

# ARTIST MANAGEMENT

UNDERSØGELSE OM  
ARTIST MANAGEMENT  
I DANMARK

---

MAJ 2020



# INDHOLD

## 2 INDLEDNING

Derfor er rapporten lavet

## 4 METODE

Sådan er rapporten blevet til

## 6 HVAD ER EN ARTIST MANAGER?

Udtalelser fra managers og samarbejdspartnere

## 12 HVEM ER ARTIST MANAGEREN?

Demografi og forskel på generationer

## 18 MANAGERENS ØKONOMI

Forretningsmodeller, indtægter og kontraktforhold

## 24 FOKUS PÅ UDLANDET

Case: Then We Take The World

## 26 MANAGERENS UDFORDRINGER

Mangler managerne en brancheorganisation?

## 31 AFSLUTNING

Oversigt over deltagere i undersøgelsen

Udgivet den 18. maj 2020

Rapporten er udarbejdet af Caroline Ravn i samarbejde med Seismonaut, DPA, Dansk Artist Forbund, Promus samt brancheaktørerne Sigrid Lind, Laurits Heegaard og Stefan Christopher Petersen.

Rapporten er blevet til med tilskud fra Dansk Artist Forbund og Rytmask Musikkonservatorium.

Henvendelser vedrørende rapporten kan rettes til Caroline på [carolineravnandersen@gmail.com](mailto:carolineravnandersen@gmail.com).

## INDLEDNING

Mit ønske med denne rapport er, at du som læser bliver klogere på, hvad artist management er. At fremhæve hvor vigtigt management er for vores musikbranche som helhed, og hvilke udfordringer, der præger en managers hverdag.

Der hører en masse traditioner og gamle røverhistorier til management-faget, men vi har valgt at tage udgangspunkt i management, som det er lige nu. Musikbranchen udvikler sig, og pengestrømmene er ikke, som de var engang. Derfor vender rapporten sig også i højere grad mod de næste 10 år end de forrige 20.

Det er mit håb, at den viden, vi har samlet her, vil kunne være startskuddet til at kigge på management og managerens rolle på ny. En mulighed for at ændre, hvor der ændres bør, og udvikle mod en mere bæredygtig fremtid for danske managers.

## Caroline Ravn

SKABER AF RAPPORTEN



### Hvem er jeg?

*For en god ordens skyld vil det måske give mening for dig at vide, at jeg **ikke** er artist manager, men arbejder tæt omkring det. Lige nu læser jeg Music Management på RMC, og fylder ellers med lidt bestyrelsesarbejde i DPA, arrangerer talks og paneldebatter og andre projekter - som f.eks. at lave denne rapport.*

## ENGLISH

This report is a mapping of artist management in Denmark made to clarify the importance of artist management in our music industry in general.

The report is based on a survey sent directly to 107 Danish artist managers with 97 respondents. Furthermore, 14 in-depth interviews have been held; primarily with managers but also with a few from the industry in general e.g. label, booking, radio and the Music Export Denmark office.

The report focusses on defining the role of the artist manager as to what characterizes the Danish manager, focusing mostly on educational background, business models, the financial income, and what challenges artist managers are dealing with.

The report provides data and insights, setting a base for further discussions about how to make a more sustainable future for artist managers.

# METODE

Dataene til denne rapport er blevet indsamlet med to metoder. Et spørgeskema er blevet besvaret af 97 danske managers, som helt eller delvist beskæftiger sig med artist management - fra vækstlagsniveau til mere erfarne managers.

Derudover er der blevet foretaget dybdegående interviews med et udvalg af de mere etablerede managers samt diverse branchefolk. I alt er 14 kvalitative interviews blevet afholdt løbende i processen, som foruden med managers har været med en repræsentant fra label, booking, radio og Music Export Denmark.

Gennem hele rapporten har vi valgt at lade artist managers udtalelser stå anonymiseret, så alle tanker og perspektiver står lige uanset managerens mængde af erfaring og kendskab i branchen.

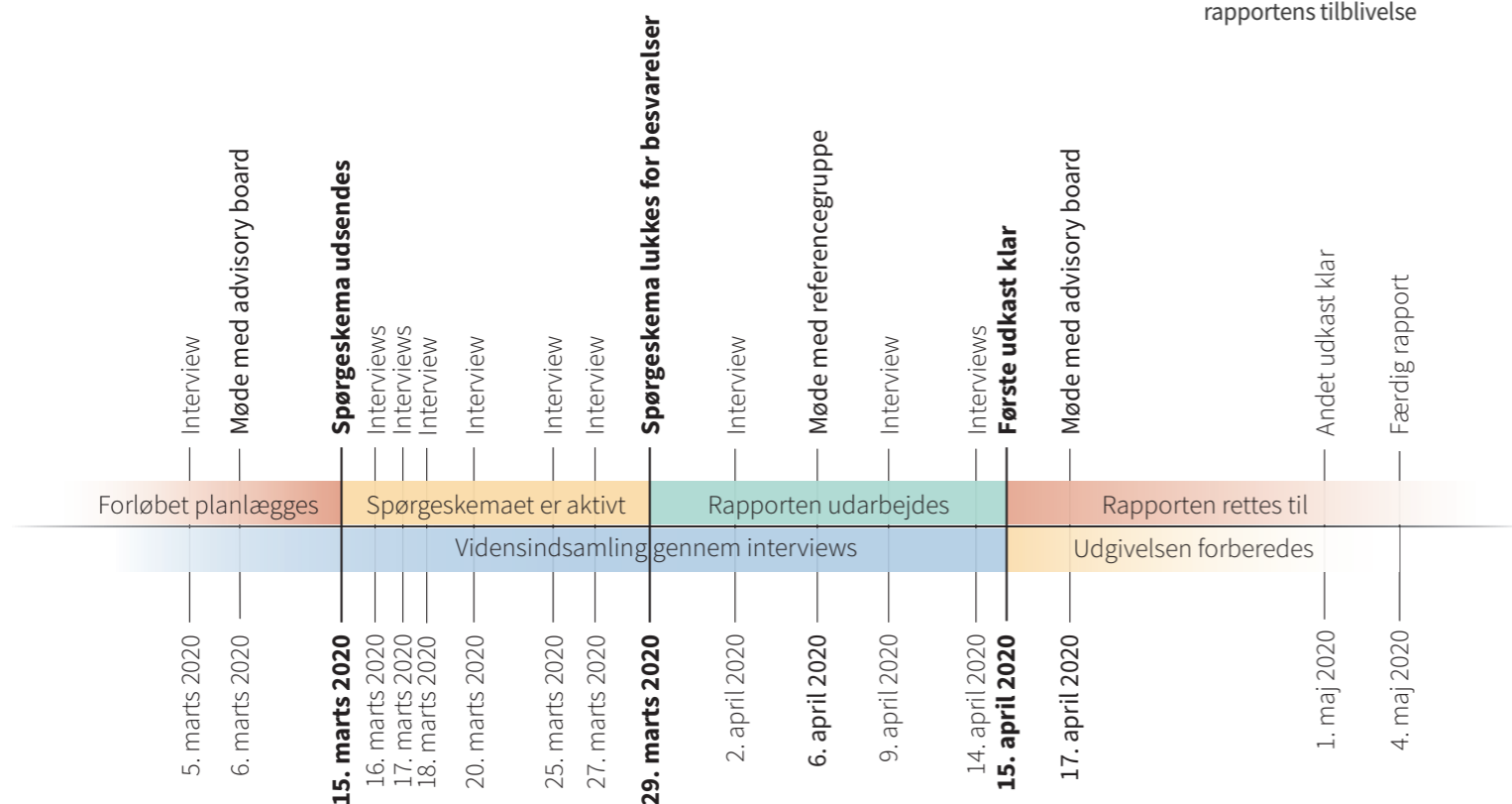
Udtalelserne fra den øvrige branche står derimod med navne, da de ikke kan repræsentere hele feltet, men primært deres eget virke.

Artist management kan forstås på flere måder, og i denne rapport dækker det over al personbaseret management inkl. artister, bands, sangskrivere og producere.

Undersøgelsen er udført af Caroline Ravn i samarbejde med følgende musikbrancheaktører: Laurits Heegaard, Sigrid Lind, Stefan Cristopher Petersen, Jens Skov (DAF), Niels Mosumgaard (DPA) og Jesper Mardahl (Promus).

Der skal lyde en stor tak til alle, som har givet deres tid til at bidrage til undersøgelsen på den ene eller anden måde.

Tidslinje over forløbet for rapportens tilblivelse



## ADVISORY BOARD

Artist managers er som artistens tætteste samarbejdspartner i kontakt med de fleste dele af branchen. Derfor er denne rapport ikke kun henvendt til managers, men til musikbranchens aktører generelt. For at sikre dette har vi haft nogle repræsentanter fra den mere organisatoriske og politiske del af branchen med i et advisory board. Her kan du læse om repræsentanternes tanker om artist management og deres baggrund for at bakke op om denne undersøgelse og rapport.

“Managerens rolle i den danske musikbranche har aldrig været større og måske også vigtigere end i dag. Fra en meget skarpt opdelt branche med primært fokus på pladeselskabet og agenten, og hvor sidstnævnte oftest varetog en række af de managementrelaterede opgaver, har vi i dag en situation, hvor de danske managers er blevet omdrejningspunktet omkring udviklingen af artisternes karriere. Ikke dermed sagt, at plade/musikselskaber, agenter – og nu også publishers – ikke spiller en væsentlig rolle. Men i dag er der faktisk en større forventning til, at artisten har en manager fra netop de tre førnævnte brancheområder, end der var tidligere – ja, i nogle tilfælde er det nærmest et krav. Det er en historisk ændring i branchen herhjemme, og det er i min optik positivt. For det er manageren, der mere og mere har ansvaret for at ”guide” artisterne og for at tilrettelægge den rette strategi – selvfølgelig i samarbejde med de øvrige partnere. Og så har vi jo i de senere år også set, at det oftest er manageren, der er omdrejningspunktet, når vi snakker om den internationale karriere. Lukas Graham, MØ og Volbeat som de nærliggende eksempler – og alle drevet af deres respektive managements. Men det betyder ikke, at alt er fryd og gammen, for det er et hårdt arbejde at være en professionel manager i dag, og vi ser desværre flere meget dygtige managers ”brænde” ud. Derfor er det vigtigt, at de danske managers får organiseret sig, og på den måde kan styrke deres fagområde og deres arbejdsvilkår.”

-Jesper Mardahl,  
Direktør i Promus

“Som repræsentant for sangskriverne har jeg lagt mærke til, at managere har et lidt skævt ry. Der er mange, der ikke forstår managerens rolle som den, der formidler sangskriverens talent både til pladeselskaber og camps og til mulige artister. Da vi i DPA har en klar fornemmelse af, at de sangskrivere, der lykkes bedst, som regel har en manager tilknyttet eller en managerlignende type i sit nærmeste netværk, har vi oprettet en managerpulje under MXD, som kan hjælpe på vej ud i verden. Manageren står ofte som bindeled mellem sangskriveren og alle andre kontakter i musikbranchen, og det er vigtigt at den rolle kvalificeres gennem uddannelse og en undersøgelse af, hvordan managerbranchen selv forstår sin situation.”

