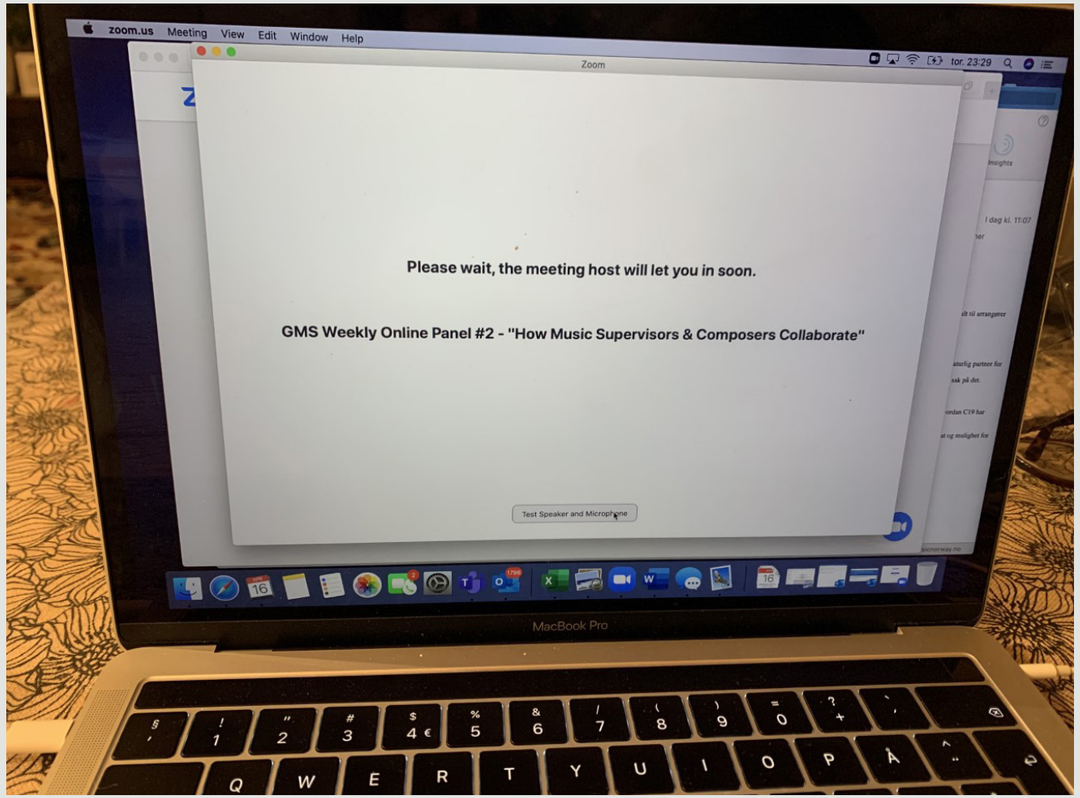
MUSIC NORWAY

Årsrapport 2020



Innhold

Møt Music Norway 4
En hilsen fra sjefen. 7
Hvorfor Music Norway 8
Eurosonic - en av Europas viktigste showcasearenaer 10
Trondheim Calling 10 år 12
150 møter under by:Larm 14
Topp 20 under 30 16
Folk Alliance International til New Orleans 18
12. mars 2020 20
Hva skjer i Norge? 23
Innsjekk med verden 26
Musikkindustriens næringsråd 28
Norwegian Arts Abroad anbefaler klare mål 30
Tilskudd i en tøff tid 31
Populærmusikk på digital fremmarsj 32
adhoc-covid19 ordningen 34
Musikkbransjens syv eksportråd 36
Årets vaffelhjerter 2020 38
Morning coffee with the Nordics 40
NOMEX 41
Global Music Match forener artister fra hele verden 42
Empowering the women in the musicindustry! 44
Endringsagentene 46
Lise Davidsen vinner av Årets internasjonale suksess 2019 48
Åpent hus 50
LA, Mexico og Tokyo 53
Musikkbransjen er på nett! 54
Master 56
KUPP 2.0. 58
én til én veiledning på nett med internasjonale aktører. 61
Music Norway takker styreleder Leif for kaffen! 62
ÅRSRAPPORT 2020 64
Styrets årsmelding 70
Regnskap 72

Møt Music Norway

Music Norway rådgir norske utøvere og musikkbransje, kjenner deres behov og ambisjoner, og skal bistå i å utforske muligheter og foreslå løsninger internasjonalt.

Music Norway rådgir departementene, og må brukes aktivt av våre oppdragsgivere for å sørge for at vår kompetanse bidrar til å utforme strategier som øker mulighetene til Norge internasjonalt. Utenriksstasjonene er en viktig bidragsyter på internasjonale nettverk og til ekspertreiser til Norge, samt bistår våre prosjektledere på aktivitet

Music Norway rådgir norske ambassader og utestasjoner på gode møteplasser, norske delegater eller utøvere for arrangement ute, eller på gjester og delegater til norske festivaler eller bransjetreff.

Music Norway rådgir lokalt musikkliv, og årlig arrangerer vi fagdager i samarbeid med våre regionale partnere over hele landet.

Vi hadde i 2020 12 ansatte og 2 praktikanter. Jonas Vebner (Rådgiver) og Wanda Luedy (Praktikant) i tillegg til:

Kathrine Synnes Finnskog,
Direktør

Helene Dolva Broch,
Strategisk seniorrådgiver, internasjonale markeder og nettverksarenaer. Leder eksportprogram.

Carl Kristian Johansen,
Redaktør og kommunikasjonsansvarlig. Kunnskapsanalyse og formidling.

Camilla Røed Oppegaard,
Økonomi- og personalansvarlig , jobber med administrasjon og HR

Aslak Oppebøen,
Rådgiver jazz og folk, internasjonale nettverk. IT og systembygger.

Nina Finnerud,
Rådgiver internasjonale nettverk og kompetanseprogram

Einar Idsøe Eidsvåg,
Rådgiver samtidsmusikk, partneravtaler og mangfoldsansvarlig

Karoline Røed Tønnesen,
Rådgiver tilskuddsordninger, norske nettverksarenaer og prosjektleder for event.

Edvard Olai Brekke Værland,
Samfunnskontakt. Kunnskapsinnhenting og formidling. Sekretær MIR og NAA. Assistent for direktør.

Tina Brodal,
Kommunikasjonsrådgiver. Norsk og internasjonal PR kontakt

Pål Dimmen,
Rådgiver, tilskuddsordninger

Roza Taslimi,
Endringsagent og praktikant

Hade Jonas!

Vi sier tusen takk til Jonas Vebner for 15 morsomme, lærerike, samvittighetsfulle og diplomatiske år i Music Norway – og takker fra deg med dine egne ord «Det har vært et stort privilegium å være tett på denne skaperkraften og få lov til å være med på å realisere internasjonale ambisjoner i samarbeid med et dyktig bransjeledd. I prosjektlederrollen har det å forankre eierskap til prosjektene blant både team og partnere vært viktig for meg. Det skaper ofte den best motivasjonen for å drive frem best resultater. Den siste er kanskje litt mer banalt, men viktigheten av å legge til rette for å ha det gøy på jobb, på toppen av mandat og bestilling. Det gir ekstra energi i inn i arbeidet for alle involverte».

En hilsen fra sjefen.

2020 ble året vi har lyst å glemme, men alltid vil huske. For akkurat når vi kunne kjenne lukten av internasjonalt musikkherredømme, så slo noen døra i trynet på oss. Det gikk raskt utfor, fra byLarm og festival og folk i februar, til lockdown og hjemmekontor og isolasjon i mars. Fra eufori til pandemi over natta. Inn i en periode med komplett forvirring, som avløses av massiv mobilisering. Mens musikklivet avlyste, permitterte og omorganiserte seg så godt man kunne, så organiserte organisasjonslivet seg. Musikkindustriens Næringsråd samlet troppene, og noen jobbet dag og natt for å sikre dine rettigheter. Hans Ole, Tone, Rhiannon og alle dere andre! Takk for at dere sto på når det blåste som værst. For mens våren var ille, så ble høsten mørk.

Hjemme på hjemmekontoret ble alle prosjekter, aktiviteter og tilskuddsordninger urelevante kjappere enn is smelter i sola. Møteplassene ble flyttet over på zoom, teams og whereby med vekslende hell. Men det ble testet og feilet, og noe sto prøven. Det var høy aktivitet og høy tempo, fordi vi hele tiden har hatt øye på det som venter oss når verden åpner: nye møteplasser, markeder og mennesker.

I løpet av året gjennomførte Music Norway 66 prosjekt, initierte 36 møteplasser og arrangerte 75 seminar og kurs, gjennomførte 1600 konsultasjoner og 1280 møter!

Et digitalt kompetanseløft ga ny inspirasjon og skapte nye muligheter.

Takk for dere som gjorde jobben fra kjøkkenbordet; Karoline, Helene, Carl Kristian, Edvard, Nina, Jonas, Aslak, Einar, Tina, Camilla og Pål. Vinteren var tung, men dere dro mange gjennom kulda.

Og i de tusen hjem ble det produsert musikk og skapt verk som aldri før. Takk til dere som leverte den kulturelle dugnaden, som spilte for alle eller ingen på facebook, i nabolaget og laget digitale festivaler så vi vanlige folk kunne finne trøst og felleskap i musikken.

Takk til våre Endringagenter som for alvor satte mangfold på vår agenda, og takk til Masterkullet som delte sine mooves med hverandre og utfordret oss. Kupp-komponistene fikk nye oppdrag og Keychange fikk nye ambassadører. Alt om dette i denne boken, der vi deler historier fra et år vi ikke vil glemme. Fordi vi også fant frem til hverandre, snakket sammen og ble minnet på hvorfor vi ikke vil være noe annet sted en akkurat i denne bransjen.

God sommer! Sees snart!! Hilsen Kathrine.

Hvorfor Music Norway

Music Norway skal være en samlende organisasjon for den profesjonelle norske musikkbransjen med internasjonale ambisjoner, og bidra til en attraktiv, omdømmebyggende og kreativ næring. Music Norway skal bidra til at norsk musikkindustri er viktig både i kultur- og næringspolitiske sammenhenger og diskusjoner.

Music Norways formål er å legge til rette for eksporttiltak og internasjonal profilering av norsk musikk. Arbeidet skal forankres i musikklivets behov og øke interessen for og bruken av norsk musikk innen alle sjangre. Stiftelsen skal bidra til økt kunnskap, forskning, kartlegging og analyse av det norske og internasjonale musikkfeltet

Music Norway skal:

- Utvikle og legge til rette for relevante fremstøt basert på det norske musikklivets definerte behov.
- Etablere og vedlikeholde sterke internasjonale nettverk.
- Bidra til økt kunnskap om, forskning på, kartlegging og analyse av det norske og internasjonale musikkfeltet.
- Sørge for en effektiv og god forvaltning.

Derfor skal Music Norway:

- kjenne norsk musikkliv og kartlegge miljø og deres internasjonale ambisjoner
- bygge solide internasjonale nettverk og evne å finne nøkkelspillere
- ha relevant og oppdatert markedsinnsikt og kartlegge nye markeder
- ha innsikt i hvordan økonomien og inntektsstrømmene i bransjen globalt utvikler seg
- ha forståelse for forretningsutvikling av musikkselskaper og bistå med å internasjonalisere bedrifter i en vekstfase
- stimulere til rekruttering og innovasjon i musikkbransjen
- formidle innsikt, erfaringer og historier som gir læring og nye ideer

Rapporten Vekst 2020 bekrefter at 84% av selskapene har et positivt syn på økonomiske fremtidsutsikter, og 8 av 10 selskaper planlegger nyansettelser i denne perioden.

Nå vet vi at mye av det vi drømte om i 2019 ikke gikk akkurat slik i 2020. Men ambisjonene i musikkbransjen har overlevd, og vi satser videre sammen med musikklivet i 2021.

Tilskudd:
590 søkere.
Omsøkt 35 mill.
Tildelt 13 mill.

Topp 3 land:
Tyskland (130)
England (89)
USA (63)

Rådgivning:
1320 konsultasjoner NOR,
380 konsultasjoner INT

1280 møter med bransjeaktører og 700 nye henvendelser

Internasjonalisering:
66 prosjekt
(33 NOR + 33 INT)

Nettverksarenaer:
36 møteplasser.

444 norske deltagere.
541 int. delegater.
324 møter.

Music Norway i tall 2020

Kurs og seminar:
75 arrangement.
2679 deltagere.

Kompetanseprogram:
4 helårs program.
40 deltagere.

Showcaser:
30 konserter.
850 publikum.

Innsikt:
3 rapporter levert.
10 innspillsmøter.
100 deltagere.

PR:
238186 besøkte web.

10 høringsuttalelser.
17 møter med politisk ledelse.

Mangfold og inkludering:
10 Endringsagenter x 3 prosjekt

Emma Steinbakken
I SEE RIVERS
Askjell
The New Death Cult
Moyka
Bokassa
Charlotte Dos Santos
Bendik Giske
Iris

Eurosonic - en av Europas viktigste showcasearenaer

I 2020 spilte ni norske artister Eurosonic (ESNS) og over 30 norske bransjeaktører var tilstede. Festivalen ble arrangert 15. – 18. januar 2020 i Groningen, Nederland og er en viktig møteplass for livebransjen i Europa.

European Talent Exchange Program En viktig del av Eurosonics suksess er European Talent Exchange Program (ETEP) som hvert år samler sine medlemmer på festivalen for å se og diskutere hva som er det hotteste på den europeiske musikkscenen akkurat nå. Med over 130 festivaler som medlemmer ble ETEP introdusert i 2003 for å gjøre 'utveksling' av europeiske artister over hele Europa mulig i større skala. Etter initiativ fra ESNS, tilrettelegger ETEP for bookinger av europeiske artister på festivaler utenfor hjemlandet og genererer omfattende medieeksponering for disse artistene i samarbeid med European Broadcasting Union (EBU), eksportkontorer og lokale medier. ETEP har som mål å gi et løft til den internasjonale karrieren til europeiske artister. Music Norway er partner i dette programmet, som prosjektledes av Nina Finnerud.

Music Moves Europe Talent Award til Girl in Red

Girl in Red var en av 8 vinnere av Music Moves Europe Talent Awards, MMET, tidligere kjent som EBBA-prisen. MMET er den nye EU-prisen for populærmusikk. Prisene anerkjenner nye artister som representerer morgendagens lydbilde i Europa. Hvert år mottar åtte fremragende artister en Music Moves Europe Talent Award som anerkjennelse for deres internasjonale suksess. Prisen inkluderer økonomisk tilskudd til turné og promotering. Norske artister og norsk bransje har vært godt representert på Eurosonic de senere årene. Flere artister fra Norge har vunnet priser på arrangementet, deriblant Donkeyboy, Envy (Nico & Vinz), Todd Terje, Aurora, Alan Walker, Sigrid og Smerz.

Trondheim Calling 10 år

Trondheim Calling ble arrangert for 10. gang i januar 2020. Music Norway var til stede i flere poster på konferansen, som hadde flere innslag for de som jobber med eksport.

Kamara, SKAAR, og Safario var håndplukket til å delta på Norway Calling hvor de fikk unike muligheter for å knytte kontakter med internasjonal bransje.

