

AFTALE OM MÅL



Slots- og Kulturstyrelsen

H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Telefon 33 95 42 00

post@slks.dk
www.slks.dk

Aftale om mål for Copenhagen Jazz Festival 2017-2019

1. Aftalens formål og grundlag

Denne aftale er indgået mellem Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik og Copenhagen Jazz Festival Fonden (herefter Copenhagen Jazz Festival).

Copenhagen Jazz Festival er en selvejende institution, der modtager offentlige tilskud fra staten og Københavns Kommune, Frederiksberg Kommune m.fl.. Der kan findes yderligere oplysninger om Copenhagen Jazz Festival på institutionens hjemmeside.

1.1. Aftalens formål m.v.

Målaftalen er ikke en kontrakt i almindelig juridisk forstand. Aftalen har hjemmel i § 9 i lov nr. 1531 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet ("driftstilskudsloven").

Formålet med aftalen er at tilvejebringe et langsigtet og aftalt grundlag for Copenhagen Jazz Festivals virksomhed 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 Copenhagen Jazz Festivals virksomhed.

Statens tilskud ydes med hjemmel i § 3 i musikloven (lovbekendtgørelse nr. 32 af 14. januar 2014).

Aftalen har virkning fra den 1. januar 2017 og løber til den 31. december 2019.

Væsentlige ændringer i aftalens grundlag, 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

Copenhagen Jazz Festival finansieres af offentlige tilskud, fonde, sponsorer og egenindtægter, hovedsagelig i form af billetindtægter.

Statens driftstilskud ydes af Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik på baggrund af finanslovens konto 21.21.01.45 - Statens Kunstfond Musikformål.

Tilsagn om tilskud fra Statens Kunstfond ydes i et årligt bevillingsbrev. De anførte tilskud i nedenstående tabel er altså ikke tilsagn om tilskud. Hvis der gennemføres generelle eller specifikke besparelser på statslige bevillinger, kan der ske en reduktion af tilskuddene.

Tabel 1. Finansielle nøgletal fra Copenhagen Jazz Festivals årsrapport for 2016, forventet resultat for 2017, budget for 2018 samt overslag for 2019.

	R2016	F2017	B2018	O2019
Driftstilskud, Statens Kunstfond	797.444	800.000	900.000	1.000.000
Øvrige tilskud fra staten	0	0	0	0
Tilskud fra kommuner og regioner	1.508.000	1.475.000	1.475.000	1.475.000
Fonde mv.	2.977.320	3.050.000	3.250.000	3.250.000
Sponsorer	0	0	0	0
Egenindtægter	4.112.629	4.748.000	4.500.000	4.500.000
Indtægter i alt	9.395.393	10.073.000	10.125.000	10.225.000
Udgifter i alt	9.685.158	10.171.873	10.125.000	10.225.000
Resultat	-289.765	-98.873	0	0
Egenkapital ultimo	698.873	600.000	600.000	600.000

2. Copenhagen Jazz Festivals formål m.v.

Copenhagen Jazz Festival har til formål:

- at producere og kuratere en årlig musikfestival (i sommerperioden) i København med genreområdet "jazz og beslægtede genrer" som udgangspunkt
- at producere og kuratere en årlig musikfestival (i vinterperioden) i Danmark med genreområdet "jazz og beslægtede genrer" som udgangspunkt
- at bidrage til at udvikle, styrke og understøtte det musikalske genreområde "jazz og beslægtede genrer".

Endvidere er det organisationens formål at udbrede kendskab til og forståelse for genreområdet, samt at medvirke til at fremme musiklivet i Danmark og dansk musik i udlandet.

