

# MUSIC EXPORT DENMARK

**Indblik i aktiviteter 2019**

**Musikeksport styrker både den økonomiske og kunstneriske udvikling af dansk musik, foruden i stigende grad at bidrage til den samlede danske eksport.**

**Når dansk musik konkurrerer på højeste internationale niveau, styrker det endvidere et dansk kulturfællesskab omkring musikken og fastholder det danske publikum.**

- Thomas Rohde, CEO i MXD

# Indhold

## Denne publikation opridser i kort form MXD's aktiviteter i 2019.

Publikationen er udarbejdet af Seismonaut i samarbejde med MXD. Den baserer sig på [MXD's evalueringsrapport for 2019](#), hvor der findes uddybende evalueringer af samtlige aktiviteter og eksportresultaterne samt uddybende beskrivelser af musikeksportens udvikling, trends m.m.

## 1. Hvorfor har vi MXD 4

## 2. Eksportstøtte 6

Eksportstøtte til markedsudvikling  
Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder  
Eksportstøtte til branchefolk  
Eksportstøtte til branchefolk - sangskrivning

## 3. Internationale projekter 13

Showcases  
Netværksevents  
Handelsmissioner  
SPOT Festival

## 4. Evaluering, analyse og videndeling 19

MXD frem mod 2022  
Bestyrelse

# 1. Hvorfor har vi MXD?

## **Music Export Denmark (MXD) har siden 2005 med stor succes udviklet og understøttet internationalisering og eksport af dansk rytmisk populærmusik.**

Gennem rådgivning, støtteordninger, videndeling og eksportfremstød med koncerter samt udbygning af netværk bidrager MXD til professionaliseringen af den danske musikbranche. Derigennem medvirker MXD til at udvikle og fortsætte dansk musik som en eksportsucces.

Musikeksporten har væsentlig betydning for såvel den økonomiske som den kunstneriske udvikling af dansk musik og bidrager samtidig i stigende grad til den danske eksport som helhed. Mange danske kunstnere inden for rytmisk musik er afhængige af indtjeningen fra udlandet for at skabe en økonomi, der gør det muligt at leve af og hellige sig sin musik. Uden aktiviteter i udlandet vil mange danske kunstnere være nødsaget til at finde et andet hovederhverv og blot arbejde med deres kunst på hobbyplan.

Eksporten styrker samtidig branchen generelt i form af talentudviklingen og den kreative innovationskraft i dansk musik, hvilket øger dens attraktivitet i forhold til det udenlandske musikudbud – i såvel ind- og udland. Musikeksporten styrker altså ikke blot dansk musik i udlandet, men i lige så høj grad dens position på det danske marked, og er således med til at fastholde det hjemlige publikum og styrke et dansk kulturfællesskab.

Med strategien 2019-2022 er det fortsat MXD's mission at styrke eksporten af dansk professionel rytmisk musik. Her er fokus både på den kunstneriske udvikling og forretningsgrundlaget for kunstnere og musikselskaber. I strategien har MXD defineret tre indsatsområder for de kommende års arbejde:

- 1. Eksportstøtte**
- 2. Internationale projekter**
- 3. Evaluering, analyse og videndeling**

Gennem de tre indsatsområder skaber MXD en række effekter for artister, sangskrivere og brancheaktører, som gennem finansiering og viden styrker deres eksport og udbygning af internationale netværk. Det giver det den enkelte sangskriver og artist mulighed for at bryde igennem internationalt, og samtidig styrkes forretningsgrundlaget for hele branchen gennem en øget professionalisering og stærkere positionering af dansk musik i udlandet.



**MXD finansieres årligt af et tilskud fra Kulturministeriet på 4 millioner kr., og en egenfinansiering på minimum 50% fra den danske musikbranches aktører.**

MXD arbejder med dansk professionel rytmisk musik på tværs af flere genrer, men orienterer sig primært mod dansk rock- og popmusik og deres mange subgenrer - fra metal og punk over indiepop og rock til den mest kommercielle mainstream pop- og klubmusik.

MXD har dermed fokus på den markedsbaserede musik, der i høj grad eksisterer på markedsvilkår, og som i større eller mindre omfang har kommercielt drevne forretningspartnere omkring sig, fx. et management, bookingagentur, forlag og label.