Music Norway var representert på Trondheim Calling med Kathrine Synnes Finnskog, Tina Brodal, Helene Dolva Broch og Jonas Vebner.

– Master-programmet til Music Norway hadde en workshop i Trondheim som startet på onsdag og kulminerte med en sesjon åpen for publikum under konferansen. Tema var fremtidens forretningsmodeller og master-gruppen fikk svare på problemstillinger knyttet til at management, plateselskap, forlag og agentur har kjente roller og funksjoner, men at disse rollene bygger i en viss grad på systemer fra CD-salgets tid. Fokuserer vi for mye på tradisjonelle stillingsbeskrivelser og bedriftsmodeller og for lite på oppgavene som skal løses?

Kathrine deltok i panelet «10 år med Trondheim Calling. Var det verdt det?» og speed meetings med forvalterorganisasjonene.

Helene satt i panelet «Going East», med Helen McLaughlin (The Kennel), Jan Espen Storo (TONO) og Pelle Lidell (EKKO Music Rights)

– Music Norway var også co-vertskap sammen med Trondheim Calling på Norway Calling Mixer i Bursdagsbaren (Olavshallen).

150 møter under by:Larm

I løpet av festivalen arrangerte Music Norway 5 seminar, 2 prisutdelinger, B2B møter, 3 meet & greet, international lounge og 150 større og mindre møter mellom norsk og internasjonal bransje.

I vår International Lounge under by:Larm vartet Music Norway opp med kaffe, vafler og gode råd.

Den internasjonale loungen er en møteplass for internasjonal og norsk bransje og var plattform for nettverksarrangementer for Nordic Music Biz' 20 under 30, Balansekunst, og EMMA & NEMAA.

Sammen med Øya, by:Larm og Secretly Noord inviterte vi til meet & greet og konsert med Charlotte Dos Santos og Kamara på Blå.

De internasjonale delegatene kom fra viktige eksportmarkeder, som Tyskland, UK, USA, Sverige og Danmark. Det kom også nøkkelpersoner fra bransjen i emerging markets som Mexico, India, Brasil og Kina. I internasjonalt program var det registrert over 130 gjester.

Flere av de internasjonale delegatene var med i konferanseprogrammet, som by:Larm presenterte i samarbeid med Music Norway.

Topp 20 under 30

For tredje året på rad er 20 unge, nye aktører i bransjen blitt trukket frem i «Nordic Music Biz´ Top 20 under 30». Dette er årets utvalgte.

Artister, låtskrivere og produsenter fra Norden gjør seg bemerket på hitlister verden over, og nye talenter blir stadig dyrket frem i Norden og omfavnet av et globalt publikum. En viktig del av denne suksessen er teamene rundt artistene, og nå har juryen gått igjennom alle nominasjoner fra den nordiske musikkbransjen og valgt ut 20 unge bransjeaktører som peker seg ut.

Under by:Larm 2020 ble årets kull av Nordic Music Biz´ Top 20 under 30 feiret med en lunsj arrangert av Utenriksdepartementet og en diplomseremoni.

I utvelgelsen av de 20 har juryen basert seg på: vekst i selskapet, karriereutvikling, anseelse i bransjen, innflytelse på bransjen i 2019, artistutvikling, innovasjon, konsertinntekter, salg, strømmetall, kampanjer, radio og TV dekning.

Norske vinnere:
Agnes Kristiansen: Sony Music Norway
Ask Frederik Berg: Act Entertainment
Magdalena Kellman: Nora Affairs / Nora Collective
Marthe Heggenhougen: Vibe Agency
Petter Walther Walthinsen: Warner/Chappell
Sverre Aksel Eilertsen: by:Larm & Parkteateret

Folk Alliance International til New Orleans

Konferansen, som normalt finner sted i Kansas City, foregikk denne gangen på Sheraton Hotel i New Orleans i tidsrommet 22-26 januar. Aslak Oppebøen og Kathrine Synnes Finnskog deltok fra Music Norway.

Norge hadde to showcaser i det offisielle programmet; Vassvik og Darling West. Disse fikk stor eksponering på festivalens hovedscener tidlig på kvelden. Deretter var det såkalte private showcaser på hotellrom gjennom hele natten. De nordiske eksportkontorene (NOMEX) gikk sammen om å tilby et «Nordic Folk Showroom» som stiltes til rådighet for alle, samt stand i messeområdet.

– Det er andre året vi prøver dette, og erfaringen fra fjorårets festival i Montreal var veldig gode. Det nordiske samarbeidet fungerer veldig fint, og tiltaket er med på å bygge opp om merkevaren «Nordic Folk», sier prosjektansvarlig i Music Norway Aslak Oppebøen.

Andreas Milde i Jansen Records, som har Darling West i stallen, reiste til New Orleans for delta på Folk Alliance International.

– Vi reiser årlig på tre bransjefestivaler i USA: SXSW, AmericanaFest og Folk Alliance. Dette er kostbare reiser for et selskap som oss, men samtidig er det kanskje de viktigste reisene vi gjør i løpet av et år. Vi har vært på Folk Alliance én gang tidligere, da det var i Kansas City, og her møtte vi en helt annen del av bransjen, som både var nyttig og ikke minst lærerikt og interessant. I Jansen Records jobber vi med alle sjangere, men for våre artister som jobber innenfor dette segmentet har Folk Alliance blitt en viktig arena. Både fordi vi treffer likesinnede artister og bransje-kollegaer, fordi festivalen er såpass åpen og mottagelige for oss europeere/skandinaver, og fordi den sikter seg inn på et litt annet segment enn for eksempel AmericanaFest, sier Milde.

12. mars 2020

Da lockdown rammet fikk det umiddelbare og tøffe konsekvenser for musikkbransjen. Vi stengte ned. Vi avlyste. Vi dro hjem. De neste ukene snakket vi med dere. Og dette er noe av det sentrale eksportører i musikkbransjen fortalte de umiddelbare effektene og hvordan de så for seg ville bli konsekvensene på lang sikt. For vi er bransjen som stengte først og åpner sist.

Joakim Haugland / Smalltown Supersound / by:Larm

– Vårt problem er at våre to største markeder er USA og England, vi har nesten ikke et marked i Norge. USA og England er jo de to markedene som ser ut til å ha taklet krisen dårligst til nå, er hardest rammet, og knyttet mest usikkerhetsfaktorer til.

– Det er uvissheten som er hovedproblemet. Vi vet ikke når dette er over og må bare sette alt på stopp. Alle har løpende regninger som går til husleie og forskjellige faste utgifter. Det er det samme som med hotellnæringen, det er masse løpende utgifter som løper selv om kundene ikke kommer. Det er det store problemet for alle akkurat nå.

Marthe Thorsby / IFPI

– I et globalt perspektiv er vi heldige i Norge der nå over 90% av inntektene fra musikksalg kommer fra streaming. Streamingen har vært ganske stabil gjennom de siste ukene, selv om det var en dupp 12. og 13. mars. Min teori er at folk var ekstra nyhetshungrige akkurat de dagene, men streamingen har tatt seg opp igjen, og vi ser samme kurve på streamingen nå opp mot samme periode i 2019.

– Det er særlig betydelige inntekter fra offentlig fremføring som er under press, inntekter som ikke bare skal dekke løpende kostnader i selskapene, men som også investeres i ny produksjon, som er viktig for å ha en levende bransje når vi kommer ut «på den andre siden».

Geir Luedy / Made Management

– De største artistene våre hadde store turneer i fjor, skriveår i år, og skal tilbake på veien neste år. Vi regner med at det ikke blir noen konserter før tidligst i september. Jeg personlig tror ikke det blir noe i år.

– Sånn som kostnadsbildet ser ut nå klarer vi å komme tilbake når alt dette er over. Om vi må starte med blanke ark vet vi ikke. Og når vi er tilbake er spørsmålet om det er tid for å investere eller jobbe med det man har. Det kommer litt an på hvor mye staten er villig til å bruke nå.

Kai Robøle / Arctic Rights Management

- Konsekvensene av pandemien gir umiddelbare økonomiske tap for forlagene, men vil også føre til inntektstap og et vakuum i inntektsmulighetene langt frem i tid. Fremføringsinntekter fra kringkasting (radio og TV) og streaming (Spotify, YouTube, Facebook osv) er sannsynligvis ikke berørt i stor grad, men her må vi se hva konsekvensene blir når vi får fasiten,

– Derimot er vesentlige inntektskilder allerede rammet direkte; salg av noter og læreverk, utleie av orkestermateriale, lisensiering av trykkrettigheter, konsertvederlag fra alle typer offentlige fremført 'levende' musikk, store rettigheter som opera, musikal, ballett, synkronisering (bruk av musikk i film, TV, reklame, spill) og fremføringsinntekter fra det såkalte 'bakgrunnsområdet' som er bruk av musikk i butikker, treningssentre, hoteller, barer, samt fra kino og teater.

Vegard Waske / Mandelbaum Management

– Alle konserter denne våren er kansellert. Jeg vil tro sommeren går med i dragsuget, også. De fleste av våre klienter produserer også for andre, dette går også på lavgir nå fordi alle sessions blir kansellert.

– Brutto for våre klienter så snakker vi om kanskje 7-8 millioner kroner som nå har forduftet. Inntektsfallet blir veldig stort, lite tvil om det. Livemarkedet har kollapset både nasjonalt og internasjonalt, og uavhengig av hvor lenge det er til vi er tilbake til «normalen» så vil det ta lang tid og koste mye å bygge opp spillesteder og festivaler igjen.

Leif O. Ribe, General Manager, Warner Music Norway

– Hverdagen ble snudd på hodet, og lyttemønsteret lignet mer på det man vanligvis ser i helgene. Nå derimot, etter at folk har vendt seg mer til en hverdag hjemme, ser man at streamingtallene er tilbake der de var, men at tiden folk streamer har endret seg og har blitt skjøvet senere utover dagen. Når det kommer til radio har man sett mye av de samme tendensen. Man mister lytterne i bilen om morgenen og ettermiddagen, noe som fører til et naturlig fall fra isolasjonsstart, men som endrer seg til andre vaner hjemme med radiolytting. Lyttertiden går for eksempel opp, ettersom folk kan ha på radioen hjemme lengre.

- Vi som selskap holder oss travle imens våre artister fortsetter å jobbe, og vi fortsetter å gi ut låter og album. Det er kun det fysiske arbeidsstedet som har endret seg, men vi sørger for at kommunikasjonen flyter som vanlig gjennom telefon og møter online.

Larry Bringsjord / FONO

– Hos selskapene som har mye fysisk salg er nedgangen så stor at flere har måtte gå til permitteringer. Permitteringer er ille nok, og når man ikke har mannskap til å gjøre en fornuftig jobb

går det ut over artistene og produktene man jobber med.

– Plateselskaper er ikke plateselskaper sånn som de var for 20 år siden. Flere selskaper driver med booking, management og musikkforlag. Booking-inntektene er borte, management-cashflowen er delvis borte, forlagsinntektene kan bli kraftig redusert fremover i tid, og som Thorsby nevner er synkende GRAMO-inntekter noe som kommer til å affektere FONO-selskapene i fremtiden.

Hva skjer i Norge?

Music Norway er en del av et formalisert nettverk som består av De regionale kompetansesentrene for musikk som dekker alle fylker og har kontorer i de største byene i landet: Brak (Bergen), Tempo (Trondheim), STAR (Stavanger), Sørf (Kristiansand), ØKS (Drammen), MØST (Oslo) og Kofor/RYK (Tromsø).

Vi sjekket inn med dem for å høre hva som skjedde etter lockdown.

Fredrik Forssmann / KOFOR Tromsø

– Vi står alle midt oppe i en veldig spesiell tid, heldigvis tar staten grep og det har kommet en god løsning for frilansere når de nå kan få dagpenger. Nå kommer også kontantstøtte for bedrifter, men det er klart, spesielt festivaler er selvfølgelig ekstra bekymret, uten en aktiv sommer begynner det å se virkelig mørkt ut for alle – det gjelder selvsagt i hele landet.

– Flere gode initiativ til å strømme konserter som har truffet godt, for eksempel Valy Sessions, V10 Onstage, med flere, og artister støtter opp om hverandre. Både Troms og Finnmark fylkeskommune og Innovasjon Norge har tatt initiativ til å se på kompetanseutvikling for bransjen og eventuelle justeringer på egne støtteordninger for å treffe dagens situasjon, hvilket er god dugnadsånd.

Martha Lyse / STAR Stavanger

– Vi har som i resten av Norge sett band og artister måtte avlyse Norges- og utenlandsturnéene sine. Når live dominerer økonomien så mye som det gjør er det selvsagt en stor utfordring. Vi er også bekymret for arrangørene og festivalene i fylket. Spesielt de mindre, men veldig viktige, arrangørene som jobber på grasrotnivå og med nisjene.

- Tou Sessions har levert noen fantastiske konserter fra Tou og hjemmene til artister. Her har bl.a Morten Abel, Skambankt, Randi Tytingvåg og Hilde Selvikvåg vært innom. Vi ser også at artister og aktører lager egne initiativ for å nå publikummet sitt.

Judit Premak / SØRF Kristiansand

– Her på Sørlandet har vi det som overalt i landet. All aktivitet er enten avlyst eller satt på vent, og det hersker stor usikkerhet rundt situasjonen. Det er bra at det kommer tiltak for bransjen i form av dagpenger og kontanttilskudd, men det er usikkert hvordan dette svarer til behovene hos de ulike aktørene.

– Green Carnation var et av de aller første band i Norge som annonserte å gjøre om sin planlagte plateslippkonsert til en digital opplevelse. Det som skiller initiativet fra andre er at konserten ikke er donasjonsbasert, men har billetter. Og billettene går ut til hele verden. Selv om vi håper at vi snart kan gå på fysiske konserter igjen, er digitale konserter kommet for å bli, og denne konserten utforsker en mer bærekraftig økonomisk modell. Samtidig er det flere nye samarbeid mellom arrangører som produserer digitale konserter. Det er tydelig at mange jobber med nye kreative løsninger nå.

Are Bergerud / Tempo Trondheim

– Det er vel slik som det er i resten av landet her i midten; feltet er preget av situasjonen. Usikkerhet og bekymringer er så klart til stede hos mange aktører. Tiltakene som kommer fra myndighetene i form av dagpenger og kontantstøtte er lysglimt, men få føler seg helt trygge på at dette svarer på deres behov.

– Gjengen bak UNDERBAKKEN, Lokal Kanal, Moskus Session og Dugnad for kultur står for en moralboost med deres strømmekonserter. Både Trøndelag og Møre og Romsdal ber aktørene i feltet om å tenke nytt og se på hvordan de kan utvikle seg i denne vanskelige tiden med nye støtteordninger.

Leif Haaland / Ingrid Ytre-Arne / Møst Østlandet

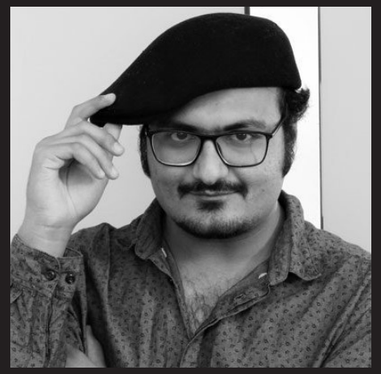
– Som resten av landet mange bekymrede musikere, arrangører og andre som klør seg i hodet over hvordan fremtiden ser ut og hvilke hjelpetiltak som gjelder for dem. Vi vet ennå ikke de reelle konsekvensene for klubber, arrangører selskaper, artister og musikere. Det er veldig hardt for mange. Midt oppi krisen er det også mange spennende initiativ, mye omsorg og her mange organisasjoner som jobber beinhardt for å sikre gode kompensasjonsordninger for feltet, sier Ytre-Arne.