3. Opgaver og mål

Copenhagen Jazz Festival varetager tre opgaver:

1. Afholdelse af to årlige festivaler

2. Koordinere, udvikle og rådgive spillesteders og arrangørers koncerter
3. Publikumsudvikling, kommunikation og markedsføring

Der er aftalt følgende mål for Copenhagen Jazz Festivals opgaver:

Opgave	Resultatmål
1. Afholdelse af to årlige festivaler	Mål 1.1. Copenhagen Jazz Festival vil være den væsentligste jazzfestival i Nordeuropa målt på både kunstnerisk kvalitet og publikumsspredning, og vil både under sommerens og vinterens festivaler gå forrest og udfordre grænserne for jazzen som udtryksform. Mål 1.2. Festivalsekretariatets koncerttemaer sikrer, at det samlede festivalprogram er mangfoldigt og favner hele jazzmiljøet samt understøtter tiltrækningen af nye publikumsgrupper under sommerens og vinterens festivaler.
2. Koordinere, udvikle og rådgive spillesteders og arrangørers koncerter	Mål 2.1. Festivalsekretariatet vil opleves som en vigtig samarbejdspartner, der kommunikerer professionelt og yder rådgivning af høj kvalitet til deltagende spillesteder og arrangører.
3. Publikumsudvikling, kommunikation og markedsføring	Mål 3.1. Festivalsekretariatet vil under de to årlige festivaler sikre en kontinuerlig tilgang af nye publikummer, med særligt fokus på unge og førstegangsbesøgende.

I tilknytning til målene har Copenhagen Jazz Festival opstillet nøgletal og indikatorer, som illustrerer den ønskede udvikling og anvendes i den årlige resultatopfølgning. Disse nøgletal, som ikke har karakter af resultatkrav, indgår i Copenhagen Jazz Festivals strategi (bilag 1). Nøgletallene revideres løbende i forbindelse med resultatopfølgningen, jf. nedenfor.

3. Rapportering af resultater

Det offentlige tilsyn med Copenhagen Jazz Festival efter driftstilskudsloven, jf. bekendtgørelse nr. 1701 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet ("driftstilskudsbekendtgørelsen"), varetages af Slots- og Kulturstyrelsen.

Årlig afrapportering sker i årsregnskab og ledelsesberetning, jf. § 10 og 11 i ovennævnte bekendtgørelse, hvor Copenhagen Jazz Festival aflægger regnskab og redegør for opfyldelse af formål og mål, og i øvrigt redegør for årets faglige og økonomiske resultater. Som led heri afrapporteres på nøgletal og indikatorer, og Copenhagen Jazz Festival kan foreslå ændringer af disse fremadrettet.

Ledelsesberetningen skal indeholde en kort redegørelse for, hvorledes institutionen har arbejdet med Kulturministeriets anbefalinger om god ledelse, jf. "God ledelse i selvejende kulturinstitutioner", 2011 (<http://kum.dk/temaer/temaarkiv/god-ledelse/>).

Copenhagen Jazz Festival skal i øvrigt følge de udfyldende bestemmelser, som fremgår af Kulturministeriets vidennet (<http://kum.dk/index.php?id=42869>).

Aftale, årsregnskaber og ledelsesberetninger gøres tilgængelige på Copenhagen Jazz Festivals hjemmeside.

Copenhagen Jazz Festival skal i sit PR- og oplysningsmateriale oplyse om, og med logo synliggøre, at Copenhagen Jazz Festival støttes af Statens Kunstfond.

5. Underskrifter

For Copenhagen Jazz Festival:

Dato: 22/12, 2017



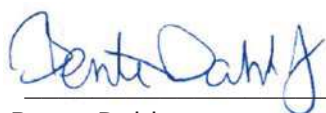
Anders Laursen
bestyrelsesformand



Kenneth Hansen
direktør

For Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik:

Dato: 21/12-2017



Bente Dahl
udvalgsformand



Henrik Wenzel Andreassen
enhedschef, Musik og Scenekunst

Bilag:

1. Strategi for Copenhagen Jazz Festival, inkl. nøgletal og indikatorer for målopfyldelsen.

Strategi for Copenhagen Jazz Festival Fonden, 2017-2020

- godkendt på Copenhagen Jazz Festival Fondens bestyrelsesmøde d. 27. oktober 2017.

