

RAMMEAFTALE

10. december 2021

Rammeaftale for netværks- og genrespillested Culture Box for perioden 2022-2024

1. Aftalens formål og grundlag

Denne 3-årige rammeaftale er indgået mellem Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik, Københavns Kommune og Kulturforening CB, der driver netværks- og genrespillestedet Culture Box.

Der kan findes yderligere oplysninger om Culture Box på spillestedets hjemmeside.

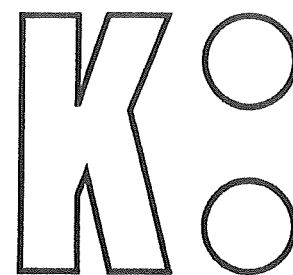
1.1. Aftalens formål m.v.

Rammeaftalen er ikke en kontrakt i almindelig juridisk forstand.

Formålet med rammeaftalen er at tilvejebringe et langsigtet og aftalt grundlag for Culture Box' strategi og økonomi, der hviler på det lovgrundlag og de politiske og økonomiske forudsætninger, der eksisterer på tidspunktet for aftalens indgåelse. Målene i aftalen er udtryk for enighed om de ønskede resultater af spillestedets virksomhed i aftaleperioden.

Statens tilskud ydes med hjemmel i Musiklovens kapitel 2b om rytmiske spillesteder.

Aftalen har virkning fra den 1. januar 2022 og løber indtil den 31. december 2024.



**Statens
Kunsthåndværk**

Slots- og Kulturstyrelsen

H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Telefon 33 95 42 00

post@slks.dk
www.slks.dk

Væsentlige ændringer i aftalens forudsætninger, herunder dens økonomiske grundlag, kan give anledning til en genforhandling af aftalen.

Gældende lovgivning og hjemmelskrav, bevillingsregler, tilskudsvilkår, overenskomster mv. skal følges, med mindre der er tilvejebragt hjemmel til eller indgået aftale om andet.

1.2. Økonomisk grundlag

Kulturforening CBs virksomhed finansieres af statslige tilskud, kommunale tilskud, egenindtægter og eventuelt bidrag fra private fonde.

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musiks tilskud til netværks- og genrespillesteder finansieres af årlige bevillinger på finansloven.

Det er en forudsætning, at netværks- og genrespillestedet som minimum opnår kommunal medfinansiering i den størrelsesorden, kommunen gav tilsagn om i forbindelse med spillestedets ansøgning om at være netværks- og genrespillested. Såfremt den kommunale bevilling reduceres, foreligger der en ny situation, som kan give anledning til genforhandling af denne rammeaftale.

Bindende tilsagn om tilskud fra Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik gives for et år ad gangen i et bevillingsbrev. De anførte tilskud fra staten og kommunen i tabel 1 herunder er altså ikke et bindende tilsagn, men udtryk for de forventede tilskud i aftaleperioden.

Finansieringsoversigt	O2022	O2023	O2024
Statsligt driftstilskud	1.060.000	1.060.000	1.060.000
Kommunalt driftstilskud	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Øvrige offentlige tilskud	0	0	0
Fonde	0	0	0
Sponsorer	0	0	0
Egenindtægter	5.892.000	6.000.000	6.100.000
Indtægter i alt	8.152.000	8.260.000	8.360.000
Egenkapital ultimo	1.846	1.846	1.846

Tabel 1. Finansieringsoversigten viser overslag over forventede indtægter og egenkapital for Culture Box i aftaleårene 2022-2024. Alle tal er oplyst i p/l-niveau 2021.

Tilskud udbetales normalt i fire årlige rater, kvartalsvis forud, dog forventes første kvartalsrate udbetalt i slutningen af januar måned. Med mindre anden særskilt aftale foreligger, er det en forudsætning for udbetaling af tilskud, at budgetter og årsrapporter er indsendt rettidigt, samt at aftalens vilkår i øvrigt er overholdt.

2. Mission, vision, opgaver og metoder

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik har fastsat følgende fælles mission og vision for netværks- og genrespillesteder i Danmark:

2.1. Mission

Netværks- og genrespillestederne skal formidle og udvikle det rytmiske musikliv lokalt, regionalt og – for de spillesteder, der overvejende fungerer som genrespillesteder – også nationalt.

2.2. Vision

Netværksspillemøder løfter i samarbejde med lokale og regionale aktører det kunstneriske niveau og sikrer et alsidigt musik- og koncertliv, der også omfatter de smalle genrer. Spillestedet bidrager derudover til at udvikle musiklivet, f.eks. gennem udvikling af nyt publikum og nye talenter i vækstlaget.

Genrespillesteder er knudepunkter for formidling og udvikling af smalle genrer og vækstlag, både lokalt, regionalt og i hele landet samt understøtter vækstlaget inden for de pågældende genrer.

Netværks- og genrespillesteder er forskelligartede, bl.a. i forhold til geografi, typer af aktiviteter, mulige målgrupper og ønsket kunstnerisk profil. Nogle netværks- og genrespillesteder ligger i større byer og andre i mindre byer eller i landsdele, som er tyndere befolket.

Alle netværks- og genrespillesteder har både netværks- og genrekvaliteter.

Netværks- og genrespillesteder i Danmark realiserer deres mission og vision gennem målrettede aktiviteter inden for to opgaveområder:

2.3. Koncertvirksomhed

Netværks- og genrespillestedernes koncertvirksomhed bidrager til at formidle og præsentere rytmisk musik af høj kunstnerisk kvalitet samt at holde prioriteret fokus på udvikling og nytænkning. Netværks- og genrespillestederne udfordrer både kunstnere og publikum, og de sætter musikken og den musikalske oplevelse i centrum.

2.4. Udvikling af musiklivet

Netværks- og genrespillestederne bidrager til landsdækkende formidling af musik af høj kvalitet i mange forskellige genrer.

Metode

Netværks- og genrespillestedernes aktiviteter varetages, ledes og administreres udviklingsorienteret og professionelt. Det betyder blandt andet, at spillestedet anvender metoder, der effektivt fremmer spillestedets målsætninger.

For koncertvirksomheden er det en forventning, at spillestedet arbejder målrettet med:

- 2.3.1. Særskilte mål, metoder og indikatorer for små (K1), mellemstore (K2) og store (K3) koncerter
- 2.3.2. Udvikling af eksisterende og nye publikumssegmenter
- 2.3.3. Kommunikation og markedsføring, som rækker ud lokalt og i landsdelen

For udvikling af musiklivet, herunder talent, vækstlag og smalle genrer er det en forventning, at spillestedet arbejder målrettet med:

- 2.4.1. Publikumsudvikling, hvor spillestedets årsrapporter indeholder en status med kortlægning og analyse af forandringer af det eksisterende og potentielle publikum, og en beskrivelse af hvordan publikumskendskabet bruges aktivt i programlægning og markedsføring.
- 2.4.2. Fremme af nyt talent, vækstlag og smalle genrer.

3. Supplerende kommunale mål og rammer

Der henvises til Københavns Kommunes særskilte aftale om projekttilskud til Kulturforening CB i perioden 2022-2024.

4. Strategi for Culture Box

Culture Box har i deres ansøgning udarbejdet en strategi med nøgletal og indikatorer, der illustrerer hvordan spillestedet har til hensigt at realisere de overordnede mål og visioner for netværks- og genrespillestedet 2022-2024.

Culture Box' ansøgning indgår som bilag til denne rammeaftale.

5. Rapportering af resultater

Rapportering sker i henhold til bekendtgørelse nr. 1701 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet (driftstilskudsbekendtgørelsen) samt de udfyldende krav og

vejledninger, som fremgår af de årlige bevillingsbreve og Slots- og Kulturstyrelsens vejledninger på styrelsens institutionssite.

5.1. Årsrapport

Spillestedet skal senest seks måneder efter hvert kalenderårs afslutning indsende et revideret årsregnskab. Spillestedet skal gøre rede for de opnåede økonomiske og faglige resultater i henhold til lov og bekendtgørelse for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet samt udfyldende bestemmelser fastsat af Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik og Slots- og Kulturstyrelsen. Regnskabet skal være revideret af en statsautoriseret revisor eller en registreret revisor.

NB: Revideret årsregnskab for 2023 skal, af hensyn til spillestedets evalueringsmøde med Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik i marts 2024, indsendes senest med udgangen af februar 2024.

5.2. Budget

I indledningen til det årlige budget skal Culture Box orientere aftaleparterne om eventuelle ændringer i sin strategi samt forklare eventuelle forventede og realiserede fravigelser.

5.3. Hjemmeside

Vedtægter, rammeaftale, årsregnskaber og ledelsesberetninger for Kulturforening CB gøres tilgængelige på Culture Box' hjemmeside.

5.4. Evaluering

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik kan i løbet af aftaleperioden i samarbejde med Københavns Kommune og Kulturforening CB gennemføre en evaluering, der følger op på de mål og rammer, som fremgår af denne aftale. Kulturforening CB og Culture Box bidrager til evalueringen bl.a. ved at levere faglige og økonomiske data mv. om spillestedets virksomhed og resultater.

Spillestedet skal derudover deltage i et kort evalueringsmøde i begyndelsen af marts 2024. Mødet gennemføres for at Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik kan evaluere og samle op på effekten af støtten til netværks- og genrespillesteder. Opsamlingen gennemføres i 1. kvartal 2024, så der kan skabes et beslutningsgrundlag for, om ordningen skal videreføres efter 2024.

6. Tilsyn

Det offentlige tilsyn med Kulturforening CB varetages af Københavns Kommune. Tilsynet sker i henhold til bekendtgørelse nr. 1701 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for

modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet
(driftstilskudsbekendtgørelsen).