– En bransje er blitt kastet inn i krise og snudd ting på hodet. Det er selvsagt veldig spennende hvilke muligheter livestream-scenene gir artister og bransje, både nå i krisen, men også på sikt for å skape nye musikkopplevelser for publikum.

Vegard Moberg / Brak Bergen

– Det er mange som har hevet seg rundt og laget digitale konserter og festivaler. Veldig mye på gang der. Både Forum, Made, Victoria, Vill Vill Vest og Bergen Kjøtt har hatt stor suksess med sine opplegg.

– Vi er redd for at dette kan ta knekken på selskaper som har det tight allerede. Staten ønsker ikke å hjelpe selskaper som har økonomiske utfordringer som går bakover i tid. Dette kan bli spikeren i kisten for flere som kanskje hadde klart å stable seg på beina igjen i en normalsituasjon. Det er også usikkerhet blant våre brukere mht. hvor godt kompensasjonsordningen for arrangørene kommer til å fungere.



Innsjekk med verden

Roochay Shukla / Outdustry / India

Shukla var til stede på Øya International i 2019 og by:Larm 2020.

– Dessverre er det ingenting som regjeringen gjør eller har planlagt å gjøre for å kompensere for tapene som musikkbransjen står overfor her. Ser ikke noe som skjer på denne fronten for tiden.

– Musikkmiljøet har reagert veldig proaktivt ved å ta nye initiativ hver dag for å hjelpe indie-artistene og alle musikerne. D.et er en tøff tid, spesielt for indie-sektoren, hele bransjen innser dette, og dermed har alle samarbeidspartnerne, som strømmetjenester, TV, radio, osv, kommet sammen for å hjelpe og støtte artistene.

Helen McLaughlin / The Kennel / Sverige

– Våre lokale grener av IFPI, SAMI (den svenske PPL) og STIM (PRO) som alle fungerer som rettighetsforvaltere her – gjør akkurat som GVL i Tyskland og gir tidligere utbetalinger til medlemmene sine og Musicians Union har startet et krisefond som er åpent for donasjoner. Så er det som nevnt mange online-initiativer som skjer overalt – alt fra instagram-konserter til Spotify-initiativet.

– Alle våre låtskrivere holder seg for tiden veldig opptatt med å dele den nyeste og beste online teknologien for koordinert innspilling, og det er mange online låtskriver camper som foregår.

Victoria Ree / Concord Publishing / England

– Den britiske regjeringen betaler 80% av lønnen til ansatte opp til 2500 pund. Dette hjelper mange bedrifter, spesielt i live-sektoren der vi er hardest rammet. Det er nå endelig kommet hjelp for selvstendig næringsdrivende ved å betale 80% av inntektene deres opp til 2500 pund. Siden dette dekker en så stor andel av de kreative rollene som aktører har i musikkbransjen i Storbritannia, ble dette et veldig stort tema.

– Som over hele verden live-streamer mange artister show og DJ-sett – Defected Records holdt en 12-timersfest via Facebook live fra Ministry of Sound, det organiseres Instagram-festivaler som for eksempel 'Your Quarantine Dream' via Lewis Watsons kanal med Gabrielle Aplin, Dodie , Nina Nesbitt og JC Stewart.

Stian Olsen / Flake Productions / Brasil

– Vi vet at festivalsektoren lider enormt av pandemien. Ikke bare har det påvirket artistene og tapte billettinntekter, men også alle menneskene som jobber bak kulissene og på bakken får å få disse store eventene til å skje. De har nå mistet sitt levebrød, og inntektstapet er dystert.

– Online festivaler har klart å samle ganske mange tilskuere, og fra tidligere studier vet vi at folk allerede før pandemien konsumerte mye underholdning på nett, samt fikk informasjon om artister og show gjennom sosiale medier-plattformer. Dette er nå den nye hverdagen i møtet mellom artister og publikum.

VG SPORTEN VG LIVE TV-GUIDE VG+ TIPS OSS Søk MENY

Musikkorganisasjoner om Abid Rajas nye tiltak: Frykter et ras av konkurser

Musikkindustriens næringsråd

Music Norway engasjerte seg sterkt i arbeidet til MIR fra en tidlig fase, da Kathrine Synnes Finnskog satt som medlem i arbeidsutvalget. Rådet samlet seg om felles krav til myndighetene, og det ble satt i gang et omfattende påvirkningsarbeid for å få med seg opinionen og myndighetene på musikkbransjens krav. Det ble samtidig gjennomført en kartlegging av koronapandemiens konsekvenser i regi av BI:CCI. Dette resulterte i en rekke medieoppslag og etter hvert møter med politisk ledelse i Kulturdepartementet og med Stortingets familie- og kulturkomité.

Det ble viktig for MIR å få med alle ledd i bransjen i Regjeringens kompensasjonsordninger, som fra starten av kun omfattet arrangørene. Dette er en gjensidig avhengighet mellom de ulike bransjeleddene. Dette ble det arbeidet intenst med frem til Regjeringen til slutt valgte å inkludere flere av leddene den 26. juni 2020.

2020 har utvilsomt vært utfordrende for musikklivet. Før koronakrisen inntraff var den norske musikkeksporten i vekst, og stadig nye aktører meldte seg. Bransjen var sterkere enn noen gang, og rekrutterte mange fremtidige bransjetalenter. Våre rapporter (BI:CCI for MIR) anslår at musikkbransjens må forvente et inntektsbortfall er rundt 50% i 2020. 50% av de som jobber i vår næring, i bransjen eller som utøver, vil vurdere å skifte jobb.

Flere viktige meldinger og tiltak er satt på is, bla Internasjonal strategi for kulturpolitikk. I på vente har Music Norway sammen med aktørene i nettverket Norwegian Arts Abroad levert sine innspill. Det var viktig for oss å få frem de særegne utfordringene musikkbransjen har møtt i løpet av koronakrisen og at et godt fungerende hjemmemarked er en forutsetning for vekst i eksportinntektene.

Ifølge **Kunst i tall 2018** (Rambøll for Norsk kulturråd), økte norske eksportinntekter fra musikk med ca 4 % fra 2017 til 2018. TONO rapporterer om stabil vekst i antall opphavspersoner som mottar avregninger fra utlandet, som har økt fra 7 588 i 2014 til over 12 000 i 2018.

Vekst 2024-rapporten som ble produsert før pandemien meldte om høy grad av fremtidsoptimisme der 9 av 10 selskaper hadde positive økonomiske fremtidsutsikter og 8 av 10 selskaper planla nyansettelser frem mot 2024. Vekst-rapporten (2019) og Eksportundersøkelsen (2019), viser at Sverige, Danmark, Tyskland, Storbritannia og USA er de viktigste eksportmarkedene for norsk musikkbransje.

Rapporten Digital ambivalens fra UiO (2020) finner at bransjeleddet representerer både den spesialiserte og generelle kompetansen som kreves om opphavsrett, økonomi, digitale medier, internasjonale markeder, og at arbeidet bransjeleddet gjør er utslagsgivende for å lykkes internasjonalt og bidrar til å styrke egen virksomhet og artistene de representerer.

Som en følge av nedstengingen etter pandemien viser rapporten **Krise og kreativitet i musikkbransjen (BICCI, juni 2020)** at 75 prosent av frilansere og selvstendig næringsdrivende regner med å kunne fortsette å jobbe med musikk etter koronakrisen, mens 25 prosent frykter at det blir umulig. Teknikere, management og booking er mest bekymret for fremtiden, men 22 prosent av selskapene oppgir at de frykter konkurs som følge av koronakrisen.

Music Norways egne tall viser at i perioden mars - august 2019 ble avholdt over 800 konserter med norske artister i utlandet. Disse har falt helt bort som en følge av pandemien.

Norwegian Arts Abroad anbefaler klare mål

NAA-organisasjonene har gjennom hele året snakket ukentlig om pandemihåndtering i kunstfeltet og sett fremover mot langsiktige satsninger. I starten av pandemien gjorde NAA de nødvendige endringer i sine tilskuddsordninger i samråd med departementene for å sikre aktivitet i kunstfeltene, som sikrer det langsiktige arbeidet norske kunst- og kulturaktører har gjort internasjonalt. NAA gjennomførte en kartlegging av pandemiens effekter på et utvalg eksportaktører for å sikre oppdatert informasjon om feltene, og sikre at myndighetene satt på et best mulig beslutningsgrunnlag.

Arbeidet med den internasjonale strategien for kulturpolitikken fortsatte igjennom året, og NAA leverte et samlet høringsinnspill etter gjennomførte høringsmøter med eksportaktører i samarbeid med Utenriksdepartementet og Kulturdepartementet. Da regjeringen startet arbeidet med en egen eksporthandlingsplan ble NAA invitert til et møte med Utenriksministeren, Kulturministeren og Næringsministeren. Organisasjonene tok med seg et knippe eksportaktører som fikk ytre sitt syn på mulighetene og utfordringene for eksport innen kulturelle- og kreative næringer.

Nettverket Norwegian Arts Abroad består av Stiftelsen Danse- og Teatersentrum (DTS), Office for Contemporary Arts (OCA), Norsk Filminstitutt, Norwegian Crafts, Music Norway, Norsk Design- og Arkitektursenter (DogA) og NORLA. Norwegian Arts Abroad legger til rette for profilering av Norge i utlandet gjennom å forvalte tilskuddsordninger av kunstfaglig, nærings- og eksportrettet art. Nettverket er en del av Kulturdepartementets virkemiddelapparat og fungerer som rådgivere for Utenriksdepartementet.

I vårt innspill til internasjonal strategi for kultureksport, ønsker NAA at det fastsettes et konkret vekstmål for eksporten av norsk kunst og kultur. NAA foreslår at målet settes til 30 % vekst innen 2030. Videre må strategien bidrar til at norsk kunst og kultur er en del av den internasjonale diskursen. NAA ønsker derfor at Norge har som mål å være en enda tydeligere og toneangivende stemme globalt. Kulturen er en viktig bidragsyter til å bygge ytringskultur, norsk demokratiforståelse, tillit, Norge som reisedestinasjon, og virker konfliktforebyggende. NAA ønsker derfor at strategien setter tydelige mål for den funksjonen kultur skal ha som en del av diplomatiet i fremtiden.

Tilskudd i en tøff tid

Music Norways forvaltning av tilskuddsordninger har naturlig nok vært svært preget av Covid-19-pandemien. Spesielt ordningen for reisetilskudd ble påvirket, da verken utøvere, opphavere eller bransje kunne reise utenlands.

I samråd med Utenriksdepartementet ble det derfor åpnet for at også utøvere og opphavere kunne søke om tilskudd til promoterings- og markedsføringsaktiviteter i stedet for reiseaktivitet. I tillegg utvidet vi kriteriene i Bransjetilskuddsordningen til å gjelde nye former for formidling, samt økte hyppigheten av søknadsfrister. I en periode var det ukentlige søknadsfrister i Bransjetilskuddsordningen. Rammen i ordningen ble også utvidet til 2,9 millioner kroner. Det ble søkt om hele 9,8 millioner kroner i markedsføringstiltak i 2020, mot 2,7 millioner i 2019. Dette sier mye om viktigheten av markedsføringstilskudd når reising ikke lar seg gjennomføre.

I august 2020 lanserte vi den midlertidige ordningen Ad Hoc Covid-19. Vi sto foran en periode der Music Norway ikke kunne gjennomføre mange planlagte prosjekter for 2020, og målet med ad hoc-ordningen var å bidra til å utvikle og igangsette prosjekter som kunne holde produktiviteten i gang og ansatte i arbeid. Midlene skulle stimulere til nye aktiviteter, omstilling og/eller kompetanseheving i norske musikkselskaper. I løpet av året kom det inn 62 søknader om ad hoc-tilskudd. Det ble søkt om 5 millioner og innvilget ca. 1,1 millioner i denne ordningen fordelt på 23 søknader.

Endringer for 2021

Høsten 2020 gjennomførte Music Norway en omfattende spørreundersøkelse blant brukerne av våre tilskuddsordninger. I tillegg ble det tidligere gjennomført en ekstern analyse av både søkeportalen Stikk.no og tilskuddsprosessene knyttet til denne. Sammen har disse to tiltakene, samt alle erfaringene fra Covid-19-pandemien, lagt grunnlaget for en justering av retningslinjer og struktur. I hovedsak innebærer dette at det fra og med 2021 blir tre hovedordninger (Reisetilskudd, Markedsføringstilskudd og Arrangørtilskudd) som både utøvere, opphavere og bransje kan søke på. Hvordan dette slår ut, kan du lese i årboken for 2021.

Populærmusikk på digital fremmarsj

15 prosjekter fikk tilskudd i ordningen Større Lanseringer for 2020, et næringsrettet tilskudd til større internasjonale lanseringer for musikkselskaper. Ordningen er finansiert av Music Norway med en total ramme på 2 millioner kroner. Formålet med ordningen er å øke salget, markedsverdien og etterspørselen til norsk musikk internasjonalt. Musikkprofil Booking & Management, Indianer Management, Karisma & Dark Essence Records, Luft Recordings, Popular Demand Management, Smerz, Tidenes Smalltown Supersound, Trondheim Barokk, 777 Triple Seven, Artist Vision, Fysisk Format, Made Management, Warner Music og Nye Nor (Karl Seglem) fikk innvilget støtte.

Juryens begrunnelse for tildelinger:

Grunnet de ekstraordinære omstendighetene som følger korona-pandemien, har det vært utfordrende for juryen å vurdere prosjektenes reiseaktiviteter, både fordi enkelte eventer allerede er avlyst, men også fordi man ikke vet hva det vil bety for fremtidige arrangementer som enda ikke er berørt. Juryen har tatt høyde for at prosjektenes reiser vil bli kansellert/endret, men det er håp om at prosjektene blir gjennomført, om enn i en litt annen form enn hva som er planlagt og budsjettert.

Popular Demand Management fikk tildelt 150.000 kroner til eksport av klienter med internasjonalt nedslagsfelt. Managementet ble grunnlagt av Aslak Klever i oktober 2018. Klever har tidligere jobbet for Universal Music og EMI Music. Klientene til Popular Demand består blant annet av Jesper Borgen, Erik Smaaland, Anders Nilsen og Magnus Clausen.

– Slik situasjonen er nå, og man ikke har mulighet til å reise, så har vi tenkt å bruke tilskuddet på profilbyggende tiltak. I begynnelsen av en karriere eller et samarbeid har man størst fokus på å få plassert låter og sessions, men noen av våre klienter begynner å komme i en posisjon der vi vet at «de rette folka» sjekker mail og tar telefonen om vi kontakter dem, og vi kan få våre folk "inn» i hvert fall noen av de «rette rommene», sier Klever.