Indhold

1. FORMÅL OG MISSION	2
1.1. FORMÅL.....	2
1.2 OPGAVER.....	2
1.3 MISSION.....	2
2. OMVERDENSANALYSE	2
2.1 JAZZEN SOM GENRE OG KUNSTART	2
2.2 DE DANSKE MUSIKFESTIVALERS KULTURELLE OG ØKONOMISKE BETYDNING.....	2
2.3 AFHÆNGIGHED AF OFFENTLIGE OG PRIVATE MIDLER	3
2.4 NYT PUBLIKUM TIL JAZZEN	3
2.5 EKSTERNE SAMARBEJDSPARTNERE	3
3. VISION	3
4. OPGAVER OG RESULTATMÅL.....	4
4.1 AFHOLDELSE AF TO ÅRLIGE FESTIVALER.....	4
4.2 KOORDINERE, UDVIKLE OG RÅDGIVE SPILLESTEDERS OG ARRANGØRERS KONCERTER	4
5. UDDYBNING AF MÅL OG METODER	5
5.1 COPENHAGEN JAZZ FESTIVAL.....	5
5.1.1 Udvikling og styrkelse af jazzmiljøet i København	5
5.1.2 Publikumstal.....	5
5.2 VINTERJAZZ	6
5.2.1 Udvikling og styrkelse af jazzmiljøet i Danmark.....	6
5.3 KOMMUNIKATION OG MARKEDSFØRING	7
5.3.1 Målgrupper.....	7
5.3.2 Markedsføring.....	7
5.3.2 PR og mediesamarbejder	7
6. NØGLETAL OG INDIKATORER.....	8

1. Formål og mission

1.1. Formål

Bag Copenhagen Jazz Festival og Vinterjazz står Copenhagen Jazz Festival Fonden, der har til formål at producere en international jazzfestival årligt i København og derigennem udvikle og styrke jazzmiljøet i Danmark. Foruden at arrangere omkring 120 gratis- og betalingskoncerter står fonden for den generelle markedsføring af alle de to festivalers koncerter. Derudover producerer Copenhagen Jazz Festival særlige koncerter og andre relevante jazzaktiviteter af høj kunstnerisk kvalitet i løbet af året. Copenhagen Jazz Festival Fonden er non-profit, og skulle den ét år generere et overskud, anvendes midlerne i overensstemmelse med formålet og investeres i næste års jazzfestivaler.

1.2 Opgaver

Copenhagen Jazz Festival Fonden har til opgave, at 1) afholde to årlige festivaler, 2) koordinere, udvikle og rådgive spillesteders og arrangørers koncerter, samt 3) lave publikumsudvikling, kommunikation og markedsføring.

1.3 Mission

Copenhagen Jazz Festival har som mission at afholde en årlig international jazzfestival i København for derigennem at styrke jazzmiljøet i Danmark og fremme interessen for jazz. Desuden skal Copenhagen Jazz Festival stimulere det danske jazzmiljø året rundt gennem afholdelse af den landsdækkende festival Vinterjazz samt andre relevante jazzaktiviteter af høj kunstnerisk kvalitet.

2. Omverdensanalyse

2.1 Jazzen som genre og kunstart

Jazzen som genre danner udgangspunkt for en mangfoldighed af koncertoplevelser – men jazz er samtidig en kunstart. Og det er Copenhagen Jazz Festival Fondens påstand, at jazz kan være en vigtig nøgle til at forstå hvad kunst er, idet den inviterer publikum til at overvære den kunstneriske proces – ja, ligefrem være en del af den. Derved kan jazzen hjælpe os til at forstå den kunst, hvor man udelukkende ser resultatet af den kunstneriske proces. Det, at overvære en kunstnerisk proces sammen med andre, er både inspirerende og engagerende. Man er ofte et "bedre menneske" efter en god koncert. Og efter en hel festival med jazz i alle afskygninger, så mærker man det gode liv – hvad enten man er publikum, musiker eller arrangør. Jazzens grundstoffer – improvisation og innovation – kan bruges til at skabe fællesskaber, hvor det at tænke kreativt og målrettet er en naturlig ting. Til glæde for det enkelte menneske og både nuværende og fremtidige fællesskaber i det hele taget.

