

MXD's Strategi for perioden 2023-2026

Beskrivelse af MXD's mission, aktiviteter og arbejdsmetoder

1. Indledning

Foreningen Music Export Denmark (MXD) blev stiftet i 2005 og har til **formål** at styrke dansk musiks udvikling gennem en øget internationalisering af kunstnernes og de danske musikselskabers virke.

Foreningens ejere og bestyrelse, som i dag inkluderer IFPI Danmark, KODA, ROSA og Roskilde Festival, har det overordnede ansvar for institutionens drift, økonomi og udvikling.

Det særegne ved MXD-modellen består i, at det er en række af musiklivets strukturelt centrale organisationer, der har det overordnede ansvar for MXD's drift og strategi. Dette sikrer, at brugernes forventninger og behov i høj grad er med til at definere MXD's arbejde, og giver MXD et stærkt mandat til at kunne finde løsninger på tværs af musikbranchen.

Aktiviteten finansieres via et årligt tilskud fra Kulturministeriet, som skal matches af en egenfinansiering fra musikbranchen, som samlet set skal udgøre mindst det samme beløb. Driftsomkostningerne finansieres af foreningens ejere.

Kulturministeriets tilskud blev i 2023 hævet fra 4 mio. kr. til 5,13 mio. kr. årligt for at styrke indsatsen, som beskrevet i Kulturministeriets [Musikhandlingsplan 2023-2026](#).

2. Mission

Skabelse, fremførelse og afsætning af ny dansk musik er en kreativ og forretningsmæssig proces, der i stigende grad finder sted med partnere i en global værdikæde.

For mange danske kunstnere er indtjeningen fra udlandet helt afgørende for at skabe en bæredygtig økonomi, der gør det muligt at arbejde med musik på højeste ambitionsniveau.

Digitaliseringen har fjernet markedsbarrierer og skabt nye muligheder, men har også gjort konkurrencen mere global og intens for de fleste danske kunstnere. Internationalisering handler om at opbygge relationer og at samarbejde med de bedste folk i udlandet om udviklingen af dansk musik. Dette skal ikke alene styrke eksporten, men tillige dansk musiks position på hjemmemarkedet.

Det er således **MXD's mission** at fremme udviklingen af dansk professionel populærmusik¹ gennem internationalisering. Vi stræber efter at styrke både den kunstneriske udvikling og

¹ Populærmusik defineres som rock- og popmusik og dens subgenrer (fx electronica, EDM, punk og metal).

forretningsgrundlaget for danske kunstnere og musikselskaber på følgende måder:

- Sikre en global tilstedeværelse for danske kunstnere på det internationale musikmarked.
- Udvide netværk og fremme samarbejdet mellem danske kunstnere, musikselskaber og deres internationale modparter samt medier.
- Bidrage til professionaliseringen af den danske musikbranche ift. det internationale arbejde.

3. MXD's Hovedopgaver

Strategien, som skal realisere MXD's mission, spænder over fire hovedopgaver:

1. Uddeling af støtte til musiklivets egne internationale projekter
2. MXD's Internationale projekter
3. Evaluering, analyse og videndeling
4. Udvikling af nye arbejdsmetoder, formater og forretningsområder

I det følgende gives eksempler på aktiviteter og arbejdsmetoder under de fire hovedopgaver.

4. Hovedopgave 1: Uddeling af støtte til musiklivets egne internationale projekter

MXD's første hovedopgave skal medvirke til at sikre danske kunstnere med et internationalt vækstpotentiale en tilstedeværelse på det globale musikmarked.

Danske artister og musikselskaber har således mulighed for at ansøge MXD om støtte til deres egne internationale projekter samt til deltagelsen i MXD's aktiviteter i udlandet.

Pt. kan der søges om støtte til:

1. **Markedsudvikling** - Støtte til liveoptræden og anden markedsføring i udlandet.
2. **Unikke markedsmuligheder** - Støtte til liveoptræden og anden markedsføring i udlandet. For artister med en markant international fremdrift, som står over for en unik mulighed i udlandet, hvor et meget hurtigt svar på ansøgningen er afgørende.
3. **Branchefolk** - Støtte til branchefolks rejser (til destinationer i udlandet), der har til formål at skabe netværk og indgå aftaler for danske kunstnere.
4. **Invitation** - Støtte til invitationen af musikbranchefolk og -journalister fra udlandet til SPOT Festival.