Den norske elektroniske duoen Smerz består av Henriette Motzfeldt og Catharina Stoltenberg. Smerz fikk innvilget 200.000 kr til den Internasjonale lanseringen av debutalbumet deres på XL Recordings i 2020-2021. Smerz har som målsetting å slå igjennom internasjonalt med albumet. Territoriene de vil fokusere på gjennom å spille konserterer er Europa, USA, Russland (CIS), Australia og Japan. Smerz har allerede turnert en del i Europa, litt i USA og Russland / CIS.

Smerz har nå ferdiggjort sitt debutalbum, og fikk støtte til lanseringen gjennom Music Norways ordning Større Internasjonale Lanseringer. Albumet består av musikk de har laget de to siste årene, og vil i forbindelse med utgivelsen skal slippe en rekke musikkvideoer / kortfilmer.

adhoc-covid19 ordningen

Med adhoc-covid19 ordningen ønsket Music Norway å stimulere bransjen til å møte publikum der de er i 2020, ta nye eller andre verktøy i bruk og manøvrere i en nedstengt og digital hverdag. Her har vi mulighet til å fange opp de som satser på nye tiltak og ikke fanges opp av noen ordninger, men som iverksetter initiativ som svarer på vår felles ambisjon om å nå et internasjonalt publikum. Ordningen videreføres i 2021 under navnet Kickstart 21.

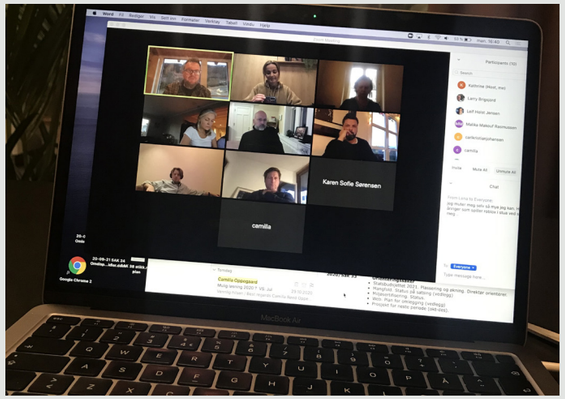
Totalt delte vi ut i overkant av en million kroner til 23 ulike prosjekter i 2020. Spennvidden var stor. Det ble laget digitale konserter, skrevet bøker, hentet inn internasjonale mentorer og utviklet hjemmesider og nye konsepter.

Her fikk Per Ole Hagen, Cecilie Ore, Oslo Clubcast DA, Peter Herresthal, Prytz Produksjon, Brilliance AS Maja Solveig Kjelstrup Ratkje, Det norske solistkor, Paperclip AS, daWorks Books, Årabrot, Tiger safari AS, Jansen Plateproduksjon , GEMS AS, Helena Maria Falk Botolfsen, Fredensborg LP, Pom Poko DA, Oslo Sinfonietta & Cikada, Smalltown Supersound, Standing Ovation AS, Universal, Ekko Agency og Arctic Rights Management tilskudd til å gjøre akkurat det de trengte nå for å nå ut til et internasjonalt publikum.

Ekko Agency var et av selskapene som fikk penger gjennom ordningen. Ekko Songs lanserer en ny plattform som skal gjøre det enklere å velge norsk musikk til TV, film og reklame. Gründerne i selskapet har lang erfaring fra musikkbransjen og synkmarkedet.

– Det finnes utrolig mye bra norsk musikk, men det er tøft å nå frem til de som står bak TV-, reklame- og filmproduksjoner i konkurranse med verdens største artister. Vi håper Ekko Songs vil gjøre det lettere å velge norsk musikk, og at det vil føre til økte inntekter for en bransje som er hardt rammet av pandemien, sier Ann Kristin-Kreutz i Ekko Agency, som står bak plattformen ekkosongs.no.

– Synk er noe som lenge har havnet i bakerste rekke i store deler av norsk musikkbransje, og etterspørselen etter lisensierbar musikk har blitt møtt med store rammeavtaler som eneste løsning, sier Joachim Alte i Ekko Agency. – Vi ønsker å tilby et alternativ som stimulerer og legger til rette for økt bruk av norsk musikk og dermed økte inntekter for norsk musikkbransje. (ballade.no 9/12.20)



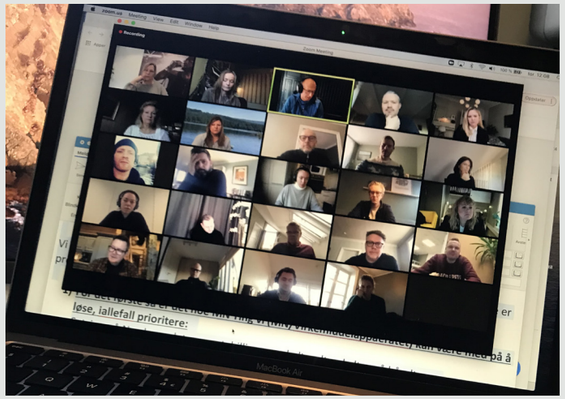
Musikkbransjens syv eksportråd

Høsten 2020 gjennomførte Music Norway en større innspillsrunde med 100 aktører, som eksportselskaper, musikkorganisasjoner og enkeltpersoner, som et ledd i arbeidet med utvikling av Music Norways strategi og for å sikre at bransjens syn ble godt reflektert i arbeidet med regjeringens strategi for den internasjonale kulturpolitikken. Krisen vi er i har også gitt mulighet til å tenke omstilling, nye løsninger og alternative metoder. Vi må vurdere effekten av våre tiltak og hva vi tar med oss videre.

Innspillsrunden ble oppsummert i syv eksportråd, som det kan leses mer om på våre nettsider, rådene kan kort oppsummeres slik: 1. Næringsutvikling – forretningsutvikling og profesjonalisering. 2. Kapital og konkurransevilkår. 3. Rettighetsforvaltning. 4. Hjemmemarkedet som hovedkilde for inntekter og kompetanse i den kommende tiden. 5. Rekruttering. 6. Større kunnskapsgrunnlag. 7. Holde tritt med de digitale mulighetene.

Rådene ble videreformidlet til Utenriksdepartementet og kulturdepartementet, og brukes i det videre arbeidet i arbeidet med den internasjonale strategien for kulturpolitikken. Rådene benyttes også videre i Music Norways operative arbeid.

De siste årene har flere norske musikkselskaper etablert kontorer internasjonalt og vokst til proffe leverandører som følger norske utøvere fra talent til popstjerner. Dette sikrer et miljø som vet hva som kreves for å lykkes internasjonalt og kan gjøre de riktige investeringene som gir verdiskaping i norsk musikkbransje. Det er sentralt at vi greier å vedlikeholde, utvikle og dele den



kompetansen våre etablerte og kunnskapsrike aktører nå sitter på i årene fremover. Vi trenger robuste selskaper som overlever når markedet i perioder svikter. Vi ønsker å utvikle flere kompetanseprogrammer som følger aktørene i bransjen over tid. Vi vil slå et slag for ytterligere profesjonalisering av norske musikkselskaper, som også gir oss konkurransekraft internasjonalt.

Vår ambisjon er å øke norsk kultureksport med 30% innen 2031.

Da må vi være en relevant og aktiv lyttepost som jobber tett på bransjens behov og med et oppdatert kompetansetilbud og relevante tilskuddsordninger. I den nærmeste tiden vil land åpne og lukke. Det vil kreve at bransjen driver relasjonspleie og nettverksbygging på nye måter. Vi har utviklet effektive metoder å gjøre dette på, men det kommer stadig nye plattformer og digitale løsninger, parallelt med at folk flytter på seg. Det krever at vi henger med i svingene slik at vi blir toneangivende internasjonalt. Vi må være smartere når vi promoterer norsk musikk, både hjemme og ute. Vi ønsker å følge norske selskaper og norske utøvere fra du starter lokalt til du vil gå globalt. Vi vil samtidig se nærmere på muligheten til å skille mellom test- og vekstfase for omsøkte prosjekter. Vi må se potensialet for vekst og rekruttering gjennom krisen: Strømmeplattformene har gitt mange norske artister et springbrett ut i verden. Dette skapte det vi kaller eksportvinduet, og vi lærte å se muligheter i store skifter. COVID-19-krisen skaper også et mulighetsrom. Vi vil bruke dette mulighetsrommet til å rigger oss for fremtiden. Lokale forutsetninger gir internasjonale muligheter. Det er helt naturlig at Music Norway blir mer for flere i norsk musikkliv i årene som kommer.

Årets vaffelhjerter 2020

Music Norway deler ut vaffelhjerte-prisen til fremtredende representanter og gode ambassadører for norsk musikkbransjen i året som gikk. For året til tross, noen har gitt jernet og jobbet med hjertet - ekstra mye og ekstra hardt, og aller mest har de jobbet for noen andre enn seg selv – og for noe som gagner mange. Slike initiativ trenger vi, både i 2020 og tiden som ligger foran oss.

Her følger årets vinnere og juryens begunnelse! Music Norway gratulerer!

Johanna Alem / Universal Music / Endringsagentene – årets hjertesak

I en bransje som liker å se på seg selv som åpen og tilgjengelig, er det fortsatt mangel på mangfold. Derfor trenger vi at noen tar ansvar, leder an og beviser at det lønner seg å jobbe aktivt og inkluderende med mangfold mens man bare gjør jobben sin. Du er en Endringsagent in true spirit, og fra første stund ble vi inspirert av deg og ditt mot, ditt vesen og din evne til å begeistre – du er ærlig og direkte, du er engasjert, og din evne til å bruke hele deg for å se de rundt deg, det har tatt deg dit du er i dag. Som en drivkraft i Universal Music, har du sammen med sjefen sjøl vært både kjernen og kraften i deres Task Force for bedre mangfold i norsk musikkbransje. Dere har et oppriktig og genuint ønske om at deres arbeidsplass, at Universal, skal være et lokomotiv som går foran, fordi dere både har evne og ambisjoner om å dra lasset – fordi dere er størst og det forplikter, men også fordi dere mener alvor, og dere tar oppdraget personlig. Dette har varmet våre hjerter – kjære, Johanna og Universal: dere jobber hver dag for å styrke og bedre mangfoldet i norsk musikk bransje, og det synes vi er årets hjertesak! GRATULERER!

Song:Expo – årets team

I annerledes-året 2020 fyller Trondheim Song:Expo 10 år. Og Song:Exop har alltid vært annerledes, i en særdeles positiv forstand. Song:Expo har bygget opp en solid plattform som leverer år etter år. Dere evner å knytte dere til gode partnere, dere har solid markedskunnskap, teft for trender og kjenner låtskrivermiljøer både lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Dette har gjort dere til Norges desidert største låtskriverarena - og mest sannsynlig den med mest resultat på låter knyttet til internasjonale listeplasseringer. Slik har også Song:Expo blitt en unik rekrutterings akselerator. Dere deler nettverk og kunnskap, og bistår gjerne med innsikt, med ressurser og med trøndersk utholdenhet – både i hverdagen og på fest. Summen av alt dette har gjort dere til en rollemodell for andre norske song-camper, og inspirerer nye miljøer til å starte. I uåret 2020 har Song:Expo kastet seg uredde rundt når pandemien var et faktum. Dere har arrangert digitale camper som igjen satte standar for hvordan en holder aktivitet og nettverk i live i utfordrende tider. Dere ønsket også å dele denne erfaringen med andre i form av en guide til hvordan gjennomføre en virtuell låtskrivercamp. Med Renate Eggan i bresjen jobber initativtaker Robin Jensen og hele Song:Expo teamet med en hjertelig drive og er derfor vinnere av årets største vaffelhjerte som Årets Team! GRATULERER!

Tone Østerdal – årets vaffelhjerte

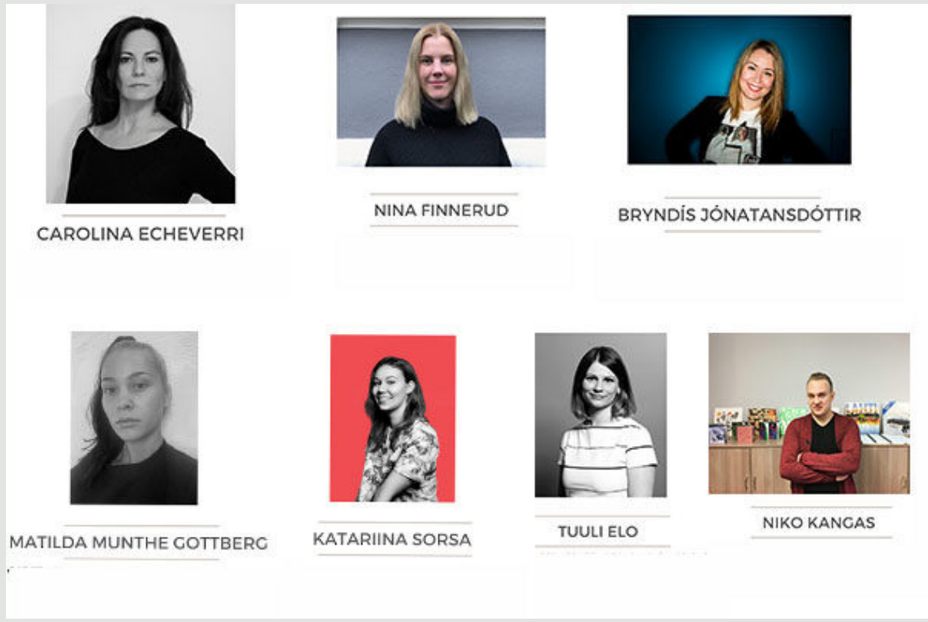
Ikke bare er du daglig leder i Norske konsertarrangører, men vi tillater oss å si at du er leader of the pack 2020. For i år har du ofret deg for oss alle. Din omsorg, din kunnskap og din ledelse har gjort oss stolte av å være en del av norsk musikkbransje, av organisasjonslivet, av felleskapet. For ikke bare har du sett arrangørene og alle medlemmene dine, det har vært like viktig for deg å kjempe for alle i hele næringskjeden – din demokratiske og rause evne til å bruke sunn fornuft i en følelsesstyrt bransje, er til inspirasjon og gir håp for at alle blir med videre. Lite visste du at dette vervet ditt skulle bli bli det viktigste av de alle, og hadde du visst det du vet nå så hadde vi kanskje ikke blitt så godt kjent. Som Subjekt sa: Det er flaks for oss alle at nettopp Østerdal har sittet i dette vervet. Du har vært en av de tydeligste stemmene i å sikre kunst- og kulturfeltet gode krisetiltak, og gjort det umulig for regjeringen å glemme oss, uansett om du er en lokal ildsjel eller en eksportaktør. Ikke bare for departementet, for mediene og organisasjonslivet har du gjort det tilgjengelig (og uunnværlig) – men for alle de som jobber med å arrangere, spille og skru. Kjære Tone. Du er årets vaffelhjerte i kategorien Årets hjerte. GRATULERER!

Morning coffee with the Nordics

Sett under ett er Norden verdens sjette største marked for innspilt musikk, og med en raskt voksende musikkbransje ser talentene fra regionen ut til å være uendelig. Selv flere år etter den første store internasjonale suksessen fortsetter artister, låtskrivere og produsenter fra de nordiske landene å dominere hitlistene over hele verden.

I Morning Coffee with the Nordics gikk vi bak kulissene til noen av de siste suksessene, vi snakket med nyskapende voksende musikkselskaper i de nordiske landene og diskuterte intranordiske samarbeid med artister og labler. I 5 uker sendte hvert nordiske musikkeksportkontor et liveintervju med sin historie over zoom.