-Niels Mosumgaard  
Formand i Danske Populær Autorer (DPA)

“Som jurist og forhandler hos artisternes fagforbund møder jeg hele tiden managers i alle afskygninger. Både på den ene og den anden side af bordet. Som oftest sidder vi på samme side og varetager artistens interesser i et virkelig fint samarbejde. At få en manager kan enten være det bedste, der sker for en artist – eller noget nær det værste. Finder artisten den rigtige manager kan det potentielt skubbe projektet til helt nye højder. Hos Dansk Artist Forbund har vi over de seneste år inviteret en håndfuld managers inden for til en række talks under overskriften ”Hvad er der med de managers?” – simpelthen for at blive klogere på vores medlemmers ofte tætteste samarbejdspartnere. Altid med et meget positivt resultat - og ofte med flere managers blandt tilhørerne. Vi hilser også denne rapport velkommen som et bidrag til at forstå managerens rolle i musikbranchen anno 2020. Både til os andre - og dem selv.”

-Jens Skov Thomsen  
Jurist i Dansk Artist Forbund (DAF)

# HVAD ER EN ARTIST MANAGER?

Gennem denne undersøgelse er det blevet klarlagt, at artist management kan være mange forskellige ting og tage mange forskellige former. Fremfor at forsøge at definere og ensrette faget, vil vi i dette afsnit fremhæve de mange syn på artist management med udtalelser direkte fra managers og deres samarbejdspartnere i branchen.



Billede: Frederik Villumsen

**95%**  
arbejder  
i høj grad med  
karriereplanlægning  
og strategi for deres  
artister

Et gennemgående træk for arbejdet med artist management har vist sig at være at hjælpe artisten med netop det, som artisten har brug for hjælp til. Den store forskel på artistprojekter afspejler sig derfor en-til-en i det management, som ligger omkring artisten. Nogle sammenligner det med en direktør for en artists virksomhed, hvor artisten er ejeren. Andre ser det mere som en slags konsulentydelse.

**“Management er alting. Lige fra at spotte talent til at få det forløst ,”**

En manager fortæller, at det handler om det personlige samspil mellem artist og manager, uanset om artisten har brug for en personlig assistent eller en til at kigge på excel-ark.

**“Manageren er artistens tætteste allierede. Nogen har brug for en PA, andre for en til at kigge på excel-ark ,”**

Dette beskrives på både godt og ondt af en samarbejdspartner, som mener, at artister ofte har en tendens til at vælge en manager, de stoler på, frem for en med de rette kompetencer.

Det at være manager kan samtidig være en opgave om at erobre verden med sin artist. Et arbejde, man ikke får løn for de første par år, men som man lærer meget af, siger en yngre manager.

## HVAD SIGER BRANCHEN?

“Managers kan være enormt vigtige. Hvis ikke artisten har en manager, så er der nogle ting, vi andre på holdet kan blive nødt til at løse. Selvom det egentligt ikke er på vores bord. En af de afgørende opgaver for en manager er, at hele holdet er i sync med hinanden, og derudover at være helt inde under huden på artisten. Til tider skal der tages nogle svære snakke, og her kan manageren en gang i mellem være den rette til at tage dem. Det er selvfølgelig meget forskelligt fra artist til artist.”

- Morten Hundahl, Booking Agent på Copenhagen Music

## HVAD SIGER BRANCHEN?

”Overordnet set er det klart en fordel, at der er en manager omkring en artist. Det tager noget af presset af arbejdet med artisterne og skaber muligheden for en anden slags kommunikation fra os som pladeselskab.

Når det er sagt, synes jeg, at mange ser artist management forkert. At være med til photo shoots og hente sushi er ikke en del af arbejdet i min optik. Manageren skal bruge sin tid på at skabe business-muligheder for artisten.

Det kommer ned til den måde, vi anskuer managers på. Der er den professionelle, og så er der den ven, som ikke selv kunne spille på noget. Professionalismen i management-faget er ikke altid i højsædet, men det er heller ikke helt nemt. Manageren bliver blæksprutten i projektet: Man skal lidt det hele, så det er svært at blive rigtig dygtig til noget af det.”

- Janus Barnewitz, direktør i Disco:wax



Netop læringen lægger en ældre og mere erfaren manager vægt på. Han ser det som sin vigtigste opgave i livet aldrig at stoppe med at lære. Selvom man har arbejdet i branchen i mange år, skal man ikke tro, man ved alting. Han spørger tit de unge på kontoret til råds, og som han siger, får man ikke særligt meget ud af at være nærig med sin viden.

## “Management er en bastard, som folk ender eller starter i af alle mulige årsager,,

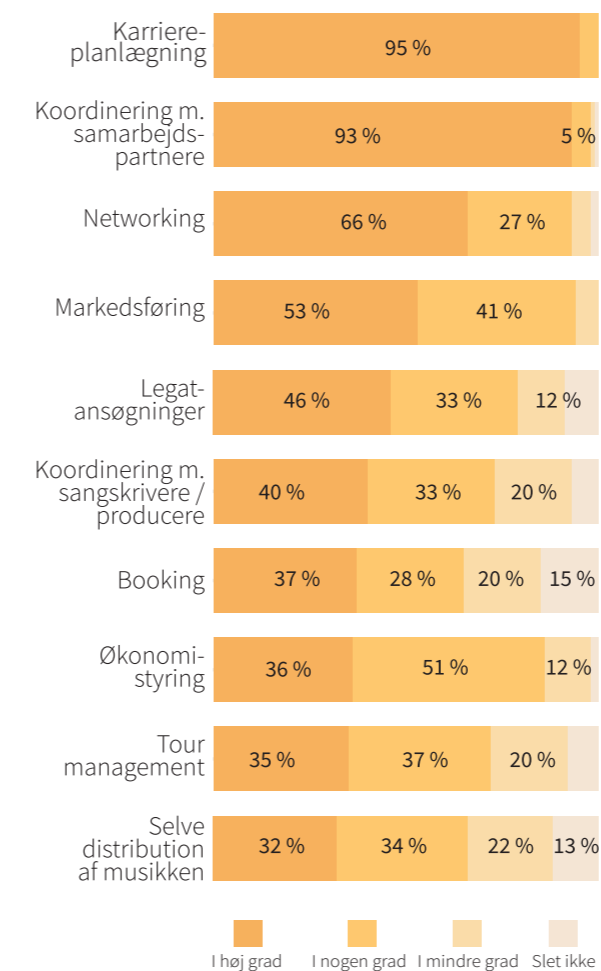
For flere var et virke som manager ikke ligefrem noget, der lå i kortene. En manager startede f.eks. på et booking bureau som telefonpasser i en sommerferie og har været der siden.

En anden fortæller, at han i starten bare var midlertidigt manager for at hjælpe lidt til, men at efterhånden som de blev signet, gik det op for dem, at der ikke var noget, der hed en rigtig manager. Han googled på et tidspunkt noget faglitteratur, for at finde ud af, hvad det var, man skulle kunne for at være manager. Her fandt han en artikel, der sagde, at det vigtigste er, at

man har tillid til hinanden, at man har et godt netværk, og at man er god til at lægge en strategi. De havde en vildt god tillid til hinanden, siger han, og han havde et kæmpe netværk fra sine år på konservatoriet og som producer. Derudover har det vist sig det sidste års tid, at han faktisk er god til at tænke strategisk i forhold til hvilke markeder og hvornår. Han tilføjer til sidst, at det for ham også bare handler om at være god til mennesker. At kunne gennemskue, hvad folk vil, og som han siger: ”Ens bull-shit detektor skal være ret god!”

## “Det vigtigste er, at man har tillid til hinanden, at man har et godt netværk, og at man er god til at lægge en strategi,,

For en anden manager, er det svært at opdele, hvad der er management, og hvad der måske går mere over i label eller publishing. For ham er management interessen i, at få projektet til at lykkes hele vejen rundt lige meget hvilke virkemidler, man har brug for. Han sammenligner den moderne manager med den, der styrer værktøjskassen, og uanset om det er label eller et publishing, man skal have fat i, ender det ofte med, at det er manageren, som hiver værktøjet op og slår sømmet i.



### Arbejdsopgaver

Artist managerne har mange forskelligartede arbejdsopgaver. Herover er de listet i rækkefølge i forhold til, i hvor høj grad opgaven er en del af deres virke som artist manger.

## “Ens bull-shit detektor skal være ret god,,

En anden manager siger, at det, der gør management spændende, er, at man har et touch på det hele. Dermed ikke sagt, at man skal kunne alting, understreger han.

## MANAGEREN SOM DIREKTØR

En manager sammenligner det at være manager med at være ansat som direktør i en artists virksomhed:

”Jeg ser det sådan her: En artist har en virksomhed, som vedkommende både er ejer af, men man er også selve produktet. Det er som regel produktdelen - musikken - du er mest passioneret omkring, så for at du kan fokusere på det, ville du typisk ansætte en direktør i din virksomhed, som ved, hvordan virksomheden skal føres videre. Lønnen for direktøren er baseret på virksomheden resultat, og det er altså det, vi kalder en manager - fordi man driver og udvikler artistens virksomhed.

Som manager skal du derfor kunne have det store ansvar. Du skal kunne lave og få godkendt strategien af ejerne eller bestyrelsen, og så skal du ellers i gang med at finde din leverandør, din distributør osv. Det kan godt være, at du har styr på økonomien, hvis du har kompetencerne til dette, men hvis ikke, så skal du finde nogen, der har. Det er f.eks. ikke artistens ansvar at have styr på sine skatteforhold, fordi hvorfor skulle man så have ansat dig?”

## HVAD SIGER BRANCHEN?

"Hvis nogen spørger mig, 'hvad er en manager?', så tænker jeg rigtig mange ting. Det indebærer blandt andet skrivebordsarbejde, networking, kontraktuelt arbejde og at kunne repræsentere sin kunstner bedst muligt udadtil. At være kunstnerens forlængede arm. Derudover er der også managers, som er kreative og skarpe på, hvad det er for et udtryk, artisten skal have og kan se, hvad der passer til hvilke medier og tænke i opbygning af musikudgivelser.

For mig er de danske managers en broget skare. Der er både de super professionelle og de knap så professionelle, men gennemgående er der – og det er positivt ment – lidt en lykkerider-mentalitet over det. Man tror, man har fundet det næste store, men det er nogle gange også den forblindelse, som spænder ben for professionalismen i det. Hvor meget er de købmænd, og hvor meget vil de fremsætte noget kunstnerisk? Selvfølgelig er der en vare, der skal sælges, men for mig er en professionel manager, en manager, som kan lidt det hele, og som forstår mig som modtager af produktet. En god forståelse og en ærlig kommunikation er vigtigt for mig. Og så har jeg en idé om, at der er sket en magtforskydelse mellem labels og manageren, så sidstnævnte har fået mere at skulle sige."

