

Bilag 1 Culture Box: Stamoplysninger og oversigt over spillestedets vigtigste samarbejdspartnere i perioden 2025-2028

Spillestedets navn

Culture Box

Ansøgers virksomhedsnavn

Kulturforening CB

Ansøgers CVR-nummer og P-nummer

CVR-nr.: 33668236

P-nr.: 1016919329

Spillestedets daglige leder/kontaktperson

Navn: Henrik Søeberg

Telefon: 20401419

E-mail: henrik@culture-box.com

Spillestedets formelle organisering

Forening

Bestyrelsesmedlemmer/ledelse

Rasmus Vincentz Jensen (Forperson)

Loke Busch

Tim Andresen

Mia Dalby Thorup

Aviaja Gulris Hansen

Nikolaj Lund

Personale og frivillige

Henrik Søeberg:

Direktør. Overordnet ansvar og styring af økonomi, personale og projektet.

Tim Andresen:

Kunstnerisk leder. Musikbookings, events.

Mia Dalby Thorup:

Community Manager. Community-arbejde, kommunikation, arbejdsmiljørepræsentant.

Olivia Brix:

Grafisk medarbejder. Grafisk arbejde, billeder, video og VJ-relateret indhold.

Marianne Winther Tykesson:

Kommunikationsmedarbejder. Kommunikation, video, podcast, PR.

Nikolaj Lund:

Produktion og logistik. Forberedelse og planlægning for artister.

En gruppe af ca. 5-10 frivillige (tallet varierer løbende). Disse varetager primært opgaver til udendørs events som Culture Box Chillout, Distortion X og Running Rave. En enkelt af vores frivillige varetager rollen som Artist Care. En anden varetager en rolle som VJ.

En gruppe af timelønnede. Disse varetager opgaver som entré, Safer Space Advisor, Safer Space Crew og Artist Care.

Navn(e), adresse(r) og fysiske faciliteter på spillesteder, der drives af ansøger

Culture Box

Kronprinsessegade 54, st.

1306 København K.

Black Box er vores hovedscene i stueetagen. Her er installeret et komplet Void Acoustic Axsys lydanlæg, et 25 m² LED loft, LED lysvæg bag scenen og specialdesignede skærme i begge sider af rummet. Lys og visuelt udarbejdet materiale afvikles af live VJs. Dobbelte lasere og scannere samt røgmaskine sikrer en kunstnerisk totaloplevelse for publikum i forening med artisternes lydbillede. Scenen er 4 x 2 meter og særligt designet med fokus på elektroniske musikere. Rummet har en bar bagerst i rummet samt air-condition, udsugning og indblæsning for forbedret luftkvalitet. Kapacitet: 200 stående og 10 siddende.

Red Box er vores kælderscene. Lyden på denne scene leveres af et L-Acoustics anlæg. Bag scenen er en LED lysvæg til visuelt udarbejdet materiale, og rummets loft illumineres af et specialbygget rødt lasergitter samt specialdesignede LED skærme. Scenen måler 3,10 x 2 meter og er ligeledes designet med fokus på elektroniske musikere. Lokalet har en fuldt udstyret bar. Rummet er udstyret med aircondition. Kapacitet: 120 stående og 24 siddende.

Til begge scener fungerer vores tilstødende lokaler **Box 54** som backstage for artister. Til begge scener er der separate toiletter og pissoirfaciliteter. Husets største bar er placeret i stueetagen og indeholder desuden en rygerlounge, og der er en fælles garderobe placeret i kælderetagen.

Spillestedets historie

Culture Box blev etableret i januar 2005 som det første spillested i Danmark med fokus udelukkende på elektronisk musik. Efter 12 år og perioder som både honorarstøttet spillested og senere to perioder som regionalt spillested, gennemgik Culture Box i januar 2017 en ændring af ejerforholdene, og har siden været igennem en løbende forvandling med udskiftning af nøglemedarbejdere i projektet. En rejse i vores verden af elektronisk musik med ændrede fokuspunkter, nytænkning, mere samarbejde og inkludering af fællesskaber. I 2. halvår af 2021 blev vi tildelt en position som netværks- og genrespillested, og den ordning har været en motivation og drivkraft for Kulturforening CB's aktiviteter siden, eftersom vi også var heldige, dygtige og glade for at blive udvalgt i perioden 2022-2024. Vi har i denne periode defineret os selv som et genrespillested med netværkskvaliteter, og derigennem udviklet elektronisk musik på bedste vis både lokalt, regionalt og nationalt. Herunder selvfølgelig med en lang stribe koncerter og events rundt omkring, men også ugentlige øvedage i eget hus, et større antal workshops, talks, træning, sparring, uddannelse af artister og understøttelse af musikmiljøer. Samt oplæring af personale og publikummer, andre spillesteder, natklubber, skoleelever m.m., og et samspil med politikere og interesseorganisationer for bedre vilkår og generel udvikling af musiklivet i Danmark.