Girl in Red, Norge
Viagra Boys, Sverige
The Bank, Danmark
Isac Elliot, Finland
Of Monsters and Men, Island



NOMEX

er et strategisk nettverk bestående av de nordiske eksportkontorene, som i 12 år har samarbeidet på internasjonale prosjekter. Målet er å legge til rette for vekst i den nordiske musikksektoren. I løpet av pandemien har Music Norway, Export Music Sweden, Music Export Denmark, Music Finland og Icland Music snakket ukentlig sammen, delt erfaringer og status på hvordan de respektive land håndterer krisen og kompensasjonsordninger for kulturlivet.

Mer aktivitet i Norden er en strategisk satsing for alle kontor, og en rekke nye prosjekt er etablert, som Morning Coffee og digitale trade-missions eller market-insights, og The Nordic Adisors ble lansert, der syv prosjektledere ansvarlige for innovasjon og kreativitet innen den nordiske musikksektoren gir bransjen sine råd og deler sitt nettverk. Nå som musikkindustrien står overfor store utfordringer på grunn av Covid-19, tror de nordiske musikkeksportkontorene sterkt på å stå sammen og samarbeid på tvers av landegrenser.

Global Music Match forener artister fra hele verden

13 eksportorganisasjoner og 96 artister gjennomførte det som kan anses som verdens største matchmaking-tiltak noensinne innen sjangrene folk, roots og world.

Global Music Match er et banebrytende globalt prosjekt som tar sikte på å hjelpe eksportklare artister innenfor trad-sjangeren til å utvide sine nettverk og øke sin internasjonale synlighet. Initiativet var en direkte respons på pandemien med målsetning om å løfte frem lokale artister ved å benytte sosiale medier til nettverksbygging.

Music Norway valgte ut seks norske artister til programmet. Initiativet hadde en varighet på 6 uker, fra 31. august til 11. oktober.

Hver uke fikk en artist fra hvert land introdusere en artist fra et annet land i sine egne kanaler, ved å engasjere seg med og promotere dem i sosiale medier.

I juni ble det kjørt en test-versjon av programmet med fire artister hvor norske Nordic Fiddler's Bloc deltok.

– Prosjektet ga artistene som deltok en fantastisk mulighet til å vise seg fram internasjonalt. Vi har erfart at antall følgere på sosiale medier økte, og det utviklet seg både vennskap og fine musikalske samarbeid. Dette lover godt med tanke på fremtidige turnémuligheter i nye territorier, sier prosjektansvarlig i Music Norway Aslak Oppebøen.

Prosjektet ble initiert av Sounds Australia, Showcase Scotland Expo og East Coast Music Association (ECMA, Canada) i samarbeid med Music Norway, Music Estonia, Music Finland, Iceland Music, English Folk Expo, Focus Wales, Culture Ireland, Spectacle Vivant en Bretagne France, LUCfest Taiwan, og Puglia Sounds Italia.

Kajsa Balto
Sarah-Jane Summers & Juhani Silvola
Karl Seglem
Darling West
Susanne Lundeng
Guro Kvifte Nesheim (GKN5).

Kine Lundervold

Jennifer Gunn

Amira Morstaq Ali

Charlotte Bendiks

Elle Marja Isaksen
(ISÁK)

Tatiana Palanca
(Miss Tati)

Empowering the women in the musicindustry!

I mars inviterte Music Norway og Oslo World våre norske Keychange deltagere til å bli med til Amman i anledning det norske statsbesøket med Hans Majestet Kongen og Hennes Majestet Dronningen til Jordan i 2 -3 mars.

Dronning Sonja bidro til å sette temaet "Empowering the women in the music industry" på agendaen, og ved hjelp av nettverket til Oslo World Festival og Alexandra Archetti Stølen

fasiliterte Music Norway for 2 dagers seminar der vi diskuterte felles problemstillinger, muligheter og delte erfaringer om å være ung kvinne i musikkindustrien med musikkbransjen i hele regionen; fra Jordan, Libanon og Palestina. Under oppholdet møtte vi lokale musikkbransjen, og deltok i det formelle programmet med Innovasjon Norge, politisk ledelse og kongehuset. Under vennskapsmiddagen opptrådte ISAK og Hind Hamed fra Jordan.

Støttet av Creative Europe-programmet i EU, er Keychange et globalt nettverk og bevegelse som arbeider for å oppnå full likestilling og bedre mangfoldet på scenen og musikkbransjen. Keychange består av partnere som samarbeider fra 12 forskjellige land, og jobber proaktivt for å gjøre denne endringen. I 2020 deltok tre artister og tre bransjefolk fra Norge deltar i prosjektet. I Norge ledes Keychange-prosjektet av Oslo World, som er en av 13 offisielle partnerfestivalene i Keychange 2.0. Music Norway og Talent Norge er partnere i Keychange 2.0.

Endringsagentene

Mangfold er et prioritert felt for Music Norway. Vi anerkjenner at vi ikke når alle med våre tilskuddsordninger og savner et bredere mangfold i musikkbransjen. I løpet av 2020 har en gruppe på 10 personer møttes jevnlig for å snakke om hvordan vi kan øke det flerkulturelle mangfoldet i musikkbransjen i alle ledd. Vi er klar over at dette ikke er en «quick fix».

Endringsagentene er etablert, vi har arbeidet målrettet med å få -agentene inn i styrer og juryer, vi har holdt «Åpent Hus» og Einar Idsøe Eidsvåg er blitt sertifisert mangfoldsleder i regi av SE-EMA.

Endringsagentene er Music Norways rådgivende organ for større flerkulturelt mangfold i musikkbransjen. Rådet er sammensatt av aktører med mangfolds bakgrunn i norsk musikkbransje som Music Norway ønsker å sette søkelyset på. Rådet skal bidra til en generell bevisstgjøring rundt problemstillinger knyttet til mangfold og inkludering i norsk musikkbransje. Rådet skal gi anbefalinger om tiltak som skaper en mer inkluderende bransje og slik bidra til at flere føler seg representert og respektert i musikkmiljøer som oppleves som lukket og begrensende. Målsetting er å formidle stemmer og perspektiver norsk musikkbransje trenger flere av.

– Etter mye pizza og workshops (og en pandemi) så har rådet blitt våre Endringsagenter. De er vi stolte av! De har åpnet døren til seg, så vi kan åpne dører for dem. Vi har definert oppdraget og etablert rådet, og nå håper vi en systematisk innsats over tid vil bidra til at vi når frem til flere og være en døråpner for mange, sier direktør i Music Norway, Kathrine Synnes Finnskog.

Saleh Mahfoud - artist og label manager Ok World
Roza Aghili Taslimi - prosjektkoordinator Music Norway
Hamza Hirsi - tekstforfatter
Godfrey Manoharn - arrangør/manager
Mayoo Sivanantham - manager
Yunus Daar - manager/a&r Nora Collective
Johanna Alem - head of promotion and events Universal
Samsaya Sharma - artist/label manager
Kim Thanh Ngo - produsent/dj/artist
Amira Morstaq Ali - prosjektleder NRK
Einar Idsøe Eidsvåg - rådgiver Music Norway

Lise Davidsen vinner av Årets internasjonale suksess 2019

Torsdag ettermiddag mottok den lyrisk dramatiske sopranen Lise Davidsen Spellemann og Music Norways pris Årets Internasjonale Suksess 2019

Juryens begrunnelse: Da Årets internasjonale suksess for 2019 skulle kåres, hadde juryen en tøff oppgave foran seg. Etter nok et godt år for norsk musikkeksport var det mange verdige kandidater som representerte et vidt spekter av sjanger og bredde som hadde truffet en nerve utover norske landegrenser. Likevel var det en kandidat som pekte seg klart ut. Etter et strålende 2018 kunne Lise Davidsen vise til platekontrakt med Decca Classics, Spellemann-nominasjon og imponerende sceneopptredener over hele Europa. I 2019 fulgte hun opp suksessen, og tok nye store steg. Det var året hun oppnådde den sjeldne bragden å nå førsteplass på UK Classical Charts, som første Opera-sopran i historien.

Det var også året hun ble omtalt som «århundrets stemme» i New York Times og sikret seg utrolige tre sesonger på prestisjetunge The Met. Samme år debuterte hun på Festspillene i Bayreuth

og kan nå simpelthen velge og vrake i prestisjeoppdrag på den internasjonale Operascenen. Med alle disse milepælene var ikke juryen lenger i tvil. Prisen for Årets Internasjonale suksess går dermed til Lise Davidsen.

I Lise Davidsen har hele verdensscenen fått en ny stjernesopran. Hennes musikalske bragder det siste året mangler sidestykke i norsk sammenheng, og revitaliserer den klassiske musikken for både gamle og nye lyttere. Vi er ordentlig stolte over å kunne hedre en av de aller største norske musikalske stjernene i verden akkurat nå.

Gir 100.000 kr til Sandefjord VGS

Davidsen mottok også et stipend på kr 100.000 med navnet «det var her det begynte» som hun velger å gi til Sandefjord VGS, hvor hun selv gikk på musikklinjen

Åpent hus

Våre Åpne hus er en seminarrekke med nyttig informasjon og inspirasjon for musikkbransjen. Hva skjer i verden? Hvordan kan du være synlig i 2020? Hvilke nye visumregler er det nå? Hvordan kan du få tilskudd? Og andre nyttige tips og triks for å klare seg i musikkbransjen 2020.

Åpent hus har foregått både fysisk på kontoret og digitalt på zoom. Temaene i 2020 var:

Hva skjer i 2020 da?

For det er nytt år og nye muligheter. Derfor åpner vi på dørene og viser deg planen for 2020. På årets første Åpent Hus presenterer Music Norway hva vi kan gjøre for deg.

Hvordan bygge en global markedsføringsstrategi

I vår aller første heldigitale versjon av Åpent Hus inviterte vi bransje-eksperter fra UK, USA og Tyskland, for å dele sin kunnskap og sine erfaringer om hvordan nå ut med digital markedsføring. Moderator Tim Dunham fra 777 Music og U OK? ledet oss igjennom paneldebatten med Rachel Stoever fra The Orchard US, Marie-Luise Helmer, direktør i Ease Agency GmbH, i Tyskland, samt Jamie Skinner, freelance digital media-konsulent fra UK.

Introduction to the Mexican music market

Malfi Dorantes, direktør i det meksikanske presse- og konsulentbyrået MalfiCo, introduserer oss til det meksikanske musikkmarkedet og deler den beste praksisen for å få tilgang til publikum på en effektiv måte.

Internasjonal PR, hvordan fortelle din historie

Vi snakker med Kitty Lester, grunnlegger av Childhood PR, Inge Colsen, grunnlegger av Gold Atlas PR, Sven Städtler, head of PR hos verstärker og moderator Chalrotte Öquist fra Act Entertainment om hvordan gjennomføre en vellykket internasjonal PR-kampanje.

Mental helse på agendaen

I samarbeid med Musikkhjemmekontoret snakker vi med psykoterapeut og grunnlegger av Music Industry Therapists & Coaches (MITC), Tamsin Embleton, om mental helse i musikkbransjen. Sammen med psykoterapeut Sital Panesar (MITC), vil de ta for seg de spesifikke yrkesstressfaktorene de som jobber i musikkbransjen står overfor, samt den ekstra utfordringen som Covid-19 nå utgjør. Man vil lære hvordan man bedre kan ta vare på seg selv og de rundt seg med tips for angstlindring og arbeid i selvisolasjon.

Fremtidens A&R

Rollen som A&R har forandret seg mye i løpet av årene og dens relevans utfordres stadig i en tid hvor artistene har tilgang til de fleste verktøyene og kan gjøre alt selv. I dette panelet snakker vi med den nye generasjonens A&R. Hvordan ser de på fremtidens musikkbransje, dagens lydbilde og hva legger de i rollen som A&R? Vi snakker med Nora Mamdu, A&R Universal Music Norge, Nasra Artan, Junior A&R Warner Music Norway, Yunus Daar, A&R og manager Nora Collective.

En mangfoldig musikkbransje

Musikkbransjen ser på seg selv som mangfoldig, men er den det? I starten av 2020 så man stor endringsvillighet og det ble satt søkelys på mangfold. Hva er status i Norge og hva kan og må gjøres? Vi snakker med Johanna Alem, Samsaya Sharma og Rosa Taslimi som alle er en del av Music Norways Endringsagenetene.

LA, Mexico og Tokyo

I 2020 ble tilbudene om å delta på markedsreiser, som vi kaller trade missions, flyttet over på digitale plattformer. Når vi arrangerer trade missions så er det med et mål om at musikkselskaper og aktører i Norge skal kunne utvide sin internasjonale virksomhet. Dette via tilgang til oppdatert markedsforståelse, lokale bransjeaktører og andre relevante mekanismer som gir bedre grunnlag for eventuelt å satse videre i de aktuelle markedene. I 2020 gikk ferden virtuelt til blandt annet Mexico City, Los Angeles og Tokyo. Her fikk delegasjonene skreddersydde paneler, nettverket med lokal bransje, delta i pitche-sessions og markedsgjennomganger med mer.

Mexico er et av verdens raskest voksende strømmemarkeder

Første session var et webinar åpent for alle der Malfi Dorantes, direktør i det meksikanske presse- og konsulentbyrået MalfiCo, introduserte oss til det meksikanske musikkmarkedet. Siden fulgte to dager med et skreddersydd program for deltakerne satt sammen i samarbeid med Malfi.

Mexico fungerer som en døråpner til resten av Latin-Amerika, og da spesielt Colombia, Chile og Peru. Music Norways tilskuddsordninger bekrefter at norske artister nyter godt av dette, og at antall søknader som gjelder konsertvirksomhet og promotering i Mexico har økt de siste årene.

Filmkomponister til LA

Et av arrangementene var en trade mission for filmkomponister fra Norden til Los Angeles hvor komponistene pitchet til music supervisors og fikk råd og tips fra beslutningstakere om hvordan optimalisere mulighetene i film og tv bransjen.

Markedsoppdatering i Tokyo

Den årlige reisen for bransje og låtskrivere til Tokyo ble utsatt til 2021. Dette ble byttet ut med en dag med markedsoppdatering på det Japanske markedet med Haji Taniguchi. Der gikk han gjennom hvordan situasjonen i det japanske musikkmarkedet er i 2020 og hva som er det viktigste å tenke på når du sikter mot Japan.

Mer om vår aktivitet i 2020 kan du lese i årsrapporten på side 64.

Musikkbransjen er på nett!

Alle avlysninger og de fysiske begrensningen sendte alle festivaler, showcaser, kurs og konferanser på nett. Vi lot oss imponere over alle 2679 som logget seg på og deltok på 75 arrangementer! Det ble til slutt 36 møteplasser som samlet 985 deltagere og resulterte i 1604 registrerte møter. Midt i en pandemi!

For de aller fleste av oss ble mulighetene til å opprettholde og utvide de internasjonale nettverkene begrenset da pandemien kom og vi gikk over til digitale møteplasser. Jennifer Gunn i Made Management har allikevel oppnådd resultater på digitalisert nettverking og har deltatt på flere digitale bransjetreff det siste året.