4.2. Overordnede vurderingskriterier

MXD foretager ikke en vurdering af musikkens kunstneriske kvaliteter. Vores fokus er alene det internationale forretningspotentiale.

Vurderingen af ansøgninger om støtte til **markedsudvikling** og **unikke markedsmuligheder** er således baseret på en vurdering af den overordnede forretningsplan og det konkrete projekts mulige afkast. Dette sker ud fra blandt andet følgende parametre:

- **Historik og momentum:** Hvor befinder bandet/artisten sig i deres karriere, og hvilken aktivitet og hvilke resultater har de opnået, både i Danmark og på de markeder, der er nævnt i ansøgningen?
- **Vision:** Hvad er den langsigtede målsætning, og er den realistisk?
- **Projektets gennemarbejdethed:** Er der formuleret en plan, der klart beskriver projektets formål og udførelse?
- **Bidrag til at opfylde visionen:** Er projektet i tråd med visionen?
- **Målsætninger:** Er der fastsat meningsfulde målsætninger, der både er realistiske og tilpas ambitiøse?
- **Samarbejdspartnere:** Hvor stærke samarbejdspartnere (labels, forlag, managements, bookingbureauer, mediepartnere osv.) er der i Danmark og på de pågældende markeder?
- **Investering fra samarbejdspartnere:** Hvilke ressourcer investerer disse samarbejdspartnere i projektet?

De stærkeste forretningsplaner er dem, der er baseret på et "markeds-pull" – altså tilfælde, hvor der allerede er interesse for den pågældende kunstner fra slutforbrugere, medier eller musikselskaber i udlandet. Et stærkt tegn på et "markeds-pull" er tilstedeværelsen af internationale samarbejdspartnere, der selv investerer ressourcer i projektet.

Når det kommer til støtte til **branchefolk**, lægger vi vægt på, at der på forhånd er aftalt konkrete møder med potentielle samarbejdspartnere i udlandet.

Herudover er der fastsat en række øvrige [generelle kriterier](#) gældende for samtlige puljer.

4.3. Uddelingspolitik

MXD kan kun støtte internationale fremstød, der opererer med underskud, hvilket betyder, at de samlede omkostninger overstiger de direkte indtægter ved det specifikke projekt, såsom koncerthonorarer.

MXD yder en støtte på op til maksimalt 50 % af projektets underskud, men ofte er støttebeløbet mindre. Dette princip sikrer, at MXD medfinansierer projekter, som musikbranchen selv tror på og er rede til at investere i.

Efterspørgslen efter støtte er stor, og MXD ønsker at muliggøre betydelige internationale satsninger - både større, enkeltstående kampagner og længere støtteforløb med flere tilskud til kunstneren. For at opnå denne målsætning har MXD valgt at fokusere på et begrænset antal projekter. Dette giver os mulighed for at gøre en reel forskel for nogle projekter i stedet for at fordele små støttebeløb til mange projekter.

Ved hver uddelingsrunde foretager vi derfor en nøje prioritering og tildeler støtte til de mest overbevisende ansøgninger inden for det tilgængelige budget. Med andre ord er der ikke fastsat en fast tærskel, hvor alle projekter, der anses for at være på eller over dette tærskelniveau, modtager støtte.

4.4. It-system til styring, evaluering og beslutningstagen

Ansøgninger om støtte og evalueringen af disse udføres gennem elektroniske formularer. MXD har udviklet en kraftfuld it-platform til administration af disse data, som konstant opdateres og forbedres. Stort set al sagsbehandling og økonomistyring af MXD's støttepuljer foregår gennem dette system.

Systemet muliggør udtræk af forskellige oversigter og statistikker, hvorfra trends kan identificeres, og generelle konklusioner kan drages om, hvad der er effektivt, og hvad der ikke er.

Dette it-system udgør således et solidt fundament for MXD's vidensdeling og faciliterer MXD's egen strategiske beslutningstagning. Læs mere herom i afsnit 6.

4.5. Rådgivning

Ud over finansiell støtte yder MXD også faglig støtte, både i forhold til de støttede projekter og musikbranchens generelle internationale arbejde.

For mere information om dette, henvises til afsnit 5.2. og 6.5.

Det er vigtigt at bemærke, at MXD's individuelle rådgivning af kunstnere og musikselskaber udføres af en medarbejder, som ikke er involveret i sagsbehandlingen af ansøgninger til MXD.

