

MUSIC NORWAY

---

# VIRKSOMHETSPLAN 2024

---

# VIRKSOMHETSPLAN 2024

Music Norway er norsk musikklivs eksportkontor, og jobber for å øke kjennskapen til og bruken av norsk musikk og norske aktører internasjonalt. Music Norway er stiftet av Kulturdepartementet, og har i kraft av vedtektene et tredelt oppdrag: å tilrettelegge for 1) eksporttiltak og 2) profilering av norsk musikk i utlandet, og 3) å bidra til økt kunnskap om det norske og internasjonale musikkfeltet. Arbeidet skal forankres i musikklivets behov, og våre virkemidler er kapital, kompetanse og nettverk. Med norsk musikk mener vi musikk skapt av noen som har sin virksomhet registrert i Norge.

Music Norway jobber primært for profesjonelle artister, utøvere, opphavere og selskaper knyttet til produksjon, distribusjon og rettighetsforvaltning. Med profesjonelle mener vi aktører som har musikk som sitt hovedvirke. Vi prioriterer eksportklare aktører, som kan vise til konkret etterspørsel fra, og et beviselig moment i utlandet, og som har en dokumentert strategi for sin internasjonale virksomhet og tydelige vekstambisjoner, - enten det dreier seg om nytt publikum, nye markeder eller økte markedsandeler.

Music Norway er til for det internasjonalt orienterte musikklivet i hele landet, og samarbeider med mange organisasjoner i musikk- og kulturfeltet, blant annet gjennom Musikkindustriens næringsråd og nettverket Norwegian Arts Abroad. Vi søker også å samarbeide med og komplementere andre aktører i virkemiddelapparatet, med mål om best mulig ressursutnyttelse. Music Norway er Utenriksdepartementets rådgiver på musikkområdet.

## Store muligheter for norsk musikkliv internasjonalt

Det globale markedet for musikk har endret seg mye i løpet av de siste få årene, og lite tyder på at utviklingen vil bremse opp med det første. Inntektene fra innspilt musikk har aldri vokst raskere, og store mengder ny, frisk investeringskapital har strømmet inn i den globale musikkindustrien, særlig knyttet til salg av rettigheter<sup>1</sup>. En fersk undersøkelse fra USA vitner om vekst også i livemarkedet<sup>2</sup>. 34 prosent av de spurte sier at konsert- og festivaldeltakelse har blitt viktigere for dem etter pandemien, og 73 prosent sier at de går på konsert og festival like mye eller mer nå. Også i Storbritannia meldes det om større oppslutning om live musikk i 2023 enn noensinne. Selv om situasjonen fortsatt er mer sammensatt for livedelen av bransjen enn for innspilt musikk og rettighetsforvaltning, er inntrykket totalt sett at mulighetene i det globale musikkmarkedet har aldri vært større. Dette gjelder også for norsk, eksportrettet bransje.

De fleste musikkmarkeder opplever nå et oppsving i popularitet for lokalt repertoar på morsmål i hjemmemarkedene, og Norge er intet unntak. Norskspråklig musikk produsert for det norske markedet har gitt gode kår for den mer kommersielle delen av musikklivet. Det er positivt med et sterkt hjemmemarked også når det kommer til internasjonal virksomhet og eksport. Med tanke på den internasjonale satsingen på artister, utøvere og rettigheter via norske musikkelskap er det likevel viktig å drive et systematisk arbeid, med mål om å øke inntektsgrunnlaget og samtidig sikre vekst og mangfold i musikknæringen. Svak kronekurs, dyrtid og behov for reorientering etter pandemien er faktorer som påvirker musikknæringsaktørenes risikovilje til å satse utenfor hjemmemarkedet. Her er

---

<sup>1</sup> Trender i norsk og internasjonal musikkbransje – en kunnskapsoppsummering (2023), utarbeidet av Jostein Ryssevik i ideas2evicence på oppdrag for Music Norway

<sup>2</sup> Standing Room Only – Live Music's Epic Resurgence (2023), utarbeidet av UTA

tilførsel av kapital i kombinasjon med tilgang til relevant nettverk og kompetanse avgjørende for å sikre at musikk fra Norge kan konkurrere ute i verden.