- Jeg har for eksempel fått en labelavtale med et team og selskap hverken jeg eller artisten har møtt ansikt til ansikt. Hele engasjementer, tilliten og vennskapet er bygget over telefon og videocalls.

- De fleste jeg har møtt har vært døråpnere inn til både små og store muligheter, samtidig har jeg fått noen gode samtalepartnere hvor vi kan dele erfaringer og råd. I tillegg har jeg jo også brukt tid på å bli kjent med folk jeg ikke jobber direkte med pr dags dato, men dette ser jeg på som en investering da det potensielt kan dukke opp det rette tidspunktet og de rette prosjektene for et samarbeid i fremtiden

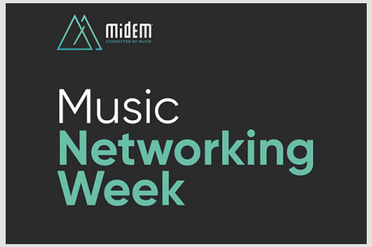
Bruk det nettverket du allerede har, er ett av Gunns tips for hvordan skaffe seg nye kontakter online.

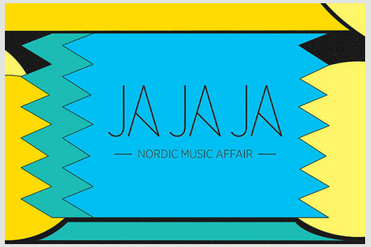
- Ikke vær redd for å spørre "om noen kjenner noen som evt. kjenner noen" og spør pent om de kan gjøre en intro. Det er utrolig hvor liten verden egentlig er. Jeg opplever at folk er veldig åpne for å komme med tips og dele nettverket sitt, sier Gunn.

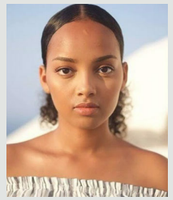
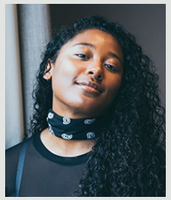
- Ta kontakt og spør om du kan få et kort møte med dem, og gjerne ikke gå rett på sak med å "selge" de noe, men vis at du også er interessert i å bli kjent med dem. Det er ofte slik gode samarbeid starter, at man har en god kjemi.

- Delta på digitale bransjetreff og benytt deg av delegatlisten og digitale møteplasser som arrangeres under disse festivalene.

- Vær nysgjerrig, hyggelig og kjenn din besøkstid.





- Aldin Duratovic - Malwina Witkowska - Maria Bringsjord -
- Nasra Artan - Nora Mamdu - Nikolaj Nordbak Gloppen -

Master

Master er et kompetanseprogram (1 år) som skal sikre rekruttering av yngre bransjetalenter med internasjonale vekstambisjoner. I tillegg til 5 faglige samlinger i innland/utland får hver program-deltaker tilbud om mentor veiledning.

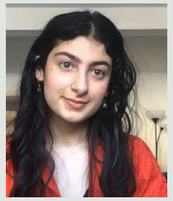
Master er et skreddersydd ledelsesprogram for unge, dyktige og fremoverlente bransjetalenter i norsk musikkbransje. Programmet har som mål å ruste deltagerne opp til å lede et selskap samt forvalte rettigheter og karrierer i Norge og internasjonalt.

Master består av inspirerende fagsamlinger samt individuell oppfølging over en periode på litt under ett år. Programmet har oppstart august 2020 og gjøres i samarbeid med Musikkontorene i Norge.

Gjennom fagsamlinger i 2020/2021 vil deltakerne tilegne seg relevant kompetanse innenfor alt fra musikkbransjekunnskap til tematikk som forretningsutvikling, strategi, ledelse, konflikthåndte-ring, forhandling og presentasjonsteknikk.

I Master vil du møte sentrale aktører fra norsk og internasjonal bransje som vil dele fra sine beste og verste øyeblikk i karrieren;

- Hva skal egentlig til for å lykkes internasjonalt?
- Hvordan leder man seg selv oppe i det hele?
- Hva er de beste rådene de aldri fikk?



- Ronja Brox - Yones Branes - Viljar Siljan -

Du vil møte et trygt rom der erfaringsutveksling fra programdeltakernes egen arbeidshverdag vil spille alle bedre og hvor du vil bygge verdifulle relasjoner, som du tar med deg videre inn i ditt framtidige arbeid.

Tross nedstenging ble det gjennomført fagsamlinger for Master kullet gjennom høsten 2020, og avsluttes sommeren 2021.

Malwina: Det å være med på master har vært en spennende og lærerik prosess for meg. Jeg ser hvordan utviklingen har gått fra starten av, og fram til slutten av programmet - måten jeg jobber på er blitt forandret. Jeg ser også en tydelig utvikling av No Earplugs. Jeg var den eneste re-presentanten for jazzmiljøet, og jeg fikk innsikt i den andre siden av musikkbransjen, som andre kollegaer på programmet representerer. Det var utfordrende, kanskje også litt skremmende i begynnelsen, men et meget lærerikt møte. Jeg fikk masse tips og ideer for å utvikle meg selv og selskapet mitt.

Ronja: Jeg har fått tidenes mentor og 'fornøyd' er en underdrivelse. I tillegg til å være skarp og ressurssterk, har mentoren min rustet meg med uvurderlig innsikt og vært vidunderlig raus med tiden og nettverket sitt. Jeg har hatt gleden av å få en lærd innføring i music publishing samt bransjestrukturene i UK av Pete Simmons, Director of A&R hos Universal Music Publishing UK - a true legend!

Aldin: Det har vært veldig lærerikt og behjelpelig! Det har vært et variert program som har dek-ket de fleste aspektene av musikkbransjen, og det har vært spesielt kult å connecte med likesin-nede mennesker fra bransjen.

KUPP 2.0.

KUPP er et utviklings-, nettverks- og promoteringsprogram for unge, lovende komponister under 35 år, initiert av Norsk Komponistforening, Talent Norge, NB Noter og Music Norway med støtte fra Sparebankstiftelsen DNB og Det norske komponistfond. Seks komponister deltok i første utgave av KUPP 2018-2019. Ambisjonen for programmet er å utdanne og bistå komponistene i deres internasjonale arbeid, med mål om flere samarbeid, fremføringer samt et større kjennskap til internasjonale bransjekontakter. I programmet får komponistene også i oppdrag å komponere for et ensemble, gjerne med utgangspunkt i eksisterende eller ønskede samarbeid.

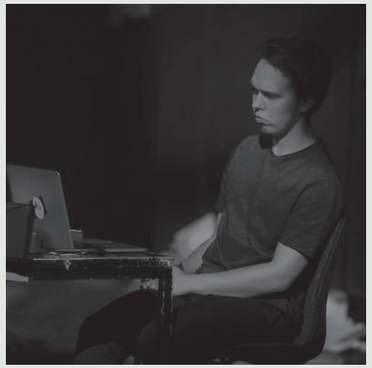
I denne fasen blir med profesjonelle ensembler. Det legges her opp til et tett og dynamisk samarbeid der Music Norway og Norsk Komponistforening også vil knytte det faglige innholdet enda tettere opp mot den enkelte deltaker, basert på samtaler og kunnskap om hvor hver av dem står i sine karrierer, hvilke prosjekter de holder på med og hvilken retning de jobber i.

–Bestillingen av verk er et sentralt element i KUPP, og det er særlig gledelig å kunne lyse ut nye midler i så uforutsigbar tid som vi er inne i nå. Jeg tror både på innholdet, verkene og fremtiden, og jeg håper og tror at KUPP oppleves viktig for de som får sjansen til å delta.

– Kathrine Synnes Finnskog, Music Norway

Programmet går over ett år og består av kursing, mentorsessions, promotering, nettverkssamlinger, komponering av nye verk samt møter med programansvarlige i festivaler, plateselskaper og andre relevante aktører. Det blir lagt opp til fire felles samlinger, hvor komponistene dels arbeider i gruppe, dels individuelt. Ved deltakelse i programmet forplikter komponistene seg til å delta i samlingene og til å jobbe aktivt og målrettet mellom samlingene i programmet.

Komponistene som er valgt for 2020/2021 av en ekstern jury er Tze Yeung Ho, Maja Linderoth, Michaela Antalova, Agnes Hvizdalek, Steinar Yggeseth, Martin Hirsti Kvam og Tine Surel Lange



Tze Yeung Ho
Michaela Antalová
Martin A. Hirsti-Kvam
Maja Linderoth
Steinar Yggeseth
Tine Surel Lange
Agnes Hvizdalek

"Thanks for a great talk, feels a bit like after a heavy workout lol."

- Niilas

Brooke Black , Consultant, USA
Helen McLaughlin, Warner Music Sweeden, Sverige
Wen Wen, Hermark Culture, Kina
Isabel Soffer, GlobalFEST / LiveSounds, USA
Fabrice Martin , La Mission, Frankrike
Sven Städtler , Verstärker , Tyskland
Micke Lindevall, Dbaser, Sverige
Michail Stangl, Boiler Room , Tyskland
Katja Heldt, Musicologist and music journalist, Tyskland
Victoria Ree, Concord Music Publishing, UK
Naveen Deshpande, Mixtape, India
Peer Steinwald, Budde Music, Tyskland
Inge Colsen, Gold Atlas, USA
Marie-Luise Heimer, Ease Agency, Tyskland
Malfi Dorantes, MalfiCo, Mexico
Kitty Lester, Childhood PR, UK

én til én veiledning på nett med internasjonale aktører.

Hvordan holde aktiviteten oppe og bygge nettverk internasjonalt midt i en pandemi? Vi har valgt å tilby bransjektører i Norge én til én møter digitalt med internasjonale veiledere. I løpet av året har 16 internasjonale bransjeaktører stått klare til å ta i mot de som ønsker råd.

Her har bransjen fått mulighet til å få de beste lokale rådene i noen av de mest fremtredende musikkmarkedene. Music Norway har funnet frem til et knippe musikkbransjefolk fra vårt nettverk som er eksperter innenfor sitt definerte marked. De deler gjerne sin kunnskap med vår bransje.

Gjennom veiledningstimene tilbys skreddersydde råd tilpasset behov, enten du er et management, plateselskap, eller artistrepresentasjon.

Music Norway takker styreleder Leif for kaffen!

Fra opprettelsen av Music Norway i 2012 og frem til årskiftet 20/21 har styreleder Leif Holst Jensen fulgt opp Music Norway, ledet oss fusjonering, etablering og stabilisering. På hans vakt har Music Norway levert på oppdraget, økt bevilgningene og økt musikkeksporten. Holst Jensen har vist stor tillit til en organisasjon som har fått lov til å prøve, øve og få på plass de nødvendige ordninger og relevante virkemidler som en moderne eksportorganisasjon trenger. Under mantra «lytte til bransjen» har mandatet gitt av kulturdepartementet i 2012 vært viktig for å holde stø kurs og riktig retning, under stabil ledelse av styret og styrleder Leif. Takk for kaffen! Du har vært veldig kjekk å ha! Takk til alle styremedlemmer som har vært med i din periode, det har vært konstruktive diskusjoner og god dialog som har gitt Music Norway den posisjonen den har i musikklivet i dag.

Med hilsen Kathrine & staben

Det har vært utrolig fint å kunne følge norsk musikkliv siden oppstarten av Music Norway i 2012. Bredden, profesjonaliteten, engasjementet og interessen ute har imponert meg. Jeg kom inn som styreleder helt i starten, etter å ha vært styreleder for Rikskonsertene. Overgangen mellom skolekonserter og internasjonale ambisjoner kan virke stor, men overalt handler det om glede med formidling og gode opplevelser for publikum. Da vi skulle lage vedtektene slo vi fast at arbeidet til Music Norway skulle ta utgangspunkt i bransjens behov. Det har vært viktig, og er det fortsatt. Vi er heldige som har såpass god statlig støtte til musikkeksport. Dialogen med bransjen og fokus på internasjonal suksess står sentralt. Når jeg nå har gått av som styreleder, så er det med stolthet over det vi har fått til sammen, og at staben i Music Norway er dedikert og engasjert. Så føler jeg meg også trygg på at nytt styre vil peke ut nye mål sammen med stab og bransjen, og at norsk musikk vil nå ut til ennå flere i årene som kommer.

Sommerhilsen fra Leif Holst Jensen, avtroppende styreleder Music Norway 2012 – 2020.

ÅRSRAPPORT 2020

I 2020 hadde Music Norway planlagt for et ordinært driftsår, men pga covid-19 ble virkemidler og aktivitet justert og nedskalert ettersom reiser og prosjekt ikke lot seg gjennomføre. Avlysninger har gitt et direkte tap av inntekter i hele bransjen. Music Norway har gjennomført umiddelbare tiltak for å svare på utfordringene felte møter i denne økonomiske krisen. Viktigst har vært å få satt tilbakebetalingstopp for tilskuddsordninger, og har i dialog med Utenriksdepartementet fulgt opp Kulturdepartementets vedtak. Som følge av reiserestriksjonene ble det besluttet å styrke tilskudd til markedsføringstiltak i perioden en ikke kan være fysisk til stede. Alle midler fra avlyst aktivitet ble i 2020 overført søkbare ordninger.

Siden Kulturdepartementet opprettet Music Norway i 2012, har eksporten vokst år etter år. Dette har akkumulative effekter, og ambisjonsnivået vokser. Flere suksesser gjør at den kollektive selvtilliten i bransjen aldri har vært høyere. Musikklivet er tydelig motivert av den posisjonen norsk musikk har inntatt internasjonalt, med kommersielle og kunstneriske suksesser i alle formater og sjangre. Med verden som arbeidsmarked vil inntektene til norske musikere og utøvere øke og slik styrke kunstnerøkonomien lokalt. Pandemi til tross, så lever disse ambisjonene og vi merker en økende interesse for å se flere muligheter og etablere friske nettverk i nye markeder.

Music Norway opprettet en adhoc ordning for å svare på nye utfordringer som følge av krisen med tilskudd til prosjekter som stimulerer til ny aktivitet i norske musikkselskaper. Bortfall av konsert- og salgsinntekter gjør at vi må få flere midler effektivt ut til prosjekt som kan vedlikeholde internasjonal aktivitet og genere fremtidige inntekter. Søknadsbehandling ble endret til ukentlig hastebehandling i perioden til normalisering. Dette er en utdelingstakt som ikke er bærekraftig over tid, selv med omdisponeringer innenfor våre budsjetter. Norge har mange sterke musikkeksportprodukter som i normale tider har stort avtrykk i digitale kanaler. Den siste tiden har vi sett en kraftig styrkning av den digitale tilstedeværelsen til våre konkurrenter internasjonalt, som blir særlig relevante gjennom perioden med reiserestriksjoner. Vi vil derfor anbefale en permanent ordning for digital formidling av kunst- og kulturprosjekter til musikkeksportselskapene som har igangsatt aktivitet internasjonalt og opplever etterspørsel. Tilskudd bør baseres på markedsprinsipper. Midler til markedsføring av norsk musikk internasjonalt bør styrkes. Music Norway styrket sin forvaltningskompetanse i 2020, har kapasitet til å forvalte en økt søknadsmengde og økt bevilgning.