5. Hovedopgave 2: MXD's Internationale projekter

Ved siden af den direkte finansielle og rådgivningsmæssige støtte til branchen driver MXD selv projekter, som skal understøtte danske kunstneres og musikselskabers internationale arbejde. Disse projekter løfter et eller flere af følgende formål:

- A. At præsentere nye danske talenter for den lokale musikbranche, medierne og musikforbrugerne på eksportmarkederne.
- B. At styrke samarbejdet mellem danske og udenlandske musikselskaber og kunstnere med henblik på skabelse og afsætning af ny dansk musik på det globale musikmarked.
- C. At styrke danske kunstneres og musikselskabers internationale netværk og kompetencer i forhold til det internationale arbejde.
- D. At styrke samarbejdet og videndelingen om det internationale arbejde i den danske musikbranche.

5.2. Aktiviteter og arbejdsmetoder

Aktiviteterne, der skal indfri formålene i forrige afsnit, løses gennem forskellige arbejdsmetoder, som der gives eksempler på i det følgende.

Aktiviteter vedrørende: Networking med udenlandske branchefolk og kunstnere

Stort set alle MXD-projekter inkluderer forskellige netværksaktiviteter. Her er nogle eksempler på de forskellige arbejdsmetoder:

- Virksomhedsbesøg i udlandet.
- Matchmaking gennem 1-til-1-møder.
- Netværksmiddage, hvor danske deltagere i videst muligt omfang placeres ved siden af internationale deltagere i overensstemmelse med deres behov og ønsker.
- Netværksreceptioner ved musikbranchefestivaler, messer, danske/nordiske ambassader i udlandet, osv.
- Internationale besøgsdelegationer i Danmark organiseret af MXD i samarbejde med den danske musikbranche.
- Kick-off-møder for den danske (og ofte også den nordiske) branche før et MXD-fremstød i udlandet.

Aktiviteter vedrørende: Præsentation af danske live-artister

Et projekt med dette formål vil typisk omfatte et eller flere af ovennævnte netværksaktiviteter og have et af følgende grundformater:

- Internationale musikbranchefolk og medier bringes til Danmark, så de kan opleve danske artister optræde "på hjemmebane" - på for eksempel danske festivaler og spillesteder eller på en koncertaften, som MXD og eventuelle partnere har produceret til formålet.
- Showcases ved musikbranchefestivaler i udlandet. Disse kan finde sted enten som en del af det almene program eller som en særlig dansk koncertaften, som MXD og eventuelle samarbejdspartnere producerer. MXD inviterer bredt og yder rådgivning til de danske deltagere med hensyn til deres egne invitationer af internationale branchefolk baseret på de samarbejdspartnere, de søger. Derudover kan MXD i forskelligt omfang understøtte dette arbejde og promovningen over for det lokale "civile" koncertpublikum ved hjælp af lokal PR og markedsføring.
- Showcases på andre venues i udlandet, som MXD og eventuelle samarbejdspartnere producerer. Koncerten kan både præsentere et bredere udsnit af den danske musikscene eller en enkelt artist, som der er ekstra stor international bevågenhed omkring, og som stadig er på jagt efter samarbejdspartnere. Hertil kommer en invitations- og markedsføringsindsats, som beskrevet i forrige punkt.
- Online showcases som fx videoproduktioner med anerkendte brands/medier, der kan sikre materialet en lang levetid over for en relevant målgruppe. Hertil kommer content creation til sociale medier.

Aktiviteter vedrørende: Danske sangskrivere og producere

Flere af MXD's netværksaktiviteter har til formål at understøtte den internationale afsætning af danskproducerede sange og samarbejdet mellem danske og udenlandske sangskrivere, forlag og A&R's.

Dertil driver MXD også målrettede projekter, herunder workshops, masterclasses og songwriting camps, hvor danske og udenlandske sangskrivere og musikproducenter samles for at samarbejde om sangskrivning til det globale musikmarked.

Aktiviteter vedrørende: Kompetenceudvikling og videndeling

MXD integrerer aktiviteter, der styrker kompetenceudviklingen og fremmer videndeling i stort set alle projekter. Derudover driver MXD dedikerede projekter til formålet. Her er nogle eksempler:

- Handelsmissioner (ofte via Nomex-samarbejdet) til vigtige musikmetropoler i udlandet med virksomhedsbesøg og seminarer osv. som har til formål at skabe markedsforståelse og netværk. Disse rejser styrker også samarbejdet og videndelingen på tværs af branchen i Danmark og de øvrige nordiske lande.
- Seminarer, møder, onlinekurser, masterclasses og læringsforløb i Danmark.