- Mathias Buch, Musikansvarlig på P3

**“Manageren bliver lidt blæksprutten i projektet. Man skal lidt det hele, så det bliver svært at blive rigtig dygtig til noget af det,,**

Der er måske noget om, at man som manager har sine stærke og mindre stærke sider. En manager ser det sådan, at der er rigtig mange forskellige managers. Der er den meget kreative manager, som er meget inde i musikken. Der er den artistiske manager, som er meget inde over det visuelle. Og der er den økonomiske manager, som er meget inde over aftalerne og det juridiske. Men uanset hvilken type du er, er der nogle grundlæggende arbejdsområder, du skal have styr på.

Til sidst er der managerens rolle i at holde samarbejdspartnerne i gang. Selvom artisterne er signet til forlag, er der stadig brug for en manager for at holde det aktuelt og relevant og til at sørge for, at forlaget gør sit arbejde.

**73%**

**har en blanding af professionelle og venskabelige relationer til deres artister**

Overordnet set har denne undersøgelse indtil videre kunnet belyse, at artist management er et meget bredt erhverv, som er nærmest umuligt at sætte et bestemt mærkat på.

Dog er det blevet tydeliggjort gennem de mange besvarelser, at manageren ofte har mange forskelligartede opgaver, hvoraf det overordnet handler om at kunne analysere og finde artistens behov for hjælp og sætte ind netop der.



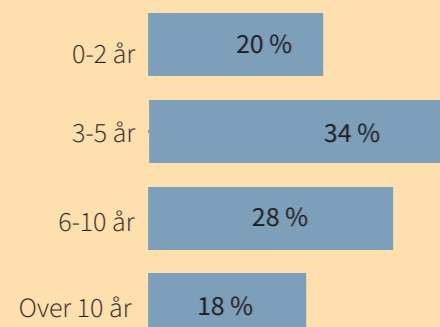
Billede: Birk Storm

# HVEM ER ARTIST MANAGERNE?

Nogle ting har de til fælles og andre ting ikke. Ved at kigge på uddannelse, indkomst, demografi, erfaring og ansættelsesforhold, vil vi på disse sider belyse, hvad de danske artist managers har til fælles, og på hvilke punkter de adskiller sig fra hinanden.

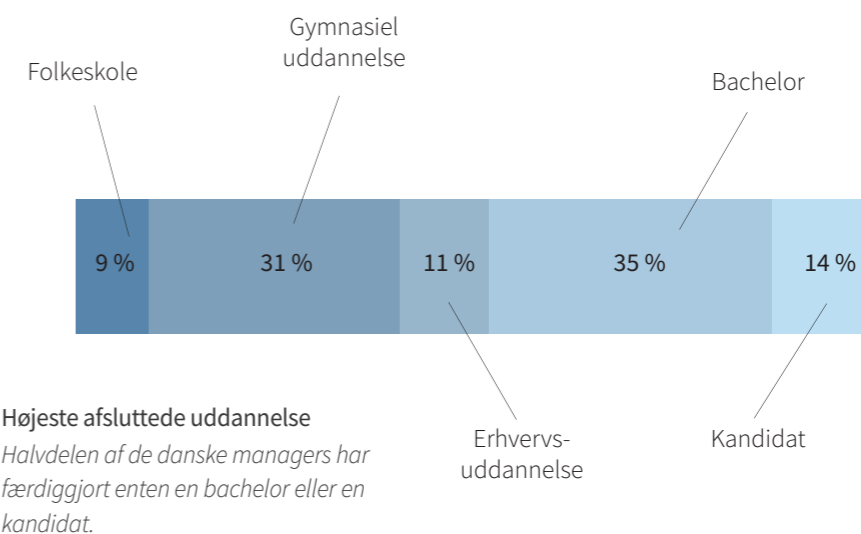
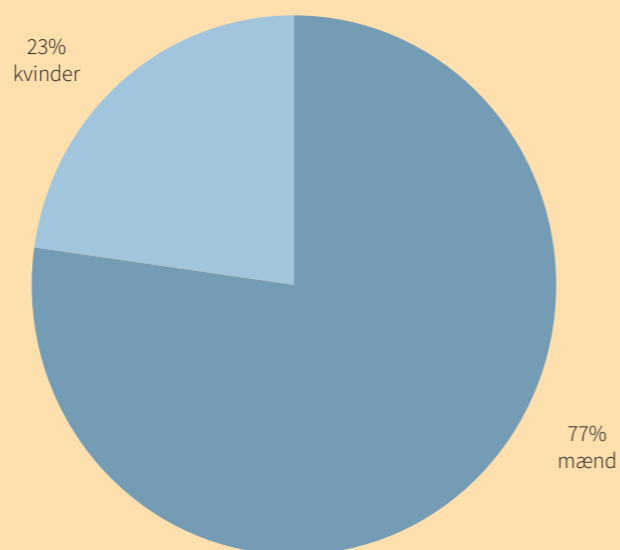
## Antal års erfaring

De fleste artist managers har 3-10 års erfaring med management, og 18% har over 10 års erfaring.



## Fordelingen af køn

Over 3/4-dele af de danske managers er mænd



## UDDANNELSE

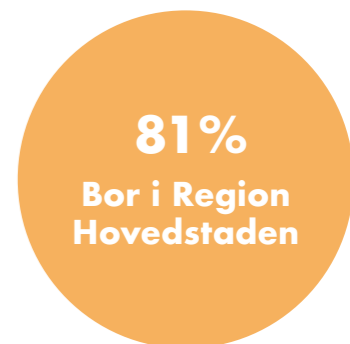
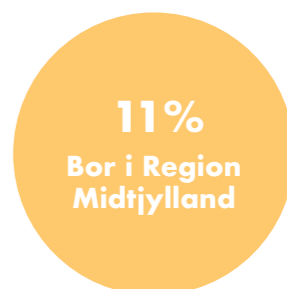
De uddannelsesmæssige baggrunde hos danske artist managers varierer meget. Af de adspurgte har 63% læst på en videregående uddannelse og 49% har færdiggjort en bachelor eller kandidat.

Den mest læste uddannelse er Music Management, som i alt 17 af de adspurgte managers har læst - primært på Rytmaskonservatorium i København, men der er også et par stykker på den tidligere diplomuddannelse i Aarhus og i udlandet.

Derefter er det hovedsagligt kommunikationsuddannelser samt HA og andre erhvervsøkonomilignende uddannelser, der danner den uddannelsesmæssige baggrund for de danske managers.

Disse tre typer uddannelser dækker over godt halvdelen af de 63% der har læst på videregående uddannelse.

Den resterende lille halvdel spredt sig bredt med kun 1-2 hver på f.eks. oplevelsesøkonomi, performancedesign, kaospilot, musikvidenskab, medievidenskab, serviceøkonomi, informationsvidenskab og digital innovation.



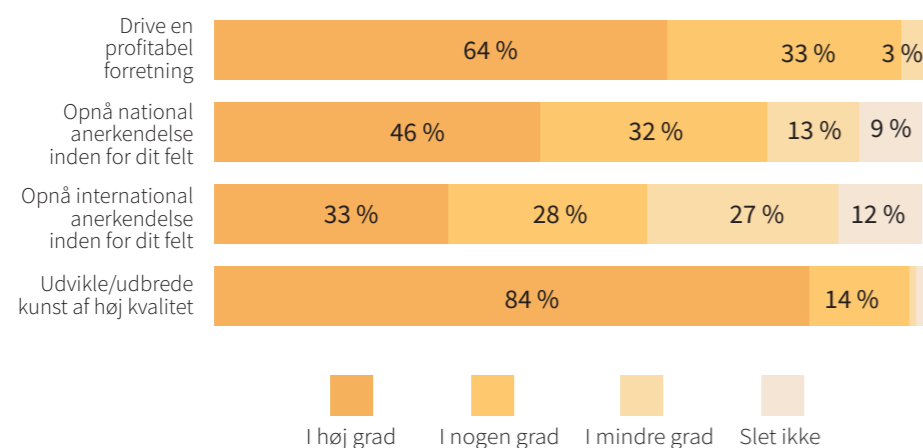


## UDDANNELSE OG INDTÆGT

På trods af at kun 6% mener, at deres virke som artist manager i høj grad bygger på en videregående uddannelse, tyder det alligevel på, at der er en økonomisk effekt. Ligeledes virker det til, at managers, der har læst Music Management, har en højere indkomst i deres virke som artist manager.

Denne sammenhæng mellem videregående uddannelse og managernes indtægter vil vi dykke lidt ned i her.

Økonomisk er der generelt en overvægt i højere årsindtægt for 2019 blandt dem med videregående uddannelse end dem uden. Forholdet for managers med en indtægt på 500.000 eller derover er henholdsvis 20% for managers med videregående uddannelse mod 10% for managers uden videregående uddannelse.



### Hvad artist managers stræber efter i deres virke

Flere managers stræber i højere grad efter at udbrede kunst af høj kvalitet frem for at drive en profitabel forretning eller opnå anerkendelse inden for deres felt.



Og kigger man på forholdet mellem managers med Music Management som videregående uddannelse mod managers med anden videregående uddannelse, er forholdet henholdsvis 31% mod 16%. Altså ca. dobbelt så mange.

Her skal det selvfølgelig understreges, at datagrundlaget er relativt lille - ikke for markedet af danske managers, men for statistikker generelt - og der vil desuden være en mulig bias i, hvem der er blevet adspurgt til denne undersøgelse. Hertil er der 21% ud af de i alt 97 respondenter, der ikke har ønsket at svare på spørgsmålet om deres indtægt, enten fordi de ikke havde lyst, eller fordi de ikke havde et estimat. Resultaterne af undersøgelsen her skal derfor tages med et gran salt som med så meget andet data.