2.2 De danske musikfestivalers kulturelle og økonomiske betydning

Musikfestivaler bliver i dag tillagt stor betydning for det danske kulturliv, særligt da musikken har status som kulturbærer. Ifølge en undersøgelse¹ om danske musikfestivalers kulturelle og økonomiske betydning bliver der bl.a. draget følgende konklusioner: 1) Musikfestivaler kan favne bredt og er et kulturelt tilbud til hele familien. 2) Musikfestivaler spiller en væsentlig rolle for den rytmiske musik i Danmark, da festivalerne giver musikere mulighed for at

¹ De danske musikfestivaler. Den kulturelle og økonomiske betydning, Rambøll, 2011

præsentere og afprøve ny musik, samt giver musikere en vigtig indtægtskilde, der også genererer positive effekter gennem dansk musiklivs økonomiske kredsløb. 3) Musikfestivaler er desuden med til at øge kendskabsgraden til den by og det lokalområde, som de bliver afholdt i, da musikfestivalerne giver byer og kommuner et kulturelt og musikalsk image, og 4) medieomtalen af festivalen er samtidig en markedsføring af lokalområdet. Copenhagen Jazz Festival blev i en publikumsundersøgelse fra 2011 vurderet til at tilføre i alt 76,9 mio. kr. i turistøkonomisk og lokal meromsætning til København.

2.3 Afhængighed af offentlige og private midler

Copenhagen Jazz Festival Fonden er non-profit og den primære finansiering kommer fra eksterne midler. Gennem mange år har fonden været i stand til at tiltrække både offentlige og private midler, hvor særligt private fonde, der har til formål at støtte det gode liv, har bakket op om Copenhagen Jazz Festival Fondens aktiviteter. De offentlige og private midler er til stadighed en væsentlig forudsætning for, at 1) fonden kan sikre de to non-profit festivalers position i et landskab af kommercielle musikfestivaler, samt at 2) fonden fortsat kan løfte andre opgaver, der gavner hele jazzmiljøet og dens interessenter, som omfatter jazzpublikum i alle aldre, spillesteder og arrangører på tværs af landet der præsenterer jazz for et livepublikum, udøvende musikere indenfor jazzen og relaterede genre, samt et musikinteresseret publikum, der holder sig orienteret om jazz året rundt.

2.4 Nyt publikum til jazzen

Danmark har et stærkt udøvende og skabende miljø inden for jazz og relaterede genre, og der er stor publikumsinteresse for livemusik i disse år, særligt i forbindelse med musikfestivaler, men det kan være en udfordring for spillesteder og arrangører at nå ud til og fastholde et publikum året rundt. Det store og trofaste jazzpublikum er efterhånden aldrende, og de yngre musikforbrugere er mindre trofaste overfor de enkelte genrer og stiller også andre krav til koncertformater- og oplevelser. Der har endvidere i de senere år været sat fokus på den skæve kønsfordeling i den rytmiske musik.

Copenhagen Jazz Festival Fonden ser et potentiale i - med sit stærke fokus på mangfoldighed og kunstnerisk kvalitet, udvikling af nye koncertformater, tiltrækning af nye publikumsgrupper samt formidling af jazz på egne kommunikationsplatforme og nye digitale medier - at være med til at øge interessen for jazzen generelt - både i forbindelse med de to årlige festivaler men også året rundt.

2.5 Eksterne samarbejdspartnere

Det danske kulturelle landskab består af et væld af organisationer, spillesteder og andre aktører, så der er gode muligheder for og en stor velvilje til at arbejde sammen med en bred vifte af samarbejdspartnere om Copenhagen Jazz Festival Fondens opgaver. Copenhagen Jazz Festival Fonden ønsker at bevare eksisterende og udvikle nye samarbejder med relevante eksterne partnere som bl.a. spillesteder og arrangører, genreorganisationer som JazzDanmark, medier som Politiken mv., for at udvikle og styrke jazzmiljøet i Danmark og fremme interessen for jazz.

3. Vision

Copenhagen Jazz Festival vil fortsat være den vigtigste internationale musikbegivenhed i København. Copenhagen Jazz Festival vil være den væsentligste jazzfestival i Nordeuropa, målt både på kunstnerisk kvalitet og publikumsspredning. Copenhagen Jazz Festival vil gå

forrest og udfordre grænserne for jazzen som udtryksform uden at miste forbindelsen til musikkens rødder og det musikalske fundament (improvisation), der udgør jazzens væsen.