7. Underskrifter

Denne aftale er underskrevet af følgende:

For Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik:

- Emil de Waal, udvalgsleder
- Henrik Wenzel Andreasen, enhedschef i Slots- og Kulturstyrelsen.

For Københavns Kommune:

- Nanna Bugge, kontorchef, Kultur- og Fritidsforvaltningen

For Kulturforening CB:

- Tim Andresen, kunstnerisk leder
- Henrik Søeberg, direktør

Underskrifter findes på underskriftssiden til denne aftale.

Bilag:

1. Culture Box' ansøgning, netværks- og genrespillested 2022- 2024
2. Culture Box' justeret budget for 2022

Underskriftsside

Undertegnede tiltræder *Rammeaftale for netværks- og genrespillestedet **Culture Box** for perioden 2022-2024.*

Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik:
Dato: 10. december 2021

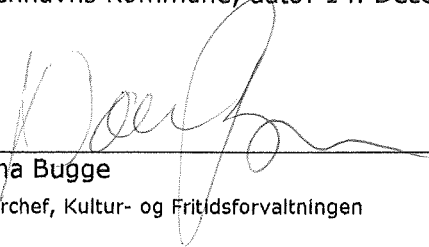


Emil de Waal
udvalgsleder



Henrik Wenzel Andreasen
enhedschef, Slots- og Kulturstyrelsen

Københavns Kommune, dato: 14. December 2022



Nanna Bugge
kontorchef, Kultur- og Fritidsforvaltningen

Kulturforening CB, dato: 14. december 2022



Tim Andresen
kunstnerisk leder



Henrik Søbørg
direktør

Status og strategi 2022-2024 for Culture Box

1. Spillestedets formål

Kulturforening CBs formål er at udbrede forståelsen for og kendskabet til samt fremme udfoldelsesmulighederne for den elektroniske musik og kultur i Danmark og i udlandet.

Det gøres gennem målrettede aktiviteter inden for to opgaveområder:

- koncertvirksomhed.
- uddannelse, vidensdeling og netværksdannelse.

Koncertvirksomheden foregår dels på Culture Box i København, dels på andre spillesteder og lokationer rundt om i hele Danmark – helst arrangeret i samarbejde med relevante aktører med lokalt kendskab og netværk det pågældende sted. Koncerterne kan både være indendørs og udendørs og må gerne præsentere elektronisk musik i nye, spændende rammer og sammenhænge. Dels for at udvikle musikken og scenen, dels for at nå nyt publikum. Musikken, vi præsenterer, har altid høj kvalitet, et kriterium, der forenes med vores fokus på at understøtte og udvikle det danske vækstlag. Både i koncertplanlægningen, i vores formidling og i vores øvrige kommunikation reflekteres der tydeligt over lige kønsrepræsentation, etnicitet, alder og social baggrund. Det er også vigtigt for os at tilbyde musikerne lige så vel som vores publikum professionel planlægning og afvikling fra start til slut – en service, der stadig er udoover det sædvanlige på den danske elektroniske musikscene.

Kulturforening CB vægter opgaven med at udvikle musiklivet højt. Vores aktiviteter inden for uddannelse, vidensdeling og netværksdannelse har vi samlet under projektet "Culture Box Unboxed", som startede i 2018. Unboxed-projektet lægger f.eks. navn til workshops i og om musikproduktion og -rettigheder, kurser i DJing, paneldebatter med inspirerende aktører, talks med danske artister, der har skabt sig en international karriere, sceneteknisk oplæring og vores ugentlige torsdagsøvedage, hvor vi slår dørene op, og alle kan komme og øve på vores udstyr. Aktiviteterne har alle til formål at vejlede og understøtte elektroniske musikere og aktører i deres karrierer i musikbranchen og lede den elektroniske musikscene som helhed i en professionel, fællesskabsorienteret og bæredygtig retning. Aktiviteterne kan henvende sig til alle aktører i det elektroniske musikmiljø, artister såvel som publikum og sceneteknikere, og vi gør en dyd ud af at samle deltagerne i et online Unboxed-netværk, som faciliteres af vores event- og kommunikationsteam og gør, at der er meget kort til sparring og gode råd. Mange af aktiviteterne kan ligesom koncertvirksomheden foregå både i eget hus såvel som på andre lokationer rundt omkring i hele landet.

2. Aktuelle politiske målsætninger

Netværks- og genrespillesteder skal i perioden 2022-2024 formidle og udvikle det rytmiske musikliv lokalt, regionalt og for genrespillestedernes vedkommende også nationalt.

Netværksspillemsteder er baseret på et stærkt samarbejde mellem lokale og regionale aktører. Det fælles koncertprogram og spillestedets øvrige musikalske aktiviteter har et særligt fokus på at løfte det kunstneriske niveau i det pågældende område og at sikre et alsidigt musik- og koncertliv, der også omfatter de smalle genrer. Spillestedet bidrager derudover til at udvikle musiklivet i området, f.eks. gennem udvikling af nyt publikum og nye talenter i vækstlaget.

Genrespillesteder er knudepunkter for formidling og udvikling af en eller flere smalle musikgenrer. Koncertprogrammet og spillestedets øvrige musikalske aktiviteter har et særligt fokus på at fremme formidlingen og udviklingen af smalle genrer og vækstlag, både lokalt, regionalt og i hele landet samt at understøtte vækstlaget inden for de pågældende genrer.

Spillestedet vurderer selv, hvordan det vil vægte et virke som henholdsvis netværks- og genrespillested.

Det er ingen hindring for tilskud gennem ordningen, at ansøger har andre aktiviteter, tilskuddet ydes dog kun til de ansøgte spillestedsrelaterede aktiviteter.

Spillestederne er forskelligartede, bl.a. i forhold til geografi, typer af aktiviteter, mulige målgrupper og ønsket kunstnerisk profil. Denne strategi skitserer under kapitel 3, hvordan disse forhold spiller sammen med spillestedets prioriteringer.

3. Aktuelle muligheder og udfordringer

Den elektroniske musikscene

Lidt groft skitseret er der i hovedstaden et helt utroligt spændende og voksende musikmiljø for elektronisk musik, som vi er glade for at repræsentere og arbejde for, mens der i de mindre danske byer ikke er en organiseret scene for elektronisk musik – små spirende celler i Aarhus og Aalborg undtaget – dvs. et sted for artister at mødes og sparre med hinanden, eller et sted for publikum at opleve musikken, da der ikke er nogle spillesteder, der prioriterer elektroniske genrer kontinuerligt i deres musikprogram. Hvis man er en seriøs artist, er man derfor nødsaget til at tage hele vejen til København for at møde andre aktører og et publikum til sin musik – og det skal vi ændre på i de kommende 3 år.

Udfordringen for alle lige nu er, at spillesteder, klubber og festivaler rundt omkring i landet oftest satser mere økonomisk sikkert og ikke tør at tage chancer med de smallere elektroniske genrer – dem som ikke er at finde på hitlister forstås. Kun få har turde, eller haft en stemme til at råbe op og sætte spørgsmålstegn ved den strategi. Nyudnævnelsen som netværks- og genrespillested for 2. halvår af 2021 har leveret mål og midler til Culture Box' forøgelse af aktiviteter uden for eget hus – både koncertvirksomhed og workshops. Med vores image, følgere, kendskab til scenen og passion for dens udvikling på nationalt plan, ser vi det som vores opgave at skabe øget interesse og et publikum til musikken i lokalområder rundt omkring i landet, selvom vi realistisk set godt er klar over, at Billund og Bogense aldrig bliver Berlin. Mindre kan heldigvis også gøre det. Det vil vi arbejde målrettet for, såfremt vi bliver udnævnt. Vi er i løbende kontakt med artister fra andre steder i landet, og vi kan i høj grad mærke deres interesse for at hjælpe os med at skabe grobund for de smallere elektroniske genrer i deres lokalområder. Det er vigtigt, vi inddrager de artister i processen, lytter til dem og forstår deres ønsker og drømme. De skal være en essentiel del af opbygningen af et lokalt musikmiljø, omend det kræver en masse benarbejde.

I september var Culture Box værter for en scene på Generator Festival i Odense, hvor fire artister optrådte for et mindre publikum. Festivalens publikum var hovedsageligt kommet for at opleve de mere mainstream-navne på de to hovedscener, men på trods af det var vores deltagelse et lille, men vigtigt skridt i den rigtige retning mod at udbrede den elektroniske musik og undergenrer inden for f.eks. techno og house, som vi repræsenterer. Lignende aktiviteter har vi planlagt på Studenterhuset i Aalborg og på Café Paradis i Aarhus i november 2021. Side-løbende med et større fokus udenfor København ser vi det som en vigtig opgave fortsat at udvikle og understøtte det elektroniske musikmiljø i hovedstaden. Løfter vi niveauet i det ene område, vil det smitte af på og inspirere andre områder.

Bookings

Med ophævelsen af en del rejserestriktioner ser vi positivt på Q4 2021 og fornemmer lyset for enden af tunnelen, når vi når til 2022, hvad angår musikprogram og planlægning. Med hensyn til ombookinger og flytning af koncerter har det vist sig som en klar fordel for os i forhold til andre scener, at vi primært har med solister at gøre – da de fleste elektroniske musikere er solister og ikke har en tourkalender, der skal koordineres med andre, som man ser det med et traditionelt band med flere medlemmer. Vi har oplevet stor fleksibilitet hos artisterne og en velvilje fra managements og bookingagenter, selvom besværlighederne ved rejseaktivitet på ingen måde er elimineret endnu. Den største udfordring består faktisk i at jonglere rundt med de mange datoer og flyttede koncerter internt.