Øvrige vigtige samarbejdspartnere i perioden 2025-2028

NusNus ApS
Refshalevej 167A
1432 København V

ALICE
Nørre Alle 7
2200 København N

Loppen
Sydområdet 4B, 1.
1440 København

Volume Village
Thomas Koppels Gade 201
8000 Aarhus C

SH35
Skudehavnsvej 35
9000 Aalborg

Studerterhuset Aalborg
Gammeltorv 10
9000 Aalborg

Platform K
Madevej 2
8700 Horsens

Another Life
Union
Nørre Alle 7
København N

Resident Advisor
Norway Wharf
26 Hertford Road
London, N1 5QT

Good Night Out Campaign
Kemp House, 160 City Road
London, EC1V 2NX

Ansøgt beløb

1.450.000 kroner.

Erklæring om opfyldelse af tilskudsforudsætninger

Med indsendelse af ansøgning om at være regionalt spillested i perioden 1. januar 2025 til 31. december 2028 bekræfter spillestedet, at det opfylder følgende forudsætninger:

- At spillestedet har opnået erklæring om kommunal medfinansiering i aftaleperioden.
- At spillestedets vedtægter er godkendt af kommunen. Vedtægterne skal opfylde kravene i lov nr. 1531 af 21. december 2010 om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud fra Kulturministeriet (driftstilskudsloven) samt tage udgangspunkt i

Kulturministeriets anbefalinger om god ledelse. Institutioner, der ikke har vedtægter, f.eks. kommunale institutioner, skal have en beskrivelse af, hvordan de sikrer god ledelse.

- At spillestedet målretter sine aktiviteter inden for de strategiske områder.
- At spillestedets koncertaktiviteter er fordelt over hele året, dog med mulighed for sæsonudsving i almindeligt omfang for området.
- At koncertaktiviteterne har offentlig adgang, og at der som hovedregel tages entré.
- At der ydes professionel honorering til de optrædende musikere.
- At spillestedet følger gældende lovgivning og hjemmelskrav, budget- og bevillingsregler, overenskomster mv.

Dato: 10.01.2024

Henrik Søeberg

Culture Box

Strategi for Culture Box (Kulturforening CB) – Analyse af spillestedets identitet, virkeområde og fastsættelse af mål 2025-2028

1. Spillestedets identitet og virkeområde

Elektronisk musik er en betegnelse for en række subgenrer, der tæller f.eks. techno, house musik, electro, breaks, drum and bass, electronica m.fl. Kulturforening CB arbejder for at styrke elektronisk musik og kultur i Danmark, samt dansk elektronisk musik i udlandet. Det gøres gennem aktiviteter inden for to opgaveområder:

- Koncertvirksomhed
- Uddannelse, videndeling og netværksfacilitering

Koncertvirksomheden foregår på Culture Box i København, samt på øvrige spillesteder og lokationer rundt om i Danmark – helst arrangeret i samarbejde med aktører med lokalt kendskab og netværk. Koncerterne kan både være inden- og udendørs og må gerne præsentere elektronisk musik i kreative formater. Dels for at tilføre inspiration og nytænkning til musikken, dels med henblik på publikumsudvikling. Musikken, tilstræber vi, altid er af høj kvalitet. Et kriterium, der forenes med et fokus på at bakke op om og videreudanne vækstlagsartister. Vi har fokus på diversitet i alt, herunder koncertplanlægningen, i vores formidling, i vores øvrige kommunikation og bag scenen. Det er også vigtigt for os at tilbyde musikerne og vores publikum professionel planlægning og afvikling. En service, der stadig er sjælden på den danske elektroniske musikscene.