4. Opgaver og resultatmål

Festivalsekretariatet har prioriteret og fastlagt resultatmål for periode 2017-2019, og resultatmålene er beskrevet indenfor Copenhagen Jazz Festival Fondens opgaver, der falder inden for 3 hovedområder:

- 1) Afholdelse af to årlige festivaler
- 2) Koordinere, udvikle og rådgive spillesteders og arrangørers koncerter
- 3) Publikumsudvikling, kommunikation og markedsføring

4.1 Afholdelse af to årlige festivaler

Resultatmål:

1. Copenhagen Jazz Festival vil være den væsentligste jazzfestival i Nordeuropa målt på både kunstnerisk kvalitet og publikumsspredning, og vil både under sommerens og vinterens festivaler gå forrest og udfordre grænserne for jazzen som udtryksform.
2. Festivalsekretariatets koncerttemaer sikrer mangfoldighed, der favner hele jazzmiljøet, i det samlede festivalprogram samt understøtter tiltrækningen af nye publikumsgrupper under sommerens og vinterens festivaler.

Metoder:

- Koncertproduktion
- Udvikling af koncertformater henvendt til særlige målgrupper
- Kommunikation henvendt til nye potentielle publikummer

4.2 Koordinere, udvikle og rådgive spillesteders og arrangørers koncerter

Resultatmål:

1. Festivalsekretariatet vil opleves som en vigtig samarbejdspartner, der kommunikere professionelt og yder rådgivning af høj kvalitet til deltagende spillesteder og arrangører.

Metoder:

- Facilitering af platform
- Kommunikation og formidling, herunder udgivelse af trykt program
- Netværksudvikling
- Rådgivningsvirksomhed
- Tilfredshedsmålinger

4.3 Publikumsudvikling, kommunikation og markedsføring

Festivalsekretariatet vil under de to årlige festivaler sikre en kontinuerlig tilgang af nye publikummer, med særlig fokus på unge og førstegangsbesøgende.

Metoder:

- Koncertproduktion

- Udvikling af koncertformater henvendt til særlige målgrupper
- Kommunikation henvendt til nye potentielle publikummer

5. Uddybning af mål og metoder

5.1 Copenhagen Jazz Festival

Festivalsekretariatets koncerter skal udgøre den røde tråd gennem festivalprogrammet og dermed balancere festivalens overordnede kunstneriske profil. Copenhagen Jazz Festival er en international jazzfestival i København, så vi ønsker en kunstnerisk profil, hvor vi ved siden af de veletablerede internationale navne også lægger vægt på at invitere og introducere nye, spektakulære navne fra den internationale jazzscene. Ligeledes prioriteres det højt i programlægningen at præsentere noget af det bedste fra vores hjemlige scene – både det populære og det helt smalle. Det vil altid være et kunstnerisk sats at præsentere ny og ukendt musik, men samtidig er det afgørende vigtigt i forhold til festivalens programmæssige profil, som altid skal være i perfekt balance mellem det populære og det fremsynede. Dertil kommer, at der under jazzfestivalen er ekstra fokus og opmærksomhed på jazz i bredest mulige forstand, og derfor er det en gylden mulighed for at præsentere og kommunikere udfordrende og nyskabende projekter. Vi er desuden i konstant søgen efter nye koncertsteder, der kan udvikle rammerne omkring koncerterne, således at vi kan give publikum en unik koncertoplevelse, hvor en given kunstner præsenteres i lige netop den venue, som passer bedst til musikken.

Koncertprogrammet skal afspejle, at festivalsekretariatet tilgår og præsenterer jazzen i 'bred' forstand med koncerter, der betræder såvel allerede kendte som mere ubetrådte stier.

5.1.1 Udvikling og styrkelse af jazzmiljøet i København

Festivalsekretariatet skal gennem afholdelse af Copenhagen Jazz Festival være med til at udvikle og styrke jazzmiljøet i København. Vi arbejder derfor for at opretholde og løbende udvikle vores netværk af spillesteder, uafhængige arrangører og lejlighedsarrangører samt rådgive og assistere de deltagende aktører i forbindelse med oprettelse i vores koncertdatabase samt den overordnede præsentation på vores platforme.