## 2. Eksportstøtte

### **MXD's eksportstøtte støtter individuelle kunstnere og branchefolk med at komme ud i verden gennem et finansielt bidrag.**

I 2019 har MXD eksempelvis støttet kunstneren Alexander Oscar med live-aktiviteter samt markedsføring i Frankrig, Norge, Storbritannien, Tyskland, USA. Ligeledes har MXD hjulpet sangerinden Soleima med hendes markedsføringskampagne i Storbritannien.

Som dokumenteret i [MXD's evalueringsrapport for 2019](#) går det overordnet rigtig godt med eksport af dansk musik, som er i både vækst og udvikling. Flere og flere danske kunstnere og musikselskaber arbejder på de strategisk vigtige eksportmarkeder og samarbejder med brancheaktører på disse markeder.

Dertil er udviklingen i den danske musikeksport bredt funderet. Den sker inden for mange genrer og subgenrer og omfatter såvel de udøvende bands og artister som de skabende kunstnere i form af producere og sangskrivere. Bredden i succeserne for dansk musikeksport må siges at være en styrke og et bevis på en sund branche som helhed. MXD's vision er, at det stærke fundament kan udbygges og derigennem styrke innovationen i dansk musik og forbedre konkurrencepositionen for dansk musik i udlandet.



**Alexander Oscar har fået støtte fra MXD til live-aktiviteter samt markedsføring i Frankrig, Norge, Storbritannien, Tyskland, USA.**



## Eksportstøtten er opdelt i fire puljer

### 1. Eksportstøtte til markedsudvikling

Eksportstøtte til markedsudvikling understøtter det fortløbende arbejde med at etablere bands på et eller flere eksportmarkeder gennem liveoptræden (koncerter, turneer, showcases, support-koncerter, radiopromotions, interviews etc.) og markedsføring (annoncering, content marketing og køb af ydelser på eksportmarkederne fra radio pluggers, pr-agenter, mv.) i udlandet.

### 2. Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder

Dynamisk eksportstøtte til unikke markedsmuligheder er MXD's eksprespulje. Denne gør det muligt at udnytte de unikke markedsåbninger, hvor hurtigt tilsagn er vigtigt. Puljen understøtter således bl.a. de hit-drevne projekter.

### 3. Eksportstøtte til branchefolk

Musikselskaber og branchefolk kan søge om støtte til udenlandsrejser, der har til formål at skabe netværk og indgå aftaler for danske kunstnere i udlandet.

### 4. Eksportstøtte til branchefolk - sangskrivning

I samarbejde med Danske Populær Autorer (DPA) har MXD oprettet denne pulje, der understøtter branchefolk og musikelskabers arbejde med at etablere og udvikle danske sangskriveres internationale karriere og afsætning på det globale marked.



I 2019 blev der bevilliget 1.615.010 kr. gennem puljen 'Eksportstøtte til markedsudvikling' og 125.029 kr. gennem puljen 'Dynamisk eksportstøtte'. Det resulterede i:

- **83 projekter i 30 lande**
- **Fordelt på 56 artister og 7 bands**
- **353 musikere og crew har medvirket i projekterne**

Puljen 'Eksportstøtte til branchefolk' bevilligede samlet 267.811 kr. til 69 projekter. Her deltog danske branchefolk i eksportfremstød for sangskrivere og musikselskaber arrangeret af enten MXD ellers kunstnernes egne musikselskaber.



## Eksportstøtten er med til at sikre, at rettigheder og eksportindtægter bliver på danske hænder

### Case: Hugo Helmig

Hugo Helmig er godt på vej ud i verden! 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.

Strategien for Hugo Helmig og hans danske selskab, The Bank, har været at holde på ophavsrettighederne i stedet for at frasælge dem for at finansiere markedsudvidelsen. Danske artister og musikselskaber har ofte frasolgt rettigheder netop for at rejse kapital, hvilket udhuler forretningsgrundlaget på den lange bane. I stedet har The Bank og Hugo Helmig valgt at udgive via en distributør samt selv at investere i markedsføring og showcases for at opbygge en profil og fanbase, før man ud fra en stærkere



forhandlingsposition indgår kontrakter med nogle af de store, internationale musikselskaber.

