



Musikmetropolen. Bilag 1. Projektoversigt

Talent- og karriereudvikling

Overskrift 1: Music Maker Denmark.

Hvad: Musikskabelse og sangskrivning fra sandkasse til hitliste.

Formål og succeskriterier: Styrke flere led i fødekæden i kreativ musikskabelse, få kickstartet den musikalske dannelsesrejse og stimulere kreativitet og innovation, samt udvikle de største talenter og dermed skabe morgendagens stjerner nationalt og internationalt.

- Styrke flere led, niveauer og målgrupper i vækstlaget.
- Skabe øget diversitet hos musikskaberne (køn, social klasse, etnicitet etc.).
- Skabe øget netværk og samarbejdsrelationer
- Do it together - sammen står vi stærkere på tværs af geografi, niveau og genrer.
- Skabe økosystem: børn, unge og voksne fra forskellige kommuner i kontakt med professionelle sangskrivere skaber flere produkter at afsætte for musikforlæggerne.
- Øge musikskabelsens økonomiske potentiale. Med andre ord: Skabe flere dygtige sangskrivere og musikskabere som kan gøre sig gældende nationalt og internationalt.

Målgrupper: Fra børnehavebørn og folkeskolens elever over musikskolens elever og sangskriveren/produceren i kælderens til Danmarks kommende Mø og Lukas Graham.

Generer: Alle.

Geografi: Lokalt, regionalt, nationalt og internationalt

Andre indsatsområder involveret: Spillesteder & Scener, Musikbranchens infrastruktur og samarbejde.

Eksempler på aktiviteter:

- Børnehaver og folkeskoler: Indsamling af de gode eksempler og videndeling, eventuelt udvikling af nye koncepter. Test af koncepter.
- Musikskoler/Kældermusikere/producere: Udvikling af flerstrengt talentudviklingsforløb, der starter lokalt med lokale samarbejdspartnere og Music Maker forløb/camp. Deltagere findes lokalt og mødes regionalt. Nogle sendes videre i nationalt forløb.
- Udvikling af musikskaberkoncept for klassiske musikere og sangere
- Forløb for de mest talentfulde musikskabere og sangskrivere med potentiale til en kunstnerisk eller kommerciel karriere.

Samarbejdspartnere: Professionelle musikere, producere og sangskrivere, musikbranchen, lokale musikaktører.

Næste skridt: Udvælge samarbejdspartnere, udvikle og udvælge indsatserne samt eventuel start på udvælgelsen af unge talenter til første års indsatser.



Musikmetropolen. Bilag 1. Projektoversigt

Overskrift 2: Ung i Musikbranchen – Music Business talentforløb.

Hvad: Music-business forløb for kommunens unge musikildsjæle, som ikke spiller eller skriver musik, men har talent for alt det uden om musikken.

Formål & succeskriterier: Oplære unge i musikbranchens fagområder og musikentreprenørskab, tiltrække andre unge til musiklivet samt professionalisere og modne lokale ildsjæle til at løfte og opgaver/events/kunstnere lokalt, nationalt og internationalt. Projektet skal sikre at musikbranchens økosystem udvikles og vokser.

- Mentorforløb/sessions med ung til ung lokalt.
- Udvikles i samarbejde med lokale, bosiddende unge, lokale eksperter/aktører/semi-professionelle, så det konkrete forløb matcher målgrupperne i den enkelte kommune.
- Der skal inddrages både lokale eksperter og musikbrancheprofessionelle (B2B).

Målgrupper: Lokale og regionale ildsjæle og unge med passion for musik - det kan være både for, bag og på scenen.

Generer: Alle.

Geografi: Lokalt, regionalt, nationalt og internationalt

Andre indsatsområder involveret: Musikbranchens infrastruktur og samarbejde, spillesteder og scener.

Eksempler på aktiviteter:

- Forløb indenfor booking, management, musikevents, musikprodukter, PR, A&R, teknik etc.
- Udvalgte deltagere får muligheder for praktik på udenlandske selskaber og virksomheder.
- En del af forløbet kan resultere i lokale musikevents og regionale begivenheder.
- Musikbranche-karavane fra København og internationalt sendes ud i kommunerne

Samarbejdspartnere: Musikbranchen, den kreative branche, musikskoler, uddannelsesinstitutioner, spillesteder & scener, øvelokaleforeninger.

Næste skridt: Skræddersy et music-business forløb med og for de unge i samarbejde med musikbranchen, Musikkonservatorier m.fl.



Musikmetropolen. Bilag 1. Projektoversigt

Udvikling af spillesteder & scener

Overskrift 1: Åbne spillesteder/scener op.

Hvad: Tiltrække flere gæster og andre typer af gæster end dem, som kommer på stedet.