Culture Box' musikprofil bliver blandt andet tegnet af spændende internationale navne. Vi har i efteråret 2021 besøgt af Steffi, Guy Mantzur, La Fleur, DJ BORING, Cinthie, Cormac, madwoman, DJ Paypal, James Ruskin, Mano Le Tough og Guy J for blot at nævne nogle få af de mange populære musikere, der er på plakaten, og som vores publikum efterspørger. Vi konkurrerer om de samme navne med meget større spillesteder og festivaler uden for Danmark, hvis kapacitet og budgetter langt overstiger vores. Det er selvfølgelig en kontinuerlig udfordring at trække artisterne til Culture Box, men bookingerne lader sig alligevel gøre, fordi vi internationalt har skabt os et velanset renommé i branchen gennem vores snart 17-årige virke. Vi er nemlig bredt anerkendt som blandt

de bedste små spillesteder for elektronisk musik i verden, hvilket kræver hårdt arbejde, hvis vi skal opretholde den position.

Selvom K3-navne som de førnævnte kan løbe med opmærksomheden i offentligheden, består langt størstedelen af vores bookinger af talentfulde artister fra den danske scene. Herunder mange vækstlagsartister. Culture Box' musikalske profil er i allerhøjeste grad forankret i den danske elektroniske musikscene, hvor vi er kendt for at være det sted, der opdyrker de seriøse kunstnere på scenen og fungerer som karriere-springbræt for de danske musikere og aktører, når vi præsenterer dem i en professionel ramme. For blot at nævne et par aktuelle eksempler, hvor vi forventer os meget af artisterne de kommende år:

- Ground Plane Aerials debutkoncert d. 2. september 2021, hvor han præsenterede et herligt samspil af elektroniske rytmer mixet med jazz-, disco- og funkbaserede elementer fra live instrumenter, han alle selv mestrede at spille.
- Natkoncert med Asynkron d. 11. september. Industrielt rå og upoleret techno. En artist fra Aarhus, som vi faldt over efter anbefaling, og et fint eksempel på en ensom ulv uden nogen tilstedeværelse på andre venues.
- Bylja, Spherical Aberration og Swan And The Lake d. 29. august. Alle tre acts bevæger sig indenfor langsomme og lyttevenlige elektroniske genrer, men mangler et fysisk venue at præsentere deres musik på. Med udviklingen af vores nye udendørs endagsfestival "Culture Box Chillout" fik vi skabt en ramme og sammenhæng, hvor den musik kommer bedst til sin ret.

Culture Box skal være garant for høj kunstnerisk kvalitet, og vores publikum virker også til at have stor tillid til, at de kan tage til vores koncerter og høre mindre kendte navne, de ikke nødvendigvis selv kendte i forvejen, og få en stor musikalsk oplevelse. Det ser vi som en cadeau, vi skal værne om, og en mulighed, vi skal bruge til at booke artister inden for nichegenrer, som ellers ikke ville kunne tiltrække et stort nok koncertpublikum.

Som fortsat netværks- og genrespillested i 2022 og frem vil vi arbejde intenst for at styrke det danske vækstlag for elektronisk musik yderligere, bl.a. via det særlige koncertkoncept "Debut", som p.t. afholdes to gange årligt, og hvor alle artister optræder på Culture Box for første gang. Vores mål er at hæve det tal til det dobbelte i perioden 2022-2024 og give det massiv opmærksomhed i vores kommunikation og markedsføring. En anden indsats, der skal understøtte vækstlaget, er samarbejder med uafhængige pladeselskaber, artistkollektiver og små koncertarrangører fra undergrunden, hvor vi i fællesskab kuraterer lineuppet på udvalgte aftener. Vi oplever stor passion og glæde, når vi rækker ud til sådanne aktører og giver dem mulighed for at kuratere og optræde. Vi har lavet succesfulde koncertaftener bl.a. i samarbejde med Future Female Sounds, Housefrau, Drum & Bass Klubben, CPH DEEP og Aarhus Techno District samt lokale pladeselskaber som What Happens og Concealed Sounds. Vi ser en stor fordel i at fortsætte og udvikle den slags samarbejder.

Et andet fokus i booking-arbejdet er at fremme ligestilling mellem kønnene. Udfordringen ligger i, at der er en massiv overrepræsentation af mandlige artister, men vi gør alt, hvad vi kan, for at understøtte kvinderne samt non-binære og de tiltag, der kæmper for ligestilling. Vi har allerede en større procentvis repræsentation af kvinder på programmet end DMF's og Kodas opgjorte tal for andelen af kvindelige medlemmer. Vores målsætning i 2021 er at øge den kvindelige repræsentation på lineuppet med minimum 5 pct. point. Samme målsætning agter vi at stille os selv for 2022. Uligheden er en udfordring, der fortsat kommer til at tage lidt tid at komme til livs, men vi arbejder målrettet på det. Når det kommer til afregning af artister er der selvfølgelig allerede ligestilling. Vi ønsker, at den musikalske programlægning skal repræsentere de værdier, vores spillested kæmper for og er bygget på. Det betyder også, vi hele tiden tænker på at inkludere minoriteter og på geografi, idet vi forsøger at præsentere artister fra forskellige verdensdele og med forskellige sociale baggrunde og erfaringer.

Fremførelse

Det er meget forskelligt, hvordan elektroniske musikere vælger at optræde. Fra et mere traditionelt koncert-setup med instrumenter til et DJ-set med kreative vinkler for at fremførelsen bliver helt unik. Måske ved brug af diverse controllere, pedaler, effekteheder, trommemaskiner o.l. Vi ønsker, at der i musikbranchen generelt er plads til stor variation i måden, hvorpå musikken skabes og fremføres, og at der ikke er rigide regler for, hvad der er rigtig kunst, og hvad der ikke er, og at de smalle genrer, som vi arbejder med, anses på lige fod med andre anerkendte musikalske genrer. En ting, vi tydeligt bemærker i den feedback og sparring, vi modtager fra de optrædende, er, at de ikke er vant til at blive taget seriøst og at deres ønsker til udstyr bliver imødekommet, som de gør hos os. Vi kan imødekomme dem, fordi vi har specialiseret os i de elektroniske musikgenrer og ved hvilke forhold, der skal til, for at musikken kommer til sin ret, og både artist og publikum får en oplevelse af, at tingene går op i en højere enhed. Vi mener, at det etablerede elektroniske musikmiljø og den spirende undergrund fortjener sådan et spille-

sted, hvor kunstnerne tages seriøst, kan få sparring og rådgivning om deres musik og karrierer, og hvor udstyr, afvikling og afregning er på et professionelt niveau. Derfor prioriterer vi også uddannede lyd- og lysfolk og personale generelt. Som noget nyt er vi begyndt at bruge VJs – visual jockeys – der fremfører grafisk content på vores skærme live og synkront med musikken, for at skabe en mere komplet og unik totaloplevelse. Det visuelle udtryk ved koncerter har i det hele taget fået stort fokus her i vores hus den senere tid og har udmundet sig i et samarbejde med Hackstage, der er specialister på området.

Vækstlag

I Danmark har den elektroniske musikscene en anseelig talentmasse og et vækstlag, der emmer af kreativitet. Vi ser rigtig mange, der både producerer og får udgivet musik. Det store antal artister skyldes bl.a., at det er en relativt lille økonomisk investering, man skal foretage, når man skal i gang med at komponere elektronisk musik. Specielt uden for de større byer sidder mange dog helt alene med deres projekter og har derfor svært ved at komme ud at optræde for et publikum og i det hele taget udvikle sit talent. Fordi den elektroniske musikscene i Danmark er kendetegnet ved en stærk gør-det-selv-mentalitet, har langt hovedparten af specielt K1- og K2-kunstnerne hverken bookere, managers eller andre til at hjælpe dem med karrieren. Kunstnerne forsøger selv at skaffe deres spillejobs, hvis det kan lade sig gøre, men bliver de ikke grebet af kvalificerede hænder og hjulpet videre, vil mange knække nakken på det, interessen vil måske forsvinde, og karrieren når aldrig det høje niveau, hvor det kan blive en eksportvare, som der ellers er mulighed og potentiale for. Culture Box ønsker at spille en vigtig rolle i at højne og professionalisere den ofte uorganiserede og kaotiske elektroniske scene, og det er her, vi som netværks- og genrespillested kan være synlige, række ud og skabe relationer og muligheder for dem – inklusiv optrædender i og uden for eget hus.

Vækstlagsinitiativer

Under vores vidensdelingsplatform Culture Box Unboxed har vi i 2021 aktuelt samarbejdet om fire workshops med interesseorganisationen DPA, brancheforeningen Elektronisk Musik Danmark samt partnere i Aarhus, Odense og Aalborg. I Aalborg i august diskuterede vi musikrettigheder og havde DPAs næstforperson Mathias Madsen Munch med som ekspert, der formidlede sin viden om musikbranchen og dens fagtermer til 20 nye musikere. Derudover havde deltagerne mulighed for individuel sparring på egne musikproduktioner fra et panel af fem etablerede musikproducere: Ashibah, Clara Sofie, Asle Bjørn, Kim Kornum og Tim Andresen. Workshoppen blev i september afviklet i København med fuldt hus (30 deltagere), hvor DPAs forperson Tobias Stenkjær var med som ekspert og Kill J og Nandu var blevet tilsluttet panelet. Vi får positiv feedback fra deltagerne, og diskussionerne fra workshopsne fortsætter i en lukket Unboxed-Facebook-gruppe, vi har lavet, hvor medlemmerne hjælper hinanden, og kommer med idéer og inputs til hinandens arbejde.

