør derfor evalueres over en større årrække. Mik Christensen fra Mermaid Records brugte således succesen med H.E.R.O. til at gå i dialog med de involverede japanske selskaber om andre af Mermaid Records kunstnere.

Ole Dreyer for Nordic Music Society er en anden tidligere deltager på handelsmissionen og har herudover besøgt markedet med en jævnlig frekvens gennem to årtier. I år fik Dreyer kontakt til tre japanske forlag, der alle ønskede at repræsentere NMS' katalog. Det forventes, at der bliver lukket en aftale med et af disse forlag snarest.

Laura Littauer fra Sundance deltog i handelsmissionen for første gang, men hendes selskab har haft et langt engagement på det japanske marked. Littauer fortæller, at de har produceret 15 nye compilations til Japan sammen med japanske selskab S2S, hvilket blev sat i stand under handelsmissionen. Herudover blev der indgået et samarbejde med et japansk label, om et meget omfattende projekt, der nu er sat i bero pga. Corona, men som de håber kan genoptages.

Terkel Atsushi Røjle Christensen, som repræsenterede Big Oil Recording Company og Crunchy Tunes, fik kontakt til en music supervisor, som de nu løbende pitcher musik til (ift. sync-muligheder i Japan). Herudover havde Crunchy Tunes' subforlag i Japan, Fuji, forberedt sig til Crunchy Tunes' besøg i Tokyo ved at placere to numre fra Crunchy's katalog (Baby Blood - Kaleidoscope og Atusji - it's bigger than me) i den japanske version af dette års Terrace House (et stort netflix realityshow).

MXD's vurdering af projektets betydning for musikeksporten: Japan er som nævnt verdens næststørste musikmarked. I 2017 var den samlede omsætning på ca. 7 mia. USD (excl. Karaoke, som bidrager med en omsætning på yderligere 5 mio. USD). Det er et marked, hvor det fysiske format (CD'en) stadig står stærkest, og hvor streaming-platformene har haft svært ved at trænge igennem til de japanske forbrugere, på trods af den høje internet penetration i landet. Spotify's omsætning voksede dog med 33,8% fra 2018 til 2019, men det er altså fra et lavt udgangspunkt, og CD'en er stadig "kongen" i Japan. En forklaring på det kan, i MXD's optik, måske findes i den stærke japanske fankultur. Mange japanske fans ønsker at vide alt om deres idoler og at eje alt, de har udgivet. Limited editions med ekstra materiale (tracks, billeder, tekst etc.) er nærmest et krav i Japan. Og det er ikke ualmindeligt, at japanerne køber flere eksemplarer af en CD for at have et uskadt emballeret eksemplar i reserve. Det synes derfor logisk at antage, at streaming-platformenes track-by-track univers ikke appellerer til de japanske fans, som ønsker at fordybe sig maksimalt i kunstneren, ud fra en traditionel opfattelse af albummet som en vigtig og ukrænkelig helhed. Danske bands og artister, der forstår denne fankultur, kan med relativ små økonomiske investeringer (til fx at kommunikere med sine fans på japansk) opbygge en stærk fanbase i Japan.

I de senere år er det internationale musikforbrug dog faldet i Japan - og her er det MXD's observation, at danske bands og artister indenfor nicherne (fx metal, jazz og folk) har haft størst succes med at etablere sig på markedet, mens det er blevet betydeligt mere svært for den internationale mainstream pop-musik at trænge igennem. Markedet er domineret af japanernes egen J-pop, som markedsføres meget anderledes og ekstremt, ift. hvordan vestlige kunstnere formidler deres musik. Det giver derfor mening at fokusere på nicherne, hvor vi kan læne os op ad en særegen nordisk kant og identitet, hvilket har været MXD's og NOMEX's strategi gennem de sidste år.

Anderledes forholder det dog sig for de skabende kunstnere - en meget stor del af den japanske Top-100 skrives af eller i samarbejde med sangskrivere/producere fra vesten, hvorfor songwritingen campen har været et fast element i handelsmissionerne.

Den Nordiske Handelsmission har været en effektiv indgangsdør til det japanske marked. Den japanske forretningskultur er meget anderledes og stærkt hierarkisk organiseret. Man skal introduceres af nogen, som respekteres på markedet, før de japanske selskaber tager en seriøst. Ligesom man skal evne at arbejde med en stor tålmodighed, punktlighed og høflighed. Læs mere om forretningskulturen i interviewet med Mik Christensen fra Mermaid Records her:

https://mxd.dk/mxd-viden/punktlighed-hoeflighed-masser-af-taalmodighed-og-respekt-for-hierarki/

Den Nordiske Handelsmission udgør ift. disse idiosynkratiske forretningsforhold en stærk platform for dansk/nordisk musik i Japan. Gennem en langsigtet indsats, der er sket i samarbejde med anerkendte japanske partnere, er der opbygget en respekt for

handelsmissionen, som betyder, at den japanske musikbranche betragter den som en autoritet, og at mange har gengældt vores engagement ved selv at møde op hvert år.

Som beskrevet i afsnit 1.6. og i artiklerne ovenfor, så MXD i 2019 frugterne af Mik Christensens langsigtede arbejde i Japan, via flere års deltagelse i den Nordiske Handelsmission til Tokyo, som bragte bandet H.E.R.O. helt til tops på den japanske airplay chart.

