



## Danish Vibes 2013

Et samarbejde mellem Jazz Danmark og World Music Denmark

### - afrapportering og evaluering

Danish Vibes 2013 fremmer danske jazz- og verdensmusikorkestres igangværende internationale karriere med udgangspunkt i det tyske marked og Hamborg. Danish Vibes er individuelle og langsigtede relationsbaserede eksportstrategier for hvert deltagende orkester og det er opbygning af netværk, der skaber kontinuerlige relationer i alle branchelag og dermed åbner for en vedvarende musikeksport af jazz og verdensmusik til vores nærmeste naboer.

4 orkestre er - efter en pull-strategi med inspiration fra bl.a. MXD og Danish Roots - udvalgt af den tyske branche selv til at deltage i den første udgave af Danish Vibes. Samarbejde med lokale markedsekspertter og producenter optimerer samspillet mellem talent, kunstnerisk udtryk, salgsplatform og publikumspotentiale.

For at skabe tyngde og professionalisme bag eksporten af ukendte orkestre har Danish Vibes stærke organisationer i ryggen, der tiltrækker den tyske branche og dermed potentielle købere med tyngde og professionalisme. Jazz Danmark, World Music Denmark, Kunststyrelsen og Københavns kommune står bag Danish Vibes og repræsentanter for bl.a. Copenhagen Jazz Festival, Roskilde Festival og ROSA deltager aktivt i branchenetværksdelen.

Gennem målrettet relationsopbygning, markedsførings- og strategiudvikling skaber Danish Vibes mulighed for at de deltagende bands kan etablere sig på markedsvilkår og skabe en kommerciel platform på den tyske scene. Produktet er således ikke koncerter og Danish Vibes er ikke et kulturfremstød. Det er bandets eget ansvar at lægge og arbejde målrettet efter en langsigtet strategi og løbende udnytte de muligheder, projektet giver. Det har indtil videre vist sig at virke.



Her følger en oversigt over først projektets proces, derefter de vigtigste resultater og afslutningsvis læringspunkter til både næste version af Danish Vibes og andre bands, der søger viden om mulighederne på det tyske marked.

## Danish Vibes - Processen

### Danish Vibes 1.0

Danish Vibes version 1.0 løb over godt et års tid og havde Hamborg som fokus og udgangspunkt for det tyske marked. Processen blev designet som et udviklingsforløb, der kulminerede i en samlet showcase på det legendariske spillested Mojo i Hamborg 14. november 2013. *(se fotos i bilag)*

Projektet indledtes med en langsigtet og generel relationsopbygning til relevante tyske branchefolk. Herunder interviews om de specifikke udfordringer for danske bands på det tyske marked, deres kendskab til dansk musik og attraktionsniveau ved en showcase. Samarbejdsaftale blev indgået med en jury bestående af tyske branchefolk fra den kommercielle del af branchen: Direktør Karsten Jahnke, Karsten Jahnke Konzertdirektion; programleder Stefan Gerdes, NDR radio; booker Tina Heine, Elb Jazz; booker/manager Ralf Diemert, Neuland Koncerts/Warner; Manager Angela Teistler, Geheim Agentur.

Derefter udsendtes en åben invitation til danske verdensmusik- og jazzbands. På baggrund af et rekordstort ansøgerfelt på 74 orkestre, valgte juryen de 4 orkestre de mente havde bedst mulighed for at få succes på det tyske marked, nemlig: Claus Waidtløw Quartet, Girls in Airports, Tako Lako og Mzungu Kichaa.

De fire orkestre deltog herefter i et samarbejds- og uddannelsesforløb som blandt andet inkluderede: Professionel sparring og hjælp til udvikling af PR materiale, strategiudvikling, markedsføringskursus, deltagelse på den tyske messe JazzAhead, showcase optræden på SPOT og Cph Jazzfestival, samarbejde med Music Management studerende fra Hamborg, individuel gennemgang af PR materiale af tyske PR specialister, adgang til og introduktion til relevante dele af det netværk projektet har etableret til den kommercielle del af den tyske musikbranche. Afslutningsvist spillede alle orkestre en showcase for ca. 120 personligt inviterede tyske og danske branchefolk.



Showcase kulminationen blev produceret i samarbejde med Karsten Jahnke Konzert Direction. PR og invitation af tyske branchefolk og presse skete i samarbejde med Pop Up Records (*se presseklip og -rapport i bilag*).

For at tiltrække så mange relevante tyske branchefolk som muligt blev showcasen udvidet med en branchenetværksdel og for at samle den totale oplevelse om "Danish Vibes" udviklede den danske event kok Jesper Paustian (My Field Kitchen) en madret specielt til hvert band, baseret på ingredienser fra det Nordiske køkken, et element som var meget populært hos de tyske samarbejdspartnere.

Netværksdelen indledtes med en paneldebat med Karsten Jahnke (Karsten Jahnke Konzertdirektion), Peter Hvalkof (Roskilde Festival), Gunnar Madsen (ROSA/MXD), Kenneth Hansen (Copenhagen Jazzfestival). Kenneth Hansen blev på dagen afløst af Bjarke Svendsen fra Copenhagen Jazzhouse.