Kompetenceudvikling og videndeling er så centrale elementer i alle MXD's aktiviteter, at det er defineret som et selvstændigt indsatsområde, hvilket udgør MXD's tredje hovedopgave, som beskrives i afsnit 6.

5.3. Projektorganisering med omfattende integration

MXD arbejder ud fra et grundlæggende princip om at opnå integration med andre organisationer og projekter for at forbedre effektiviteten af både MXD's og andres indsatser for det internationale arbejde.

Dette inkluderer samarbejde med statslige institutioner, musiklivets forskellige interesseorganisationer og de kommercielle aktører inden for musikmarkedet, såsom spillesteder, festivaler og forskellige typer af musikselskaber, herunder bookingbureauer, managements, forlag og pladeselskaber.

MXD opretholder en daglig dialog med de danske musikselskaber for at sikre, at MXD's projekter opstår som svar på markedsbehov og for at sikre, at branchen har det størst mulige ejerskab over projekterne.

5.4. Nordic Music Export Programme (NOMEX)

MXD driver i samarbejde med de øvrige nordiske musikeksportkontorer det pan-nordiske eksportsamarbejde NOMEX. Dette samarbejde blev initieret med støtte fra Nordisk Ministerråd og Nordisk Kulturfond.

Ved at kombinere vores ressourcer, herunder økonomi, netværk, ekspertise og en rigdom af musikalsk talent, kan de nordiske musikeksportkontorer drage fordel af stordriftsfordele og opnå en dybere indsigt og økonomisk slagkraft. Dette muliggør en mere effektiv tilgang til investeringskrævende markeder, såsom Storbritannien, USA, Korea og Japan, end hvis vi opererede hver for sig.

6. Hovedopgave 3: Evaluering, analyse & videndeling

MXD indsamler data om det internationale arbejde fra en bred vifte af interne og eksterne kilder. Behandlingen og analysen af disse data understøtter MXD's og musikbranchens arbejde.

I det følgende uddybes dette, og der gives eksempler på aktiviteter under MXD's videndeling.

6.2. MXD's Market Intelligence System

Nedenstående figur illustrerer, hvordan MXD indsamler data og viden fra forskellige kilder:

- Ansøgninger fra musikbranchen og evalueringer af projekter, som MXD støtter.
- MXD's internationale projekter.
- MXD's netværk og andre eksterne ressourcer.

Dataindsamling og analyse udføres både ved hjælp af it-systemer, som MXD har udviklet og fortsat forbedrer, samt via licenserede it-softwareløsninger, hvor nogle tilpasses MXD's specifikke behov gennem videreudvikling af softwaren.

MXD's it-understøttede Market Intelligence System udgør fundamentet for:

- MXD's taktiske og strategiske beslutningstagen.
- MXD's økonomistyring.
- MXD's videndeling.

6.3. MXD's elektroniske ansøgnings- og evalueringssystem

Et centralt it-system er MXD's ansøgnings- og evalueringssystem, som MXD selv har udviklet og løbende forbedrer. Systemet understøtter med en høj grad af automatisering MXD's uddeling af støtte (hovedopgave 1.), økonomistyringen af støttepuljerne og branchens evaluering af de projekter, som modtager støtte fra MXD.

Branchens evalueringer giver ikke blot en indikation af afkastet af eksportstøtten, men udgør en af MXD's vigtigste datakilder til trends, markedsmuligheder, hvilke selskaber og festivaler i udlandet, som har skabt gode resultater for dansk musik, samt hvilke værktøjer der har vist sig effektive. Dette har gennem årene fungeret som et stærkt fundament for MXD's videndeling og rådgivning, samt for de taktiske og strategiske beslutninger vedrørende MXD's projekter og den overordnede strategiske retning.

I det følgende diskuteres pålideligheden og validiteten af disse data.

Pålidelighed:

Pålideligheden af data er væsentlig. Der er et stærkt selvregulerende incitament indbygget i evalueringerne, som tilskynder til nøjagtighed og omhu i afrapporteringen. Mange af de resultater og nye muligheder, som et givent projekt skaber, er noget, som støttemodtagerne muligvis vil søge om støtte til på et senere tidspunkt. Således er det i alles interesse at levere præcise evalueringer, og overdrevne eller fejlagtige oplysninger vil være kontraproduktive.