Casen understreger også den pointe, at MXD anbefaler og udvælger deltagere til missionen, som er indstillet på at arbejde og investere langsigtet i markedet. Det kan kræve mange besøg, før investeringen begynder at give afkast.

Prime Collective er et andet eksempel på et selskab, der har bearbejdet markedet effektivt, og som over en flerårig indsats har opbygget mange stærke samarbejder med japanske selskaber for dansk metal.

Nordisk Handelsmission Seoul

Dato: 17.-19. november 2019

Sted: Seoul, Sydkorea

Samarbejdspartnere: Nomex, Musikforlæggerne, Koda

Jury: Ansøgning - de danske deltagere blev udvalgt af MXD's direktør, Thomas Rohde, et bestyrelsesmedlem fra MXD og to bestyrelsesmedlemmer fra Musikforlæggerne

Danske deltagere: Anders Hansen (The Arrangement), Luisa Rolander (GL Music), Frederiks Schnoor (Target Tunes), John Aagaard (TG Management)

Beskrivelse: Den nordiske handelsmission til Seoul var produceret af Nomex (samarbejdet mellem de nordiske musikeksportkontorer, heriblandt MXD). Turen henvendte sig til danske musikbranchefolk, der arbejder med music publishing, på såvel begynder- som ekspertniveau ift. det koreanske marked.

Sverige, Finland og Danmark deltog. Sidstnævnte for første gang og muliggjort ved støtte fra Musikforlæggerne.

Handelsmissionen bestod primært af besøg hos førende sydkoreanske musikselskaber, og for at give plads til dialog og individuelle samtaler, blev den nordiske deltagelse begrænset til fire personer fra hvert land. Der var herudover arrangeret et seminar på den svenske ambassade, hvor lokale eksperter gav de nordiske deltagere et markedsoverblik. Missionen blev afsluttet på den finske ambassade med et større netværksarrangement.

Redaktionel dækning på MXD.dk:

https://mxd.dk/arkiv/deltag-i-nordisk-handelsmission-til-seoul-med-fokus-paa-publishing/

Branchens deltagelse: De fire danske (og tilsvarende antal fra Sverige og Finland) var på virksomhedsbesøg hos JYP, Music Cube, Warner Chappell, Cube Entertainment, SM Entertainment & Ekko Music Rights, Universal Publishing, 153 / Joombas Music Group og mødte herigennem omkring 60 sydkoreanske banchefolk.

Relevante måleindikatorer: Ud over de fundamentale nøgletal har MXD rapporteret på følgende måleindikatorer:

- Antal udenlandske og danske branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Liste over de internationale musikselskaber/branchefolk, der har deltaget i de internationale projekter
- Hvor relevant var et givent internationalt projekt overordnet set for deltagernes arbejde? Angivet på en likert skala
- Eksempler på eksportresultater (aftaler med musikselskaber, live jobs osv.) afledt af de internationale projekter, evt. med links til artikler og cases publiceret på MXD.dk

De danske deltageres udbytte: De danske deltagere svarede i deres evaluering af projektet, at det havde en meget høj relevans for deres arbejde: med en samlet score på 5 ud af 5 på en likert skala, hvor 5 er den bedste score. Alle har efterfølgende været i dialog med flere af de sydkoreanske branchefolk, de blev introduceret til.

Citater fra de fire deltagere viser, at handelsmissionen var brugbar for såvel de meget erfarne som de mindre erfarne med det sydkoreanske marked:

“Jeg samarbejder med alle dem, vi blev introduceret til. Jeg kendte de fleste sydkoreanske folk i forvejen, men turen hjalp med at skabe stærkere relationer - også ikke mindst til de skandinaviske”

“Meget fint setup med møder med Seouls mest relevante aktører i branchen fra major labels til mindre firmaer. Den nordiske delegation har givet mig et meget fint netværk allerede”

“En større forståelse for mekanismerne omkring de Sydkoreanske musikerskaber, hvordan de arbejder, hvordan de tænker, og hvordan jeg bedst kan interagere med dem.”

Luisa Rolander fra GL Music fortæller, hvordan at handelsmissionen lå i perfekt timing ift. et efterfølgende projekt:

“Jeg kendte de fleste sydkoreanske folk i forvejen, men turen hjalp med at skabe stærkere relationer. Det største udbytte skete i forlængelse af turen. Fordi jeg allerede var der med trade mission, var det nemt for mig i ugen efter, at arrangere en camp med UMPG Korea. På denne camp deltog vores sangskriver Frederik Jyll og skrev sangen "Love You Better", der blev udgivet i April 2020 med Kpop gruppen GOT7 på deres album "Dye". Albummet er siden gået platin i Korea og har solgt 385K fysiske eksemplarer worldwide.”

MXD’s vurdering af projektets betydning for musikeksporten: Sydkorea er sammen med Japan store musikmarkeder med en meget stærk popscene. Faktisk så stærk, at de har fået deres egne genrebetegnelser. Man taler i musikindustrien om henholdsvis K-pop og J-pop, og det er musik, som har en meget stor dominans på deres egne markeder.

Det er således svært for vestlige upcoming pop-bands at etablere sig på disse markeder. Derimod er der meget af denne K-pop og J-pop, som skrives af eller i samarbejde med sangskrivere fra vesten.