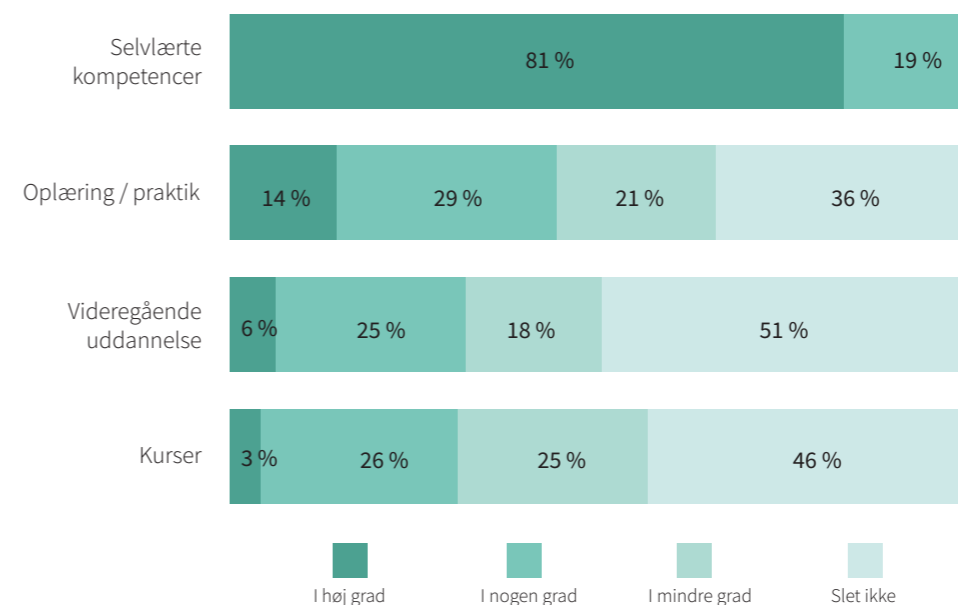


### Hvad artist managernes virke bygger på

På spørgsmålet om hvad deres virke som artist manager bygger på, svarer 81%, at deres virke i høj grad bygger på selvlærte kompetencer. Kun ganske få baserer deres virke på videregående uddannelse eller kurser.

## OM MUSIC MANAGEMENT

Music Management er en bachelor, der lige nu kan læses på Rytmask Musikkonservatorium i København. Uddannelsen er bredt kompetencegivende inden for forretningsudvikling og ledelse i musikbranchen med fag som bl.a. økonomi, jura, markedsføring, projektledelse, strategi og organisation. Der optages årligt 7-8 studerende på uddannelsen.



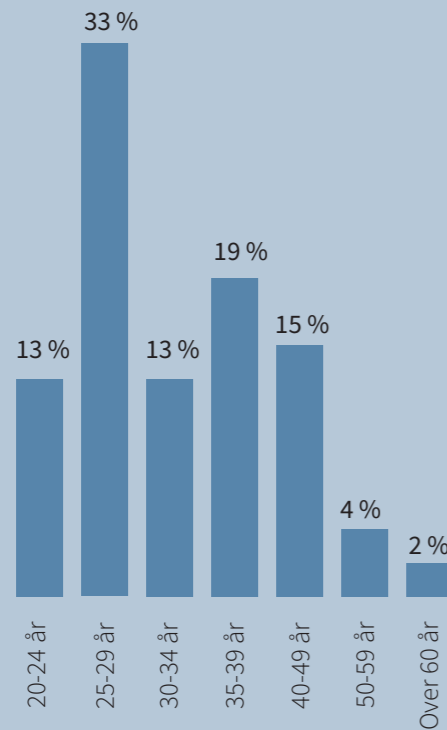
### Hvad artist managernes virke bygger på

På spørgsmålet om hvad deres virke som artist manager bygger på, svarer 81%, at deres virke i høj grad bygger på selvlærte kompetencer. Kun ganske få baserer deres virke på videregående uddannelse eller kurser.

## FORSKEL PÅ DEN YNGRE OG ÆLDRE GENERATION

En anden interessant faktor at kigge på er managerne i forhold til deres alder. Knap halvdelen af de adspurgte er under 30 år og godt halvdelen 30 år eller derover. Derfor har vi delt besvarelserne op mellem disse to grupper for at kigge på forskellen mellem den yngre og en ældre generation af managers.

Det første sted, vi ser en forskel, er på kønsbalancen. Fordelingen i procent af henholdsvis kvinder og mænd er for managers over 30 år 15/85, hvor den for managers under 30 år 31/69. Dette kan enten tyde på, at der er flere kvindelige managers på vej, eller at kvindelige managers springer fra, når de når omkring 30-års alderen.



Både unge og ældre føler sig meget selvlærte. Dog oplever 55% af managers under 30 år, at deres virke i høj eller nogen grad også bygger på praktik eller oplæring, hvor det kun er 32% af managers over 30 år, som oplever det.

På samme måde mener lige knap halvdelen af managers under 30, at deres virke bygger på kurser, hvor kun 12% af managers over 30 mener dette.

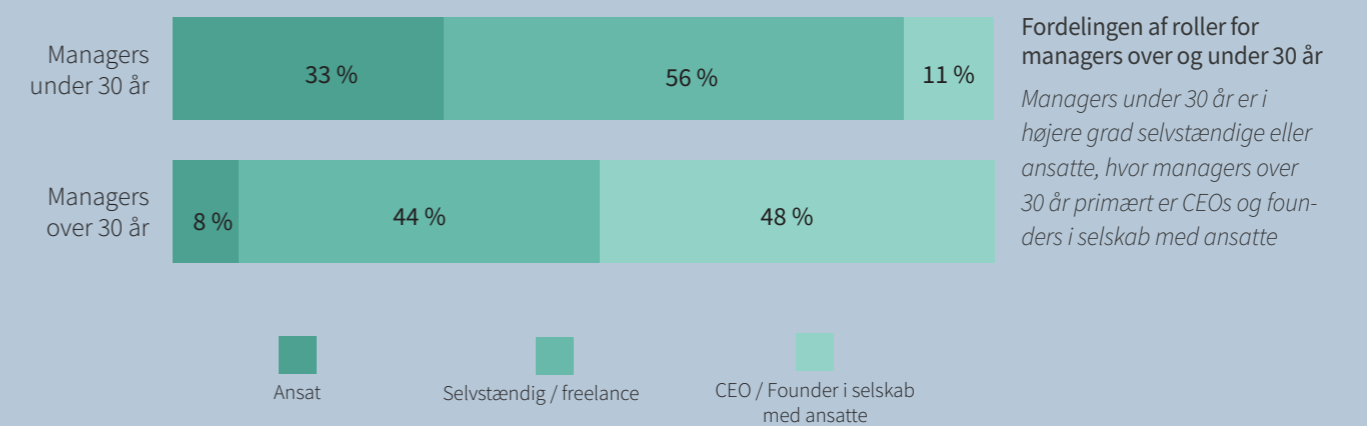
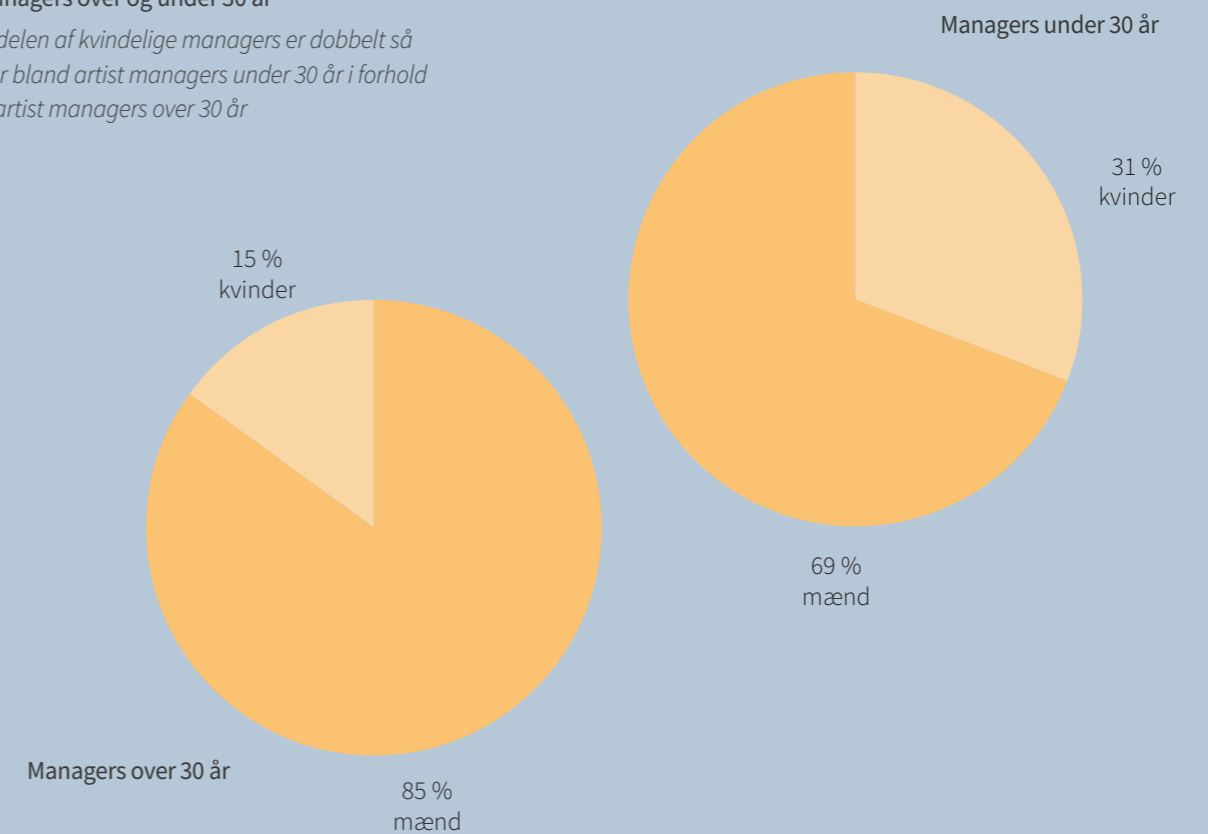
Aflønning gennem provision er mindre dominerende hos de yngre managers end de ældre. Blandt de yngre er fast fee, royalties eller andre løsninger mere almindelige end hos de ældre. Til gengæld er det kun managers over 30 år, som får deres aflønning gennem en ejerandel af virksomhed.

I forhold til managersnes udfordringer har managers under 30 i højere grad udfordringer end managers over 30. Specielt manglende adgang til likviditet er et større problem hos de yngre managers ift. de ældre.

**Fordelingen af aldersgrupper**  
Størstedelen af de adspurgte managers er 25-29 år gamle, og kun ganske få er 50 år eller ældre

**Kønsfordeling blandt artist managers over og under 30 år**

Andelen af kvindelige managers er dobbelt så stor blandt artist managers under 30 år i forhold til artist managers over 30 år



# MANAGERENS ØKONOMI

Det kan være svært at finde rundt i, og derfor vil vi her prøve at konkretisere forskellige modeller for, hvordan managerne tjener deres penge samt kigge nærmere på, hvem der tjener mest.

**40%**  
har artist management som deres primære indtægtskilde

## PROVISION

Den traditionelle og stadig mest udbredte måde en manager aflønnes på er via provision af artistens indtægt. Helt konkret betyder det, at en procentdel af artistens indtægt går til manageren. Det kan skrues sammen på flere forskellige måder. Noget af det første, man skal skelne mellem, er, om det er fra brutto- eller nettoomsætningen, der afregnes - eller som man normalt vil sige: Fra toppen eller fra bunden. En artistvirksomhed har ofte mange udgifter til f.eks. produktion, løn til musikere/producere, PR og mar-

kedsføring osv., og derfor kan der være stor forskel på, om man som manager beregner sin provision før eller efter disse omkostninger. Dernæst skal man huske, at 10% af en stor årlig omsætning er flere penge end 20% af en lille årlig omsætning. Arbejder man på en aftale om provision, vil man ofte se, at manageren nærmest ikke får løn de første 3-5 år af artistens virke, men skulle der komme godt gang i karrieren vil det i længden måske betale sig af.