Dette er også tydeligt i den kvalitative del af evalueringen, hvor mange uddyber resultaterne detaljeret, herunder indholdet af aftaler og de involverede personer. Ud over at skabe forventningsafstemning for fremtidige ansøgninger har støttemodtagerne også et stærkt incitament til at præsentere muligheder og udfordringer så præcist som muligt. Dette bidrager til optimal udnyttelse af MXD's øvrige ressourcer, herunder MXD's rådgivning, pressearbejde, løbende kontakt med den internationale musikbranche og medier, networking-arrangementer og fremstød.

En potentiel svaghed vedrører registreringen af markedsføringsaktiviteter. Nogle rapporterer hele kampagner som en enkelt aktivitet, mens andre opdeler aktiviteter i mindre dele. Dette fører til en vis manglende konsistens i data og kræver, at analyser og evalueringer tager højde for denne variation.

Validitet:

Evalueringer af projekter, der modtager eksportstøtte, indsendes typisk en måned efter projektets afslutning. Det er vigtigt at bemærke, at nogle resultater måske først vil materialisere sig efter dette tidspunkt. Derfor er der potentielt resultater, der aldrig bliver registreret, da de fortsat udvikler sig efter evalueringens afslutning.

Udfordringen med registreringen af markedsføringsaktiviteter kan også have indflydelse på validiteten af dataene, fordi det kan påvirke, hvor præcist dataene repræsenterer de faktiske aktiviteter.

6.4. Andre it-systemer og eksterne markedsdatabaser

Udover de IT-systemer, som MXD selv udvikler, involverer dataindsamling og -analyse også licenserede IT-softwareløsninger. Nogle af disse løsninger tilpasses MXD's specifikke behov gennem videreudvikling af softwaren. Et eksempel er Chartmetric, der giver MXD mulighed for at spore danske kunstneres streamingvækst i lande og byer over hele verden samt artistens udvikling af fanbase på sociale medier, YouTube og lignende platforme.

6.5. Videndeling og kompetenceudvikling

MXD arbejder målrettet på at styrke de danske musikaktørers kompetencer og forøge deres udbytte fra deres internationale arbejde.

MXD's videndeling er rettet mod såvel de danske musikselskaber som kunstnerne. Mange kunstnere står i høj grad alene med deres karriereudvikling. Nogle kunstnere signes tidligt og uforberedte "direkte fra gaden". Andre kunstnere vælger måske at selvudgive og/eller selv at tage hånd om store dele af det kunstneriske og forretningsmæssige udviklingsarbejde.

Nedenfor beskrives de forskellige måder, hvorpå MXD faciliterer videndeling og kompetenceudvikling.

6.5.2. Bred videndeling

For at nå flest mulige musikselskaber og kunstnere følger MXD en strategi med omfattende videndeling via massemedier og i gruppesammenhænge. Her er nogle eksempler på disse aktiviteter:

Gruppelæring:

- **Åbne møder:** Dette omfatter seminarer, foredrag, paneldebatter, masterclasses og kick-off-møder før større internationale begivenheder.
- **Lukkede møder og forløb:** Disse er længerevarende læringsforløb med e-læringsmoduler og/eller fysisk afholdte masterclasses. Det inkluderer også møder for deltagere, der har modtaget støtte fra MXD, hvor de kan dele viden og erfaringer..

Massekommunikation:

MXD formidler viden bredt gennem nyhedsbreve og websiden. På MXD.dk har vi oprettet en vidensbank, hvor vi kontinuerligt offentliggør artikler, podcasts og videoer. Her finder man blandt andet:

- **Landeguides og markedsrapporter:** Disse giver et omfattende overblik over forskellige musikmarkeder, deres særlige karakteristika og de væsentligste aktører på disse markeder.
- **Tjeklister og praktiske råd:** Vores vejledning om, hvordan man bedst kan angribe de forskellige aspekter af det internationale arbejde.
- **Hjælp til specifikke problemstillinger:** *Hvordan man håndterer visum til USA, og lignende.*

- **Portrætinterviews med internationale branchepersoner:** Disse interviews giver indsigt i, hvilken type artister og musik de arbejder med, hvad de søger, og hvordan de opererer. De fungerer derfor som en god kilde til at identificere potentielle nye samarbejdspartnere i den internationale musikbranche.
- **Cases med danske bands:** Hør historier fra danske kunstnere og deres forretningspartnere om vejen til succes i udlandet.

6.5.3. Individuel rådgivning

Det er naturligvis meget individuelt, hvilke eksportmarkeder der bedst passer til en artists musik, hvordan den bedst kan lanceres, og hvilke samarbejdspartnere på eksportmarkederne der udgør det perfekte match.