Der er allerede musikforlag og sangskrivere, som har en stor aktivitet på disse markeder, fx TG Management (helt tilbage fra arbejdet med Aqua) og GL Music, som deltog på denne handelsmission. Læs evt. om forskelle og ligheder mellem de to markeder ift. sangskrivningen i interviewet med Luisa Rolander fra GL Music, som deltog i både handelsmissionen til Seoul og Tokyo i 2019 her:

https://mxd.dk/projekter/handelsmission-tokyo-2019-interview-med-sangskriveren-frederik-jyll-og-luisa-rolander-fra-gl-music-om-j-og-k-pop/

MXD ser altså et stort markedspotentiale for flere danske sangskrivere/producere og musikforlag på disse markeder og med et solidt afkast i år, forventer MXD også at deltage i næste års handelsmission til Seoul.

LA Crushing on DK

NB: Dette projekt er støttet af Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik og Det Internationale Kulturpanel (IKP-puljen under Udenrigsministeriet, Kulturministeriet og Erhvervsministeriet) og evalueres i MXD's evalueringsrapport for 2020, hvilket er det år, at projektet slutter. Nedenfor følger alene en beskrivelse af aktiviteten i 2019.

Dato: april og september måned 2019

Baggrund: Los Angeles udgør et af musikkens globale vækstcentre. En stor del af den amerikanske musikindustri er samlet her og tiltrækker kunstnere og musikbranchefolk fra hele verden om skabelse af ny musik og lancering af nye internationale artister.

Også Dansk musik søger i disse år til LA, som aldrig før. Der er skabt markante resultater i LA for dansk musik (Lukas Graham er et eksempel).

MXD har fået et tilskud fra Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik og Det Internationale Kulturpanel (IKP-puljen under Udenrigsministeriet, Kulturministeriet og Erhvervsministeriet) til at styrke og optimere udbyttet af dansk musiks samarbejde med kunstnere og musikselskaber i LA.

Projektet, der løber indtil udgangen af 2020-2021, bygger på erfaringerne fra en række af de LA-projekter, som har fået eksportstøtte fra MXD (blandt andet via DPA-puljen, under MXD), samt anden input fra den danske musikbranche og fra vores kolleger i de øvrige nordiske musikeksportkontorer.

Om projektet: Projektet vil naturligvis omfatte aktiviteter i LA, men hovedvægten lægges på at bringe LA til Danmark. MXD har i de senere år haft gode erfaringer med at invitere udlandet til Danmark.

Dels er der en stigende interesse for dansk kultur, mad, mode etc., hvilket vi naturligvis skal udnytte. Men udover at placere fremstødet i en kulturel kontekst, kan vi opnå en langt større opmærksomhed og fokus fra vores udenlandske gæster, end når vi møder dem på deres hjemmebane, i deres travle hverdag.

En anden fordel er, at vi på dansk jord kan præsentere udlandet for et større antal danskere. Og her skal det pointeres, at et andet hovedformål for projektet er at øge samarbejdet mellem de danske selskaber og kunstnere – altså at styrke klyngedannelse i de danske produktionsmiljøer. MXD vil således række ud til danske musikselskaber, kunstnere og organisationer, som har haft aktiviteter i LA for at engagere dem i projektet og styrke videndelingen på tværs af branchen.

Aktiviteter: Projektet bestod i 2019 af to dele:

<u>Del 1 - April måned, netværksevent i Los Angeles, USA</u>

Følgende danske branchefolk blev udvalgt (ansøgning): Laura Littauer (Sundance), Thea Moe (Glass Management), Marianne Vindahl (Beachy Management) og Nis Bysted (Escho), som også blev tilbudt deltagelse i den nordiske handelsmission til LA, der lå i forlængelse af “LA Crushing on DK”

På turen forpligtede hver deltager sig til at invitere (og således at dele disse med deres kolleger) en eller to af deres deres mest betydelige amerikanske samarbejdspartnere til en netværksmiddag med den danske delegation - følgende amerikanere deltog:

Chad Gillard (Future Classic)
Paul Tao (IAMSOUND)
Garo Kuyumcuovi (Visions From The Roof)
Andy Lykens (Netflix)

Julia Kosky (Netflix)
Adrian Karvinen (Fire Club)
Alexander Baker (Highrise)

Herudover var der arrangeret individuelle møder.

Del 2 - September måned, netværksevent og besøgsprogram i CPH

Danske deltagere i dette og sidste år LA Crushing on DK-event i Los Angeles inviterede nu nogle af deres amerikanske samarbejdspartnere til København. Musikforlæggerne ydede støtte til MXD's omkostninger ved det amerikanske besøg (fly, hotel).

Følgende amerikanske branchefolk besøgte København:

Garo Kuyumcuovic (Visions From The Roof)
Kristen Agee (411 Publishing)
Scott Yarmovsky (Prescription)
Emily Bines (Kobalt)
Paul Tao (IAMSOUND)
Fann Lurie (Crush Music Management)
Amber Carew (Saddle Creek)
Joanna D' Puglisi (Universal Publishing).

Programmet bestod af to dele:

A. De danske deltagere i dette og sidste års LA Crushing on DK forpligtede sig til at organisere et besøgsprogram fra amerikanerne, hvorved de delte deres amerikanske netværk med deres kolleger i den danske musikbranche. Der var organiseret i alt 63 individuelle møder.