Et andet aktuelt vækstlagsinitiativ, som vi er meget begejstrede for, er, som tidligere nævnt, de ugentlige øvedage i vores eget hus hver torsdag, hvor vi sætter vores udstyr og ekspertise gratis til rådighed for minimum fire artister og talenter hver gang. Projektet har vist sig som et stort tilløbsstykke med folk, der utroligt nok kommer fra mange dele af landet for at bruge nogle timer hos os. Alle tider blev omgående booket for 3. kvartal, da projektet blev relanceret. Det viser, hvor stor interessen og behovet er. Vores udfordring er dog, at vi p.t. ikke har hverken personale, frivillige eller økonomi til at skalere yderligere – f.eks. med flere øvedage. Administrativt har det vist sig at være mange arbejdstimer, der skal bruges på projektet. Vi finder det imidlertid værdifuldt og givende, ligesom der danner sig et klart billede af et image boost til vores organisation fra scenens nye aktører. Det er ren bonus.

En anden type workshop, vi har planlagt til december 2021, henvender sig til nye VJs og oplæring af disse i forståelse for og brugen af software til afvikling af visuals. I fællesskab med Hackstage laver vi et seminar og forsøger at uddanne en håndfuld unge med henblik på fremtidigt virke på vores venue. Det bliver spændende at tage nogle skridt mod også at være hus for fremtidens visuelle skabere til musik.

Publikum

Det er en udbredt misforståelse, at elektronisk musik kun henvender sig til unge mennesker. Vores publikum på selve spillestedet spænder aldersmæssigt bredt fra 18 til 74 år, dog med en overvægt af gæster mellem 23 og 40 år jævnfør de data, vi kan aflæse via billetsalget. Vores udendørs arrangementer målretter vi således, at det også er muligt for børn, familier og ældre at deltage. Med andre rammer og ikke mindst tidspunkter for aktiviteterne giver det nye muligheder for at nå nyt publikum. Vi har før pandemiens udbrud især haft mange internationale gæster. Nogle af disse er rejst til Danmark kun for at opleve en koncert på Culture Box. Covid-19 situationen har selvsagt resulteret i en ganske markant nedgang i rejseaktiviteten, men danskerne har vist en større appetit på de musikalske oplevelser, vi tilbyder, så vores forventede udfordring med manglende solgte billetter har heldigvis ikke vist sig at holde stik. Culture Box har et omdømme som en international klub. Det betyder i praksis, at det meste kommunikation både online, men især også på spillestedet mellem medarbejdere, artister og gæster, foregår på engelsk. Det danner præcedens for, at folk med forskellige baggrunde og kulturer hver uge mødes, at

venskaber opstår på tværs af nationaliteter, og at den fælles interesse for musikken skaber stærke fællesskaber på tværs af øvrige identitetsmarkører.

Attitude Code for a safer space

Historisk og internationalt set har den elektroniske musikscene altid handlet om mere end musik. Den har også repræsenteret en bevægelse og et værdifællesskab, der i overvejende grad har haft stærke politiske budskaber især om diversitet, mangfoldighed og lige kønsrepræsentation. De værdier er både vi, vores artister og publikum også i dag meget optaget af, og vi gør os umage for at efterleve dem. Det kommer til udtryk i musikprogrammet, vores PR og øvrige kommunikation. Det er også grunden til, at vi opererer med en "Attitude Code" – vores version af en safer-space-politik, som vi for nyligt har opdateret og fået trykt i fysiske plakater og hængt op på klubben, samt i et A-skilt udendørs, som vores sikkerhedspersonale kan pege på og referere til, når de snakker med publikum, før de kommer ind på vores spillested. Culture Box mærkede en anseelig publikumsfremgang op til marts 2020, og det samme nu hvor restriktionerne er væk, og vi igen har åbent. Vi oplever en mere lige kønsfordeling blandt vores publikum, hvilket vi vurderer blandt andet skyldes det øgede fokus på og formidling af denne Attitude Code. Politikken beskriver, at vi har nul tolerance overfor nedstirring, nedladende kommentarer, uønsket berøring eller chikanerende adfærd, der får andre, hvadenten det er vores gæster eller personale, til at føle sig utilpas. Vi adskiller os fra andre steder, hvor safer-space-politikker er udformet, idét at vi ikke bruger en picker – en vagt, der sorterer og udvælger blandt publikum i entréen. Alle fortjener som en start at komme ind på vores spillested.

Det er vigtigt for os at signalere omsorgsfulde, inkluderende og fællesskabsorienterede værdier. Vi har derfor valgt at vores Attitude Code ikke kun skal hænge på vores venue, men også fylder en del i vores PR-materiale for selve koncerterne, hvorfor den står både i eventteksten og bliver delt på special designede flyers på Instagram. I andet halvår af 2021 har vi sat yderligere fokus på undervisning af personale i at varetage vores Attitude Code. Vi har nu månedlig oplæring, uddannelse og dialog omkring politikken for at ruste os selv bedst muligt til de udfordringer, der måtte komme, så vi kan være med til at skabe et trygkere koncertmiljø og natteliv for alle. Det har ikke kun topprioritet i vores hus, men er et højaktuelt tema for hele den elektroniske musikscene. Da vi gerne vil tage ansvar for udviklingen af musiklivet i en mere fællesskabsorienteret og social bæredygtig retning, deltager vi løbende i den offentlige snak om safer space-politikker og -praksis. Vi har bidraget med sparring til både politikerne i Københavns Kommune og tidligere deltaget i workshops under Spot Festival, Strøm Festival, Elektronisk Musik Danmark og DRC om dette emne. Det ser vi også muligheder for fremadrettet, ligesom vi gerne hjælper og sparrer med andre venues, som ønsker dokumentation eller idéer til at indføre politikken hos sig.

En forholdsvis ny udfordring de seneste år har været den mere flydende kønsidentitet, vi noterer os hos en del unge. For at imødekomme det, har vi derfor som noget nyt valgt, at vi rækker ud til alle optrædende forud for koncerterne og beder dem om at oplyse, hvilke pronominer, de ønsker sig omtalt og tiltalt med. Det er blevet taget rigtig godt imod. I samme moment har vi valgt at gøre samtlige toiletter i huset til unisex og mærke dem "WC", således ingen føler sig ekskluderet.

Publikumsudvikling

Vi har altid fokus på publikumsudvikling, når vi indgår samarbejder om nye musikoplevelser med andre aktører, eller når vi deler andre aktørers gode initiativer inden for elektronisk musik, f.eks. når Strøm laver en brugerundersøgelse, Beats by Girlz afholder workshops, CPH:DOX har premiere på en musikdokumentar o.l. For at formidle musikken og nå publikum, der befinder sig længere væk fra os end "venners venner" rækker vi desuden løbende ud til andre kultur- og oplevelsesaktører. Vi er f.eks. i dialog med både forlaget Gyldendal, forlaget Baggaardbaroner og LiteraturHaus på Nørrebro om mulige arrangementer, der har til formål at introducere deres litterære publikum til vores verden af elektronisk musik på en ny, kreativ måde. Vores kommunikationsmedarbejder er fra september 2021 blevet en del af Kommunikationsforums netværk for kommunikatører i oplevelsesbranchen og deltager på Applaus' kursus 'Fremtidens publikumsudvikler 1' for at opruste vores teams færdigheder i publikumsudviklende aktiviteter.

Et nyt tiltag, vi prøver af i 2021, kalder vi "Culture Box Junior" og henvender sig direkte til børn og unge under 18 år. Det er et relativt nyt publikum og format, så vi prøver det først af med vores nabo, Sølvgade skole og dens 6.klasser, og drager nyttig erfaring heraf. Derefter er det planen at evaluere, og se hvorvidt formatet og musikken er noget for de helt unge mennesker og dermed en mulighed for os at invitere en større offentlighed til. For ganske nylig afviklede vi en baggårdsconcert i samarbejde med Indgreb og Musik Til København. Det bemærkelsesværdige for os var, at halvdelen af de fremmødte publikummer var børn i alderen 5-10 år (i selskab med deres forældre). Det virkede som om, de satte meget pris på arrangementet. Det gjorde os virkelig glade, og vi glæder os til at præsentere mere musik for den aldersgruppe. Udfordringen med det yngste publikum ligger i at skulle

fastholde deres interesse i længere tid af gangen, men derfor er det godt, at vi har et netværk af både lys- og videoartister og dansere, der er friske på udfordringen med at vække begejstring for elektronisk musik hos børn.

Musikformidling

At de traditionelle medier som radio, tv og den trykte presse mangler prioritering på og formidling af elektronisk musik i Danmark er efterhånden en kendt problemstilling. Der findes selvfølgelig ildsjæle derude, som f.eks. Sophia Handler, der er musikanmelder på Dagbladet Information, Karl Kristian, der er journalist på Soundvenue, Pernille Krog Mogensen og Helle Helle, der er radioværter på Kollektivet på P3 m.fl. De er heldigvis flinke til at samarbejde med os om omtaler, interviews, podcasts o.l., men med udgangspunkt i feedback og publikumsundersøgelser, vurderer vi, der findes et potentielt publikum til elektronisk musik, som søger lidt tilfældigt rundt og stadig kun har perifere oplevelser med genren. På grund af vores unikke position på scenen støtter mange sig allerede til vores formidling, når de skal finde deres næste koncertoplevelse. Vi oplever dog et potentiale for at skrue endnu mere op for musikformidlingen med fokus på at skabe interesse for elektronisk musik hos et nyt publikum, der er ivrige efter nye musikoplevelser. For at imødekomme den opgave, arbejder vi bl.a. med:

- fem nye Spotify-playlister, der opdateres minimum én gang månedligt.
- skriftlige anbefalinger af nye udgivelser. Udkommer månedligt.
- Culture Box Podcast i samarbejde med udvalgte artister.
- interviews med vækstlagsartister, der fortjener ekstra opmærksomhed.
- promovning af samtlige artister, der optræder på vores venue, med links til deres musik.
- video- og fotohold til at dokumentere vores koncerter og skabe nyt, spændende indhold til vores platforme.
- livestreaming til Soundboks' app-brugere.
- publikumsudviklende samarbejder med andre aktører i oplevelsesbranchen.