Festivalsekretariatet samarbejder med spillestederne som festivalens ambassadører og distributører. Vi arbejder proaktivt for at skabe dialog fra spillestederne til sekretariatet, fra spillesteder til et nyt/større publikum og imellem de uafhængige spillesteder og arrangører. De uafhængige spillesteder og arrangører er selv ansvarlig for booking, markedsføring og økonomien på deres koncerter, mens festivalsekretariatet er ansvarlig for at markedsføre festivalen som helhed, herunder udgivelse og distribution af det trykte program, annoncering samt jazz.dk. For at opretholde gode samarbejdsrelationer med spillesteder, uafhængige arrangører og lejlighedsarrangører gennemføres en årlig tilfredsundersøgelse i forhold til den overordnede vurdering af Copenhagen Jazz Festival. Festivalsekretariatet vil desuden indgå samarbejder med udvalgte spillesteder og arrangører omkring koncertrækker som eksempelvis DR Koncerthuset og Jazzhouse.

5.1.2 Publikumstal

Festivalsekretariatet vil gradvist øge det samlede publikumstal for begivenheden Copenhagen Jazz Festival som helhed til gavn for jazzmiljøet og for byen København.

Copenhagen Jazz Festival er udvalgt som casestudie for en ny Wonderful Copenhagen-analyse, der skal vise festivalens styrkepositioner i forhold til tilrejsende gæster, samt aktivere festivalen som reason-to-go i forhold til Wonderful Copenhagen's satsninger inden for store konferencer, krydstogtskibe, hoteller og markedsføring til turister.

Wonderful Copenhagen identificerer styrkepositioner for Copenhagen Jazz Festival over for tilrejsende til bl.a. at være 1) stort og loyalt publikum, 2) i dialog med byens rum og koncertsale, 3) udtryk for kreativitet og improvisation, 4) inkluderende og mangfoldig i forhold til publikum, 5) historisk jazzby. Målet med analysen vil bl.a. være at øge antallet af tilrejsende publikummer, skabe et merforbrug af jazz for deltagerne (flere koncerter og større spredning) og at fastholde en festivalfølelse hos spillesteder og publikum.

5.2 Vinterjazz

Under Vinterjazz producerer festivalsekretariatet koncerter med internationale navne på koncertsalsniveau, koncerter på klubniveau samt nationale koncerttemaer, der sikrer en mangfoldighed i det samlede koncertprogram. Koncertprogrammet skal afspejle, at festivalsekretariatet tilgår og præsenterer jazzen i 'bred' forstand med koncerter, der betræder såvel allerede kendte som mere ubetradte stier.

Festivalsekretariatet markedsfører festivalen nationalt. I en tid hvor kulturbegivenheder enten foregår i eller uden for København, fremstår Vinterjazz som en ægte landsbegivenhed, hvor bands og projekter benytter muligheden for at turnere fra by til by, fra provins til hovedstad.

Med Vinterjazz bliver der sat fokus på det store, nationale fællesskab af spillesteder og musikforeninger, hvor jazzen i den grad lever – uanset hvilken form og farve den antager i det givne øjeblik. Vinterjazz er også en klubfestival, som kickstarter sæsonen for landets mange jazzklubber, hvor jazzen kan udvikle sig og leve året rundt.

5.2.1 Udvikling og styrkelse af jazzmiljøet i Danmark

Festivalsekretariatet skal gennem afholdelse af Vinterjazz være med til at udvikle og styrke jazzmiljøet i Danmark. Vi arbejder derfor for at opretholde og løbende udvikle vores netværk af spillesteder, uafhængige arrangører og lejlighedsarrangører samt rådgive og assistere de deltagende aktører i forbindelse med oprettelse i vores koncertdatabase samt den overordnede præsentation på vores platforme.