B. MXD og Musikforlæggerne inviterede til en netværksmiddag på Statens Museum for Kunst, hvor følgende tidligere deltagere deltog: Thea Moe (Glass Management), Nis Bysted (Escho), Laura Littauer (Sundance), Marianne Vindahl (Beachy Management), Lasse Persson (CPH Records) og Søren Winding (Tigerspring).

Herudover deltog (ansøgning) følgende fra den danske musikbranche: Jan Erik Stig (Warner Music Denmark), Cutfather, Kristoffer Winkler (The Bank), Thomas Bredahl (Heartbeat Management), Mik Christensen (Mermaid Records), Marcus Faal (DiscoWax), Astrid Storm (Universal Music Denmark), Jakob Løkkegaard (We are Suburban), Christian Skjølstrup (Glass Management).

MXD (Carolina Echeverri) og Musikforlæggerne (Ole Dreyer) deltog som værter.

2.6. SPOT Festival

Dato: 30. april - 3. maj 2019, Aarhus

Beskrivelse: SPOT Festival er det største årlige event for dansk musik og dansk musiks bagland, når talen falder på musikeksport. Af samme grund er festivalen en hovedprioritet for MXD, der fungerer som medproducent for festivalen.

MXD finansierer invitationen af de udenlandske branchefolk til SPOT, som organiseres af MXD, SPOT, PROMUS og enkelte eksterne samarbejdspartnere, heriblandt tyske Factory 92 og det britiske PR-firma, Evil Twin. Meget af dette arbejde foregår året rundt i forbindelse med MXD's øvrige projekter.

Under selve festivalen er MXD's indsats fokuseret på at introducere de internationale og danske branchefolk for hinanden - både gennem networking-events og personlige introduktioner. I ugerne op til festivalen bringer MXD portrætter af udvalgte internationale branchefolk både via MXD's og SPOT's website, så den danske branche og bands kan orientere sig om gæsternes smag på forhånd. Og omvendt introducerede SPOT efter samråd med MXD også repræsentanter fra den danske branche over for de internationale gæster på SPOT's website i ugerne op til SPOT.

Invitationsarbejdet: I 2019 tiltrak SPOT 1.416 delegerede – af dem præcis 250 internationale. Det internationale antal var svagt nedadgående i forhold til 2018, men helt kalkuleret: Hvor SPOT igennem mange år har arbejdet for at hente et bredt kontingent af delegerede fra Berlin, Hamburg, Køln og Benelux-området op med SPOT-busser, har strategien fra og med 2018 været at invitere med "nålestik" i et geografisk mere bredt område, ud fra de specifikke behov og eventuelle dialoger med udenlandske selskaber, som årets SPOT-bands havde.

Tyskland er stadig den bedst repræsenterede nation med 69 delegerede, skarpt forfulgt af Storbritannien med 64 delegerede. Og det svarer fint til de to markeders status og værdi for den danske musikbranche anno 2019. Øvrige nationer i 'Top 5' er Sverige (27), Norge (26) og USA (20).

Repræsentanter fra i alt 21 nationer (udover Danmark) deltog på SPOT: Australien, Belgien, Canada, Finland, Frankrig, Færøerne, Grønland, Holland, Island, Luxembourg, Norge, Polen, Portugal, Schweiz, Slovenien, Spanien, Storbritannien, Sverige, Tyrkiet, Tyskland og USA.

Nyt tysk programindhold: Under indtryk af de omvæltninger det store tyske marked gennemgår i disse år, og fordi det tyske marked fortsat er af meget stor betydning for dansk musik, præsenterede SPOT 2019 to nye initiativer for at styrke samarbejdet mellem den danske og den tyske branche i den nye digitale tidsalder, som Tyskland nu for alvor er trådt ind i (landet har i mange år været den sidste bastion for CD'en i Europa).

Dels blev der under SPOT afviklet en to-dages dansk-tysk talent camp for unge branchefolk i begge lande. Målet var at introducere de næste generationer af branchefolk og samarbejdspartnere for hinanden. Deltagerne deltog i networking sessions og workshops. Deltagerne kom fra konservatorierne i Danmark og Popakademie i Tyskland samt fra junior-stillinger i musikselskaber fra begge lande.

Desuden samlede SPOT danske og tyske selskaber og producere inden for urban-/hiphop-miljøet til en 48 timers workshop og med en præsentation af deres fælles produktioner ved en koncert i VoxHall på SPOT's sidste dag. Den første sang fra dette samarbejde blev udgivet november 2019:

https://rosa.org/2019/11/20/dansk-tysk-hiphop-samarbejde-fra-spot-viser-de-foerste-resultater/

Andre nye temaer: I 2019 satte SPOT et øget fokus på dansk metal, bl.a. i samarbejde med Train, hvor fredagen var dedikeret til dansk metal. I 2019 inkluderede besøget fra udlandet derfor også branchefolk og medier, som har specialiseret sig indenfor denne genre. Her er hvad METAL HAMMER skrev om de danske bands:

https://www.loudersound.com/features/is-denmark-metals-best-kept-secret?fbclid=IwAR1-z1_KIsiL6rOnevZxjZ5bJeZDHtLwOJxJnj1rBrb6MnprPD8r2XJS6p4