Dersom vi skal lykkes med å realisere mer av vekstpotensialet til norsk musikkliv internasjonalt det er behov for at myndighetene, virkemiddelapparatet og næringslivet samarbeider enda bedre. Music Norway har derfor tydelige forventninger til regjeringens varslede strategi for vekst i kreativ industri, og til regjeringens videre arbeid med eksportreformen Hele Norge eksporterer. Music Norway vil kunne bidra til å konkretisere tiltak gjennom å identifisere markedsmuligheter, vekstpotensial og norske selskaper med evne til å skalere.

De kreative næringene er lavutslippsbransjer som jobber langsiktig og bærekraftig, med kompetanse og kvaliteter som andre næringer etterspør. Aktørene i disse bransjene bør dermed være attraktive samarbeidspartnere som kan bidra til å åpne dører og skape interesse for andre norske varer og tjenester internasjonalt. For aktørene i de kulturelle og kreative næringene vil det dessuten alltid være mer enn økonomisk inntjening som fungerer som driver for virksomheten. Et internasjonalt løft for disse næringene vil også kunne bidra til å fremme betydningen av kunstnerisk frihet, ytringsfrihet og demokratiutvikling på internasjonale arenaer.

## Strategiske målsettinger for perioden 2023–2028

Styret i Music Norway vedtok i oktober 2023 en overordnet strategi for neste femårsperiode.

### Music Norway legger til rette for bærekraftig kunstnerisk og kommersiell vekst.

- Vi skal identifisere aktører og miljøer med internasjonalt vekstpotensial.
- Vi skal tilby relevante møteplasser for kunnskapsdeling og kompetanseheving.
- Vi skal etablere og ivareta nettverk som bidrar til økt eksport, spesielt med tanke på økonomisk vekst og økt sysselsetting i musikknæringen i Norge.
- Vi skal bidra særskilt på områder hvor en styrket infrastruktur er nødvendig for å realisere det internasjonale vekstpotensialet.
- Vi skal tilrettelegge for internasjonalt samarbeid gjennom å øke markedsinnsikten og fremme aktører i det norske musikklivet som attraktive samarbeidspartnere.

### Music Norway forsterker musikklivets prioriteringer gjennom å gi tilskudd og medvirke til aktivitet som øker kjennskapen til og eksporten av musikk fra Norge.

- Vi skal være i tett dialog med aktørene i musikklivet og kjenne deres behov.
- Vi skal identifisere trender og gi artister, utøvere, opphavere og selskaper fra Norge tilgang til relevante markeder internasjonalt.
- Vi skal tilby treffsikre tilskuddsordninger for å øke internasjonal etterspørsel og synlighet, noe som innebærer tydeligere prioriteringer innenfor ordningene.
- Vi skal tilby spissede kompetanseprogram som svarer på konkrete utfordringer.
- Vi skal utvikle innholdsplattformer og konsepter rettet mot det internasjonale musikkpublikummet for å profilere eksportklar musikk fra Norge.

### **Music Norway jobber for økt anerkjennelse og profesjonalisering av musikk som næring.**

- Vi skal bidra til en mer sofistikert politikk for kulturelle og kreative næringer generelt, og musikknæringen spesielt, med mål om å realisere mer av vekstpotensialet som finnes her.
- Vi skal bidra til økt kunnskap om norsk musikkbransje og være pådriver for utviklingen av et best mulig tallgrunnlag, spesielt knyttet til verdiskaping, sysselsetting og eksport.
- Vi skal drive kommunikasjonsarbeid som fremmer kunnskapsdeling og inspirerer flere til å satse strategisk internasjonalt.
- Vi skal bidra til å styrke bransjens verdiskaping gjennom kompetanseutvikling innen forretningsutvikling.

### **Music Norway ivaretar og videreutvikler et inspirerende kompetansemiljø hvor folk trives, og blir sett og hørt.**

- Vi skal være et fremoverlent miljø med fokus på kontinuerlig kompetanseutvikling for våre ansatte.
- Vi skal ha en inkluderende internkultur og sørge for nettverksutvikling som kan bidra til å skape konkrete resultater for aktørene i musikklivet.
- Vi skal drive mer systematisk effektmåling og sørge for å hente ut større utbytte fra rapporteringen i prosjekter, programmer og tilskuddordninger.

## **Innsatsområder i 2024**

Her beskrives Music Norways innsatsområder for 2024, forankret i Music Norways strategi.