Festivalsekretariatet samarbejder med spillestederne som festivalens ambassadører og distributører. Vi arbejder proaktivt for at skabe dialog fra spillestederne til sekretariatet, fra spillesteder til et nyt/større publikum og imellem de uafhængige spillesteder og arrangører. De uafhængige spillesteder og arrangører er selv ansvarlig for booking, markedsføring og økonomien på deres koncerter, mens festivalsekretariatet i samarbejde med en udpeget redaktionskomite er ansvarlig for at markedsføre festivalen som helhed, herunder udgivelse og distribution af det trykte program, annoncering samt jazz.dk. For at opretholde gode samarbejdsrelationer med spillesteder, uafhængige arrangører og lejlighedsarrangører gennemføres en årlig tilfredsundersøgelse i forhold til den overordnede vurdering af Vinterjazz. Festivalsekretariatet vil desuden indgå samarbejder med udvalgte spillesteder og arrangører omkring koncertrækker, som eksempelvis DR Koncerthuset og Jazzhouse.

5.3 Kommunikation og markedsføring

Festivalsekretariatet har som overordnet kommunikationsstrategi at udbrede kendskabet til fondens aktiviteter og jazzen i Danmark ved at kommunikere tydeligt og professionelt, i øjenhøjde med publikum og ved at udvikle den direkte kommunikation med festivalens gæster – specielt i en tid hvor medierne er presset redaktionelt. Det gør vi ved 1) at styrke egne platforme herunder nye digitale medier for derved at styrke publikumsudviklingen, 2) at samarbejde med spillestederne som festivalens ambassadører og distributører, 3) at facilitere gensidige mediasamarbejder, og 4) at kommunikere til såvel lokale, nationale og internationale medier.

Formålet med kommunikationen er 1) at styrke interessen for Copenhagen Jazz Festival, Vinterjazz og øvrige aktiviteter, 2) at formidle jazz og improvisation som kunstform, herunder at udfordre grænserne for, hvad man kan opfatte som jazz, 3) at øge kendskabet til livescenen året rundt og København som jazzby, 4) at placere festivalen i øjenhøjde med publikum, herunder også at øge interaktionen med musikere, spillesteder og festivalgæsterne, 5) at fastholde festivalen som en platform, som mediepartnere og spillesteder, kan se sig selv i, samt 6) at udvikle den direkte kontakt til festivalens eksisterende og potentielle gæster.

5.3.1 Målgrupper

Festivalsekretariatet præsenterer jazz af høj kvalitet til alle, som afgrænset af de forskellige scener og koncerttemaer afspejler hver sin specifikke målgruppe. Festivalsekretariatets kommunikation skal derfor afspejle publikumssammensætningen, men dog have fokus på publikumsudvikling over for unge og førstegangsbesøgende samt være på forkant med digitale kommunikationsformer og sociale medier. Øvrige målgrupper er samarbejdspartnere, medier og internationale gatekeepers (fra rejse- og turistbranchen eksempelvis).

5.3.2 Markedsføring

Copenhagen Jazz Festivals trykte programavis udkommer i 70.000 eksemplarer og som komplet program på Jazz.dk, der benyttes af godt 350.000 unikke brugere. Derudover kommunikerer festivalen via følgende printprodukter: International Guide to Copenhagen Jazz Festival, Jazz for Kids-program, Program Highlights, Frederiksberg-program, Outdoor-markedsføring: Strøgbannere, Abribus, betonstannere, plakatomsætning og bussider, samt via egne digitale platforme: Jazz.dk, Nyhedsbrev, Live Jazz Danmark-app, Facebook, Instagram og Twitter. Vinterjazz' trykte programavis udkommer i 34.000 eksemplarer.

5.3.2 PR og mediasamarbejder

Festivalsekretariatet har en todelt pressestrategi, der dels henvender sig til jazzmedier og anmeldere med fag- og musikspecifikt indhold og dels til almene medier med historier om festivalen som social begivenhed, København som jazzby mv.

Festivalsekretariatets budskaber har normalt stor gennemslagskraft hos kulturredaktionerne på de større dagblade, regionale tv-stationer, almene danske/internationale livstilsmedier og de klassiske jazzmedier i ind- og udland. En mindre del af historierne får national dækning i TV og radio. Langt størstedelen af dækningen finder sted i perioden umiddelbart op til og under festivalerne. Emnerne følger i store træk den profilering og fortælling om festivalen, som sekretariatet kommunikerer, såsom de fremhævede internationale jazznavne og en mangfoldig/grænsesøgende/åben tilgang til jazz. Det er en generel tendens til, at det er sværere at få mediedækning før og efter festivalerne. Hvert år i forbindelse med Copenhagen Jazz Festival inviteres desuden en gruppe internationale medier til København som en del af et internationalt besøgsprogram med presse- og branchefolk.