Endelig fejrede Ja Ja Ja sit jubilæum i 2019 (10 år i London og 5 år i Berlin) ved også at besøge SPOT, hvor de præsenterede en af 2019's Ja Ja Ja-kunstnere, Ida Kudo:

https://jajajamusic.com/2019/04/ja-ja-ja-presents-ida-kudo-at-spot-festival-2019/?fbclid=IwAR1RzJKmNDKjiHiGHePUsmXJpNL7FvhOJ7RPD9gBj_UoEmaF7UybsBtSZhw

Branchens deltagelse: Nedenfor ses nogle af de internationale branchefolk, der besøgte SPOT Festival i 2019:

Christoph Pancke (Selective Artists), Holger Luckas (Radioeins), Jan Clausen (FACTORY 92), Jana Berberich (Edel SE & Co. KGaA), Mareike Hettler(Groenland Records), Thomas Raich (Popup-records), Torsten Mewes (Believe Germany), Coco Kraft (Freibank music publishing) Austin Maloney (Nothing But Hope And Passion), Briana Cheng (4AD), Charles Damga (WARP), Chad Gillard (Future Classic), Carter Adams (Luaka Bop), Max Woollett (Marathon), Ludo Guerrieri (Femme Culture), Ben Wileman (Wichita), Jordan Whitmore (Atlantic Records & Domino Publishing), Kevin Christian-Blair (Asylum/Atlantic Records), Colette Goodfellow (Universal Publishing), Louis Lambilliotte (Because Editions), Roisin Page (Beggars Music), Will Priestley (Harbottle & Lewis LLP), Richard Day (SSB), Duncan Smith (Pitch & Smith), Hannah Edds (X-ray Touring), Lucy Atkinson (Earth Agency), Liam John Byrne (Atonal Agency), Peter Thomsen (Kilimanjaro Live), Benny P Locke (Bird On The Wire), Ben Coleman (Green Man Festival), Hugo Simpson (Evil Twin PR), Sebastian Burford (WorldWideFriendlySociety), Nathan Hetherington (Zeitgeist Agency), Liv Whitton (They Do PR), Rosie James (Fever To Tell), Anna

Wester (PIAS), Gary Mandel (Entertainment One), Thomas Peter Johnson (Gold Flake Paint), Thomas Harvey (The 405), Susan Hansen (Clash Magazine), Dom Gourlay (Drowned In Sound), Dani Charlton (Amazing Radio), Tallah Brash (The Skinny), Jess Partridge (London In Stereo), Si Hawkins (Gigwise), Hannah May Kilroy (Prog Magazine), Briony Edwards (Louder/Metal Hammer), Steve Nickolls (United Talent), Tony Boden (Artery Global), Alexander Obert (Doomstar Bookings), Cal McKinney (Majestic Casual), Julia Ramonat (Beat The Rich!)

Redaktionel dækning på MXD.DK:

https://mxd.dk/projekter/spot-festival/mxd-superbowl-moed-den-internationale-musikbranche-paa-spot-festival-19/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-artery-global/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-gigwise/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-bird-on-the-wire/https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-wichita-recordings-and-management/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-pitch-smith/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-amazing-radio/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-louder-metal-hammer/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-evil-twin/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-luaka-bop/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-b4-4ad/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-drowned-in-sound/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-kilimanjaro-live/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-asylum-atlantic-records/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-atlantic-records-domino-publishing-co/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-harbottle-lewis-llp/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-they-do-pr/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-doomstar-bookings/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-clash-magazine/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-x-ray-touring/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-entertainment-one/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-gold-flake-paint/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-beggars-music/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-because-editions/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-majestic-casual/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-the-405/
https://mxd.dk/projekter/mxd-networking-paa-spot-festival-19-moed-beat-the-rich/

I “redaktionel dækning på MXD.dk” ses eksempler på, hvilke selskaber og personer, som gæstede SPOT i 2019. Nedenfor ses, hvad nogle af dem udtalte om SPOT:

Drowned In Sound (UK)
”SPOT has firmly established itself as one of the leading events of its kind. Attracting a global audience of fans and delegates along with an array of the best musical talent Scandinavia has to offer, it’s become known as the Nordic South By Southwest for a good reason.”

Clash Magazine (UK)
“SPOT Festival 2019 delivers fully on creativity, innovation and surprise, which makes it one of the most relevant festivals. With a finger placed right on the pulse targeting, not only where music is at but also where it is heading, makes this festival a complete must for anyone who needs and wants to be ahead of the game, rather than just be in there for the sake of it.”

KEXP (US)
“Aarhus’ friendly and inviting demeanor is amplified with the influx of artists and guests traveling from across the globe, hungry for music discovery.”

The Skinny (UK)
“Celebrating its 25th anniversary this year, and with its focus firmly on showcasing up-and-coming Danish Scandinavian acts, since 1994 SPOT has been responsible for helping local artists launch their career to a wider audience.”

Julia Ramonat, Beat The Rich (DE)
"An important and diverse exchange"

Networking: MXD’s store networking-event i 2019 blev igen afviklet med bowling, mad og drikke i Aarhus Bowlinghal. At samles om sjov og konkurrence er den perfekte isbryder for konversation og nye relationer. Arrangementet fik en overvældende positiv feedback, hvorfor denne enkle model gentages i næste udgave af SPOT Festival.

Kapitel 3 - Evaluering, analyse & videndeling

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

Det samlede resultat for 2019 blev 137.369 kr. ift. et oprindeligt budget på 120.000 kr.