Lykkedes denne forretningsstrategi kan de danske kunstnere og selskaber holde fast i en større andel af indtægterne fremadrettet, hvilket betyder, at de danske musikselskaber vil kunne opbygge en større kapital, der kan reinvesteres i udviklingen af nye danske talenter og samtidig løfte den danske musikbranche til nye højder både kunstnerisk og forretningsstrategisk. Det er en strategi, som MXD bakker op om og går ind i som partner, når en klar indikation på et "markeds-pull" er til stede.

Første del af planen for Hugo Helmig er allerede 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 radiostationer i Østrig og Schweiz, hvor der blev fulgt op med koncerter. I 2019 gik MXD ind i lanceringen af Hugo Helmigs debutalbum med støtte til markedsføring i Norge, Schweiz, Tyskland, USA og Østrig og en større turné i Tyskland, Østrig og Schweiz.

Som udgangspunkt skal branchen således tage det første skridt i forhold til netværk og internationale samarbejdspartnere. MXD's puljer bidrager til at accelerere processen, når de internationale markeder tager imod musikken. Dette har vist sig at være den mest effektive brug af MXD's ressourcer.

## **Lykkedes denne forretningsstrategi kan de danske kunstnere og selskaber holde fast i en større andel af indtægterne**

En stor del af eksportstøtten går til eksportfremstød for især de udøvende kunstnere, hvilket omfatter bands og artister, men det er vigtigt at holde for øje, at succeser genereres i et synergisk økosystem af branchefolk, organisationer og virksomheder. Hvis eksempelvis et pladeselskab får en fod indenfor i Los Angeles, kan det give mange danske kunstnere muligheden for at træde ind på dette marked. Derfor støtter MXD også, at branchefolk kan komme ud i verden for at skabe netværk og lave aftaler. På denne måde sikrer man, at den danske musikbranche har mulighed for – og prioriterer – at have et internationalt perspektiv på udviklingen af deres forretning.

På samme måde, er det også vigtigt, at de skabende kunstnere – navnligt sangskrivere/producere – samarbejder med udenlandske partnere. Derfor har MXD og DPA indgået et samarbejde om at internationalisere udviklingen for danske sangskrivere. Ligesom med brancheaktørers og artister/bands succes internationalt kan én sangskrivers internationale gennembrud være med til at åbne døren for mange andre danske musikere.

## Beløb, bevilget i alt i 2019

| Kunstner        | Beløb       |
|-----------------|-------------|
| 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.

# Eksportstøtten styrker markeds- og publikumsud- vikling i udlandet for etablerede danske kunstnere

## Case: Trentemøller

Fortællingen om eksportsuccesser kommer ofte til at handle om skabelsen af gigantiske succeser som Lukas Graham og MØ eller talentudvikling som med Hugo Helmig eller Iris Gold. Men MXD støtter også allerede succesfulde kunstnere – hvor potentialet imidlertid er endnu større. Det gør sig eksempelvis gældende med Trentemøller.

Komponisten, produceren og artisten Trentemøller har allerede succes med sine elektroniske udgivelser og remixes både i Danmark og internationalt. Trentemøller har skabt sig et stærkt brand og en stor fanskare, og derfor har han ikke brug for støtte til sine live DJ-jobs. Derimod har MXD tidligere støttet Trentemøllers arbejde med at bringe hans musik fra klubscenen til de traditionelle

spillesteder samt festivaler via en række turnéer med band i Europa og USA.