Formål & succeskriterier:

- Et øget antal af gæster
- Graden af diversitet i publikumsgrupperne og synlighed og oplevelsen af sammenhængskraft hos lokalsamfundet.
- Øge bevidstheden og nedbryde indgangsbarrieren hos kulturinteresserede ikke-brugere.

Målgrupper: Målgrupperne er primært de interesserede brugere af kulturelle tilbud, som endnu ikke er brugere af den lokale scene/spillested.

Generer: Alle.

Geografi: Lokalt, regionalt.

Andre indsatsområder involveret: Talent- og karriereudvikling.

Eksempler på aktiviteter:

- Liv i murstene - bruge eksisterende steder og ressourcer til ungeplatform for events og lade dem udvikle deres egne "clubs" på tværs af ildsjælens interesser - foodies, music, art etc. Eventuelt i samarbejde med USKIK
- Udvikle generisk model for at bruger-involvering: open call og sparringsforløb for nye interesserede musikentreprenører, som får de bedste forudsætninger for at skabe arrangementer.
- Lokalt forankret musikevent for talenter, som kan turnere regionalt som konkurrence eller koncept.
- Publikumsudvikling på publikums præmisser. Skabe nye musikformater - og udvikle nye publikummer. F.eks. 35+ der havde glemt de elskede musik. Mash-up genreformater med undergrundsmiljøer. Alverdens Aften – hvor publikum bliver bedt om selv at medbringe musik som de præsenterer med hjælp fra en eller flere DJ (inden har der eventuelt været et DJ-forløb for flygtninge og indvandrere)

Samarbejdspartnere: Spillesteder/festivaler, lokale kulturentreprenører/talenter, den professionelle musikbranche, musikskoler.

Næste skridt: Identificere interesserede samarbejdspartnere/aktører og udvikle projekterne sammen med de involverede. Indhente kvantitative og kvalitative oplysninger om de involverede sceners publikumsgrupper, der skal fungere som sammenlignings og evalueringsgrundlag før, under og efter endt aktivitet.

Overskrift 2: Flytte spillesteder/scener og dermed musikken ud af rammerne.

Hvad: Der skal skabes musikkultur via opsøgende aktiviteter ude hos borgerne - der hvor musikken ikke selv kommer ud.

Formål & succeskriterier: Skabe outreach-projekter og få musikken ud til det ikke-eksisterende publikum, og dermed skabe bånd til en ny publikumsgruppe og skabe mere synlighed for musikken, scenerne og Musikmetropolen.

Målgrupper: interesserede ikke-brugere, det ikke-eksisterende publikum som ikke-forbruger kultur.

Generer: Alle.



Musikmetropolen. Bilag 1. Projektoversigt

Geografi: Lokalt, regionalt

Andre indsatsområder involveret: Musikbranchens infrastruktur og samarbejde.

Eksempler på aktiviteter:

- Hjemme-koncert-turneer.
- Musik i anderledes, uventede omgivelser.
- Musikmentorforløb. F.eks. DJ-forløb for flygtninge/indvandrere. Forløb med professionelle forbilleder inden for musikken for marginaliserede unge
- Lyd-cykler mv.
- Busking Sjælland: Gademusikanter.

Samarbejdspartnere: Lokale musikaktører, Ungdomsskoler, uddannelsesinstitutioner, boligforeninger, frivillige foreninger.

Næste skridt: Identificere interesserede samarbejdspartnere og udvikle og udvælge projekterne sammen med de involverede. Indhente viden om scenens synlighed og interesse hos den valgte målgruppe før under og efter endt aktivitet. Indhente erfaringer fra indsatser i boligsociale områder i sidste kulturaftale.



Musikmetropolen. Bilag 1. Projektoversigt

Musikbranchens infrastruktur og samarbejde

Overskrift 1: Behovs og modstandsanalyse – fra gatekeepers til græsrodder.

Hvad: Analysen skal afdække aktører, interessenter, behov og udfordringer.

Formål & succeskriterier: Analysen er forudsætningen for at skabe en relevant musikmetropol med reel mulighed for ROI (return on investment), som også rækker udover kommunegrænserne. Forståelsen for og indsigten i interessenters modstand og udfordringer er nøglen til løsningerne.

- Den skal generere unik viden til regionen og Musikmetropolen.
- Bruges til netværksaktiviteter og videndeling.
- Danne grundlag for matchmaking mellem Musikmetropolens deltagere.

Målgrupper: Alle interessenter og aktører med tilknytning til Musikmetropolen.

Generer: Alle.

Geografi: Lokalt, hovedstaden, regionalt, nationalt.

Andre indsatsområder involveret: - Talent- og karriereudvikling, spillesteder & scener

Eksempler på aktiviteter:

- Identifikation af interessenter.
- Analyse af interessenters behov og modstandspunkter ift. Musikmetropolen.