I løpet av 2020 flyttet også våre prosjektledere fokus, og var gode rådgivere som bisto der og når det skjer. Virkemidlene våre gir best effekt når de virker sammen, og en sunn balanse mellom tilskudd og rådgivning når vi normaliserer driften etter pandemien. Profesjonaliseringen i bransjen har kommet et godt stykke, men vi ser at bransjens internasjonale nettverk har flytta på seg og trenger å revitaliseres. Flere av aktørene melder også at det blir et stort behov for å reise ut å møte sine samarbeidspartnere for å gjøre nye avtaler post-pandemi. Samtidig er det mange som står i kø, og det globale markedet åpner opp i utakt. Music Norway har henvendt seg til våre nasjonale aktører under pandemien, og vi tar med oss disse erfaringene videre. Vi vil møte nye talenter tidligere, og korte ned distansen mellom Musikkontorene i regionene og Music Norway sentralt. Forlaget om å opprette en ny stilling i Bergen er interessant og bør vurderes i 2021.

I 2020 nedskalerte vi aktiviteten og midler ble overført søkbare tilskuddsordninger. Forvaltningen har vært preget av Covid-19-pandemien pga stort fall i antall søknader innen reisetilskudd/møtevirksomhet. I stedet har vi sett en større økning i søknader om Bransjetilskudd. Music Norway har orientert Kulturdepartementet om tilpasning av ordninger og behov for tilskudd gjennom hele 2020, og god dialog med både Kulturdepartementet og Utenriksdepartementet har gitt oss fleksibilitet innenfor gitte rammer, og organisasjonens forvaltingsavtale med Utenriksdepartementet er forlenget ut 2021.

I tilskuddsordningen for **arrangørtilskudd**, som omfatter delegatprogrammer, presse- og ekspertbesøk og låtskriversamlinger ble gjennomført med 4 søknadsrunder. Det kom inn 31 søknader, hvorav 29 ble innvilget. Det ble søkt om 3,6 mill og innvilget 2,4. I **reisetilskuddsordningen til konserter, møtevirksomhet og co-writes** i utlandet, ble det kun innvilget 3,3 mill grunnet svært begrenset antall søknader som følge av reiserestriksjoner. Det ble i alt søkt 9 mill. Det kom inn 269 søknader, 187 ble innvilget. I årets to siste runder ble midlene omdisponert til å brukes på markedsføringstilskudd i stedet for reise. Flesteparten av søknadene som kom inn var til ulike former for PR- og markedsføringstiltak. I **tilskuddsordningen for markedsføring** har situasjonen også vært helt spesiell grunnet Covid-19. Dette er den aktiviteten man kunne gjennomføre i 2020, og den årlige rammen på 2 mill ble fort sprengt. Som et svar på akutt situasjon i musikkbransjen, justerte vi derfor 18.mars retningslinjene og økte rammen i ordningen til 2,9 millioner. Disse justerte retningslinjene ble i stor grad videreført ut året. Midlene ble fordelt på 125 søknader. Det er verdt å merke seg at det ble søkt om hele 9,8 millioner kroner i markedsføringstiltak i 2020, mot 2,7 millioner i 2019. Dette sier mye om viktigheten av markedsføringstilskudd når reising ikke lar seg gjennomføre.

I august 2020 lanserte vi den midlertidige ordningen Ad Hoc Covid-19. Vi står foran en periode der vi ikke kan gjennomføre det vi har planlagt av prosjekter i 2020/21, og målet med denne ordningen er å bidra til å utvikle og igangsette prosjekter som holder produktiviteten i gang og

ansatte i arbeid. Midlene skal stimulere til nye aktiviteter, omstilling og/eller kompetanseheving i norske musikkselskaper. I løpet av året kom det inn 62 søknader. Det ble søkt om 5 millioner og innvilget ca. 1,1 millioner i denne ordningen fordelt på 23 søknader. Erfaringer fra 2020 vil bidra til en omlegging av tilskuddsordninger som gir større fleksibilitet for søkere som lanseres til 1 mars 2021. Det er fortsatt et mål å øke de økonomiske rammene i tilskuddsordningene for eksportaktivitet.

Gjennom 2020 har organisasjonen aktivisert der vi kan for å oppnå formålet og vedlikeholde kampanjer og internasjonale nettverk, gjøre kompetanseprogram og kurs relevante i en pandemi. Vi har tilpasset digitale løsninger og laget et bredt tilbud uten å lage støy i en hardt presset bransje. Vi har gjennomført flere spørreundersøkelser for å ta tempen og justere virkemidler i takt med behov. Vi deltok har deltatt i flere internasjonale råd og grupper som forsøker å finne nye løsninger, og opplever at den norske modellen er etterspurt i internasjonale forum.

Årlig er Music Norway tilstede sammen med norsk bransje på 35 internasjonale og 30 norske nettverksarenaer. Music Norway utvikler det internasjonale delegatprogrammet i samarbeid med de norske nettverksfestivalene, og henter inn internasjonal kompetanse til eksportklare norske utøvere og aktører. Til tross flere avlysninger, har de fleste raskt laget digitale alternativer. I løpet av 2020 ble de fleste arrangert digitalt, og norsk bransje fikk tilbud om deltagelse samt andre opplegg som erstattet planlagt aktivitet. Det ble gjennomført 32 prosjekter i Norge, og 35 internasjonalt. Rapportene melder om at dette kan være krevende å prioritere når alt må planlegges og en ikke får noe "gratis" gjennom eksisterende nettverk og fysisk sosialisering. Å få tilgang til en database med musikkbransjefolk eller digitale barer engasjerer i mindre grad. Et par melder likevel at de har klart å utvide sitt internasjonale nettverk i noe grad. Deltagerne etterlyser sektorspesifikke tilbud og B2B nettverksmuligheter, som vi må arrangere før og etter digitale event. Korte, effektive og nære event gir mest, mens at konferanser som arrangeres i en helt annen tidssone og på andre språk er utfordrende. Å navigere rundt på plattformer hvor mesteparten av programmet og nettverksinformasjonen ikke hovedsakelig er tilrettelagt for engelskspråklige delegater blir for krevende.

Music Norway fortsetter å tilby deltakelse på relevante internasjonale digitale arenaer for å holde døra åpen til den globale musikkindustrien. Det er interessant å registrere at 22 deltok på Africa Sub Sahara og at nye markeder er mer relevante for flere. Sammen med de norske festivalene diskuterte vi ulike løsninger for delegatprogrammer digitalt, og deltok i flere pilot-prosjekt. MUTEK Japan + MX er to festivaler i en som ble strømmet i Japan og Mexico, i samarbeid med de to norske festivalene EKKO i Bergen og Insomnia i Tromsø tok de opp 4 konserter i Norge som ble sendt under MUTEK. Oslo World Digitalt besøksprogram ble utarbeidet i samarbeid med Sentralen og 221 delegater deltok (51 norske, 170 utenlandske). Oslo World kuraterte fem artister med en profilfilm som vi sammen presenterte internasjonalt. Global Music Match bidro til digital matchmaking hjelper vi norske artister innenfor tradisjonsmusikksjangeren å møte internasjonale kolleger og utvikle gjennom videomøter, intervjuer og strømmede konserter i hverandres sosiale mediekanaler. 7 norske artister deltok, som over 6 uker ble presentert i 14 land. Partnerskap med de viktigste europeiske bransjefestivalene (The Great Escape, Reeperbahn, Eurosonic) bidro til 23 norske showcaser, fulgt opp av 6 B2B event. Det ble gjennomført 2 digitale messer, med 13 delegater fra Norge.

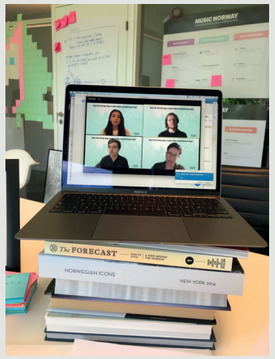
Music Norway trappet ytterligere opp innsatsen i Norden, og gjennom vårt nordiske samarbeid i NOMEX arrangerte vi flere digitale seminar som erstattet alle avlysninger. JAJAJA Wired samlet 186 aktive deltagere. Morning Coffee presenterer nordiske musikksuksesser, i samtale med selskapene bak artistene. 6 sessions ble sendt, og nådde i snitt 500 pr episode. Sammen arrangerer vi handelsreiser/trade missions til de viktigste markedene for å øke bransjens markedskompetanse, nettverk og norske samarbeid. **I 2020 ble det arrangert 8 trademissions** til bla LA for filmkomponister og til Mexico.

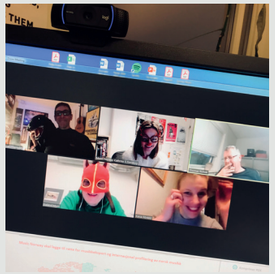
Music Norway viderutvikler sine kompetanseprogram for norske utøvere og selskaper. 10 unge bransjetalent deltok på Master, samlingenen foregikk til dels digitalt, og ga økt kompetanse om det å drive et selskap i musikkbransjen og hvordan man jobber internasjonalt fra Norge. KUPP mottok en ny runde tilskudd fra bla Talent Norge og i 3 år får 7 nye og unge komponister delta i dette programmet. Gode erfaringer fra program som Master og KUPP skal videreføres til flere tiltak for sektor/sjanger grupper. Keychange ble initiert av PRS for Music i England for å bedre likestilling og mangfold i musikkindustrien. Oslo World, Music Norway og Talent Norge er partnere i Keychange. Vi inviterte våre 6 norske Keychange deltagere til midtrøsten i anledning Norges statsbesøk til Jordan der Dronning Sonja satte «Empowering the women in the music industry" på agendaen. Music Norway etablerte et råd for styrke flerkulturelt mangfold i norsk musikkbransje. Endringsagentene er nå 10 medlemmer skal utvikle og gjennomføre tiltak og få økt deltagelse av flerkulturelle i rom der beslutninger tas. Rådet gjennomførte 7 møter og 3 prosjekter er igangsatt.

Music Norway skal tilføre norsk musikkliv økt bransjekunnskap og sikre rekruttering, og arrangerer årlig flere kurs og lanserer nye digitale verktøy som skal nå bredt. Vi gjennomførte 79 seminar i 2020. **Åpent Hus** er strømmet serie, med tema spilt inn av bransjen selv og som nådde 641 deltagere i 2020. **Veikart** til internasjonale markeder introduserer deg til musikkmarkeder over

hele verden, og i 2020 lanserte MN også **markedsveiledere** som gir deg tilgang til lokale eksperter fra relevante markeder og sjangre. 13 veiledere er på plass, og 21 har brukt tjenesten etter 1 mnd..

www.musicnorway.no har 25000 brukere og i snitt 20000 sidevisninger pr måned skal fungere som et oppslagsverk for norsk musikkbransje. Årlig har vi mer enn 200 oppslag i norske og internasjonale medier. Vi har registrert 23 saker i internasjonal presse der MN har lagt til rette for journalister til å skrive om norsk musikk. Publikasjonene kommer fra land som UK, Danmark, Australia, Tyskland, USA og Sverige og inkluderer de viktigste og toneangivende mediene. I norske medier er musikkeksport omtalt i 197 artikler, til 13,7 millioner i annonseverdi.





Styrets årsmelding

Covid-19 gjorde at året 2020 ble spesielt med tanke på gjennomføring av prosjekter og arbeidssituasjon for organisasjonen. I tillegg var året særlig utfordrende for musikkbransjen.

Det ble tidlig gjort en vurdering om hvorvidt det kunne la seg gjøre å nyttiggjøre de midler Music Norway har vært satt til å forvalte, eller om de skulle tilbakeføres til andre mer trengende formål innenfor kulturfeltet. Imidlertid mente styret, med sterk representasjon fra musikkfeltet, at bransjen hadde behov for midlene gjennom de ordninger og tiltak som Music Norway forvalter.

Styret vil takke staben for en ekstraordinært krevende arbeidssituasjon som har stilt krav til nye samarbeidsmetoder og dialog både internt og eksternt. Vår vurdering er at dette har blitt løst på en god måte, og at det også vil gi læring for fremtidige arbeidsmetoder.

Formalia/regnskap

Etter styrets oppfatning gir det framlagte årsregnskap, med tilhørende noter, fyllestgjørende og riktig informasjon om driften av stiftelsen Music Norway pr 31.12.2020.

Music Norway har som formål å arbeide for å øke norsk musikkeksport.

Music Norway skal legge til rette for musikk eksport og internasjonal profilering av norsk musikk. Arbeidet skal baseres i musikklivets behov og øke interessen for og bruken av norsk musikk innen alle sjangre. Stiftelsen skal bidra til økt kunnskap, forskning, kartlegging og analyse av det norske og internasjonale musikkfeltet.

Regnskapet for 2020 viser et positivt resultat på kr 36 955.

Styret har i 2020 bestått av:

Leif Holst Jensen, styreleder
Lena Midtveit, nestleder
Karen Sofie Sørensen, styremedlem
Larry Bringsjord, styremedlem
Steinar Larsen, styremedlem
Carl Kristian Møllebakke Johansen, styremedlem
Erik Brataas, varamedlem
Malika Makouf Rasmussen, varamedlem
Helene Dolva Broch, varamedlem

Av habilitetsårsaker, fratrådte Lars Petter Hagen som styremedlem den 1 januar 2020.

Det ble i 2020 avholdt 6 styremøter hvor styret behandlet i alt 39 saker.

Budsjettsøknad om driftsmidler for 2021 ble sendt Kulturdepartementet innen fristen 1. mars.

Ved utgangen av året sysselsatte Stiftelsen Music Norway 11 faste årsverk, alle i 100 % stilling.

Av kortvarig karakter har to praktikanter vært innom Music Norway i løpet av året, og i tillegg en medarbeider på engasjement som har jobbet spesifikt med mangfold.

Music Norway har som mål å være en arbeidsplass der det råder full likestilling. Stiftelsen har innarbeidet retningslinjer som tar sikte på at det ikke forekommer forskjellsbehandling grunnet kjønn. Fordelingen i stiftelsen pr 31.12.2020 er 6 kvinner og 5 menn.

Etter styrets vurdering er arbeidsmiljøet i stiftelsen godt og Music Norway registrerer lite sykefravær i 2020, med totalt 0,098 % inklusive egenmeldt og barns sykdom.

Til tross for situasjonen knyttet til covid-19, konstaterer styret at Music Norway sin strategi og satsinger er gjennomført på en god måte i 2020. Stiftelsen har pr. 31.12.2020 en grunnkapital på kr 100 000 og en samlet egenkapital på kr 1 983 861.

Målsetting om at midlene Music Norway i hovedsak skal lokaliseres til internasjonalisering og eksport tiltak i 2020 er opprettholdt. Etter styrets vurdering er forutsetningen om fortsatt drift til stede, og regnskapet for 2020 er satt opp under denne forutsetning.

I 2020 har Stiftelsen ikke hatt utgifter til forskning og utvikling i næringsøyemed utover den løpende kunnskapsutvikling knyttet til å realisere stiftelsens formål. Virksomheten forurenser ikke det ytre miljø.

Styret takker samtlige bidragsytere, samarbeidspartnere og medarbeidere for deres innsats og engasjement for Music Norway i 2020.

Oslo, 15. februar 2021

Styret i Stiftelsen Music Norway

Leif Holst Jensen, styreleder (sign.)

Lena Midtveit, nestleder (sign.)

Carl Kristian M. Johansen, styremedlem (sign.)
Steinar Larsen, styremedlem (sign.)
Kathrine Synnes Finnskog, direktør (sign.)