"Really appreciate the CB team for their level of care, openness and professionalism. Your team took great care of us tonight! Was a beautiful crowd too" – **djGEM (hun/hende) i feedback til teamet**

Kulturforening CB vægter opgaven med at styrke elektronisk musik og kultur i Danmark højt. Vores aktiviteter inden for uddannelse, videndeling og netværksfacilitering har vi samlet under projektet Culture Box Unboxed, som startede i 2018. Aktiviteterne inkluderer workshops i musikproduktion, DJing, VJing, musikrettigheder, diversitets- og repræsentationsarbejde, safer space håndtering, booking og promotion samt sceneteknik. Det inkluderer også paneldebatter med inspirerende aktører, talks med danske artister, der har skabt sig en international karriere og lignende. Af netværksarrangementer co-hostede vi f.eks. en aften sammen med NOTIQ, et smykkebrand, der arbejder for antidiskrimination samt formidling af elektronisk musikhistorie gennem smykkerne, der var opkaldt efter koryfæer som Marsha P

og Juan Atkins. Unge Queers Taler og LGBT+ Danmark holdt oplæg for brugere af og aktører i nattelivet.

"Culture Box – the amazing hosts of the night. Thank you for creating and inviting, comfortable space to hold the event... and for your passion towards our project of spreading awareness of safer spaces for all" – **NOTIQ team på Instagram**

Culture Box Unboxed dækker også over vores populære ugentlige øvedage, Open Practice Sessions, hvor vi slår dørene op for at alle artister uanset niveau kan booke via en online kalender og komme og øve på vores udstyr, få sparring og gode råd med på vejen af kvalificeret personale fra vores organisation.

"Today, I quickly adapted to a new environment and also the equipment that Culture Box and Open Practice Sessions offer. I was practicing different transitions and was very happy for the opportunity to play 1,5 hours in an electronic music venue. It allowed me to see the venue from an artist's perspective" – **EVIE (hun/hende) i online interview**

Culture Box Unboxed-aktiviteterne har alle til formål at styrke og videreudanne elektroniske musikere og aktører i deres karrierer i musikbranchen, samt en mulighed for os at lære af og om det community, vi er sat i verden for at tjene, og dermed lede den elektroniske musikscene som helhed i en professionel, fællesskabsorienteret og bæredygtig retning – både socialt og økonomisk. Vi gør en dyd ud af at samle Unboxed-deltagere i et online netværk, som faciliteres af vores event- og kommunikationsteam, så der altid er et forum for sparring og gode råd. Aktiviteterne foregår ligesom koncertvirksomheden både på Culture Box såvel som på spillesteder og kulturhuse rundt om i hele landet.

Vores vision for perioden 2025-2028 er at bidrage markant som hub for formidling og udvikling af det elektroniske musikliv lokalt, regionalt og nationalt. Vi skal gå ydmygt og passioneret til opgaverne for den danske elektroniske musikscene med plads til professionelle, såvel som hobbyartister.

2. Aktuelle muligheder og udfordringer

Den elektroniske musikscene i København

Via vores nuværende arbejde som udpeget netværks- og genrespillested har vi i perioden arbejdet lokalt, regionalt og nationalt med at udvikle den danske scene for elektronisk musik. Hovedstaden er efterhånden lykkedes med at skabe et helt utroligt spændende og hastigt voksende miljø. Et miljø, vi er stolte af at arbejde for og sammen med. Den elektroniske

musikscene har mange aktører og muligheder hjulpet på vej af en chancevillighed blandt spillesteder, one-off-lokationer, natklubber og barer. Vi har med udgangen af 2023 oplevet omtrent en fordobling i antallet af koncerter og arrangementer siden nattelivets genåbning i september 2021, og vi er stolte og glade for at have bidraget til udviklingen.

Vi vurderer, at der er mulighed for og potentielt publikum til flere live koncerter og udendørs arrangementer. Med sidstnævnte har vi dog en særlig udfordring grundet "Forskrift for udendørs musikarrangementer i København". Hovedformålet med denne forskrift er at begrænse støjgener ved arrangementer i parker, på byens pladser og andre lokaliteter i Københavns Kommune. Den lave db-grænse og generelt strenge krav, samt langsommelige og besværlige processer ved ansøgningen gør det svært for mange af os at arbejde med kreative idéer.