## FAST FEE

Fordi provision skaber en meget ustabil indkomst, som ikke stemmer overens med de timers arbejde, manageren lægger hos artisten, vælger nogle managers at tage et fast fee for deres varetagelse af management for artisten. Dette kan være en transparent måde at have manageren i et mere ansættelseslignende forhold, hvor man lettere vil kunne stoppe samarbejdet med kort varsel, uden at nogen vil skyldes hinanden noget. Til gengæld kan det være svært for nye artister, som ikke har råd til at lægge ud for managerens løn, ligesom det kan være en ringe motivation for manageren til at fokusere på at øge omsætningen. Derfor kombineres et fast fee ofte med enten provision eller royalties.

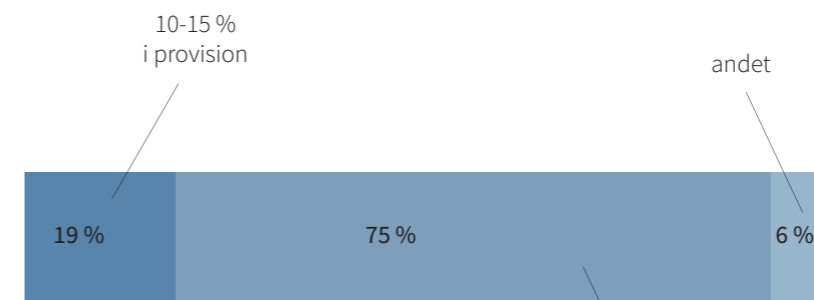
**19%**  
tager et fast fee

## ROYALTIES

En tredje måde managers kan aflønnes er gennem royalties. Royalties er udbetalinger fra masterrettigheder fra f.eks. pladeselskabet. Her vil pladeselskabet ofte eje masteren og derfra udbetale royalties til artisten, og i nogle tilfælde også f.eks. manager og/eller producer. Manageren kan f.eks. få 5% royalties på den musik, der udgives, og det vil i så fald være uanset om management-samarbejdet mellem artisten og manageren stoppede. Det kunne også være ved, at manageren fik et sub-label med sine artister på et pladeselskab, eller hvis man på anden måde selv udgiver musikken, hvor manageren er medejer på masteren og derfor får en andel af royalties.

**62%**  
aflønnes via provision

**6%**  
aflønnes via en ejerandel af en virksomhed



Andelen managers modtager i provision

Langt størstedelen af managers, der aflønnes via provision, får 16-20% i provision

16-20% i provision

## HVEM TJENER PENGENE?

Som så mange andre steder i branchen og i forretningsudvikling generelt, kan der gå nogle år, før der kommer et overskud. Det betyder, at det både kræver lidt tålmodighed, men også en vis omsætning hos artisterne, før de typiske 20% fra bunden begynder at ligne noget for managerens egen forretning.

Dette afsnit handler om managerens økonomi og sammenhængen mellem antallet af artister, mængden af arbejdstimer og managerens indtægt.

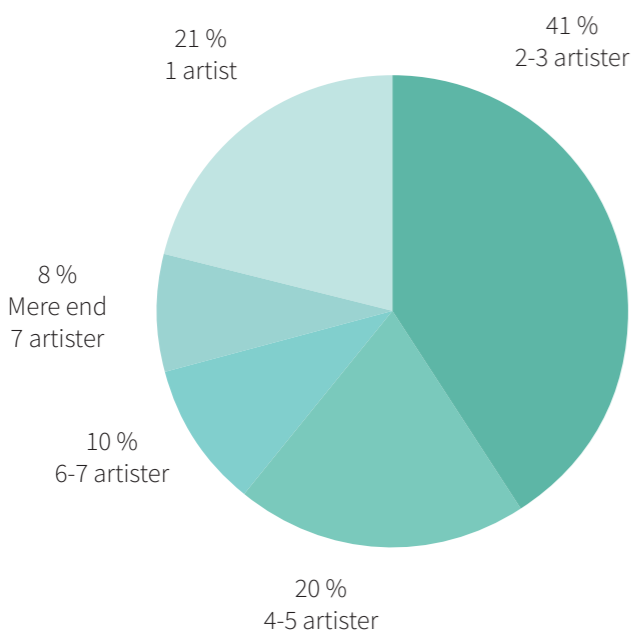
**“Økonomien vinder altid i sidste ende, uanset hvor meget goodwill der er,,**

### Managers med højere indkomst

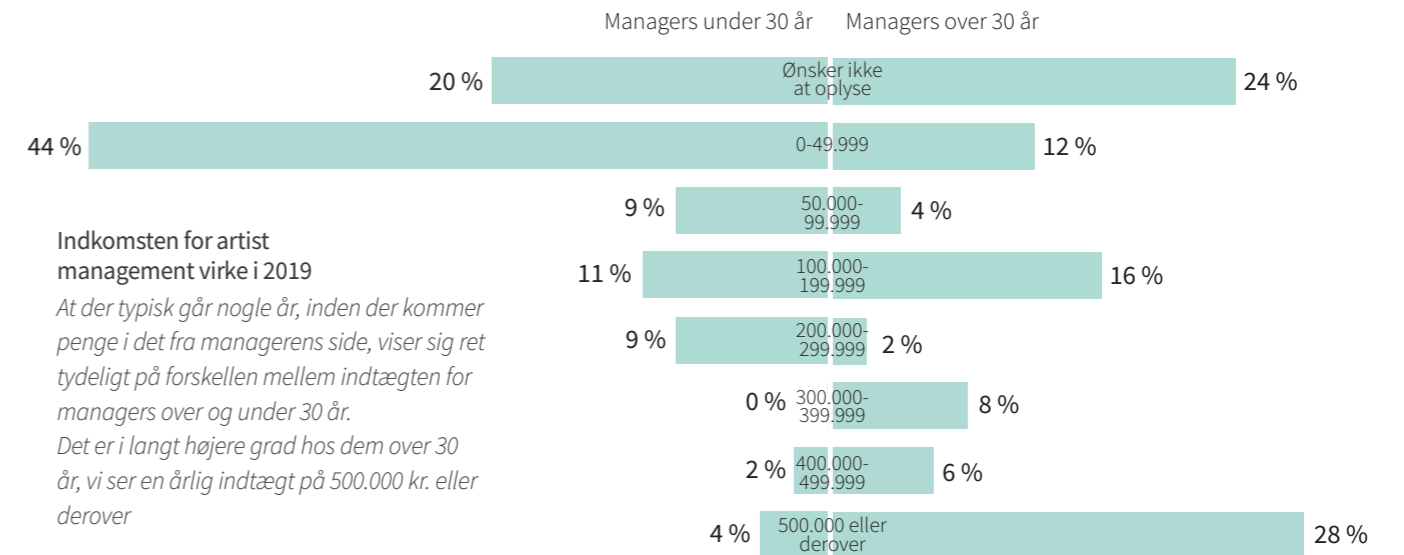
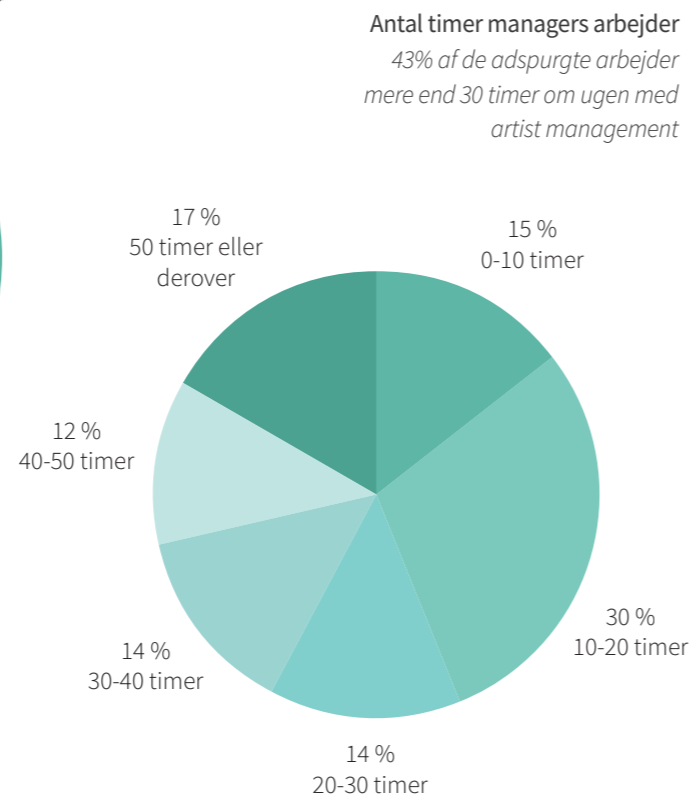
Af de adspurgte estimerer 30% at have tjent 200.000 eller derover på deres management-virke i 2019. 76% af disse arbejder mere end 30 timer om ugen, og 38% arbejder mere end 50 timer om ugen.

Kigger man på det i forhold til antallet af artister, er fordelingen lidt mere jævn.

41% af de managers, der sidste år havde en årsindkomst på 200.000 kr. eller derover arbejder med op til tre artister, hvor 59% så arbejder med fra fire artister og op. Af disse 59%, som arbejder med 4 eller flere artister, er det kun 12%, der arbejder under 30 timer om ugen med management; resten arbejder over 30 timer.



Antal artister en manager arbejder med  
De fleste managers arbejder med 1-3 artister.  
38% arbejder med fire artister eller flere



### Indkomsten for artist management virke i 2019

At der typisk går nogle år, inden der kommer penge i det fra managerens side, viser sig ret tydeligt på forskellen mellem indtægten for managers over og under 30 år. Det er i langt højere grad hos dem over 30 år, vi ser en årlig indtægt på 500.000 kr. eller derover

## KONTRAKTEN MELLEM MANAGER OG ARTIST

En managers kontrakt med sin artist er lige så unik som managerens og artistens relation, og derfor svært at gå ind i. Når vi alligevel vælger at berøre emnet, er det fordi, det hænger sammen med managerens økonomi og forståelsen af management-faget. Afsnittet her er derfor ganske kort og måske primært en introduktion til nogle af managerens udfordringer, som findes sidst i rapporten.

Kontrakter mellem manager og artist adskiller sig fra de øvrige kontrakter en artist kan indgå med f.eks. label eller publishing, ved, at de som typisk er kortere eller lettere at opsige.

Relationen og samarbejdet mellem artist og manager er så tæt, at der ikke er nogen parter, der har lyst til at fortsætte samarbejdet, hvis den anden ikke har.

En artist managers arbejde er jo overordnet set at repræsentere sin artist, og det måske eneste tidspunkt, man som manager ikke repræsenterer sin artist, er i aftalen mellem manageren og artisten.