I denne kontekst kan ekstern rådgivning og input være af uvurderlig værdi. MXD tilbyder derfor individuel sparring i et uformelt og fortroligt samtalerum. Denne tjeneste er tilgængelig for alle musikbranchefolk og kunstnere, der deltager i MXD's internationale projekter eller har modtaget økonomisk støtte fra MXD inden for de seneste to år.

7. Hovedopgave 4: Udvikling af nye arbejdsmetoder, formater og forretningsområder

Som beskrevet i MXD's strategi for 2023-2026 og uddybet i bilag b, står den danske musikbranche over for en række muligheder og udfordringer, som hverken musikbranchen eller MXD endnu helt kender omfanget af. Som følge heraf kan MXD's nuværende aktiviteter kræve både mindre justeringer og potentielt radikale ændringer for at kunne tilpasse sig eksterne udviklinger.

MXD ønsker at fremhæve innovation af nye arbejdsmetoder og formater som et selvstændigt og tværgående fokusområde. Samtidig er der et ønske om at udforske mulighederne for nye forretningsområder inden for musikbranchen. Dette danner baggrunden for MXD's fjerde hovedopgave, som vil medføre løbende tilpasninger i MXD's aktiviteter, arbejdsmetoder og strategiske tilgang.

I det følgende afsnit vil vi uddybe, hvordan MXD vil tackle denne opgave.

7.2. Tilpasning gennem en adaptiv og emergerende strategi

Historisk set har MXD arbejdet i en tid, hvor omverdenen var mere stabil og forudsigelig, hvilket muliggjorde detaljerede langsigtede strategier. I dag, i en verden præget af øget kompleksitet og konstant forandring, erkender MXD vigtigheden af at kontinuerligt arbejde med strategi for at tilpasse sig de skiftende forhold.

MXD vil tage en adaptiv tilgang til strategiudvikling, baseret på principperne for "logisk inkrementalisme." Dette indebærer en såkaldt "emergerende strategi," der omfatter:

- Strategiudvikling gennem små eksperimenter.
- Undladelse af at fastlåse strategien i starten, da dette kan hæmme innovation.
- Gradvis implementering af strategien.
- Mulighed for handling, selv før fuld forståelse opnås.
- Organisationsudvikling i små, inkrementelle skridt.

Denne tilgang muliggør tilpasninger i MXD's eksisterende strategi, aktiviteter, arbejdsmetoder og ressourceallokering og er designet til at imødekomme kravene i en skiftende og dynamisk omverden. Udover at det vil kunne bidrage med nye løsninger under de øvrige hovedaktiviteter (dvs. hovedaktivitet 1-3) vil det kunne føre til udvikling af helt nye forretningsområder.

7.3. Grundlæggende værdier for MXD's arbejde

I arbejdet med strategi på daglig basis er det afgørende at afgøre, hvornår en spontan mulighed bør forfølges eller noget bør undersøges nærmere. For at træffe beslutninger i dette spørgsmål har MXD etableret en række centrale værdier. Disse værdier definerer, hvad der gør en aktivitet eller arbejdsmetode til en god kandidat til at forfølge:

- **Handlekraft:** I hvilket omfang vil aktiviteten styrke de danske deltagere ved at forbedre deres kompetencer (f.eks. viden om det internationale arbejde), ressourcer (f.eks. netværk, værktøjer, platforme og finansiering) og motivation (f.eks. deling af succeshistorier samt skabelse af læringsgrupper og samarbejder på tværs af branchen).
- **Handling:** I hvilket omfang vil aktiviteten motivere de danske deltagere til at være proaktive og tage initiativ til at forfølge muligheder samt påtage sig ansvar for egen læring og resultater.
- **Økonomisk Bæredygtighed:** I hvilket omfang kan aktiviteten potentielt bidrage til at opbygge en bæredygtig forretning omkring kunstnerne i det internationale marked. Dette kan muliggøre arbejde med musik som det primære erhverv og fremme de højeste kunstneriske ambitioner.

Ud over disse værdier fokuserer MXD også på andre former for bæredygtighed, herunder **kønsbalance, mental sundhed, diversitet og klima**. MXD stræber efter at opretholde en holistisk tilgang til sine opgaver og projekter, med det formål at støtte den danske musikbranche på flere niveauer. Dette engagement kan realiseres enten gennem enkeltstående projekter eller som en integreret del af MXD's overordnede opgaveløsning.