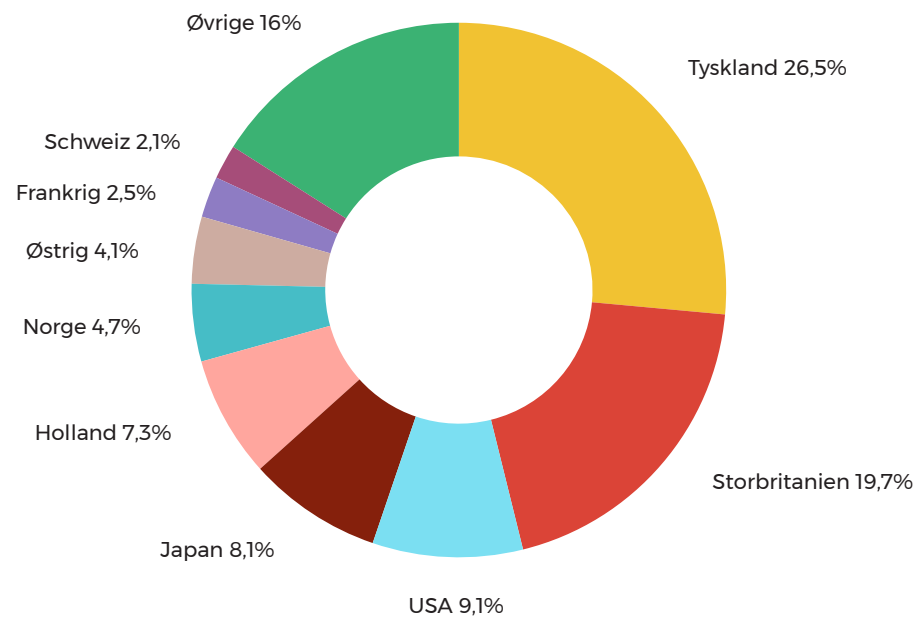
For at styrke Trentemøller på eksportmarkederne og bruge hans momentum har MXD bevilget støtte til international markedsføring af hans nyeste album, der udkom i 2019. Formålet er at styrke Trentemøller som albumartist gennem oprustning af markedsføring på sociale medier og andre platforme, hvor forbrugerne i stigende grad opdager ny musik.

### Internationale markeds-prioriteringer

Aktiviteter på det europæiske marked er strategisk prioriteret. Nærmarkederne, f.eks. Tyskland, er lettere tilgængelige for danske artister og bands. Med mindre der foreligger særligt attraktive muligheder, opfordrer MXD til, at der opbygges en rentabel forretning på nærmarkederne, hvor logistikomkostningerne til live-aktiviteter selvsagt er mindre, før artisten eller bandet drager videre til de fjernere markeder.

Til tider opstår dog særligt attraktive muligheder. Tidligere har dette kunnet ses gennem et større engagement i opbygningen af MØ og Lukas Graham på det amerikanske marked. I 2019 opstod en særlig attraktiv mulighed for eksportfremstød i Japan. Her fik det danske band H.E.R.O. sit helt store gennembrud med singlen "Superheroes", og lå fire uger nummer et på den internationale radio chart i Japan. Singlen overhalede artister som Bruno Mars og Cardi B på de japanske hitlister, og til dato er Japan det land, hvor H.E.R.O. har størst succes.

### Aktiviteter fordelt på lande, som eksportstøtten har bidraget til:









# 3. Internationale projekter

**Dansk musik er fantastisk – og det skal verden opleve! MXD's internationale eksportfremstød er til for netop det. Samtidig er de grundlaget for at skabe et netværk og samarbejder mellem danske og internationale aktører.**

Eksportfremstødene kan foregå med MXD som partner, medproducent eller projektejer. Du kender måske allerede SPOT Festival i Aarhus – Danmarks vigtigste mødested for danske og internationale musikselskaber og -medier. Men MXD er også aktiv i mange andre tiltag i Danmark såvel som i udlandet.

**De internationale eksportfremstød kan inddeles i fire kategorier:**

## 1. Showcases

Ved disse events bringer MXD udenlandske og danske branchefolk og kunstnere sammen. Her bliver der skabt relationer og samarbejder, som styrker eksporten af dansk musik.

## 2. Netværksevents

Ved disse events bringer MXD udenlandske og danske branchefolk og kunstnere sammen. Her bliver der skabt relationer og samarbejder, som styrker eksporten af dansk musik.

## 3. Handelsmissioner

MXD arrangerer handelsmissioner, ofte i samarbejde med de andre nordiske musik-eksportkontorer. Her tager musikbranchefolk og kunstnere på besøg i vigtige musikbyer for at markere sig, skabe indsigt og opbygge netværk på et nyt marked.

Missionerne består af virksomhedsbesøg, 1-til-1 møder, seminarer, networking, receptioner på en nordisk ambassade, showcases og/eller songwriting camps. Med sig hjem får deltagerne uundværlig viden om markedet og et unikt netværk.

## 4. SPOT Festival

SPOT Festival er en af de vigtigste eksportplatforme på dansk jord. MXD står for at invitere udenlandske branchefolk og sørger for, at udenlandske og danske branchefolk bliver introduceret for hinanden. Det sker gennem personlige møder, netværksevents og profiler på gæsterne publiceret på MXD.dk samt festivalens website.