For mange managers er dette ikke det mest naturlige i verden - af flere årsager.

For det første er der tit en 'det er os mod verden' relation manager og artist imellem, hvorfor det måske kan virke overflødig at indgå en skriftlig aftale.

Derudover er det, en manager er god til, jo netop at repræsentere artisten. Man er så meget på artistens side, at man måske ikke i så stor grad er trænet i at tænke på sine egne forhold, og hvad der kan være nødvendigt for én selv - specielt ikke hvis det er på bekostning af noget for artisten.

Og til sidst må man gå ud fra, at begge parter er enige og positive om samarbejdet, når det indledes, hvorfor aftalen primært ville skulle handle om, hvad der sker, hvis samarbejdet skulle stoppe en dag, og det er ikke ligefrem så sjovt at diskutere, før man overhovedet er begyndt.

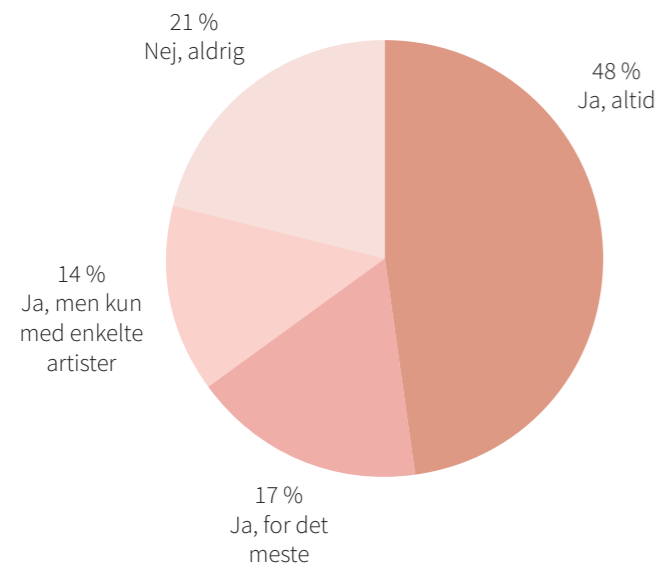
### Sunset clause

Dog er der managers, som sikrer sig sine egne forhold ved at lave den såkaldte 'sunset clause' i kontrakten, eller som man også kalder det; en sundown.

En sundown er et vilkår om, at manageren i en vis periode efter samarbejdets ophør, stadig modtager en vis andel fra artisten. Argumentet bag dette er, at det økonomiske resultat af managerens arbejde først ses efter noget tid. Nogle vælger at køre sundown på konkrete projekter, og andre kører blot en fast fortsat provision i en given periode. Har man f.eks. signet og planlagt en albumudgivelse, og samarbejdet ophører før udgivelsen udgives, vil man argumentere for, at manageren stadig skal have sin andel for det stykke arbejde.

En manager lægger vægt på, at sundowns kan være lige så forskellige som selve projekterne, og siger:

**“ Måske bliver sundown længere, desto længere tid, I har arbejdet sammen. Så hvis I har arbejdet sammen i tre år, så er sundown måske to år. Har I arbejdet sammen i seks år, så er sundown måske tre år,,**



Fordelingen af hvorvidt managers skriver kontrakt med deres artister  
*Knap halvdelen af de adspurgte managers skriver altid kontrakt med deres artister. 21% gør aldrig*

### HVAD SIGER BRANCHEN?

”Som de eneste modpartner oplever jeg aldrig, at managers lader sig repræsentere af andre i forhandlingen af deres kontrakt med artisten. Det kunne for eksempel være en rådgiver eller advokat. Hvorfor ved jeg ikke. Det gør eks. labels eller forlag til gengæld ofte. Måske det er udtryk for en udpræget solo-kultur. Måske det skyldes, at managers i Danmark ikke er fagligt organiserede som andre dele af musikbranchen. Jeg ved det ikke.”

- Jens Skov Thomsen, Jurist i Dansk Artist Forbund



Billede: @ShotByTruly

# FOKUS PÅ UDlandet

Selvom det danske marked klart er det, de danske managers har størst fokus på, har halvdelen eller derover også i høj eller nogen grad fokus på f.eks. Tyskland, Storbritannien, USA og den øvrige del af Europa. Tilmed har 9% et større fokus på disse markeder eller Asien, end de har på Danmark.

## THEN WE TAKE THE WORLD

Man kan næsten gætte det på navnet. Management selskabet 'Then We Take The World' har stort fokus på udlandet. Og for dem, har der aldrig rigtig været tvivl: Det er fedt nok at ligge i top 10 i Tyskland, men drømmen har altid været at lykkes i USA.

Selskabet består af Lasse Siegismund og Kasper Færk, som stiftede selskabet sammen i 2010. Kort efter begyndte de at arbejde med Lukas Graham, og lige fra begyndelsen var det USA, der var målet. Det meste af den pop-kultur, de var vokset op med, kom derfra og han havde altid været glad for urban og rap, så det virkede bare naturligt. Det at slå igennem blandt de bedste, var vel det tætteste man kunne komme på at være en af de bedste, og de dygtigste mennesker til at lave musik bor i LA.

Efter at have været frem og tilbage nogle gange i 3-4 år, flyttede Siegismund til LA i 2016, hvor han stadig bor.

*Er der noget ved management, der er anderledes i USA i forhold til i Danmark?*

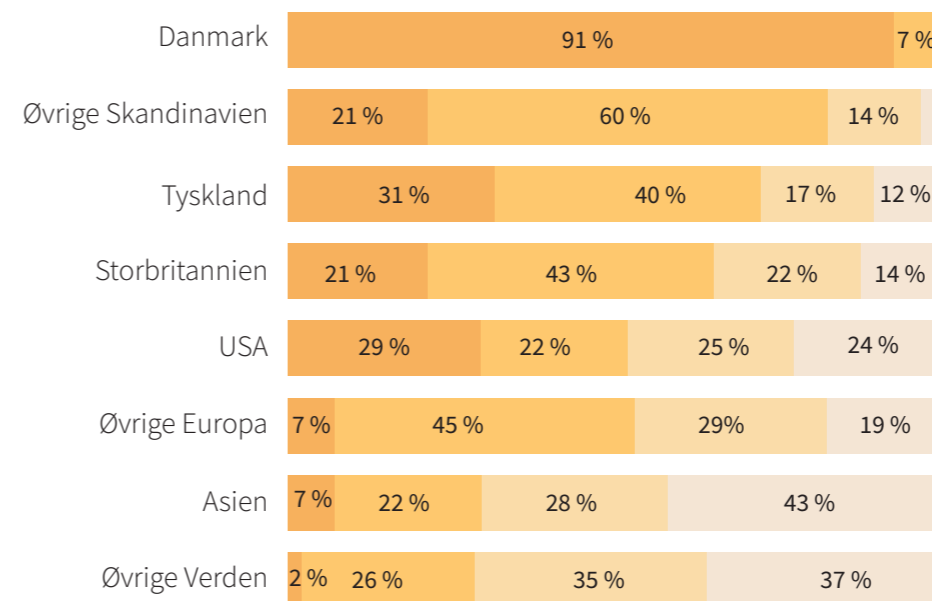
"Rollen er den samme, men i USA har man et større fokus på samarbejder, co-labs osv.

10% af noget rigtig fedt er bedre end 100% af noget

mindre fedt. I DK er der lidt mere en tendens til, at man kun er en 'rigtig' artist, hvis man har skrevet musikken selv. Derfor har danske managers en lidt anderledes udviklingsrolle, hvor det hele baseres mere på blot artisten og måske få andre tætte spillere, hvor der i USA ofte bringes mange flere spillere ombord på projekter. For mig har management altid været baseret på sangskrivere, og så putter man artister ovenpå."

### 'Super-managements'

En anden ting, Siegismund kigger meget på for tiden derovre, er nogle af de store 'super-managements', hvor der er flere store artister i samme management. Han siger: "Alle de store artister vil jo være første prioritet, men jeg overvejer, om man kan have det som en fordel og spille hinanden stærke? Det handler om, om man kan få artisterne til at forstå, at management ansætter folk til at håndtere de daglige og måske mere lavpraktiske ting. Vi har nogle super gode folk omkring Lukas (Graham) i det daglige, og det er også meget fedt for ham, at han kan tale med mig om ting i 'helikopter-view'."



### Artist managerens fokus på diverse markeder

Næsten alle danske managere har deres primære fokus på det danske marked, men mange har også i nogen grad fokus på fx. Tyskland, Storbritannien og det øvrige Skandinavien

I høj grad I nogen grad I mindre grad Slet ikke

## HVAD SIGER BRANCHEN?

Thomas Rohde har været direktør for MXD i snart 12 år. Han begyndte i musikbranchen som artist manager i starten af 90'erne. Dengang var pladekontrakten det første, som de fleste bands var på udkig efter. Sådan er det ikke mere, mener Thomas Rohde, i dag er det en manager.

Derfor er managerne også naturligt blevet en mere integreret del af MXD's arbejde for at fremme dansk musik i udlandet. Og selvom MXD er finansieret af Kulturministeriet, er der et stort fokus på at skulle skabe forretning for musikken derude i verden. Derfor har MXD oprettet puljer henvendt direkte til managers og andre branchefolk, så de blandt andet kan være til stede, når deres bands optræder på de vigtige branchefestivaler i udlandet. Thomas Rohde begrundes: "Der er ganske enkelt en større sandsynlighed for, at bandet kommer hjem med noget konkret, hvis manageren er til stede og kan tale deres sag".

Han siger dog samtidig: "De fleste kunstnere har udlandet som en målestok for, hvad der er succes. Men det er ikke alle artisters projekter, der egner sig til udlandet. Men det kan nogen gange være svært for en manager at punktere den drøm."

“Økonomi er generelt en kæmpe - og den største - udfordring,,

# MANAGERENS UDFORDRINGER



Billede: Frederik Villumsen

Managers kommer til og forsvinder igen. Det er for de fleste ikke et fag, man uddanner sig til på traditionel og formel vis for derefter at arbejde som manager i hele sit erhvervsliv. Det er noget mange laver før det ene projekt eller efter et andet. Måske er det bare sådan det er, og måske burde man kigge på, om man kunne ændre noget.

Både i spørgeskemaet og fra de forskellige interviews er der nogle udfordringer, som går igen. Det er svært at få økonomien til at hænge sammen, adgang til kapital og støttemuligheder mangler, arbejdstiderne roder med familieliv, der mangler en fælles forståelse og respekt for arbejdet, og hvem repræsenterer egentlig managers som fagforening?

Rapporten forsøger ikke at løse disse udfordringer, men ved at belyse dem, kan vi måske indlede til nogle diskussioner, som kan rykke os tættere på nogle svar.

## ØKONOMI

Der er potentielt mange årsager til, at management ikke er det letteste at skabe en god økonomi omkring, og flere managers oplever en ulighed mellem vigtigheden af managerens rolle, både for artisten, men også for alle samarbejdspartnerne omkring, og den økonomiske 'gevinst'.