En anden udfordring, vi oplever, vedrører private aktører og vækstlagets promotere i København og deres vanskeligheder ved at finde egnede one-off-lokationer til afholdelse af events og koncerter. Vel at mærke events og koncerter, der skabes med en vision om at bevæge samfundet fra at have et drukkåret til et kulturbåret natteliv, og med et erklæret mål om - som vores eget - at bekæmpe grænseoverskridende adfærd og diskrimination.

De generelle problematikker omkring byfornyelse og manglen på lokationer i København samt nabo- og støjgener er velkendt og delvist dokumenteret i Københavns Kommunes "Restaurations- og Nattelivsplan 2021". Hovedstadens visioner på området kan, som de selv beskriver det, kun realiseres i fællesskab med nattelivets, men også kulturens aktører. De komplekse problemstillinger forudsætter et stærkt samarbejde, og vi ser gerne os selv som en vigtig aktør, der i en løbende dialog med Københavns Kommune kan være med til at skabe en hensigtsmæssig udvikling af byens kultur- og natteliv. Vi kommer selvfølgelig med et særligt fokus på den danske elektroniske musikscene, som efterhånden er vokset til en dominerende faktor på området.

På trods af stor kreativitet og mange spirende initiativer inden for kommunegrænsen, hvor flere venues og event-promotere end tidligere forankrer deres musikprogram i elektroniske musikgenrer, og mange uafhængige aktører byder sig til, så oplever vi, at mangelfuld organisering og koordination går igen som et tema på scenen. Det kan for eksempel være aktører i crews, der dyrker smalle elektroniske musikgenrer, og hverken alene eller samlet taler med ret store stemmer i det etablerede musikmiljø. Vi oplever, at det er en oplagt mulighed, at Kulturforening CB i de kommende fire år skal arbejde for at være en mikrofon for de stemmer, samt stå til rådighed for viden og sparring angående koordination af elektroniske koncerter og arrangementer.

Som regionalt spillested vil vi prioritere tid og ressourcer til andre live aktører og den fælles opkvalificering. Den opgave oplever vi desværre ikke helt, at nogle foreninger håndterer nu, selvom der er et behov. Vi tager den gerne på vores skuldre. Herved vil vi kunne bidrage fremadrettet til Statens Kunstfond Projektstøtteudvalg for Musik og Københavns Kommunes Musikudvalg, samt udvalgene i Københavns Kommune og andre interessenter, med relevant nytænkning og nyttige indsigter.

Den elektroniske musikscene udenfor København

Det er selvfølgelig ikke fair at skære resten af landet over en kam. Men samtidig med boomet i København har vi måttet konstatere, at der ikke er de samme muligheder for artister i de mindre danske byer. Vi må kæmpe for at opsøge aktører, understøtte hvor det er muligt, men har også kunnet konkludere, at der ofte også her mangler egnede venues og en generel mangel på kendskab til elektronisk musik fra folk i både det etablerede musikliv såvel som blandt potentielle gæster. Uden lokalforankrede ildsjæle med passion har det vist sig svært at opdyrke et publikum. Læg dertil en forventning fra det sparsomme publikum om relativt lave billetpriser, som gør det svært at opnå økonomisk bæredygtighed.

Heldigvis blomstrer nogle mindre, men stærkt progressive musikmiljøer og små celler i form af community-baserede venues, foreninger og do-it-yourself-crews op i byer som eksempelvis Aarhus, Aalborg og Horsens. Dem har vi omfavnet allerede, og vi kommer til at udvikle samarbejdet med dem, samt lignende samarbejder yderligere som regionalt spillested. De samarbejder giver en masse muligheder for musik i smalle genrer. Musikere med base udenfor København, der kommer til København. Musikere med base i København, der kommer ud at spille regionalt og nationalt. Og publikum, der ligeledes får hørt nye kunstnere og besøgt spillesteder og venues, de ikke tidligere har set.