For at øge effektiviteten af de internationale projekter søger MXD altid at skabe integration med andre organisationer og projekter. MXD har over årene skabt stærke relationer til mange aktører, som udgør en unik ressource for tværgående samarbejder.

MXD samarbejder løbende med følgende danske aktører: Kulturministeriet, Udenrigsministeriet, Statens Kunstfond, Slots- og Kulturstyrelsen, Koda, DPA, Musikforlæggerne, Ifpi Danmark, Promus, ROSA og de øvrige genreorganisationer, Roskilde Festival, Copenhell, Spot Festival, Vega og en række andre festivaler og spillesteder.

MXD har gennem årene 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.

Endelig driver MXD sammen med de andre nordiske musikeksportkontorer samarbejdet Nomex - Nordic Music Export - der blev etableret med støtte fra Nordisk Ministerråd og Nordisk Kulturfond. Ved at sammenlægge ressourcer kan de nordiske musikeksportkontorer operere med stordriftsfordele, indsigt

og økonomisk gennemslagskraft, som gør det muligt at angribe investeringskrævende markeder som f.eks. Storbritannien, USA, Korea og Japan meget mere effektivt, end hvis kontorerne opererede hver for sig.

## Nøgletal for internationale projekter:

| Kategori         | Antal produktioner | Antal danske branchefolk | Antal internationale branchefolk | Antal danske artister og bands |
|------------------|--------------------|--------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| Showcases        | 16                 | 125                      | 1619                             | 20                             |
| Netværksevents   | 4                  | 48                       | 43                               | 7                              |
| Handelsmissioner | 4                  | 92                       | 266                              | 5                              |
| SPOT Festival    | 1                  | 1210                     | 2178                             | 248                            |
| <b>I alt</b>     | <b>25</b>          | <b>1475</b>              | <b>4106</b>                      | <b>280</b>                     |



## Danish Night at Reeperbahn Festival

**Tyskland er et af verdens største musikmarkeder. Gennem de seneste 10 år er markedet i stigende grad blevet et springbræt for mange internationale karrierer – for såvel de danske som andre landes kunstnere.**

Tidligere var USA og UK de altdominerende katalysatorer for en kunstners karriereudvikling. Med Tyskland som nabo er det logistisk set billigt for danske bands og musikselskaber at operere på markedet, hvilket giver dansk musik en stor konkurrencefordel. MXD har af denne grund gjort Tyskland til en hovedprioritet for dansk musikeksport.

Et af tiltagene i Tyskland er Danish Night at Reeperbahn Festival i Hamburg. Her sørger MXD for, at danske bands og artister bliver repræsenteret på festivalen som tiltrækker 5.000 internationale branchefolk – hvor 70% er fra Tyskland – og dermed er Tysklands og én af Europas vigtigste musikbranchefestivaler.

Danish Night at Reeperbahn Festival har siden 2008 tiltrukket et stort antal internationale branchefolk, festivalgæster og medieomtaler. I 2019 fortsatte succesen, hvor omkring 200 internationale branchefolk og mediefolk kom forbi og oplevede dansk musik.

For bandet Rebecca Lou betød deres optræden på festivalen, at de blev booket til 14 koncerter, indgik en pladekontrakt med selskabet Killing Moon og fik stor presse-eksponering af blandt andre Rolling Stones Magazine. Bandet The Entrepreneurs blev booket til koncerter i Dresden, Wien, Dortmund og to shows i Storbritannien og derudover lavede det østrigske medie Orf et TV-indslag med dem.

Udover at fremføre dansk musik bidrager arrangementet til at udbygge den danske musikbranches netværk i Tyskland. Og hvert år opdager den tyske musikbranche ny dansk musik, som fører til nye samarbejder. I 2020 er Danmark blevet udvalgt til Reeperbahn Festivals "Fokusland", hvor MXD vil fremvise endnu mere dansk musik af højeste kaliber.

# SheCanManage

## **Selvom musikbranchen i dag er domineret af mænd, arbejder mange for at udvikle kvindelige talenter.**

Med et håb om ligestilling i branchen, der både vil skabe resultater for det kunstneriske udtryk og den økonomiske bundlinje, arbejder organisationen SheCanPlay med en fællesskabsmodel, hvor unge kvinder kan udvikle deres musikalske talent, søge gode råd og møde ligesindede.