Datagrundlaget: MXD har gennem årene investeret ressourcer i at udvikle og optimere et IT-system, som bl.a. udgør fundamentet for musikbranchens ansøgninger om eksportstøtte og evalueringerne af disse projekter. IT-systemets data og analysemuligheder giver MXD en stor indsigt i markedstendenser, brugbare arbejdsmetoder, effekten ved forskellige markedsføringstiltag og forskellige samarbejdspartneres efficiens. MXD kan herved viderebringe vigtige erfaringer, således at danske musikere og musikselskaber også kan benytte de stier og genveje andre har betrådt – og således at "fejl" og dårlige erfaringer ikke gentages.

Herudover indsamler MXD andre markedsdata fra udlandet, hvilket bl.a. også sker under Nomex-samarbejdet.

MXD's videndeling sker igennem flere kanaler:

Den individuelle/personlige rådgivning: var igen i fokus i 2019. Rådgivningen består primært i råd og vejledning vedr. samarbejdet med de internationale firmaer - hvordan man optimerer eksisterende samarbejder eller finder nye, som kan hjælpe den danske artist/musikselskab med at øge eksponeringen og afsætningen i udlandet. Musikmarkedernes forskellighed, udvikling og kompleksitet kan være en udfordring. MXD har fx. set et nyt social medie som Tik Tok gå fra værende lettere irrelevant til at være ekstrem vigtig for mange kunstnere. MXD kan her rådgive om, hvilke firmaer man kan kontakte i udlandet, hvilke andre danske branchefolk der har haft success på området, best practice etc.

Der var i 2019 en fortsat stigende efterspørgsel på den personlige rådgivning, som sker via 1-til-1 møder, e-mails og pr. telefon. Det er en ressourcekrævende aktivitet, hvorfor MXD i videst muligt forsøger at dele megen viden til flest mulige ad gangen, som beskrevet nedenfor.

Den offentlige rådgivning: MXD rådgiver og deler viden til flere kunstnere og musikselskaber ad gangen via følgende aktiviteter:

- Produktion og publikation af **artikler** til mxd.dk med cases (se eksempler fra 2019 i afsnit 1.6), tips fra branchefolk og bands, markedsrapporter osv. på mxd.dk. I 2019 blev der publiceret 71 artikler mod 92 i 2018, 156 i 2017, 154 i 2016 og 147 i 2015. Nedgangen i produktionen skyldes en øget individuel rådgivning samt en løbende opdatering af de større markedsrapporter/know how-artikler fra tidligere år, således at disse forbliver relevante. De opdaterede markedsrapporter/know-how artikler er ikke talt med som

“publicerede” artikler.

- **Orienteringsmøder og foredrag**: MXD afholder og/eller deltager løbende i møder og foredrag om musikeksporten. I 2019 var MXD bl.a. partner i et samarbejde med Dansk Musiker Forbund og Rytmisk Musikkonservatorium (RMC) omkring en seminarrække med titlen, “Turen går til..”, der i 2019 bl.a. gav publikum en bred indføring i det japanske marked og hvordan musikbranchefestivalerne kan bruges til at finde samarbejdspartnere (musikselskaber etc.) i udlandet.

- **MXD’s internationale projekter**, herunder også Handelsmissionerne under Nomex-samarbejdet, rummer som tidligere nævnt i stigende grad et uddannelseselement, hvor lokale eksperter giver et markedsoverblik og indsigt i specielle grene af eksportarbejdet.

Kapitel 4 - Årets samlede resultat, målopfyldelse og forventningerne til 2020

4.1. Årets samlede resultat

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

Omkostninger	Resultat 2019	Budget 2019
Eksportstøtte (inkl. DPA-puljen)	1.887.794	2.080.000
Internationale projekter	1.457.806	1.500.000
Evaluering, analyse & videndeling	137.369	120.000
Honorarer m.m. før fordeling på projekter	474.538	475.000
Udgifter i alt	3.957.507	4.175.000

Med indtægter for 4.276.475 lander **årets samlede resultat for aktiviteten på 318.968 kr.** imod et oprindeligt budget på minus 25.000 kr. Det øgede overskud var planlagt og besluttet i løbet af 2019 og havde til formål at øge - over en årrække - overførslen af projektmidler mellem driftsårene (se en uddybelse i afsnit 1.1.). MXD's ledelse og bestyrelse finder således resultatet tilfredsstillende.

4.1. Branchens egenfinansiering

Kulturministeriets årlige tilskud på 4 mio. kr. til MXD gives under forudsætning af, at det matches af en investering fra branchen på minimum det samme beløb, samlet set.

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 af aktiviteten udgør min. 50 %, og at præmissen for Kulturministeriets tilskud er opfyldt.

Mht. MXD's tre eksportstøttepuljer viser nedenstående investeringen i de projekter, som er afviklet på opgørelsestidspunktet d. 27. maj 2020. Den totale investering er altså ikke medtaget i denne rapport.

Aktivitet	Direkte investering/omkostninger pr. 27. maj 2020 for uddelt støtte
Eksportstøtte	
Markedsudvikling	4.350.225 kr.
Dynamisk	298.482 kr.
Branchefolk	670.619 kr.
I alt	5.319.327 kr.
Udbetalt eksportstøtte	1.662.589 kr.
Branchens egenfinansiering, Eksportstøtten, I	**3.656.738 kr.**

Herudover kommer branchens eget tidsforbrug på projekterne. I lighed med med tidligere år anvendes antallet af live- og andre markedsføringsaktiviteter 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 75 afviklede tilsagn/projekter pr. 27. maj 2020 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)	269	120	12,5	403.500 kr.
Anden markedsføring (medgået tid på planlægning og afvikling)	58	600	12,5	435.000 kr.