**Flere faglige møteplasser for norsk musikkliv her hjemme**, hvor det er rom for erfaringsutveksling og nettverksbygging mellom aktørene. Relevant tematikk kan være:

- Trender og utviklingstrekk i musikkbransjen
- Forretningsutvikling og næringsutvikling
- Musikkteknologi og digitale plattformer
- Mangfold, inkludering og rekruttering
- Miljø og klimarettferdighet

Utvikling og igangsetting av et nytt **kompetanseprogram for managere**, som er ment å styrke og bygge managementprofiler gjennom samlinger i Norge og internasjonalt. Programmet skal bidra til å sikre at artisters rettigheter blir forvaltet på en strategisk og bærekraftig måte.

**Trade missions til og kartleggingsarbeid i nye markeder**, hvor vi utforsker nye muligheter for vekst, både med tanke på strømming, rettighetsforvaltning og live.

Et løft for arbeidet med **internasjonal profilering** av musikk og musikkaktører fra Norge.

En tydeligere strategi for arbeidet med **kunstmusikken**, med særlig fokus på Norden, Tyskland og Storbritannia.

Økt tilstedeværelse på møteplasser for **samisk musikk**, med mål om å øke kunnskapen internt og kartlegge hvordan Music Norway kan bidra til å styrke og realisere samisk musikkbransjes internasjonale muligheter.

Inngå **samarbeidsavtaler med et utvalg festivaler i Norge om internasjonale delegatprogram**, som arenaer der vi ser et særlig potensial for å synliggjøre musikk og musikkaktører fra Norge.

### **Våre fokusmarkeder**

Music Norway prioriterer musikkmarkedene der norsk musikkbransje har beviselige eksportinntekter, samt markeder med økt mulighetsrom. USA, Storbritannia, Tyskland og Norden (med hovedvekt på Sverige og Danmark) er fortsatt de største eksportmarkedene.

USA er verdens største og mest toneangivende marked for populærmusikk. Her er det et kontinuerlig behov for nye nettverk og markedsorientering, særlig for låtskrivere og produsenter. Storbritannia er viktig for flere sjangre og bransjeledd, og i økende grad gjenstand for skreddersydde satsinger. I 2024 vil for eksempel Womex og Nordic Music Days arrangeres her, i tillegg til at Norge er internasjonalt partnerland for Showcase Scotland. Tyskland er et særlig sentralt marked for klassisk musikk og samtidsmusikk, i tillegg til klubbmusikk.

I Norden samarbeider Music Norway tett med de andre nordiske eksportkontorene via plattformen NOMEX. Sammen drifter vi prosjekter både i og utenfor Norden, og arrangerer felles trade missions for utvalgte nordiske selskaper. Satsingen Nordic Music Biz Top 20 Under 30, som løfter frem unge bransjetalenter på tvers av de nordiske landene, videreføres som en spydspiss i samarbeidet.

Music Norway viderefører det viktige arbeidet med kartlegging av musikkmarkeder i rask utvikling. Vi bygger bransjerelasjoner og tilegner oss relevant markeds kunnskap som vi videreformidler til aktører i norsk musikkliv. I 2024 planlegges det blant annet trade missions til og kartleggingsarbeid i Japan, Sør-Korea, India og utvalgte land på det afrikanske kontinentet.

### **Internasjonale møteplasser**

Music Norway arbeider kontinuerlig med å kvalitetsvurdere og tilgjengeliggjøre internasjonale møteplasser som kan være nyttige for aktører i norsk musikkliv. I løpet av året har vi som mål å kunne videreformidle møteplasser i relevante markeder for et så bredt spekter av sjangre og sektorer som mulig. Vi vil også å bistå aktører som ønsker å bygge nettverk og kompetanse i markeder de tradisjonelt ikke har oppsøkt eller hatt samarbeid med tidligere.

Noen av møteplassene internasjonalt vi vil samarbeide med og/eller promotere i 2024:

- Amsterdam Dance Event, Amsterdam, Nederland
- Classical Next, Berlin, Tyskland
- CTM, Berlin, Tyskland
- Donaueschinger Musiktage, Donaueschingen, Tyskland

- Eurosonic Noorderslag, Groningen, Nederland
- Jazzahead, Bremen, Tyskland
- Nordic Folk Alliance, Roskilde, Danmark
- Nordic Music Days, Glasgow, Skottland
- Reeperbahn, Hamburg, Tyskland
- Showcase Scotland, Glasgow, Skottland
- Spot, Århus, Danmark
- The Great Escape, Brighton, England
- Unsound, Krakow, Polen
- Womex, Manchester, England

I tillegg planlegges det trade missions til USA (New York, Los Angeles), England (London), India, Japan (Tokyo) og Sør-Korea (Seoul).