Kommunikation og marketing

Vi arbejder med en overordnet kommunikations- og markedsføringsstrategi, der har som mål 1) vedvarende at øge antallet af publikum (fysiske og digitale) 2) knytte eksisterende publikum og artister stærkere til vores venue 3) sikre mere og grundigere feedback fra både artister og publikum 4) arbejde for en lige kønsfordeling blandt publikum (fysisk og digitalt). Vores fokus i alt, hvad vi kommunikerer, er kvalitativ musikformidling, fællesskabsdyrkelse og styrkelse af opfattelsen af Culture Box som et sted med en mangfoldig, tryk og inkluderende atmosfære. Strategiens målgruppe er personer, der deler vores værdier: passion for elektronisk musik, høj musikalsk kvalitet, fællesskab, inklusion og diversitet, samt den lige så vigtige gruppe – venner af disse, også kaldt “venners venner”. Vores overordnede budskab til publikum, artister og samarbejdspartnere – både eksisterende og potentielle – er, at vi tager ansvar for udvikling af den elektroniske scene i Danmark, både hvad angår musikken, fællesskabet og kulturen heri. På baggrund af den formulerede strategi udformer vi kommunikations- og markedsføringsplaner til alle vores aktiviteter og events, hvor vi fastlægger en mere specifik målgruppe med henblik på alder, geografi, interesser og tidligere events, samt hvilket budskab og hvilken “tone of voice”, vi særligt bruger til promovningen. Data som disse bruger vi f.eks. til Facebook- og Instagramannoncering, samt til valg af kanaler og platforme i den øvrige markedsføring.

Kampagner

I 2021 har vi genoptaget én og iværksat fire forskellige, men parallelle kommunikationskampagner. Kampagnerne skal alle hjælpe med til, at vi opnår vores vision om at skabe forbindelser mellem genrer, aktører og publikum, understøtte vækstlaget og styrke fællesskabet, netværket og diversiteten omkring elektronisk musik, samt opnå nyt publikum:

- **“[Artist name] recommends”**. En gang om måneden skriver en vækstlagsartist en anbefaling af en anden vækstlagsartists musik, som de selv vælger. Anbefalingen postes på vores blog og SoMe-platforme. Udover at inspirere vores publikum og netværk af artister til at udvise nysgerrighed og bakke hinanden op, tjener kampagnen det formål, at vores eventteam holdes opdateret og informeret på aktuelle aktører, så vi kan være klar til at booke vækstlagsartister, så snart de er klar til at spille for os.
- **“Practice Session Journal”**. I forbindelse med vores ugentlige øvedage laver vi små features i form af interviews med brugerne af vores faciliteter til vores online platforme. Det primære formål er at skabe en stærkere relation til brugerne, få feedback fra dem om deres interesser og ønsker i relation til Culture Box, så vi kontinuerligt sikrer, at vi bliver klogere på vores publikum. Sekundære formål er at gøre dem til ambassadører for Culture Box, give dem lyst til at dele featuren af dem selv på deres egne sociale medie-platforme, så de er med til at dele budskabet om os som mere end et spillested, men også et

sted for fællesskab og personer som dem. Vi håber, at det tiltrækker deres venner som nyt publikum til vores sted.

- **“Spotlight”**. En fotoserie og et fordybende interview med en særligt udvalgt vækstlagsartist, der fortjener mere opmærksomhed fra publikum. Målet er at skabe en god relation til artisten og at gøre artisten til ambassadør for Culture Box og den kommende aften som vedkommende skal spille til.
- **“Debutant-ball”**. Et eksklusivt online webinar forud for hver Debut-aften, hvor debut-artisterne har mulighed for at sparre med os fra Culture Box og lære hinanden at kende. Artisterne bliver briefet om aftenen, stiller spørgsmål og oplært i online promovring. Vi oplever en efterspørgsel på rådgivning fra de mere “grønne” artister, hvad promovring angår, og vores primære mål er at hjælpe med råd og tips, samt koordinere indsatsen forud for den pågældende debut-aften, da vi mener, at sådanne tiltag kan være med til at professionalisere og løfte den elektroniske musikscene generelt. Sekundære formål er netværksdannelse; at debutanterne oplever, at de i fællesskab er med til at skabe den bedst mulige oplevelse af deres aften med et stort og oplagt publikum. Da artisterne desuden repræsenterer et potentielt nyt publikum bestående af deres venner, der måske kun ville være der, fordi deres ven/veninde skal optræde, er det vigtigt for os at gøre ekstra ud af aftenen med Q&A-interviews, specialdesignede artist flyers o.l. så artistens venner opfatter Culture Box som et interessant og vedkommende sted.
- **“Faces of Culture Box”**, hvor vi fra vores online platforme fremhæver og profilerer en yndet medarbejder eller gæst, der ofte besøger spillestedet. Disse er i høj grad med til at tegne kulturen og miljøet omkring den elektroniske musik, og vigtige for os at skabe en tæt relation til og gøre til ambassadører for vores sted. Vores erfaring er, at det især for de ikke-mandlige gæster er nemmere at besøge Culture Box for første gang, hvis de allerede har en personlig forbindelse til vores sted. Det kan være, hvis nogle af deres bekendte kommer der, og de derfor bliver gjort opmærksom på, at “en som dem” er ønsket og velkommen. I kampagnen lægger vi desuden vægt på blødere værdier: fællesskab, omsorg, musikkens gode egenskaber for krop og sjæl, som vi ligeledes oplever især vores ikke-mandlige publikum responderer godt på.

Kanaler og platforme

Hovedpulsåren for vores online promotion er vores hjemmeside. Den er lavet i WordPress med koncertkalenderen i fokus, ligesom vi har en blog for nyheder, kontaktside, samt tilmelding til vores nyhedsbrev. Nyhedsbrevet udsendes via MailChimp ugentligt. Det giver os gode muligheder for statistik fra modtagere samt aflæse antal klik på separate emner. På Facebook har vi 41.300 følgere. Vi laver Facebook-events for alle arrangementer, og udnytter mulighederne for promotion af samtlige artister med opslag på event-væggen. En af de muligheder som “det nye Facebook” har bragt med sig er en øget opmærksomhed omkring posts i grupper. Vi poster og opdaterer derfor i de mange grupper for elektronisk musik, som findes på Facebook, og vi er desuden administratører af vores egne grupper for både medarbejdere og Culture Box-venner samt en gruppe specifikt for folk, der er en del af vores Culture Box Unboxed-netværk. Vi benytter tit grupperne til dialog med vores netværk om ønsker til bookings, workshopemner og gode råd til vores aktiviteter. Den anden store SoMe-platform, vi arbejder med, er Instagram. Her bruger vi flittigt både news-, story- og højdepunkts-funktionerne. På Instagram har vi 7000 følgere, og det tal er hastigt stigende. Desuden arbejder vi på Twitter, Mixcloud, Soundcloud og Youtube. Vi opretter online events på Resident Advisor, som er den førende internationale portal for elektronisk musik og som også fungerer som vores billetudbyder. Det giver os muligheder for en stærk profil og tilstedeværelse specielt overfor vores internationale publikum og turister, da dette er en af portalerne som koncertgængere indenfor elektroniske musikgenrer internationalt følger og orienterer sig imod. Vi laver stadigvæk plakater i små oplag og sætter op i særlige plakatholdere i huset, og til særlige events laves trykte flyers til uddeling. Men det er primært online, at vi fokuserer, og der hvor langt størstedelen af vores publikum henter deres information.

Med fokus på en markant online tilstedeværelse kommer også brugen af både fotografer og flere videohold såsom NIM Sound og Cliix Productions, der er fast tilknyttet. De dokumenterer vores events, og gør at vi efterfølgende kan lave dokumentation af begivenhederne, men også har fremtidigt materiale til promovring. Nogle af de muligheder, som vi elsker ved brugen af en stærk tilstedeværelse online, er den tætte dialog med publikum og den meget feedback, vi hurtigt og effektivt får tilbage – specielt på vores SoMe kanaler. Der er kort fra tanke til handling, og budskaber kommer ud omgående. Brugen af sponsorerede posts gør det muligt for os at målrette kampagner meget præcist imod forskellige publikumssegmenter. Der er ligeledes kun et klik fra vores SoMe-posts til billetkampagnen, og netop fleksibiliteten og kendskabet til de forskellige platformes styrker og svagheder gør, at vi føler os godt dækket ind.

Vi rækker løbende ud til pressen med særlige pressemeddelelser, når vi vurderer, historierne er interessante. Vores historik inden for det elektroniske musikmiljø giver os heldigvis nogle fordele og muligheder for at være en spiller, som pressen godt vil dække, omend vi nøgternt må konkludere, at det sjældent er den store opmærksomhed og skrivelyst, der generelt omkranser det miljø, vi repræsenterer. Det kunne være en af mulighederne for os at ændre på i en kommende tre-årig periode.