Branchens egenfinansiering, Eksportstøtten, II				**838.500 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 2019 overstiger kravet fra Kulturministeriet, har MXD valgt ligeledes ikke at bruge ressourcer på denne analyse i år.

Samlet set kan egenfinansieringen altså opgøres til:

Egenfinansiering i eksportstøttede projekter (minus udbetalt eksportstøtte)	3.656.738 kr.
Branchens minimale ressourceforbrug (booking, planlægning og afvikling af markedsføringsaktiviteter) på eksportstøttede projekter	838.500 kr.
I alt	4.495.238 kr.

Kulturministeriets tilskud på 4 mio. kr. til MXD i 2019 blev altså matchet med minimum 4,5 mio. Kr. Det kan således konkluderes at egenfinansieringskravet er blevet opfyldt.

4.2. Målopfyldelsesskema 2019

Nedenfor ses de definerede mål for MXD's tre hovedaktiviteter samt en konklusion på målopfyldelsen, uddybet i det foregående:

Eksportstøtte, mål	At MXD's eksportstøtte er med til at sikre danske kunstnere en tilstedeværelse på eksportmarkederne.
Eksportstøtte, målopfyldelse (kapitel 1)	Der blev i 2019 bevilliget "eksportstøtte til markedsudvikling" og "dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder" for 1,74 mio. kr. til 83 projekter, fordelt på 56 acts (353 musikere og crew), som har fået et eller flere tilsagn. Ved årsregnskabets afslutning var 75 af de 83 støttede projekter blevet afviklet, evalueret og afregnet, mens 2 var blevet aflyst. Der mangler altså endnu rapportering for 6 projekter, før resultatet for samtlige støttede projekter foreligger. Under de 75 afviklede projekter er der blevet gennemført 269 liveaktiviteter og 58 andre markedsføringsaktiviteter i 28 lande. Denne rapports mange cases og beskrivelser af trends viser, at MXD også i 2019 har understøttet en stil- og genremæssig meget bredtfavnende musikeksport, som i MXD's vurdering udgør et robust fundament for den gunstige udvikling, musikeksporten har været inde i gennem en årrække. Det konkluderes, at musikbranchen anno 2019 er mere fragmenteret end nogensinde, ift. hvilke afsætningskanaler kunstnerne har succes i og ift. hvilke mediekanaler som er mest brugbare for de forskellige segmenter af kunstnere. Det er en dynamik, som MXD imødegår med en ligeledes stor fleksibilitet i forvaltningen af eksportstøtten. Eksempelvis kan det således konstateres, at mere og mere af MXD's eksportstøtte gennem de sidste år er gået til markedsføringsaktiviteter, hvilket skyldes bl.a. følgende faktorer: ● Ift. en række kunstnere og deres musik er internettet blevet til en af deres vigtigste formidlingsplatforme - der investeres således mere i online-markedsføringen: SoMe, Tik-Tok, online content marketing osv. ● Flere artister/managements holder på rettighederne, selvudgiver og investerer i PR for at opbygge en profil og fanbase, før de forhandler (ud fra en stærkere forhandlingsposition) en kontrakt med de

	internationale labels eller andre musikselskaber (Case: Hugo Helmig, The Bank). ● Der er kunstnere, som ikke har brug for støtte til live-aktiviteter, men hvor MXD yder støtte til markedsføringen, når vi ser et vækstpotentiale (Case: Trentemøller - som DJ). Under DPA-puljen, som ultimativt skal øge eksporten af dansk-producerede sange, blev der i 2019 givet 20 tilsagn. Det er således MXD's vurdering, at eksportstøtten i høj grad har sikret danske kunstnere en tilstedeværelse på eksportmarkederne, som i disse år er under stor forandring pga. især de muligheder, digitaliseringen skaber.
Internationale projekter, mål	At MXD's internationale projekter understøtter danske kunstneres og musikselskabers eksportarbejde.
Internationale projekter, målopfyldelse	MXD afviklede 25 projekter i 2019 (8 mere end oprindeligt planlagt), som bød på 280 koncerter med danske bands/artister, og som matchede den danske musikbranche med udenlandske branchefolk fra en lang række af verdens førende internationale musikselskaber, jf. den dokumenterede deltagelse under hvert enkelt projekt. I 2019 var engagementet: 1.475 deltagelser fra den danske branche og 2.178 deltagelser fra den udenlandske musikbranche og medier i MXD's projekter. MXD's projektportefølje spænder vidt og understøtter en række forskellige behov ift. eksportarbejdet: ● MXD introducerer via **showcase-fremstød** de danske kunstnere og musikselskaber for potentielle samarbejdspartnere (fx labels, forlag, booking agenturer, music supervisors, festivaler) og medier i udlandet, som kan bringe bandsene videre i deres karriere. Nogle bands har måske allerede et temmelig komplet set-up af branchefolk på plads og bruger primært disse projekter til at styrke deres profil og fanbase på territoriet. ● MXD afholder **fokuserede netværksevents** for udenlandske og danske branchefolk og kunstnere. Formålet er, under mere intime rammer, at skabe nye stærke relationer og samarbejder, der kan styrke eksporten af dansk musik. Disse fremstød kan både være med og uden (live) musik og foregå såvel i Danmark som i udlandet.