I samarbejde med SheCanPlay og Statens Kunstfond har MXD startet pilotprojektet SheCanManage. Projektet er en lærings- og netværksplatform, hvor fem kvindelige music managers over et længere forløb indgår i et fællesskab fuld af inspiration og udbygning af netværk samt månedlige masterclasses.

MXD bidrog i 2019 til projektet med viden og netværk. Det betød, at de fem kvindelige music managers, foruden mentoring med

fremtrædende internationale branchefolk, fik adgang til diverse netværksevents og deltagelse i en international showcase-festival. For at skabe ligestilling i musikbranchen må nogen gå forrest!

MXD vurderer, at der er en stor uudnyttet talentmasse af kvinder, hvori der findes et stort potentiale, som kan styrke branchen, bredden i musikken og derigennem skabe større omsætning. Det vurderes imidlertid at dette projekt har været et effektivt værktøj til at hjælpe nogle kvinder med at opnå succes. Der er dog lang vej endnu for ligestillingen, og der er behov for flere tiltag og en mere langsigtet indsats.

**“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.”**

Deltager på SheCanManage

# Nordisk handelsmission i Tokyo



**Japan er verdens andetstørste marked for musik, og med flere store tidligere succeser for nordisk musik i Japan er det også et yderst relevant marked.**

Men det er samtidig også et svært marked, som ikke ligner det, vi kender i Danmark. Derfor har MXD skabt en platform for et unikt møde mellem danske og japanske aktører i form af en nordisk handelsmission i samarbejde med Nomex.

Eksempelvis bragede det danske band H.E.R.O i marts 2019 igennem i Japan og lå i fire uger nummer 1 på den internationale radio chart i Japan. Noget af denne succes kan tilskrives handelsmissionen til Tokyo i 2018.

Gennem samarbejde og støtte fra Musikforlæggerne og DPA var der ved årets handelsmission ekstra stor deltagelse. Heriblandt sørgede samarbejdet igen for dansk deltagelse af en producer i en japansk-nordisk songwriting camp arrangeret af Sony Music Japan.

I 2019 kom flere deltagere ligeledes hjem med værdifulde kontakter, aftaler og indsigter. Sundance Publishing har fået produceret 15 nye compilations til Japan sammen med det japanske selskab S2S, hvilket blev sat i stand under handelsmissionen. Herudover indgik Sundance et samarbejde med et japansk label om et meget omfattende projekt.

Big Oil Recording Company og Crunchy Tunes, fik kontakt til en music supervisor, som de nu løbende pitcher musik til. Herudover havde Crunchy Tunes' subforlag i Japan, Fuji, forberedt sig til besøget ved at placere to numre fra Crunchy's katalog i den japanske version af et stort Netflix realityshow kaldet Terrace House.

Den nordiske handelsmission i Tokyo har gennem en flerårig indsats skabt en unik platform for at skabe nordiske muligheder på det japanske marked ved tålmodigt at åbne op for den ellers lukkede forretningskultur i Japan.





**I 2019 afviklede MXD 25 internationale projekter med et eller flere fremstød under nedenstående brands**

**Showcases**

When Copenhell Freezes over  
Danish Night at Reeperbahn Festival  
JA JA JA

- Club Night London
- Club Night Berlin
- Vienna
- SXSW Produced by Roskilde Festival

**Netværk**

SheCanManage  
Vegas udvalgte  
Synch Saturday  
Sounds Like Roskilde

**Handelsmissioner**

Nordisk handelsmission i Los Angeles  
Nordisk handelsmission i Tokyo  
Nordisk handelsmission i Seoul  
LA Crushing on DK

**SPOT Festival**

## 4. Evaluering, analyse og videndeling

**MXD's tredje indsats har fokus på at skabe et solidt vidensgrundlag for den danske musikbranche, så erfaringer fra f.eks. eksportfremstød og markedsføring i udlandet kan komme hele musikbranchen til gode.**

Siden 2012 har MXD metodisk gennem eget IT-system indsamlet data om aktiviteter, puljebevillinger og effekter af de forskellige indsatser. Denne data skaber et solidt vidensgrundlag om nationale og internationale markdstendenser, effekter af arbejdsmetoder og markedsføringstiltag. Dette analytiske vidensgrundlag deles med musikere og musikselskaber, så strategiske erfaringer styrker fremtidige indsatser. Ligesom det også danner grundlag for MXD's eget strategiarbejde samt indsatser generelt.