Visuel identitet

I første halvdel af 2021 brugte vi tid på en opdateret visuel strategi, som er implementeret fra sommerens start. Vi designer specielle flyers in-house i en stribe forskellige størrelser og formater (både jpg og mp4), som passer nøjagtig til visningen på forskellige platforme. Det visuelle udtryk er vigtigt i vores markedsføring, og er blevet bemærket og kommenteret positivt af vores publikum siden. Muligheden for at stå ud via genkendelsesfaktoren er vigtig i en tid, hvor scrolling på SoMe-kanaler sker i et tempo, der ikke tillader meget dvælen ved enkelte posts. Vi prioriterer individuelle designs ud fra den beskrevne visuelle strategi og vælger ikke en drag-and-drop løsning, da dette i vores verden kan opfattes lidt som uinspireret samlebandsarbejde. Det er ingen tjent med. Ulempen her er selvfølgelig, det kræver nogle ressourcer, men det skal der være tid til. I kølvandet på dette arbejder vi på en opdateret udgave af vores brand book med de nye ting inkluderet. Deadline for denne er medio oktober.

Drift vs. udvikling

Med Culture Box' hyppige koncertvirksomhed hele året rundt har det ind imellem været en udfordring for sekretariatet også at koncentrere sig om at drive udviklingen og skærpe vores profil yderligere. Selvom drivkraften og passionen er til stede, bliver vi ofte lagt ned af presserende driftsopgaver, hvilket ind imellem komplicerer fordybelsen i de strategiske og udviklende processer. Med en mulig status som netværks- og genrespillested i den kommende 3-årige periode, vil et centralt fokuspunkt være at sikre kompetencer og hænder nok, samt afsætte tid i teamet til at videreføre, formidle og skærpe projekteringen af de udviklende ambitioner og ønsker, vi har for spillestedet og det elektroniske musikmiljø.

Personale

I forhold til personalepolitik og vores timelønnede medarbejdere er vores ofte sene åbningstider i weekenden en betydelig udfordring, da natarbejde er lig med hårde arbejdsforhold. Der har derfor i perioder hidtil været hyppige udskiftninger i personalegruppen, hvilket medfører øgede omkostninger til oplæring og introduktion til nye medarbejdere, og komplicerer det at have en kontinuerlig og klar medarbejderprofil for besøgende gæster og artister. Vi er i gang med en proces for at vende denne tendens og har et klart mål om bedre fastholdelse af medarbejdere. Det gør vi bl.a. med en ny og forbedret lønpolitik for timelønnede samt endnu bedre arbejdsforhold med krav om at holde pauser. Derudover gør vi det ved at arrangere både månedlige personalemøder og sociale arrangementer for hele personalegruppen. Endelig prøver vi også at vise en karrierevej og forfremme personale, når de er klar til at tage mere ansvar. Vi sætter stor stolthed i diversitet og en bred repræsentation af medarbejdere fra mange forskellige lande med forskellig kulturel baggrund og interesser, og hvor musikken til syvende og sidst bliver det, der samler dem i arbejdsfællesskabet.

Frivillighed

På sigt har vi et ønske om at udvide frivilligruppen, men dilemmaet ligger i, at vi samtidig har en klar holdning om, at man skal aflønnes, når man arbejder i nattetimerne. Det begrænser dermed mulighederne for, hvor i organisationen vi kan arbejde med og udvikle frivilligheden. Til enkeltstående tidlige koncertaktiviteter og arrangementer ude af huset er det lettere for os at tiltrække frivillige, da vi dermed kan honorere dem med oplevelser og gode vilkår senere på spillestedet. Det er også en målsætning på sigt at trække på erfaringer fra andre spillesteder såsom Musik Loppen og Alice, hvoraf vi netop har indført kvartalsmøder med førstnævnte omkring sparring på udvikling, marketing og frivillighed.

Miljø og bæredygtighed

Culture Box forsøger på bedste vis at have en grøn profil. Vi fokuserer på at beskytte miljøet mod unødvendig forurening og ressourcspild. Der bliver kontinuerligt taget skridt i både bar- og koncertdriften til en bæredygtig politik. Vi har bl.a. indført:

- ny affaldssortering.
- udskiftning af alt ventilation og aircondition.
- genanvendelige byggematerialer.
- bionedbrydelige sugerør lavet af biomasse.
- at der kun bruges sugerør såfremt gæsten specifikt beder om det.
- nyt gulv i Black Box, main bar og garderobeområdet.
- ny sanitet inkl. WC og håndvaske, der er blevet til rustfrit stål.
- fire nye urinaler der er vandfrie.

- vi benytter ren vedvarende energi via selskabet Naturenergi.
- vi har udskiftet samtlige lyskilder til LED, og har dermed nedbragt energiforbruget.
- ny papirløs bogholderifunktion.

Disse tiltag harmonerer med vores fortløbende fokus og er alt sammen små skridt i en større positiv retning, vi arbejder frem imod.

Vi føler stadigvæk der er muligheder for, at blive endnu mere bæredygtig i vores drift. Og vi ser også en mulighed for, at inddrage vores publikum i den process via en spørgeundersøgelse, vi planlægger til vinteren 2022, såfremt de sidder med inputs, vi ikke selv skulle have overvejet.

Ting som vi allerede nu ved, vi kommer til at sætte fokus på, er:

- en yderligere skærpelse af affaldssortering.
- minimering af plastik.
- et større fokus på økologi.
- en skærpelse af fokus på energiforbrug.
- udskiftning af toiletpapir til genbrugspapir.
- udskiftning af de sidste urinaler til vandfrie.
- udelukkende brug af svanemærkede rengøringsmidler.
- udskifte håndtørre med nye teknologiske og energibesparende højtryks håndtørre.
- promovning af transport til og fra Culture Box, og fortælle om og holde fokus på de gode forhold for cykler og gående.

Helt nye initiativer

Tiden er moden til nytænkning. Covid-19 har rykket grænser og givet os alle en tiltrængt tænkepause. Vi gør alle sammen ting anderledes nu end før pandemien.

- Blandt mange nye ting introducerede vi denne sommer et originalt tiltag, der hed Running Rave. Det kombinerer musik og sundhed – helt i tidens ånd. En DJ optrådte på et overflødhedshorn af en lydcykel, og fremførte sin musik til et felt af løbere i Fælledparken i København. Det format fik en særdeles positiv modtagelse af et overvejende nyt publikum med deltagelse af alt fra triatleter til løbetrænere og garvede klub gængere, der ikke har løbet før. Heldigvis også en del forældre og børn. Selv folk på cykler sluttede sig til den løbende skare for at opleve musikken, sammenholdet og fællesskabet, der skabtes den eftermiddag. Planen er nu at gøre det til en årlig tilbagevendende begivenhed, og vi planlægger at tage konceptet med rundt i landet de kommende tre år, og se hvordan det bliver taget imod i samarbejde med Mikkeller løbeklub, som netop har fokus på fællesskab og det sociale aspekt mere end tempo og personlige rekorder.
- Et andet nyt samarbejde, vi skal teste af, er ambient koncerter i Roskilde Domkirke. Vi har lavet et samarbejde med INSP Sound, som er en community-baseret produktionsvirksomhed med fokus på bæredygtige produktioner, ift. anlæg og lyssystem, samt oplæring og frivillighed. Vi glæder os helt vildt til at prøve kræfter med et så legendarisk sted med så meget historie og går ydmygt til opgaven. Roskilde har en lang historie med festival, men desværre ikke den samme historie omkring elektronisk musik. Det håber vi på at kunne hjælpe lidt på vej.
- Vores mini-festival kaldet Culture Box Chillout blev stablet på benene på kort tid denne sommer. På trods af vi ikke fik den først ønskede lokation, og at vejret var tvivlsomt, blev fremmødet ganske fint, og det gav grobund for optimisme. Såfremt vi bliver udvalgt, er det planen at udbygge og videreudvikle arrangementet i 2022 og de kommende år frem.
- Det er planen at lave 8-10 koncerter årligt uden for København.
- Der er derudover planlagt eksterne samarbejder om koncertaktiviteter på de Københavnske spillesteder Rust, Alice og Xenon.
- Streaming af koncerter fra egen venue (billede og lyd).
- Streaming af koncerter fra egen venue til Soundboks-brugere. Stream-formatet, og det at give publikum live følelsen uden selv at være til stede er hovedtemaet i det helt nye samarbejde,
- Endelig er der planlagt en kunstinstallation under navnet Natural Connection med musik som en væsentlig del.

Fremtiden

Culture Box har opbygget et velkendt brand og et dynamisk spillested, der tager ansvar for og hjælper talentmassen og vækstlaget frem, samt præsenterer publikum for en bred vifte af primært smalle genrer indenfor elektronisk musik. Med respekt for vores historie og position på scenen, forsøger vi med de mange nye tiltag og projekter at tage nogle skridt frem imod at omfavne og skabe fremtidens musikscene. En scene med fleksibilitet, sammenhold, samarbejder og masser af initiativ. Samtidig er det vores målsætning og håb, at vi med vores idéer og potentiale kan være inspiration for en yderligere udvikling af andre dele af scenen for live-musik. Det føler vi selv, vi kan bidrage til med passion og ambitiøse, nyskabende og originale tiltag. En position som netværks- og genrespillested i en 3-årig periode vil underbygge denne udvikling og sikre et kunstnerisk rum, hvor artister og publikum kan give sig hen til musikken.