Flere, heriblandt også samarbejdspartnere, lægger desuden stor vægt på vigtigheden i at være skarp på sin tid. Thomas Rohde, som er direktør i MXD og tidligere selv har arbejdet med artist management, siger, at det er vigtigt, manageren ikke gør sig til en personlig assistent, der står til rådighed 24/7. Som han siger:

“Man kan egentlig udtale det ret tydeligt og pædagogisk for artisten og sige: Jeg har så og så meget tid på, at der er pellegrino og vindruer i backstage, eller skal jeg sørge for, at du tjener penge i morgen?,,

### At artister forlader deres management

I starten af en artists karriere er det for mange oplagt at ville have en manager, da manageren kan skyde gang i karrieren på en anden måde, end man ville kunne selv. Men så snart holdet er sat, aftalerne er forhandlet, forretningen er begyndt at køre, og artisten selv har fået et stort netværk i branchen, kan der være en tendens til, at manageren erklæres overflødig. Overflødig fordi artisten har en følelse af, at nu kører det jo bare. Her oplever nogle managers, at artisten kigger på dem og siger: "Hvorfor skal du egentlig tjene så mange penge, bare fordi jeg gør? Og hvad laver du egentlig for din andel?"

### Managerens arbejde er for usynligt

Det er egentlig et forståeligt spørgsmål, og udfordringen er, at managerens arbejde er for usynligt. Så snart artistens samarbejdspartnere er fundet, bliver den vare, management leverer for sin løn, langt mindre håndgribelig end f.eks. bookerens, der leverer koncerter efter koncerter. Som manager vælger man måske derudover bevidst ikke at involvere sine artister så meget i sit arbejde, så de kan fokusere på det kreative. I nogle tilfælde ender dette med at give bagslag, og netop fordi en manager ofte arbejder med relativt få artister, er det en stor økonomisk udfordring, hvis en artist, man har brugt år på at bygge op, opsiger samarbejdet, når der først er kommet skub i karrieren.

En manager anerkender problemet, selvom han indtil nu ikke selv har haft en artist, der har opsagt samarbejdet. Han siger: "Sådan som jeg ser det, er de artister, som har lange karrierer, dem, der ved, at de ikke skal være økonomer, og som ikke er nærige. Tilliden og det lange samarbejde har en tendens til at være det mest bæredygtige," siger han og fortsætter: "I vores selskab er vi en stor del af den kreative proces, og derfor oplever artisterne impacten af vores arbejde.

Det er typisk i to situationer, at det knækker for artisten: I starten, når man får sine første 100.000 kr. og ikke ser de 80 men kun de 20, man skal give, eller efter en optur, når det går ned igen.

Når artister udefra ringer til mig og siger, at de gerne vil skifte management, siger jeg altid, at jeg meget hellere vil snakke med deres nuværende management om, hvordan jeg måske kan hjælpe."

### Efterlevelse af sunset clause

Der er et generelt behov for en bedre forståelse for managerens rolle og for forskydningen mellem det indledende arbejde og resultatet, som først ses senere. Manageren må synliggøre eller italesætte sit arbejde mere, så artisten ikke får følelsen af, at det er spildte penge eller en unfair arbejdsfordeling. På baggrund af disse måske

lidt bitre erfaringer, er flere managers allerede i gang med at konkretisere og dokumentere deres arbejde i diverse projektstyringsprogrammer.

Dokumentationen er både vigtig for at vedligeholde samarbejdet og forståelsen for managerens arbejde, men i høj grad også hvis samarbejdet alligevel en dag stopper. Hvis ikke manageren har klargjort, hvad man egentlig har brugt sin tid på, kan det være ret problematisk at efterleve en evt. sunset clause i kontrakten. Udfordringen skyldes i høj grad også praktikaliteten i, at manageren mangler indsigt i indkomststrømmene efter det ophørte samarbejde, og dermed ikke ved, hvad der skal faktureres.

Endnu en faktor er her, at manageren typisk er den eneste, som sender sin regning direkte til artisten. Pladeselskaber, booking og publishing gør det typisk omvendt, hvor de modtager pengene direkte, trækker deres egen andel først og derefter udbetaler til artisten. Der er denne praktiske vinkel ift. afregning, både under, men specielt efter endt samarbejde, men der er også den overvejelse, at det på denne måde for artisten i højere grad er en følelse af at få indkomst end at miste indkomst. Man ser ikke på samme måde de penge, der 'forsvinder' til booking og label, som man mærker den regning, man får fra sin manager, hvor man så i øvrigt måske ikke rigtigt ved, hvad vedkommende laver.

## HVAD ER EN PROFESSIONEL MANAGER?

Noget andet, der hænger sammen med de øvrige udfordringer, og som er gået igen, er spørgsmålet om, hvad der kendetegner en professionel manager. For det mangler, mener en manager. Han påpeger, at der er langt fra at kunne kalde sig manager til rent faktisk at have kompetencerne til det, og at det kunne tydeliggøre kommunikationen om management, hvis det kunne være en mere beskyttet titel. Som han siger: "Du kan være medhjælper lige så længe du vil, men der er nogle grundlæggende kompetencer, du er nødt til at have, før du kan kalde dig det her." Det handler altså om respekten for faget. "Det kunne være ligesom at 'pass the bar' som advokat," tilføjer han.

## HVAD SIGER BRANCHEN?

"Den eneste måde, at vi som label kan drive en profitabel forretning, er, hvis vi optimerer vores arbejdsopgaver, og bruger så lidt tid som muligt pr. artist, så vi kan have så meget musik og content ude og leve som overhovedet muligt. Sådan burde managerne måske tænke lidt mere, hvis de ønsker en profitabel og mere langtidsholdbar forretning."

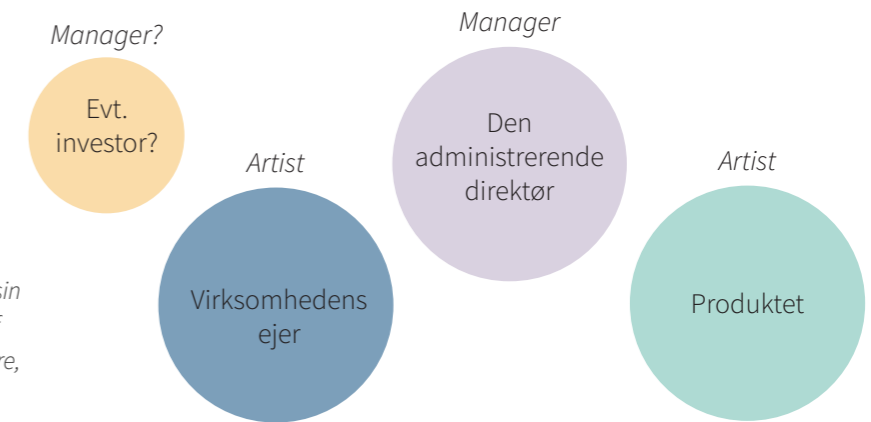
- Janus Barnewitz  
Direktør, Disco:wax

**76%**  
af managers  
under 30 år oplever  
i høj eller nogen grad  
manglende likviditet  
som en forretnings-  
mæssig udfordring  
for deres virke

Music Management-uddannelsen er jo et forsøg på at sammensætte nogle kompetencer med tilhørende eksaminer. Men som den pågældende manager påpeger, er der mange dygtige managers som har søgt uden at blive optaget: "Markedet bør som sådan ikke regulere, om en manager har kompetencerne eller ej, det kommer jo naturligt ift. hvem, der har hvilke artister. Men et bestået certifikat ift. at kunne praktisere management med en vis faglighed ville være godt. Både for artisternes skyld, så de bedre kan navigere mellem kompetencer, og for at der ville være en gulerod for nye managers til at dygtiggøre sig hurtigere og med mere konkrete læringsmål."

Managerens og artistens roller og magtforhold over hinanden

*Både manageren og artisten spiller på sin vis en en dobbeltrolle på hver sin side af hinanden, hvorfor det er svært at definere, hvem der bestemmer hvad*



## HVEM BESTEMMER? ARTISTEN ELLER MANAGEREN?

Når man snakker om økonomiske forhold, hvem der skal udbetale til hvem og de kontraktuelle forhold omkring opsigelse af samarbejdet, er der et spørgsmål, vi ikke kan komme udenom: Hvem bestemmer egentlig - artisten eller manageren?

Svaret må ligge et sted i alle de andre spørgsmål. Ser man manageren som en slags administrerende direktør, har direktøren jo en vis beslutningsramme over den daglige drift, men refererer til gengæld hele tiden til bestyrelsen eller ejerkredsen.

Sætter man dette i kontekst til artist management, ligger udfordringen måske i høj grad i den dobbeltrolle, artisten spiller ved både at være ejer og produkt. Artisten står på den måde på begge sider af managerens rolle som direktør, hvilket gør spørgsmålet om, hvem der bestemmer ret komplekst.

I de fleste tilfælde vil man kunne argumentere for, at det måske er rollen som produkt, artisten går mest op i eller er mest kompetent til, i forhold til rollen som virksomhedsejer. Ser man forretningsmæssigt på det, vil det der måske i nogen grad give mening at fokusere på artistens rolle som produkt og derved give manageren som direktør den største beslutningsret. Tilmed er manageren måske ansat som direktør, men ofte i en virksomhed, som måske knap nok er startet op, og arbejder man udelukkende ud fra provision af overkskuddet, er

manageren i høj grad også medinvestor i kraft af den tid, man lægger i opbygningen i starten.

Men igen bliver spørgsmålet, om man kan stille det sådan op. Det, der adskiller musikbranchen fra andre erhverv, er jo netop, at produkterne er mennesker, som ofte ikke er designet til formålet eller ud fra en trend, men som udgangspunkt er, som de er, med en vis autenticitet omkring dem, som netop er det, der gør produktet værdifuldt og salgsbart. En manager siger i denne sammenhæng:

**“Hårene rejser sig altid lidt på mig, når man snakker om, at artisten mister magt. De projekter, hvor artisten ikke er lead eller i centrum, de er dømt til at mislykkes,,**

Det giver ikke et entydigt svar, men det kan måske være meningsfuldt at overveje og italesætte som manager med sin artist, hvilken rolle, man primært ser artisten i. Og hvis artisten vil være virksomhedsejer, der ansætter manageren, må artisten måske tage det ansvar på sig også med alt, hvad det indebærer lige fra mus-samtaler til at være den, der holder den finansielle risiko.



## MANGLER DER EN BRANCHEORGANISATION FOR MANAGERS?

Det findes allerede på internationalt plan. Diverse Music Managers Forums rundt omkring i verden samler og varetager manageres interesser, og flere managers herhjemme er begyndt at efterspørge det. Derfor vil vi i dette sidste afsnit belyse, hvordan en organisation for managers måske vil kunne lette på nogle af artist manageres udfordringer.