Indsigter fra disse data kan eksempelvis være: Hvilke østrigske branchefestivaler giver størst afkast for pladeselskaber? Eller hvilken tilgang skal man som metalband have for at øge chan-

cen for et internationalt gennembrud? Gennem sit fokus på data og evaluering sikrer MXD en langsigtet bæredygtig udvikling af branchen som helhed.

MXD benytter sig af fire aktiviteter for at styrke vidensdelingen og gøre brug af eksisterende data og erfaringer:

1. **Individuel rådgivning**
2. **Offentlig rådgivning (fx orienteringsmøder)**
3. **Seminarer og foredrag**
4. **Publicering af artikler og rapporter om internationale trends og markeder**

Aktiviteterne rummer både målrettede tiltag mod specifikke grupper og videndeling til en bredere målgruppe. Til den bredere målgruppe blev der publiceret 71 artikler på [www.mxd.dk](http://www.mxd.dk) i form af markedsrapporter og know-how artikler til hele branchen.

### MXD frem mod 2022

Det går rigtig godt for dansk musikeksport – og frem mod 2022 skal det gå meget bedre!

Musikeksporten er steget med 83% fra 2012 til 2017 (Rambøll 2017). Den kunstneriske udvikling og eksportfremstødene gennem de sidste 10 år er sket på tværs af mange genrer og musikalske udtryk. Den fremtidige udvikling står derfor i dag på et bredt og stærkt fundament.

MXD's evalueringsrapport for 2019 giver et uddybende indblik i ovenstående pointe med eksempler fra den danske musikeksport og dens bredde. Herudover beskriver den en omverden under hastig forandring, hvilket tilvejebringer udfordringer såvel som muligheder.

Nye teknologier og digitalisering ændrer konstant infrastrukturen i vores samfund og markedspladsen for de fleste industrier. Musikindustrien var en af de første industrier, der blev påvirket af disse nye tendenser. Eksempelvis har de sociale medier ændret radikalt på hvordan brugerne opdager og forbruger musik.



Derfor er det nødvendigt fortsat at tænke kreativt og nyskabende i forhold til markedsføring af kunstnere og artister internationalt.

I 2020 har vi ligeledes oplevet, hvordan Covid-19 epidemien drastisk har ændret vores hverdag og muligheder for at opleve musik og kultur. Det har skabt voldsomme udfordringer for såvel kunstnere, artister og hele den bagvedliggende musikindustri. Det er blevet endnu tydeligere at der er behov for at arbejde strategisk og innovativt for at løfte kunstnere, artister og styrke musikkens økonomi.

Det er MXD's overbevisning, at en strategisk tilgang med udgangspunkt i tidligere erfaringer vil styrke dansk musik. Denne fremgang beror på data, som sikrer en positiv udvikling samt giver mulighed for at handle hurtigt og målrettet i en dynamisk og hastigt forandrede verden, hvor musik og kultur er i stadigt stigende efterspørgsel.

■



## Bestyrelse

MXD's bestyrelse er sammensat af en repræsentant fra hver medlemsorganisation.

Bestyrelsen har det overordnede ansvar for MXD's drift og udvikling. MXD's direktør fremlægger således foreningens overordnede organisation, målsætning, strategier og handlingsplaner for bestyrelsen til drøftelse og godkendelse.

Bestyrelsens opgaver og ansvar omfatter også uddeling af eksportstøtte, hvor bestyrelsen har den endelige beslutning.

Formand

**Søren Krogh Thompson**

Bestyrelsesmedlem af IFPI Danmark

Chef for pladeselskabet Playground

Næstformand

**Gunnar K. Madsen**

Daglig leder af ROSA – Dansk Rock Samråd

Bestyrelsesmedlem

**Anders Wahrén**

Divisionschef Indhold, Roskilde Festival-gruppen

Bestyrelsesmedlem

**Martin Folmann**

KODA

Eksternt bestyrelsesmedlem

**Hanne Kirk**

Advokat, PHD