### **Kulturudveksling og konservatoriesamarbejde**

- Sideløbende med arbejdet for de fire udvalgte bands etableredes et samarbejdsprojekt mellem Rytmask Konservatorium i København (RMC) og jazzlinien ved Hochschule für Musik und Theater (HMFT) i Hamborg med Palle Mikkelsen som solist. Formålet var dobbelt: vi ville gerne lave kulturudveksling på et højt niveau, der kunne etablere varige kontakter hos de studerende og samtidigt bringe et for den tyske branche kendt navn i spil, som supplement til de 4 ukendte showcaseorkestre, for at tiltrække lokale publikummer og flere tyske branchefolk. Noget vores tyske partnere havde anbefalet, da det er en stor udfordring at få en travl branches opmærksomhed til showcases.

Samarbejdet indebar bl.a. et kompositionsseminar for 14 studerende blandet fra RMC og HMFT, prøver og udveksling med Palle Mikkelsen på Engelsholm Højskole, afvikling af koncert på Jazzhus Montmartre i København og koncert ved showcasen på Mojo i Hamborg.

- Som del af projektet blev der desuden etableret et samarbejde mellem orkestrene og studerende fra Institut für Kultur und Medienmanagement i Hamborg. Samarbejdet tog konkret udgangspunkt i de studerendes hovedopgave der blev afsluttet sommer 2013, men er efterfølgende fortsat



uafhængigt af Danish Vibes på initiativ af de studerende og medlemmer af orkestrene.

- Her ud over blev det forsøgt at etablere et lærings samarbejde om "Nordic Kitchen" mellem den danske kok Jesper Paustian, reklamebureauet Madbureauet samt tyske kokke studerende. Desværre bakkede Hotelfachschule Hamburg ud af projektet trods positive tilkendegivelser.

## **Danish Vibes - Resultater**

Herunder listes en række af de umiddelbare resultater Danish Vibes har ført med sig indtil videre.

### **Generelle resultater**

- Øget kendskab til dansk Jazz og Verdensmusik hos kommercielle tyske branche aktører (bookere, management, PR, pladeselskaber) samt musikpressen i og omkring Hamborg
- Tætte relationer til et udvalg af Hamborgs vigtigste branchefolk
- Nye relationer til det danske diplomati i Tyskland for Jazz og Verdensmusik
- Invitation til samarbejde fra Susanne Beck Nielsen, Honorarkonsulinde des Königreichs Dänemark
- Invitation til samarbejde fra Ruth Bässler, Hamborgs Kulturbehörde
- Tættere netværk med MXD
- Opmærksomhed fra og gode relationer til Roskilde Festival, ROSA, SPOT Festival, Copenhagen Jazz Festival m.fl.
- Meget positive tilbagemeldinger både fra tysk og dansk branche
- Branchen i Hamborg ønsker selv at fortsætte samarbejdet
- ENJA Records ønsker at Danish Vibes starter lignende arrangement i München
- Invitation til samarbejdsudveksling af bands på Elb Jazz, Über Jazz og Jazz Open via Jazz Bureau.
- Link til NDR Jazz (Stefan Gerdes) som ønsker kontakt og løbende opdatering på den danske jazz- og worldscene (CD'er og nyheder) mhp. radioen.
- Videreformidling af erfaringer til danske musikere via marketing foredrag og "Reality check" foredrag.



### **Resultater i direkte relation til de deltagende bands**

- 120 tyske branchefolk blev personligt inviterede og er her igennem blevet fortalt om cool ny musik med kvalitet fra Danmark.
- Omkring 90-100 deltog i showcasen (hovedparten fra den kommercielle branche, resten var medie-repræsentanter eller fra "det kulturstøttede" lag)
- Rigtig god press clipping og announcement liste fra tyske medier (se bilag)
- 3 ud af 4 bands opnåede kontakt til de samarbejdspartnere de var ude efter. 2 orkestre har indgået konkrete aftaler med tyske samarbejdspartnere, det tredje er i skrivende stund i en forhandlingsproces.
- Samtlige orkestre har udtrykt at projektet var en vigtig erkendelsesproces omkring hvad det kræver at arbejde på det tyske marked og for 3 ud af 4 har det, efter en revision af deres strategi til et mere langsigtet perspektiv, givet dem yderligere blod på tanden til at fortsætte satsningen på det tyske marked på egen hånd.