### Kontraktforhandling

Fra artisternes side har man gennem mange år opbygget traditioner og standarder for kontraktforhandlinger og rettigheder generelt. Udover den juridiske viden og rådgivning de forskellige forbund kan tilbyde artisterne, giver det også mulighed for, at artisten ikke behøver forhandle direkte med manageren.

Flere managers efterspørger en tilsvarende til at forhandle på deres vegne. Det ville i nogen grad give mulighed for en ensretning og fælles forståelse for udgangspunktet i samarbejdet, som måske i sidste ende ville komme også artisten og resten af branchen til gode.

### Økonomisk støtte

Som det er nu, har man som manager ikke særligt mange muligheder for at søge økonomisk støtte til sin egen forretning og udvikling. Måske af denne årsag har man gennem tiden også set flere managers, der har måttet bakke ud, inden de nåede at skabe en økonomisk rentabel forretning.

Thomas Rohde fra MXD så gerne, at managers kunne få erhvervsstøtte i etableringsfasen, evt. via Vækstfondens ordninger, således at der var ro i en periode til at bygge artister og forretningen op.

Flere managers savner også en decideret A-kasse funk-

tion, som forstår managerens verden. For hvor går skellet mellem at være entreprenør i et kreativt start-up og være arbejdsløs?

Alt dette ville en organisation formentligt kunne arbejde hen imod på vegne af hele feltet af managers.

### Politiske samarbejder

Det er ikke kun internt mellem managers, at en organisation ville kunne give mening. Mange af organisationerne i dansk musikliv arbejder jævnlige sammen på kryds og tværs, og hvis man har et spørgsmål eller en idé om noget, har man et sted at henvende sig. Lige nu er managerne ikke til at 'få fat på' som samlet enhed, og ligeledes kan en manager med en konkret udfordring heller ikke henvende sig til eget bagland noget sted.

### Branchestandarder

Når 81% svarer, at deres virke i høj grad bygger på selvlærte kompetencer, tyder det på, at manageres fagligheder godt kunne effektiviseres en smule ved en koordinering af videndeling. Som en af de interviewede managers sagde: "Hvor er den organisation, der giver en erfaren manager løn for at fortælle nogle ting videre?"

Om man er enig med ønsket om at gøre manager titlen mere beskyttet eller ej, ville det gøre processen for nye managers mere effektiv, hvis der var nogle branchestandarder, man kunne gå ud fra, og måske i sidste ende gøre, at færre ville falde fra igen.

Helt konkret burde en undersøgelse og rapport som denne jo bo i en organisation for managers. Måske den næste udgave gør.

## TAK TIL ALLE, DER HAR BIDRAGET TIL UNDERSØGELSEN

Rapportens formål har været at producere konkret viden om artist management og tydeliggøre aktørerne på markedet. Derfor er jeg ikke kun glad for de 97 managers, der har deltaget i undersøgelsen, men stolt af at have fået lov til at opliste mange af dem herunder.

En særlig tak også til Thomas Rohde, Morten Hundal, Janus Barnewitz, Mathias Buch og Josh Greenberg for at have bidraget til et kig ind på management udefra.

Til Jesper Mardahl, Jens Skov og Niels Mosumgaard, som har fulgt projektet og hjulpet det på rette kurs undervejs.

Til RMC og DAF, som har støttet rapportens tilblivelse økonomisk.

Til Stefan Cristopher Petersen for at have stillet sin viden og sine kontakter til rådighed for projektgruppen.

Til Nicklas Hilding og Andreas Linnet fra Seismonaut for at have ført os sikkert gennem spørgeskemaundersøgelsen.

Og til Laurits Heegaard og Sigrid Lind - uden dem var det aldrig lykkedes!

### TAK

Managerens navn	Selskab	Artister
Jon Ørum	55 North	Maddy m.fl.
Trine Hessner Ulrich	Account The Beat	Fallulah, Livløs,
Nicky Furdal	All Chemistry	Ida Laurberg
Jesper Livid	Artcore Records	Tessa
Rasmus Damsholt	ATC Management	Chinah, Christian Balvig, Daughters of Reykjavík, Lowly, Phlake
Frederik Juul	ATC Management	-
Peter Sørensen	Beatbox	Thomas Helmig
Pato Sibenhaar	Black Cheese Management	Goldie 6is, B Wood\$
Jonas Elbrønd	Bold Arrow	The Entrepreneurs, Zaar, Tundra
Morten Riis	Bold Arrow	Søn, FABER
Bjørn Schulz	Bold Arrow	Zar Paulo
Nicolaj Bundesen	Copenhagen Music	Rasmus Seebach m.fl.
Nicolaj Stavstrup	Escho	Liss, Iceage, Bishbusch, Dirt Bike
Emilie Pil	FRIDAY mgmt	Elliot, Bex, eee gee
Anders Vestergaard	Full Monty Management	Dusin
Lise Wiberg	GL Music	Askling, Frederik Leopold
Søren Kalsbøll	GL Music	Boye Sigvardt, Electrick Village
Christian Skjølstrup	Glass Music	Malte Ebert, Skinz, URO, LittGloss, Ole Björn, m.fl.
Thea Moe	Glass Music	Malte Ebert, Skinz, URO, LittGloss, Ole Björn, m.fl.
Sofie Amalie Bach	Glass Music	RoseeLu, Rob x Jenne, Orla Engstrøm, C.Rou
Kaylee Wesley Pearson	Happy Duck	Blended Brew, Bjonko, Mambe & Danochilango

Managerens navn	Selskab	Artister
Stefan Facius	Heartbeat Management	Baest, Go Go Berlin, Lydmor, Rikke Thomsen, Zookeepers m.fl.
Thomas Bredahl	Heartbeat Management	Baest, Go Go Berlin, Lydmor, Rikke Thomsen, Zookeepers m.fl.
Ole Østergaard Nielsen	Heartbeat Management	Baest, Go Go Berlin, Lydmor, Rikke Thomsen, Zookeepers m.fl.
August Sørinius	Heartbeat Management	Baest, Go Go Berlin, Lydmor, Rikke Thomsen, Zookeepers m.fl.
Jens Karlsson	Heartbeat Management	Baest, Go Go Berlin, Lydmor, Rikke Thomsen, Zookeepers m.fl.
Kat Jarby	Kaja Management	Girls In Airports, Hess Is More, Excelsior, SVIN, Nils Gröndahl m.fl.
Amin Safari	Labelmade	Saint the Duo, 23Hundred, Kvarti, Tjida, William
Rasmus Stabell	Labelmade	Nonsens, Yo Johnny, Maria Barfod, Young Benny & Lil Fatty
Alexander Børresen	Labelmade	-
Maties Gormsen	Matiego	Bathsheba, JuWehl, Løv Li
John O'Power	Mellow Management	KÅ, Bastiaan, Noodle
Jeppe Rasmussen	Moody Mongoose	Niklas Runge, Pari Penn
Katrine Friis Sønderby	Moody Mongoose	Niklas Runge, Pari Penn
Jesper Bay	MusicMatters	Asbjørn
Nicolas Menhardt	NIME	\$HYBXI, Marcus Gordon, Ivan\$ito, Yo Johnny
Sharin Christiansen	Nordic Management	Camelo, Brothers Moving
Kristian Nyholm	Nyholm	Citybois, Coco O., Kwamie Liv, Jeuru
Sean-Poul De Fre Gress	Ohwell	Josephin Bovién, Yellow Spoon
Steffen Strojcek	Official Music	KOPS, Alex Holtti, June
Daniel Aude	Over & Aude	Nilas, Velvet Volume, Cherryhead, Favor
Henrik Seifert	PDH	Mads Langer, Anne Linnet, CV Jørgensen, Dizzy Mizz Lizzy m.fl.
Giovanni Gambino	PDH	Nik & Jay, Marie Key, The Sandmen, m. fl. (primært booking)
Andreas Holmsgaard	PDH	Stefan, Page Four, Mads Langer, Dizzy Mizz Lizzy, Safri Duo m.fl.
Mathias Binder	PDH	Soon, Stefan
Laurits Heegaard	PREP	Female Forest, Julie Elinor, Sherpa, Mob War, Long Island, Filippa
Ketil Myrstrand	PullUp Management	Smerz, Erika de Casier m.fl.
Amalie Christensen	Selvstændig manager	Ravi Kuma
Andreas Lowén	Selvstændig manager	HARKO
Birk Storm	Selvstændig manager	Nicklas Sahl, Prisma
Ceyda Yasar	Selvstændig manager	Bbybites
Christoffer Kofoed	Selvstændig manager	Farveblind, Selina Gin
Emilie Sørensen	Selvstændig manager	Boundaries
Jesper Miki Thomsen	Selvstændig manager	Nik & Jay
Kalle Bremer	Selvstændig manager	Freja Kirk, Theo X, Aisle, Mason J, HipSomHap
Kasper Boldt	Selvstændig manager	Athletic Progression
Kasper Bjørke	Selvstændig manager	Trentemøller, Goss, Vasco
Line Rindtvig	Selvstændig manager	Kelvyn Colt, KXDS
Morten Løwenstein	Selvstændig manager	Central, DJ Sports, C.K. Manmade DeeJay
Pernille Krog Mogensen	Selvstændig manager	Bremer/McCoy
Sarah El-Zein	Selvstændig manager	O/RIOH, Jersie, Kim Kim

Managerens navn	Selskab	Artister
Thamer Negash	Selvstændig manager	Negash Ali
Søren Mensberg	Sierra 79	Barselona, KING, Korantemaa, Liberty, L.O.C., Snavs
Elisabeth Melchoisen	So-So Agency	Magnus Tempels
Marcus Rønnov	So-So Agency	LALUNE, Magnus Tempels
Majid Ahmad	Ravage Management	Sivas, Fouli, Fool, Node, Lord Siva, Gigis
Lasse Persson	Stellar Music	Scarlet Pleasure, Maximillian, Alex Vargas m. fl.
Morten Winther	Stellar Music	Scarlet Pleasure, Maximillian, Alex Vargas m. fl.
Jakob Sørensen	The Bank	Alphabeat, Peter Sommer
Ole Nørup	The Bank	The Minds of 99, SAVEUS, AV AV AV
Kristoffer Winkler	The Bank	Anton Walter
Laurits Beider	The Bank	Hugo Helmig
Katrine Ravn	The Bank	Joyce, Dopha
Lasse Siegismund	Then We Take The World	Lukas Graham, Future Animals, Henedub, Patrick Dorgan m.fl.
Jacques Loui Bruun	Then We Take The World	Lukas Graham
Jonas Vuf	VUF Empire	Barbara Moleko, Selma Judith, Emi Wes, Vakle, Alea, m.fl.
Anders Lohmann	VUF Empire	Barbara Moleko, Selma Judith
Magnus Grilstad	Wonderwhy	Greta, Elba
Thomas Mårtensson	Years From Now	Basim, Bro
Nicolai Winther	Yellow Tag	Alexander Oscar, Iris Gold, Be Jules



Billede: Morten Rygaard