Samarbejdspartnere: Professionelle musikvirksomhed, lokale musikaktører i Musikmetropolen og andre steder i Danmark, musikuddannelser,

Næste skridt: Identificere samarbejdspartnere og designe analyse.

Overskrift 2: Musik som forretning

Hvad: Fokus på professionel musikkinnovation og musikkens forretningsmæssige potentiale.

Formål & succeskriterier: Visionen er, at flere kan 'leve af musikken' (via Musikmetropolen)

Målet er, at skabe nye arbejdspladser inden for musik i regionen, herunder for musikere, skabende kunstnere, sangskrivere, branchefolk, teknik/produktion/arrangører, relaterede erhverv med vægt på nye forretningsmuligheder. Delmål: Skabe bedre forudsætninger for entreprenører inden for musik. Inspiration: Sverige og div. music cities verden om. Indsatsen taler ind i regionernes og kommunernes vækst- og udviklingsdagsorden.

Målgrupper: Musikaktører, udøvende og skabende kunstnere, erhvervsvirksomheder, relaterede erhverv

Generer: Alle.

Geografi: Lokalt, regionalt, nationalt, (internationalt)

Andre indsatsområder involveret: Talent- og karriereudvikling.

Eksempler på aktiviteter:

- Viden og best practise. Hvad skaber resultater når vi taler udvikling af innovation og iværksætteri.
- Skabe synergi og skabe koordinerede indsatser lokalt og regionalt.
- Analyse og målrettet indsats ift. partnerskaber, vidensdeling og effektmåling.
- Fokus på den stigende strømningen af kultur til provinsen (vs. hovedstaden).
- Projekter med væksthuse.
- Musikmetropolen som katalysator for al den ekspertviden samlet i metropolen (og samarbejdspartnere i hovedstadsområdet).



Musikmetropolen. Bilag 1. Projektoversigt

- Fundraising på tværs af brancher
- Pengestrømsanalyse - for den professionelle musikentreprenør

Samarbejdspartnere: Professionelle musikaktører, musikbureauer og investorer og partnere fra erhvervslivet. Væksthuse.

Næste skridt: Identificere samarbejdspartnere, indsamle og bearbejde viden og inspiration – også fra relaterede brancher. Udvikle konkrete indsatser.

Overskrift 3: Transport og infrastruktur

Hvad: Udvikling af produkter og samarbejde med DSB og andre om kollektive trafik kort, rabat- og abonnementsordninger.

Formål & succeskriterier: finde løsninger på transport og infrastrukturproblemerne i Musikmetropolens geografiske områder. Skabe øget samarbejde mellem aktører i musikmetropolen. Skabe øget handel, øget publikumsgrundlag til alle scener i musikmetropolen

Målgrupper: Alle aktører i musikmetropolen samt det kultur-interesserende publikum.

Genrer: Alle.

Geografi: Lokalt, regionalt.

Andre indsatsområder involveret: Spillesteder og scener.

Eksempler på aktiviteter:

- Interrail kort til offentligt transport og adgang til scener i hele regionen for aktører.
- Abonnements ordning for gæster/aktører - samlet billet til indgang/transport.
- Fordelsklubben - rabatordninger på tværs af kommuner.

Samarbejdspartnere: Offentlige transport-aktører, billetsystemer, spillesteder, scener, andre transportudbydere.

Næste skridt: Identificere samarbejdspartnere, indsamle viden og vurdere indsats ift resultater.



Musikmetropolen. Bilag 1. Projektoversigt

Det tværgående spor – Musikmetropolens rolle

Overskrift 1: Videndeling, matchmaking / netværk

Hvad: Kontinuerlig videndeling for at styrke alle aktører i Musikmetropolen

Formål & succeskriterier: Øge netværket og kendskabet aktørerne i mellem i Musikmetropolen. Skabe fælles viden. Udvikle de professionelles aktørers evner og viden.

Målgrupper: Alle aktører/interessenter i Musikmetropolen.

Genrer: Alle.

Geografi: Lokalt, Sjælland, Hovedstaden.

Andre indsatsområder involveret: Talent- og karriereudvikling.

Eksempler på aktiviteter:

- Kontinuerlige sessions med relevante temaer for professionelle aktører.
- Ide-genereringsmøder henover året. Sparringssession/overdragelse af viden - succeser/fiaskoer.
- Interaktiv og praktisk videndeling - videntcenter.
- Indsamling af (allerede eksisterende og nye) best practices.

Samarbejdspartnere: Alle aktører i musikmetropolen

Næste skridt: Grundlaget netværket er skabt og mange mødtes 30. Maj 2016. Der skal følges op og netværket skal udvikles. Hvordan og om hvad skal netværket mødes. Næste handling/møde tilrettelægges.