Festivalsekretariatet indgår i mediepartnerskaber med Politiken, Copenhagen Post og Danmarks Radio.

6. Nøgletal og indikatorer

	R2014	R2015	R2016	R2017	F2018	F2019	F2020
Copenhagen Jazz Festival							
Koncerter arrangeret af CJF	147	111	113	115	100	100	100
Koncerter arrangeret af øvrige spillesteder og arrangører	1.121	1.195	1.314	1.310	1.200	1.300	1.300
<i>Koncerter i alt</i>	<i>1.268</i>	<i>1.315</i>	<i>1.427</i>	<i>1.425</i>	<i>1.300</i>	<i>1.400</i>	<i>1.400</i>
Publikum til koncerter arrangeret af CJF	34.983	72.000	51.479	54.050	50.000	50.000	50.000
Publikum til koncerter arrangeret af øvrige spillesteder og arrangører	215.017*	178.000*	198.521*	195.950*	200.000	200.000	200.000
<i>Publikum til koncerter i alt</i>	<i>259.000</i>	<i>250.000</i>	<i>250.000</i>	<i>250.000</i>	<i>250.000</i>	<i>250.000</i>	<i>250.000</i>
Antal deltagende spillesteder og arrangører	101	114	127	143	130	130	130
Vinterjazz							
Antal deltagende spillesteder og arrangører	75	100	122	130	125	125	125
Antal spillesteder uden for Storkøbenhavn	28	47	35	37	41	45	45
Koncerter arrangeret af CJF	9	19	30	38	20	20	20
Koncerter arrangeret af øvrige spillesteder og arrangører	441	481	620	612	510	520	520
<i>Koncerter i alt</i>	<i>450</i>	<i>500</i>	<i>650</i>	<i>650</i>	<i>530</i>	<i>540</i>	<i>540</i>
Publikum til koncerter arrangeret af CJF	1.680	5.291	4.124	4.706	5.300	6.300	6.300
Publikum til koncerter arrangeret af øvrige spillesteder og arrangører	-	-	-	-	50.000	55.000	55.000
<i>Publikum til koncerter i alt</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>55.300</i>	<i>61.300</i>	<i>61.300</i>
Markedsføring							
Rækkevidde på digitale medier/unikke brugere	339.813	450.000	400.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Followers på sociale medier (nu 40.000 på Facebook)	28.844	35.500	39.700	46.500	42.000	44.000	44.000
Followers på øvrige sociale medier (nu 3.600 på Instagram)	749	2.000*	3.400	4.900	3.780	3.960	3.960
International markedsføring (engelsksprogede nyhedsbreve/presse-meddelelser)	3	2	3	3	3	3	3
International markedsføring (engelsksprogede nyheder på Jazz.dk)	10	10	10	16	16	16	16

* Estimeret

Finansieringsoversigt

Indtægter	R2014	R2015	R2016	Forv.2017	B2018	O2019	O2020
Driftstilskud via Projektstøtteudvalget (rammeaftale)	797.615	805.444	797.444	800.000	900.000	1.000.000	1.000.000
Tilskud via Kulturaftale (nu inaktiv)	800.000	800.000	-	-	-	-	-
Tilskud fra kommuner (KBH+FRB)	1.431.000	1.441.000	1.508.000	1.475.000	1.475.000	1.475.000	1.475.000
Fonde	3.575.230	2.639.000	2.977.270	3.000.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000
Egenindtægter	4.153.464	5.310.349	4.112.629	4.748.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000
Diverse tilskud	-	-	-	50.000	50.000	50.000	50.000
Indtægter, i alt	10.757.309	10.995.793	9.395.343	10.073.000	10.125.000	10.225.000	10.225.000
Indtægter, andre virksomhedsområder	0	0	0	0	0	0	0
Indtægter, total	10.757.309	10.995.793	9.395.343	10.073.000	10.125.000	10.225.000	10.225.000
 Egenkapital, ultimo	 881.065	 988.638	 698.873	 600.000	 600.000	 600.000	 600.000