Karen Sofie Sørensen, styremedlem (sign.)
Larry Bringsjord, styremedlem (sign.)

Resultatregnskap 01.01. - 31.12.2020

	Note	2020	2019
DRIFTSINNTEKTER			
Driftsstøtte fra Kulturdepartementet		26 355 000	24 690 000
Andre tilskudd fra Kulturdepartementet		0	0
Prosjekttilskudd fra Utenriksdepartementet		0	600 000
Andre tilskudd fra Utenriksdepartementet	2	150 000	165 000
Andre offentlige tilskudd	2	0	0
Prosjekttilskudd	3	1 030 000	355 000
Overførte prosjektmidler til neste år	3	-978 013	-159 492
Videreførte prosjektmidler fra forrige år	3	0	464 737
Overhead og adm.godtgjørelse	2	50 000	300 000
Salgsinntekter (avg frie)		0	31 280
Refusjoner		31 040	149 491
SUM NETTO DRIFTSINNTEKTER		**26 638 027**	**26 596 016**
DRIFTSKOSTNADER			
Lønn og sosiale kostnader	4,5	-10 109 729	-10 314 867
Fagutvalg, styrehonorar	4	-382 537	-322 470
Husleie, kontor, IT og adm.kostnader		-1 459 700	-1 702 386
Avskrivninger	6	0	0
Tilskudd - prosjekt - program - kunnskap & analyse			
Tilskudd gitt via Stikk.no	7	-10 921 500	-9 227 950
Andre gitte tilskudd	7	-1 907 480	-1 181 032
Aktiviteter (prosjekt, eksport og internasjonalisering)		-717 538	-2 167 143
Program		-579 087	-742 006
PR / Kunnskap & Analyse		-565 143	-956 214
SUM DRIFTSKOSTNADER		**-26 642 712**	**-26 614 069**
DRIFTSRESULTAT		**-4 685**	**-18 054**
FINANSPOSTER			
Renteinntekter		44 758	51 893
Rentekostnader		-2 796	0
Finansinntekter		0	-16
Finanskostnader		-322	0
SUM FINANSPOSTER		**41 640**	**51 878**
RESULTAT		**36 955**	**33 824**
OVERFØRINGER			
Overført til annen egenkapital	9	-36 955	-33 824
Overført fra annen egenkapital			
SUM OVERFØRINGER		**36 955**	**33 824**

BALANSE 31.12.2020

EIENDELER			
	NOTE	**2020**	**2019**
ANLEGGSMIDLER			
VARIGE DRIFTSMIDLER			
Inventar, kontormaskiner, driftsløsøre	6	0	0
SUM VARIGE DRIFTSMIDLER		**0**	**0**
SUM ANLEGGSMIDLER		**0**	**0**
OMLØPSMIDLER			
FORDRINGER			
Kundefordringer	1	0	43 634
Fordringer Andre tilskudd gitt av Music Norway	1	0	0
Forskuddsbetalte kostnader	1	305 282	154 890
Andre fordringer	1	2 636	99
SUM FORDRINGER		**307 918**	**198 623**
BANKINNSKUDD,KONTANTER OG LIGNENDE			
Bankinnskudd, kontanter	8	4 969 217	4 005 971
SUM BANKINNSKUDD,KONTANTER OG LIGNENDE		**4 969 217**	**4 005 971**
SUM OMLØPSMIDLER		**5 277 134**	**4 204 595**
SUM EIENDELER		**5 277 134**	**4 204 595**
EGENKAPITAL OG GJELD			
EGENKAPITAL			
Grunnkapital		100 000	100 000
Annen egenkapital		1 883 861	1 846 906
SUM EGENKAPITAL	**9**	**1 983 861**	**1 946 906**
GJELD			
KORTSIKTIG GJELD			
Leverandørgjeld		368 689	306 898
Skyldige off. avgifter		735 229	728 198
Ubrukte prosjektmidler	3	1 117 738	159 492
Avsetning tilskudd ikke-utbetalt Bransjestøtte		72 000	77 250
Avsetning ikke-utbetalt programkostnad		0	45 000
Avsetning til pensjonsforpliktelser		0	0
Øvrig kortsiktig gjeld		999 616	940 851
SUM KORTSIKTIG GJELD		**3 293 273**	**2 257 689**
SUM GJELD	**1**	**3 293 273**	**2 257 689**
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		**5 277 134**	**4 204 595**

Oslo 15. februar 2021
Leif Holst Jensen, styreleder (sign.) Lena Midtveit, nestleder (sign.) Karen Sofie Sørensen, styremedlem (sign.) Steinar Larsen, styremedlem (sign.)
Carl Kristian Johansen, styremedlem (sign.) Larry Bringsjord, styremedlem (sign.) Kathrine Synnes Finnskog, direktør (sign.)

NOTER TIL REGNSKAPET

NOTE 1: Regnskapsprinsipper og virkninger av prinsippendringer.
Årsregnskapet for stiftelsen omfatter perioden 01.01.2020 - 31.12.2020.

Tilskudd til Music Norway og Utenriksdepartementets tilskuddsordninger for musikk, mottas av Music Norway og overføres videre til særskilt regnskap. Tilskuddene resultatføres ikke i Music Norway. Årsregnskapet er satt opp i samsvar med regnskapsloven og god regnskapsskikk for små foretak.

Utestående fordringer: Ingen utestående fordringer forfaller senere enn ett år etter regnskapsårets utgang. Utestående fordringer er vurdert til pålydende med fradrag for mulig tap.

Gjeld: Ingen del av gjelden har forfall senere enn 5 år etter regnskapsårets utgang.

Prinsipper for inntektsføring og kostnadsføring: Transaksjonsprinsippet er lagt til grunn for regnskapsføring og måling. Inntektene er resultatført når de er opptjent, og utgiftene er kostnadsført i samme periode som den tilhørende inntekt.

Hovedregel for vurdering og klassifisering av eiendeler: Eiendeler bestemt til varig eie eller bruk er klassifisert som anleggsmidler. Andre eiendeler er klassifisert som omløpsmidler. Ved klassifisering av kortsiktig og langsiktig gjeld er analoge kriterier lagt til grunn. Anleggsmidler er vurdert til anskaffelseskost, men nedskrevet til virkelig verdi når verdiforfallet forventes ikke å være forbigående. Omløpsmidler er vurdert til det laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi.

Varige driftsmidler: Varige driftsmidler er vurdert til historisk kostpris etter fradrag for avskrivninger.

Obligatorisk tjenestepensjon: Stiftelsen er pliktig til å ha tjenstepensjon under gjeldende regler, og oppfyller lovkravene.

Covid-19: Covid-19 har i 2020 påvirket stiftelsen virksomhet ved at flere arrangementer har blitt avlyst eller endret. Stiftelsen har kommet seg godt igjennom situasjon og så langt som mulig opprettholdt normal virksomhet.

NOTE 2: Offentlige tilskudd
Andre tilskudd fra Utenriksdepartementet utgjør kr 150 000 og består av tilskudd fra ambassaden i Tokyo til prosjektet MUTEK.
Music Norway har i 2020 mottatt kr 50 000 for forvaltning av Utenriksdepartementets tilskuddsordninger for musikk.

NOTE 3 : Prosjekttilskudd og program, viderеførte og ubrukte midler
Prosjekttilskudd mottatt for gjennomførte og igangsatte prosjekter i 2020 vedrører programmet KUPP med kr 1 030 000.
Fordelingen er som følger:

	2020
Tilskudd fra Talent Norge til programmet KUPP	630 000
Tilskudd fra Det norske komponistfond til programmet KUPP	300 000
Tilskudd fra Music Norway til prosjektet KUPP	100 000
Sum	1 030 000
Kostnader i prosjekt/program KUPP 2020	-51 987
Sum overført ubrukte midler KUPP til 2021	978 013

Music Norway ivaretar regnskapsfunksjon for Musikkindustriens Næringsråd (MIR). Prosjektregnskapet er fra og med 1 januar 2020 ført på egen balansekonto og utgjorde pr 1/1-2020 kr 159 492 og pr 31.12.2020 kr 139 725. Midlene består i hovedsak av medlemskontingenter.

NOTE 4: Ansatte, godtgjørelser, lån til ansatte mv.

Lønnskostnader består av følgende poster:	2020
Lønninger mv	8 156 776
Folketrygdavgift	1 193 162
Refusjon lønn	-8 697
Pensjonskostnader	762 102
Andre lønnskostnader	388 923
Sum lønnskostnader	10 492 266

Godtgjørelser :	2020
Daglig leder, lønn	1 056 398
Daglig leder, annen godtgjørelse	10 759
Styrehonorarer	238 000

Gjennomsnittlig antall fast ansatte:	2020
Ved utgangen av 2020 utgjorde 6 av de ansatte kvinner og 5 menn.	11,7

Revisor: Kostnadsført revisjonshonorar for 2020 utgjør kr. 101 875 hvorav kr 40 000 utgjør honorar for bistand. Beløpet inkluderer revisjon av prosjektregnskapene til Stiftelsen Music Norway samt forvaltningsregnskapet for Music Norway og Utenriksdepartementets tilskuddsordninger. Beløpene er inklusive merverdiavgift.

NOTE 5 : Pensjonsordning
Music Norway har pr 31.12.2020 to pensjonsordninger hvorav en innskuddsbaserte og en ytelsesbasert. Ved årsslutt omfatter ordningene 11 personer. Ordningene tilfredsstiller kravet om obligatorisk tjenestepensjon.
Balanseføring er ikke foretatt i regnskapet.

Årets kostnadsførte pensjonspremie utgjør kr 622 585 hensyntatt ansattes egenandel. Ved årets slutt utgjør pensjonspremiefond tilhørende YTP-ordningen kr 272 808, og i ITP-ordningen utgjør innskuddsfondet kr 470 410. I henhold til tariffavtale har ansatte i Music Norway avtalefestet pensjonsavtale (AFP), hvor kostnaden i 2020 er kr 139 517.

NOTE 6: Varige driftsmidler
Det er pr 31.12.2020 ingen varige driftsmidler til avskrivning.

Anleggsmidler:	2020
Anskaffelseskost 01.01.	0
Tilgang	0
Utrangering	0
Anskaffelseskost 31.12	0
Akkumulert avskrivning	0
Balanseført verdi pr 31.12.	0

Årets ordinære avskrivninger (ingen avskrivninger i 2020)	0
Sats for avskrivninger	33,33 %

NOTE 7 : Tilskudd gitt gjennom Music Norway:
Stikk.no: Music Norway har i 2020 overført kr 10 921 500 til søknadsbaserte tilskuddsordninger på plattformen Stikk.no
Fordelingen er som følger:

	2020
MNUD: Music Norway og Utenriksdepartementets tilskuddsordninger for musikk (opphaver/utøver)	5 000 000
MNPR: Internasjonalisering av støtteapparatet/Bransjetilskudd	2 970 500
MNPR: Større Internasjonale Lanseringer	2 851 000
MNAR: Tilskudd til Arrangørstøtten: Presse- og ekspertreiser	100 000
Sum	10 921 500

Andre gitte tilskudd består av:	2020
ADHOC-tilskudd	998 750
Tilskudd i prosjekt; Partner- og samarbeidsavtaler	614 395
Eksportprisen som er tildelt via driftsmidler fra Kulturdepartementet.	100 000
Music Norway prosjekter: Reisetilskudd artist/utøver	167 232
Music Norway prosjekter: Reisetilskudd bransje	14 500
Music Norway prosjekter: Presse- og ekspertmidler	12 603
Sum	1 907 480

NOTE 8: Bundne midler
Av innestående på bank utgjør kr. 382 379 bundne skattetrekksmidler.

NOTE 9: Egenkapital

Grunnkapital ved stiftelse 6 august 2012	100 000
Annen egenkapital pr 01.01.2020	1 846 906
Årets resultat	36 955
Pr. 31.12.2020	1 983 861

NITSCHKE

NITSCHKE AS
Vollsveien 17B
Postboks 353, 1326 Lysaker
Telefon: +47 67 10 77 00
E-post: post@nitschke.no
Foretaksregisteret: NO 914 658 314 MVA
Medlemmer av Den norske Revisorforening
Independent member of BKR International
www.nitschke.no

Til styret i stiftelsen
Music Norway

UAVHENGIG REVISORS BERETNING

Uttalelse om revisjonen av årsregnskapet

Konklusjon
Vi har revidert årsregnskapet for stiftelsen Music Norway som viser et overskudd på kr. 36.955,-. Årsregnskapet består av balanse per 31. desember 2020, resultatregnskap for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter til årsregnskapet, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening er det medfølgende årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettvisende bilde av stiftelsens finansielle stilling per 31. desember 2020, og av dets resultater for regnskapsåret avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

Grunnlag for konklusjonen
Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder de internasjonale revisjonsstandardene International Standards on Auditing (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet i *Revisors oppgaver og plikter ved revisjon av årsregnskapet*. Vi er uavhengige av stiftelsen slik det kreves i lov og forskrift, og har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Øvrig informasjon
Ledelsen er ansvarlig for øvrig informasjon. Øvrig informasjon består av informasjon i årsmeldingen for Music Norway, men inkluderer ikke årsregnskapet og revisjonsberetningen.

Vår uttalelse om revisjonen av årsregnskapet dekker ikke øvrig informasjon, og vi attesterer ikke den øvrige informasjonen.

I forbindelse med revisjonen av årsregnskapet er det vår oppgave å lese øvrig informasjon med det formål å vurdere hvorvidt det foreligger vesentlig inkonsistens mellom øvrig informasjon og årsregnskapet, kunnskap vi har opparbeidet oss under revisjonen, eller hvorvidt den tilsynelatende inneholder vesentlig feilinformasjon. Dersom vi hadde konkludert med at den øvrige informasjonen inneholder vesentlig feilinformasjon er vi pålagt å rapportere det. Vi har ingenting å rapportere i så henseende.

NITSCHKE

Styrets og daglig leders ansvar for årsregnskapet
Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet i samsvar med lov og forskrifter, herunder for at det gir et rettvisende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge. Ledelsen er også ansvarlig for slik intern kontroll som den finner nødvendig for å kunne utarbeide et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil.

Ved utarbeidelsen av årsregnskapet må ledelsen ta standpunkt til stiftelsens evne til fortsatt drift og opplyse om forhold av betydning for fortsatt drift. Forutsetningen om fortsatt drift skal legges til grunn for årsregnskapet så lenge det ikke er sannsynlig at virksomheten vil bli avviklet.

Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet
Vårt mål er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil, og å avgi en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. Betryggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon som eksisterer. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon blir vurdert som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke økonomiske beslutninger som brukerne foretar basert på årsregnskapet.

For videre beskrivelse av revisors oppgaver og plikter vises det til:
https://revisorforeningen.no/revisjonsberetninger

Uttalelse om øvrige lovmessige krav for stiftelsen Music Norway

Konklusjon om registrering og dokumentasjon
Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av stiftelsens regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringsskikk i Norge.

Konklusjon om utdeling og forvaltning
Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at stiftelsen er forvaltet og utdelinger er foretatt i samsvar med lov, stiftelsens formål og vedtektene for øvrig.

Lysaker, 24. februar 2021
NITSCHKE AS
Erling Kolstad
statsautorisert revisor