Mangel på øvelokaler

Der er brug for øvelokaler i musiklivet. Det gælder også for den elektroniske musikscene, hvor bl.a. DJs efterspørger steder at øve på professionelt udstyr. Deres store udfordring er klart af økonomisk karakter, eftersom afspillere, mixere, forstærkere, højttalere og controllere er en seriøs udskrivning for en ung persons privatøkonomi. Via finansiering har vi set mulige tiltag som Future Female Sounds, der understøtter DJing for kvinder og kønsminoriserede. Her har vi hos Kulturforening CB deltaget som mentor i et af deres kursusforløb, og det står ret klart, at vi ikke havde fået vakt interessen eller integreret disse personer som nutidige og fremtidige aktører, såfremt der ikke var stillet både udstyr samt assistance til rådighed.

"Jeg spiller electronica, techno og trance. Jeg startede lige så stille i 2018 med nogle få gigs, og så i 2019 kom jeg på Future Female Sounds' roster [...]. Tingene begyndte at tage god fart i starten af 2020, men så ramte pandemien, og det ved I jo godt hvad betyder. Heldigvis havde

jeg nogle rigtig gode mennesker i ryggen. Især Culture Box føler jeg reddede min pandemi-krise, ved at være rigtig søde til at booke mig, selvom at jeg stadig var helt ny. Det sætter jeg virkelig pris på stadig den dag i dag. Jeg spiller mest på Hangaren og Culture Box, hvor jeg som regel lukker. I april 2022 blev jeg booket til et gig på en klub i Berlin, og det var kæmpe giga stort! Nu er jeg begyndt at prøve at producere, men det går lidt langsomt. Jeg skal også lære at spille på vinyl. Meget spændende! Jeg er queer og går meget op i diversitet, både i mine sets og de klubber jeg vælger at støtte [...]" – steamboi (de/dem) på

Musikbevægelsen 2019's Instagramvæg

Det er positivt at se fondsstøtte til tiltag som Future Female Sounds, men det har været en udfordring, at kursusforløbene kun varer i yderst begrænset tid. Sammenlign det lidt med forløbet hos en køreskoleelev, der får sit kørekort, men ikke har mulighed for at låne en bil og prøve sig selv af på vejene bagefter – med risiko for aldrig helt at lære det – og dermed aldrig få taget kørekortet ordentligt i brug. Vigtigheden af at stille udstyr og lokaler til rådighed for musikere og DJs må ikke undervurderes, og det vil blive prioriteret i vores hus med faste ugentlige øvedage med hver 6 personer i en kommende 4-årig periode, såfremt vi udpeges som regionalt spillested. Vi føler samtidig, at muligheden for at støtte med øvelokaler og gratis lån af udstyr er en fantastisk mulighed for os at komme i kontakt med byens unge musikinteresserede, og tidligere end vi ellers ville. Nogle ville vi muligvis aldrig komme i kontakt med og få introduceret musikken til uden det initiativ.

Manglende organisering

Vi oplever en elektronisk musik scene, som er dårligt organiseret og mangler kendskab til rettigheder. Det er reglen mere end undtagelsen, at bookinger er uden skriftlige kontrakter, og artisterne er kun i ringe grad repræsenteret og assisteret af et bookingbureau med branchekendskab og/eller managements. Musikerne står meget alene, og vi har overraskende nok erfaret, at en stor del ikke engang har et medlemskab hos en musikrettighedsorganisation som KODA. Artister er på egne ben med deres kunst og de spørgsmål, der følger med. Derfor er uddannelse, videndeling og fællesskaber alfa omega de kommende år for at løfte mulighederne til et højere niveau. En udfordring, vi gentagne gange møder, er sprogbarrierer. En ikke ubetydelig del af musikerne, der bor i Danmark, er herboende udlændinge, og barrieren omkring at finde information på engelsk (og for en stor dels vedkommende spansk) er noget der bør gennemtænkes, og derefter tilrettes i relevante sammenhænge.

Nemt at udgive sin musik, men en udfordring at tjene på den

Inden for genrerne i elektronisk musik har der aldrig tidligere været så mange små uafhængige pladeselskaber, som vi ser nu. Man kan med få midler få udgivet sin musik

officielt. Det ændrer dog ikke på det generelle billede af, at indtjeningsmulighederne er svære at opdyrke som ny artist. De fleste artister sidder med mange hatte på og har sparsom viden omkring promotion, branding, rettigheder, og om hvor og hvordan man bliver booket til at optræde live. Vi fornemmer en mangelfuld indsigt omkring det at præsentere sit produkt og komme ud over rampen. Den kreative proces omkring at skabe musikken får al opmærksomheden, men resten mangler man værktøjer til. Den problemstilling gør, at flere nye artister desværre aldrig får etableret sig. Den manglende viden betyder også, at antallet af streams ofte er til at overse, og at royalties fra download-salg ikke giver smør på brødet. En del personer ser det slet ikke som et hverv, og musikkarrieren, talentet og interessen for den skabende og udøvende kunst forbliver en hobby, og løber alt for ofte ud i sandet, selv hvor potentialet er til stede og kunne udfoldes med tilpas mængde opbakning, sparring og støtte fra et fællesskab.