4. Vision for Culture Box

Culture Box er det første og eneste spillested i Danmark udelukkende dedikeret til elektronisk musik. Vi ser det som vores opgave at løfte genrerne indenfor elektronisk musik – ikke bare i København men i hele landet, og derfor ser vi os selv som et genrespillested med netværkskvaliteter.

Culture Box skal arbejde for at:

- positionere sig som et af verdens førende små spillesteder for elektronisk musik.
- samarbejde med både store og små aktører inden for elektronisk musik i ind- og udland omkring koncertaktiviteter, videns- og kompetencedeling.
- tilstræbe en position som knudepunkt for det elektroniske musikmiljø i Danmark med relationer både lokalt, regionalt, nationalt og internationalt.
- være samlingssted for fællesskabet blandt artister, aktører og publikum omkring den elektroniske musik i hele Danmark. Et samlingssted, der står for mangfoldighed og fællesskab gennem passion for musikken.
- give lokale, regionale og nationale kunstnere inden for elektronisk musik de nødvendige udfoldelsesmuligheder og værktøjer til at udvikle sig, skabe netværk i oplevelsesbranchen og etablere sig. Det gøres f.eks. via workshops, paneldebatter og artist talks.
- udvikle musiklivet indenfor elektronisk musik, herunder særligt talent- og vækstlag.
- formidle den elektroniske musik til nye publikumssegmenter, herunder også børn, unge og ældre, ved at tilbyde særlige arrangementer, også gerne udenfor spillestedet og i nye spændende rammer og sammenhænge.
- fremme diversitet og ligerepræsentation både blandt artister og publikum.

5. Culture Box' virke som netværks- og genrespillested

Netværks- og genrespillesteder vurderer selv, hvordan det vil vægte et virke som henholdsvis netværks- og genrespillested.

I det følgende beskrives den aktuelle status og forventningerne til 2022-2024 for hvert af de to områder.

5.1 Culture Box som netværksspillemødested

Aktuel status	
	<ul style="list-style-type: none">• Budgetteret antal koncerter for andet halvdel af 2021 opnås.• Mentorordning for Future Female Sounds starter i Q4 2021.• Culture Box Chillout udendørs mini-festival på Nørrebro er afholdt.• Samarbejde med VJs på samtlige koncertaftener på Culture Box i gang.• Ugentlige øvedage i gang.• Netværksmøder med publikum og artister i gang.• Oplæringskursus i Attitude Code for safer space i gang.• Samarbejde med Lau Lindqvist om VJ workshop i gang.• Ibrugtagning af ny ventilation og aircondition i gang.• Running Rave på Østerbro er afholdt.• Koncert på Xenon, Huset afholdt.• To koncerter på og i samarbejde med spillestedet Alice blev flyttet til egen venue i 2021 pga. problemer med ventilationssystemet på Alice og nedlukning af venue.• Lyttesession på LiteraturHaus rykkes til 2022.• Natural Connection kunstinstitution er planlagt til 19-21. oktober.• Koncertaften på Vega i samarbejde med All Things Live og Vega er planlagt til 28/11.• Gyldendal x Culture Box arrangement udskydes.• Culture Box Junior arrangement i samarbejde med Sølvgade Skole planlagt til december.• Vi deltager i det nye månedlige "netværk for kommunikation i oplevelsesbranchen" med aktører fra regionale spillesteder, sportsklubber, teatre m.m. Vi er vært for december udgaven, som afholdes på Culture Box.• Vi deltager i aktiviteter som "Musiklivstræf", "BAO" og lignende - både fysisk og online - for at dygtiggøre os, optimere, og få nye idéer til publikumsudvikling.• Vi deltager i Applaus' kursus "Fremtidens publikumsudvikler 1" med start i september 2021.

<p>Mål 2022-2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Helt overordnet at udbrede forståelsen for og kendskabet til samt fremme udfoldelsesmulighederne for den elektroniske musik og kultur i Danmark og i udlandet. • At udbrede smalle genrer indenfor elektronisk musik lokalt og regionalt. • At udbrede elektronisk musik til nye publikummer lokalt og regionalt. • At vi gennem øget samarbejde med andre venues ser mere elektronisk musik og flere elektroniske genrer præsenteret på øvrige venues i Københavnsområdet. • At øge vores udendørsaktiviteter lokalt og regionalt bl.a. for at imødekomme nye publikumssegmenter. • At vi får vist offentligheden lokalt og regionalt, at elektronisk musik er mere og andet end blot dansemusik sent om natten. • At øge antallet af publikummer lokalt og regionalt (fysisk og digitalt). • At hæve publikumstallet på Culture Box om sommeren til samme niveau som resten af året. • At udvikle det elektroniske musikliv gennem uddannelse, vidensdeling og netværksdannelse lokalt og regionalt. • At opnå en mere lige kønsfordeling i musikprogrammet og blandt vores publikum. • At vi øger repræsentationen af kvinder og kønsminoriteter i musikprogrammet. • At vi gennem samarbejde med andre lokale og regionale aktører inden for kultur- og oplevelsesbranchen får skabt nogle nye, anderledes formater at opleve elektronisk musik i, samt udvikler et publikum til disse. • At publikum lokalt og regionalt får nogle spændende og unikke musikoplevelser med elektronisk musik. • At vi får skabt gode relationer til andre vigtige lokale og regionale spillesteder, og udvekslet idéer, viden og netværk vedrørende bookings, PR og SoMe, således at alle spillesteder profiterer og tager vigtig viden med sig fremadrettet. • At vi får kontakt og viden om det publikum, der bruger de andre lokale og regionale venues. • At vi ser en dygtiggørelse af lokale og regionale musikere i forhold til at skabe sig en karriere. • At vi oplever et endnu tættere bånd fra os som spillested til lokale og regionale artister og publikum. • At have fokus på miljøforbedrende tiltag i koncertdriften internt, lokalt og regionalt. • At have fokus på bæredygtighed i koncertdriften internt, lokalt og regionalt. • At påvirke nattelivet i København og omegn i en mere kulturbåret og inkluderende retning.
<p>Metoder 2022-2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> • At afholde koncerter. Hovedsageligt på Culture Box. • At afholde 1 årlig udendørs Culture Box Chillout mini-festival. • 1 Running Rave årligt med 1 optrædende artist. • 1 Culture Box scene årligt til Distortion X Festival. • 3 Distortion Club arrangementer årligt i samarbejde med Distortion. • Minimum 2-3 festival samarbejder årligt med Stella Polaris, Banana Club, Bas Under Buen, Backyard Sessions og lignende aktører. • 2-4 koncerter årligt på og i samarbejde med spillestedet Rust. • 1-2 koncerter årligt på og i samarbejde med spillestedet Alice. • 1-2 koncerter årligt på og i samarbejde med spillestedet Xenon i Huset. • 1 årligt Culture Box Junior-arrangement for børn/unge. • Kvartalsmøder med Musik Loppen. • Spillestedsmøder med vigtige københavnske venues. • 2-3 årlige Culture Box Unboxed workshops i København og omegn. • 50 øvedage årligt for nye artister på Culture Box årligt med minimum fire artister per gang. • Facilitering af et netværksmøde online hver anden måned med artister og publikum. • At deltage i mentorordning for Future Female Sounds i 2022 og frem. • Samarbejder med Housefrau, Beatz By Girlz m.fl. • Fortsat deltagelse i det nyetablerede "netværk for kommunikation i oplevelsesbranchen" med aktører fra regionale spillesteder, sportsklubber, teatre m.m. • Reducere mængden af plastic i form af emballager. • Kun at anvende toiletpapir af genbrugspapir. • Kun at anvende svanemærkede rengøringsmidler. • Udskifte alle håndtørre med teknologiske højtrykshåndtørre for at spare energi. • Udskifte de sidste urinaler til vandfrie. • Et øget fokus på økologi. • Lave en publikumsundersøgelse for at se om der kunne være områder vi har overset i forholdet til bæredygtig drift. • At afholde månedlig oplæring af vores personale i "Attitude Code". • At poste online i alle events om vores "Attitude Code". • At informere publikum på vores venue om vores "Attitude Code". • At bidrage med information og deltage i debatten i Københavns Kommune om blandt restaurations- og nattelivsplanen samt lignende problemstillinger, bl.a. i samarbejde med Dansk Live og andre relevante partnere.