	● MXD arrangerer **handelsmissioner**, og en del af disse i samarbejde med de andre nordiske musikeksportkontorer, hvor danske/nordiske musikbranchefolk og kunstnere tager på besøg hos branchen i en vigtig musikby, som fx Tokyo, LA, Seoul osv. Programmet kan bestå af: Virksomhedsbesøg, 1-til-1 møder, seminarer om markedet, networking, reception på en nordisk ambassade, showcases og songwriting camps. ● Endelig er MXD medproducent af **SPOT Festival**, der er en af de vigtigste eksportplatforme på dansk jord. MXD er med andre ord involveret i stort set alle dele af de danske kunstneres og selskabers eksportarbejde - via projekter der: uddanner og opbygger kompetencer ift. eksport, udvider netværket, matcher de danske kunstnere og selskaber med potentielle samarbejdspartnere i udlandet samt også projekter der booster momentum for kunstnere, som allerede har en fanbase og profil på et givent eksportmarked. Projekterne og deres forskellige formål er evalueret enkeltvis i kapitel 2 og på baggrund af branchens feedback og MXD's øvrige målinger, er det MXD's vurdering, at de internationale projekter i høj grad har understøttet de danske kunstneres og musikselskabers eksportarbejde.
Evaluering, analyse og videndeling	At MXD's evaluering, analyse og videndeling genererer og formidler information vedrørende musikeksport til den danske musikbranche.

Evaluering, analyse og videndeling, målopfyldelse	En primær datakilde og fundament for denne hovedaktivitet er MXD's it-system, som understøtter processerne vedrørende ansøgningen, sagsbehandlingen og evalueringen af projekterne under eksportstøtten. MXD har videreudviklet på IT-systemet i 2019 og planlægger at udvide systemet til også at omfatte MXD's internationale projekter i løbet af 2020-2021. Efterspørgslen på viden er stor og en ressourcekrævende aktivitet. MXD forsøger i videst muligt omfang at dele viden til flest mulige ad gangen, via. artikler og rapporter på MXD.dk, foredrag, orienteringsmøder osv. Men ift. nogle problemstillinger kan individuel rådgivning fra MXD spare branchen for mange spildte omkostninger. I 2019 blev den individuelle rådgivning således øget på bekostning af en reduktion i produktionen af artikler - fra 92 publicerede artikler i 2018 til 71 i 2019. Herudover samler MXD i stigende grad mindre grupper af branchefolk og kunstnere omkring forskellige emner og grene af eksportarbejdet. Meget af dette sker under MXD's internationale projekter, hvor flere i dag rummer et stærkt øget uddannelseselement - her skal bl.a. handelsmissionerne nævnes eller læringsforløbet, SheCanManage, som blev søsat i 2019 med det formål at skabe en indgangsdør for flere kvinder i den danske musikbranche. Således må målet for denne hovedaktivitet ligeledes betragtes som værende opfyldt. Men MXD må konstatere, at der også i år har været en større efterspørgsel på individuel rådgivning og sparring, end MXD kan imødekomme.

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

4.3. Forventningerne til 2020

Mens denne rapport skrives er dele af verden begyndt at åbne op efter Covid-19.

Nedlukningen har ramt de forskellige grene af musikbranchen meget forskelligt. Kunstnere hvis hovedindtægt er centreret omkring live-aktiviteten og alle andre aktører i denne del af branchen har mistet hele indtægten fra den ene dag til den anden. Modsat har fx den indspillede musik jo fortsat kunnet streames.

I de første måneder under pandemien har MXD således arbejdet med skiftevis krisehåndtering og med at understøtte branchens muligheder i andre indtjeningskanaler bedst muligt.

Sideløbende med dette har MXD igangsat et større arbejde med udviklingen af MXD's strategi og løsninger ift. de forskellige scenarier af langsigtede konsekvenser, som Covid-19 kan have for musikeksporten. Meget af dette arbejde sker også sammen med MXD's tætte partnere: Nomex, SPOT Festival osv.

Mange af konsekvenserne er endnu ukendte og præget af alles individuelle spekulationer, men MXD tager det for absolut givet, at det vil resultere i nye trusler og muligheder for den danske musikeksport, som vil kræve store ændringer i MXD's strategi og aktivitetsmix for at sikre musikeksportens fortsatte positive udvikling - og derigennem både indtægterne fra udlandet og den kunstneriske udvikling af dansk musik.

4.4. MXD's arbejde med "God ledelse i selvejende kulturinstitutioner"

MXD er opmærksomme på anbefalingerne i ovennævnte og overvejer løbende, hvordan MXD's corporate governance kan optimeres. En række tiltag blev iværksat i 2019.

I forhold til bestyrelsens uafhængighed blev MXD's bestyrelse ultimo 2019 udvidet med et eksternt bestyrelsesmedlem - advokaten Hanne Kirk, læs mere om hvilke kompetencer Hanne Kirk bidrager med til MXD's arbejde i artiklen her.

Der er ikke en forretningsorden for MXD's bestyrelse. En sådan vil blive udarbejdet i 2020.