### **Resultater kulturudveksling**

- "Carte Blanche" til videre samarbejder med HMFT og RMC
- 5 (ud af 6) hjerter i Politiken for optræden på Jazzhus Montmartre
- Invitation til Jazz Baltica med RMC/HMFT featuring Palle Mikkelborg
- Opfordring til at fortsætte samarbejde fra Hamburg Kulturbehörde
- Personlige relationer mellem studerende fra Hamborg og København

## **Læringspunkter til Danish Vibes 2014**

Vigtige læringspunkter til det videre arbejde med Danish Vibes

- Det er vigtigt at kunstnere forstår forskellen på at arbejde kommercielt og at arbejde i en kulturstøttet kontekst. De to ting kan spille sammen men er ikke det samme. Orkestrene må lære den kommercielle dynamik og tankegang så de kan bruge den til deres fordel. Herunder er betydningen af og villigheden til at arbejde ud fra en langsigtet strategi, med betydelig investering som grundlag for at høste et fremtidigt kommercielt potentiale, helt afgørende. Danish Vibes kan tjene som affyringsrampe for en langsigtet indsats hen imod at opbygge en kommerciel platform og skal ikke ses som et klimaks. Dette er en vigtig kommunikation og forventningsafstemning.



- Det er vigtigt i forhold til interessen fra den seriøse tyske kommercielle branche, at der er organisationer bag, som signalerer, at der er nogen med tyngde og historie som tror på orkestrene. Orkestrene ville ikke kunne få adgang til så stort antal seriøse professionelle kommercielle aktører så hurtigt, hvis ikke de kunne se at nogen fra hjemlandet var villige til at investere (tid og ressourcer) i dem.
- Branchen er interesseret i langsigtede satsninger. De skal prioritere deres fokus benhårdt i et presset marked og overvejer meget nøje hvor de skal investere deres tid og ressourcer. De er derfor nødt til at være helt sikre på om de deltagende bands vil og kan levere varen. Det er derfor vigtigt at bandene ud over deres kunstneriske projekt kan være en professionel samarbejdspartner omkring opbygningen i det nye marked. Dette indbefatter tydelighed om hvem der agerer manager i eller for orkestret, at der er en god PR og presse pakke, en klar identitet som er gennemgående lige fra sceneudtryk, visuelt udtryk og repræsentation på de forskellige platforme, til bandets fortælling, etc. Samt ikke mindst at de agerer professionelt og leverer varen på hver en showcase/koncert, uanset forhold og antal tilskuere.
- Det er afgørende at orkestrene har gjort sig klart hvad det kræver og er villige til at lægge den indsats og at arbejde med de professionelle rammer omkring deres kunst – er man kun interesseret i det kunstneriske projekt, så er kommerciel karriereopbygning ikke det rette projekt at deltage i. På denne baggrund har uddannelse af de medvirkende orkestre vist sig vigtig.
- Branchen i Tyskland har interesse i at møde kolleger og samarbejdspartnere fra Danmark og udveksle erfaring og handle, men mødet med den danske musik og musikere skal "nurses" af en organisation, der formår at vise forståelse for det kommercielle marked branchen agerer i. Danish Vibes er netop en organisation, der uafhængigt – og på vegne af Kunstrådet, World Music Denmark og Jazzdanmark kan trænge igennem med denne forståelse og dermed skabe interesse.
- Der er stor interesse for det nordiske/danske især i Hamborg regionen der ser sig selv som "porten til Skandinavien". Men der er stor konkurrence fra andre landes eksport initiativer, ikke mindst fra Norge og Sverige, og vi har konstateret en meget lav kendskabsgrad til dansk jazz og verdensmusik fra de kommercielle tyske aktører, trods tidligere indsatser fra statslige institutioner



og massiv støtte til danske orkestres udenlandske turnevirksomhed. Fortsat opbygning og dyrkelse af netværk til ledende branchefolk og konstant fokus på kvaliteten i det vi præsenterer dem for, vil være et væsentligt bidrag til fremtidig succes.

- At samle de største tyske bookingagenter kræver meget mere end at showcase 4 ukendte kunstnere. Agenterne lagde vægt på det kollegiale møde, på det politiske repræsentantskab, og tilstedeværelse af noget spændende "ekstra" som i dette tilfælde specialdesignede retter fra det nordiske køkken. Interessen for de showcasende orkestre var noget Danish Vibes skulle "nurse" fra start og helt frem til kulminationen i showcasen.

Alt i alt må det konkluderes at Danish Vibes 1.0 var en succes både for de deltagende orkestre og for den danske Jazz og verdensmusikscene generelt. Projektet har allerede opnået støtte til en version 2.0 i 2014 og vil med justeringer fortsætte både det generelle og langsigtede arbejde for relationerne mellem den tyske og danske verdensmusik og jazz branche og direkte med de udvalgte orkestre.



## Bilag

- Bilag 1: Fotos fra brancheevent og showcase 14. nov. 2013 på Mojo, Hamborg
- Bilag 2: Invitation til den tyske branche
- Bilag 3: Deltagerliste til branchenetværksdelen
- Bilag 4: PR Rapport fra Pop Up Records
- Bilag 5: Presseklip Tyskland
- Bilag 6: Anmeldelse af koncert på Montmartre
- Bilag 7: Analysis & Advice Tako Lako – rapport Music Management Hamburg
- Bilag 8: Analysis & Advice Mzungu Kichaa - rapport Music Management Hamburg
- Bilag 9: Analysis & Advice Waidtløw + Girls In Airports - KMM Hamburg