Indikatorer for målopfyldelsen 2022-2024	<ul style="list-style-type: none"> • At lave 700 koncerter årligt. • At opnå 50000 solgte billetter på Culture Box i 2022 samt nå målsætninger for 2023 og 2024. • At nå minimum 500 publikummer for Culture Box Chillout udendørs mini-festival. • At fremmødet til Culture Box Chillout inkluderer børn, familier og ældre. • At vi ser børn tage dansen og oplevelsen omkring elektronisk musik til sig. • At opnå minimum 50 tilfredse deltagere til Running Rave. • At opnå minimum 1000 publikummer på Culture Box scenen til Distortion X Festival. • Udsolgte koncertaftener for de eksterne samarbejder. • At vi når en stigning på 5% årligt for kvinder og kønsminoriteter i musikprogrammet. • At vi hvert år har indført minimum 4 nye miljøforbedrende tiltag i koncertdriften. • At vi hvert år har indført yderligere 4 nye bæredygtige tiltag i koncertdriften.
---	---

5.2 Culture Box som genrespillested

Aktuel status	<ul style="list-style-type: none"> • Budgetteret antal koncerter for andet halvdel af 2021 opnås. • Tre månedlige streamkoncerter i gang. • Livestream samarbejde med Soundboks i gang for brugere af deres beta-App. • Samarbejde med KODA om installation af Kuvo-bokse og informationer vedrørende digitale afspilninger i gang. • Månedlige kommunikationskampagner: Faces of Culture Box, [Artist name] recommends, Practice Session Journal, Spotlight i gang. • Månedlige opdateringer og formidling af Spotify-playlister i gang. • Nyhedsbreve udsendes ugentligt. • Koncert på Studenterhuset i Aalborg er planlagt til 20/11. • Culture Box Unboxed-arrangement i Aalborg afholdt i august i samarbejde med DPA, Frekvens, Studenterhuset og Elektronisk Musik Danmark. • Culture Box Unboxed-arrangement i København i samarbejde med DPA og Elektronisk Musik Danmark afholdt i september. • Culture Box Unboxed-arrangement i Odense planlagt til 7/10 i samarbejde med DPA, Slagteriet og Elektronisk Musik Danmark. • Culture Box Unboxed-arrangement i Aarhus i samarbejde med DPA, Café Paradis, Aarhus Techno District og Elektronisk Musik Danmark planlagt til 11/11. • Culture Box Podcast hver anden måned i gang. • Den ene af to aftener med debut-koncerter er afholdt i september, og den næste planlægges til december. • Koncertaften i Aarhus er planlagt til 11/11. • Koncertaften i Odense er afholdt 11/9 i samarbejde med Generator Festival. • Samarbejde med Housefrau om koncertaktivitet for at fremme ligestilling i koncertprogrammet i gang. Næste koncertaften er planlagt til 8/10. • Kønsfordelingen af kvinder og kønsminoriteter i musikprogrammet er p.t. steget med 12% imod en målsætning om 5%.
----------------------	---

<p>Mål 2022-2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Helt overordnet at udbrede forståelsen for og kendskabet til samt fremme udfoldelsesmulighederne for den elektroniske musik og kultur i Danmark og i udlandet. • At udbrede smalle genrer indenfor elektronisk musik nationalt. • At udbrede elektronisk musik til nye publikummer nationalt. • At øge det samlede antal af publikummer til elektroniske musik nationalt (fysisk og digitalt). • At vi gennem øget samarbejde med andre venues ser mere elektronisk musik og flere elektroniske genrer præsenteret på øvrige venues rundt om i landet. • At øge vores udendørsaktiviteter bl.a. for at imødekomme nye publikumssegmenter nationalt. • At vi får vist offentligheden nationalt, at elektronisk musik er mere og andet end blot dansemusik sent om natten. • At hæve publikumstallet på Culture Box om sommeren til samme niveau som resten af året. • At udvikle det elektroniske musikliv gennem uddannelse, vidensdeling og netværksdannelse nationalt. • At opnå en mere lige kønsfordeling i musikprogrammet og blandt vores publikum. • At øge repræsentationen af kvinder og kønsminoriteter i musikprogrammet. • At publikum nationalt får nogle spændende og unikke musikoplevelser med elektronisk musik. • At vi får skabt gode relationer til andre vigtige nationale spillesteder, og udvekslet idéer, viden og netværk vedrørende bookings, PR og SoMe, således at alle spillesteder profiterer og tager vigtig viden med sig fremadrettet. • At vi får kontakt og viden om det publikum, der bruger de andre nationale venues. • At vi ser en dygtiggørelse af nationale musikere i forhold til at skabe sig en karriere. • At vi oplever et endnu tættere bånd fra os som spillested til nationale artister og publikum. • At oplyse vores følgere om ny musik og samtidig understøtte elektroniske musikeres indtjening via stream tjenester. • At hæve antallet af følgere på vores sociale medier. • At få oplært og uddannet nye VJs i eget hus til afvikling af visuals og lys. • At styrke netværket til og mellem elektroniske musik artister på tværs af landet. • At styrke forbindelsen mellem elektronisk musik og anden kunst såsom litteratur, teater eller udstillinger. • At have fokus på miljøforbedrende tiltag i koncertdriften nationalt. • At have fokus på bæredygtighed i koncertdriften nationalt.
<p>Metoder 2022-2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> • At afholde koncerter. Hovedsageligt på Culture Box. • Heraf 4 Debut-arrangementer årligt. • Videreudvikle stream-formatet og nå nye målgrupper. • Streaming-samarbejde med Soundboks. • Månedligt streaming-samarbejde med bl.a. NIM Sound. • Fortsætte arbejdet med Culture Box-podcasts. • Opslag på vores SoMe-platforme, og bruge alle funktioner; stories, news, højdepunkter osv. • At lave sponsorerede posts på vores SoMe-platforme. • At forbedre kvaliteten af vores SoMe-posts. • At bruge vores hjemmeside og blog til interviews, features m.m. • At have månedlige opdateringer af vores Spotify-playlister og linke til værker med indtjeningsmulighed for artister i vores PR og kommunikation. • At lave 1 årlig workshop for up and coming VJs. • At gøre brug af VJs for at prioritere den visuelle oplevelse til koncertaftener. • 8-10 koncerter årligt uden for hovedstadsregionen. • 1 årligt festival-samarbejde uden for København. • 1-2 Running Rave årligt uden for København med 1 optrædende artist. • 2-3 årlige Culture Box Unboxed workshops uden for hovedstadsområdet. • At hæve andelen af ikke-Københavnske artisters optræden på Culture Box. • Lave månedlige kurser i oplæring af vores personale i vores attitude code. • 1-2 aktiviteter årligt som forbinder elektronisk musik med anden kunst såsom litteratur, teater eller udstillinger. • Mentorordning for Future Female Sounds. • Yderligere 2-3 egentlige samarbejder årligt med Beatz By Girlz, Housefrau og lignende aktører, der arbejder for at fremme ligestilling i koncertdriften.

Indikatorer for målopfyldelsen 2022-2024	<ul style="list-style-type: none"> • At lave 700 koncerter årligt. • At opnå 50000 solgte billetter på Culture Box i 2022 samt nå målsætninger for 2023 og 2024. • At minimum 16 nye artister har optrådt årligt til Debut aftener. • At vi får lavet 3 månedlige stream-koncerter på vores online platforme. • At vi får streamet 2-4 koncerter ugentligt via Soundboks. • At vi minimum får lavet 6 Culture Box podcasts årligt. • At vi får lavet daglige opslag på vores SoMe platforme. • At nå 2.000 følgere på vores Spotify-playlister. • At nå 10.000 Instagram-følgere for at kunne tilgå nye features. • At nå 45.000 Facebook følgere. • At nå 2.000 Youtube følgere. • At nå 200 medlemmer i vores Culture Box Unboxed community-gruppe. • At have tilfredse artister, der optræder hos os. • At vi når en stigning på 5% årligt for kvinder og kønsminoriteter i musikprogrammet. • At vi ser en årlig stigning på 5% af danske ikke-Københavnske artister på Culture Box. • At vi ser VJs oplært via workshops og træning i eget hus optræde på vores venue.
---	---

6. Koncerttal

Netværks- og genrespillesteder realiserer deres koncertvirksomhed inden for små (K1), mellemstore (K2) og store (K3) koncerter. Det er antallet af solgte billetter, der bestemmer, om en koncert hører til K1, K2 eller K3. Culture Box har defineret de tre koncertstørrelser således:

1. Små koncerter: 0 til 40 solgte billetter
2. Mellemstore koncerter: 41 til 150 solgte billetter
3. Store koncerter: Mere end 151 solgte billetter

Tilhørende forklaring:

Culture Box arbejder oftest med samlede koncertaftener, hvor der kan opleves flere artister optræde på vores scener samtidig. Som gæst kan man frit bevæge sig imellem disse. Man køber billet til en hel aften, og derfor altså ikke til én enkelt koncert. Det betyder, at det er sværere at definere præcist hvor mange publikummer, som hører den ene eller anden optræden på en given aften. Vi arbejder derimod med et samlet antal publikummer for hver enkelt aften.

Inddelingen af K1-, K2- og K3-koncerter ud fra antal solgte billetter er for Culture Box' vedkommende tentativ, da publikum på en aften oftest vil have købt billet til både K1-, K2-, og K3-koncerter. Med disse forbehold er nedenstående et bud på en inddeling på baggrund af solgte billetter.

	Forventet koncerttal 2022	Forventet billetsalg 2022	Forventet koncerttal 2023	Forventet billetsalg 2023	Forventet koncerttal 2024	Forventet billetsalg 2024
Små koncerter (K1)	350	12250	360	12600	370	12950
Mellemstore koncerter (K2)	250	20000	260	20800	270	21600
Store koncerter (K3)	100	18000	100	18000	100	18000
Alle koncerter i alt	700	50000	720	51400	740	52550

Tabellen viser forventet antal koncerter og solgte billetter i årene 2022, 2023 og 2024. Bemærk, at tabellen kun medregner koncerter, hvortil der tages entre. [I spillestedets koncertlister oplyses også koncerter, hvor der ikke tages entre].

7. Finansieringsoversigt

	R2020	B2022	BO2023	BO2024
Statsligt tilskud	143.775	1.100.000	1.100.000	1.100.000
Kommunale tilskud	1.456.692	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Regionale tilskud	0	0	0	0
Fonde	0	0	0	0
Sponsorer	0	0	0	0
Egenindtægter	1.085.601	5.892.000	6.000.000	6.100.000
Indtægter i alt	2.542.293	8.192.000	8.300.000	8.400.000
Egenkapital ultimo	1.846	1.846	1.846	1.846

Finansieringsoversigten viser spillestedets realiserede (2020) og forventede (2022-2024) finansiering og egenkapital. Tallene for 2020 er oplyst i p/l-niveau 2020, tallene for perioden 2022-2024 er oplyst i p/l-niveau 2022.