### **Møteplasser i Norge**

Ekspertbesøk fra fokusmarkedene til norske showcase- og nettverksarenaer viser resultater og har høy prioritet. Music Norway bistår et utvalg norske festivaler med nettverk og kompetanse fra disse markedene, og tilrettelegger for møteplasser der de kobles med musikklivet her hjemme.

Noen av møteplassene i Norge vi vil samarbeide med og/eller promotere i 2024:

- Borealis, Bergen
- by:Larm, Oslo
- Festspillene i Bergen, Bergen
- Folkelarm, Oslo
- Førdefestivalen, Førde
- Infernofestivalen, Oslo
- Nutshell, Bergen
- Riddu Riddu, Kåfjord
- Sami Music Week, Alta
- Sørveiv, Kristiansand
- Trondheim Calling, Trondheim
- Ultima, Oslo
- Vill Vill Vest, Bergen
- Øyafestivalen, Oslo

Music Norway vil også videreføre samarbeidet med de regionale musikkontorene, som ofte fungerer som lokalt vertskap når vi reiser rundt i landet.

### **Kompetanseprogrammer**

I tråd med strategien for Music Norway skal vi tilby spissede kompetanseprogram som svarer på konkrete utfordringer i musikklivet. Et viktig, nytt tiltak i 2024 vil være utvikling og igangsetting av et kompetanseprogram for managere, som vil bygge opp under den vesentlige rollen management spiller i forretningsutviklingen knyttet til en internasjonal karriere. Programmet vil gå over to år.

Eksportprogrammet for tradisjonsmusikk, EX.TRA, avsluttes i første kvartal 2024. Et nytt kull av KUPP, utviklingsprogrammet for komponister innen samtidsmusikken, ble igangsatt i september 2023 og vil gå over halvannet år. Programmet gjennomføres i samarbeid med Norsk komponistforening og har som mål å gi unge, norske komponister konkrete verktøy i arbeidet med markedsføring, salg og nettverksbygging nasjonalt og internasjonalt.

I 2024 vil vi også se på muligheten for å utvikle et eget kompetanseprogram for og i samarbeid med samisk musikkbransje.

### **Tilskuddsforvaltning**

Utenriksdepartementet (UD) og Music Norway inngikk i 2022 en treårig avtale som omfatter rådgivning og forvaltning av midler øremerket henholdsvis reisetilskudd til internasjonal aktivitet, markedsføringstiltak, og arrangørtilskudd til delegatprogram og presse- og ekspertbesøk. Music Norway benytter også en betydelig andel av driftstilskuddet fra Kultur- og likestillingsdepartementet til disse ordningene.

Oppdaterte retningslinjer, samt informasjon om økonomiske rammer og fagutvalg finnes til enhver tid på [www.musicnorway.no/tilskudd](http://www.musicnorway.no/tilskudd).

### **PR og kommunikasjon**

Etter å ha fått vedtatt en ny, overordnet strategi for neste femårsperiode, skal Music Norway også utvikle en egen kommunikasjonsstrategi. Her skal vi gjøre målgruppeanalyser, prioritere tydeligere mellom plattformer og legge til rette for utvikling av nye konsepter. Det er en overordnet målsetting at vi skal utvikle innholdsplattformer og konsepter rettet mot det internasjonale musikkpublikummet for å profilere eksportklar musikk fra Norge. Vi skal også drive kommunikasjonsarbeid som fremmer kunnskapsdeling og inspirerer flere til å satse strategisk internasjonalt.

### **Kunnskapsproduksjon og -formidling**

Årlig bestiller eller bidrar Music Norway til rapporter, utredninger og kartlegginger fra forsknings- og kompetansemiljøer som belyser utviklingen i den norske musikkøkonomien og identifiserer internasjonale trender som får betydning for norsk musikkbransje. Dette danner kunnskapsgrunnlaget for hvordan Music Norway innretter virksomheten.