Ensomhed og fællesskaber

Adskillige af hinanden uafhængige undersøgelser peger på, at unge mennesker er den mest ensomme aldersgruppe og følelsen af ensomhed blandt børn og unge vokser. Erfaringer viser, at de unge bliver særligt hårdt ramt i overgangen fra barn til ung, fordi omgangsformerne ændrer sig. Kombinationen med præstationspres og en kultur med et SoMe-skabt billede af perfektion har delvist skabt en angst for at begå fejl, og alle de ting lagt sammen skaber en udfordring omkring at turde dygtiggøre sig indenfor sin kunst. Der skal være plads til at lave fejl, og vi tænker ikke, vi kan negligere vigtigheden i at facilitere netværk med ligesindede. Vi skal tage os bedre tid til at understøtte fællesskaber for at lave rum for fremtidens aktører inden for musik.

Ensomhed kan både spænde over unge med meget få sociale relationer, til unge, som på overfladen ser ud til at have kontakt til rigtig mange, men ikke føler sig tæt på nogen. Og begge kategorier er rigt repræsenteret, og noget vi oplever i det elektroniske musikmiljø. Vi kan konstatere, at de positive sociale aspekter og de muligheder, vi har, i et afgrænset musikmiljø, med kort vej fra stjerner til unge talenter, fra gæst til promoter til medarbejdere og frivillige, danner grobund for fællesskaber til at komme en del af den psykiske mistrivsel til livs. Vi skal på bedste vis tage os tiden og gribe mulighederne for at række hånden ud, da det ikke er alle unge, der har færdighederne til selv at indgå i fællesskaber. Udfordringen består i, at vi i organisationen ikke har ekspertviden eller særlige værktøjer, som vi kan drage nytte af udover almindelig sund fornuft og menneskekundskab. Tiden er inde for os i kulturindustrien til at dygtiggøre os på området og indtænke det i rekrutteringen. Hos os kommer målrettet uddannelse på vores månedlige personalemøder til at spille en vigtig rolle.

Manglende opbakning fra TV, radio og presse

Elektronisk musik og særligt de små, smalle nichegenrer får desværre nærmest ingen opmærksomhed i danske medier. DR har netop lukket de få tilbageværende programmer som Vidundergrunden og Kollektivet. Aviser giver ingen spalteplads og onlinemagasiner vælger at prioritere kræfterne anderledes. Det giver en udfordring i forhold til artistkendskab og dermed også artisternes indtjeningsmuligheder. De muligheder, der er for opmærksomhed og kendskab til artister, står vi alene for sammen med artisterne selv via indhold på streaming platforme og sociale medier.

Omkring promotion

En generel trend i musiklivet er at fokusere sin markedsføring på sociale medier. Vi oplever selv, at størstedelen af vores publikum får informationen om koncerter og events herfra. Især det yngre publikumssegment kontakter os gennem SoMe-platforme og sjældent via andre kanaler. Udfordringen med de sociale medier er, at vi ikke selv ejer platformen eller er herre (m/k) over populariteten og dermed brugen af disse platforme i fremtiden. Vi mærker en stigende tendens til, at det yngre publikum fravælger Facebook og tilvælger Instagram (nu inklusiv Threads), men også andre platforme som TikTok og andet. Øvelsen for os består i at til- og fravælge hvilke platforme, vi vælger at bruge ressourcer på og forstå platformenes forskelligheder, muligheder, samt analysere via data på det publikum, vi har og ikke har endnu, samt det publikum vi gerne vil have mere af. Vi har fravalgt brugen af X/Twitter. Den er ikke længere relevant for os, da vi ikke længere har et publikum, som tillægger platformen værdi.

Det er stadig vigtigt for os at prioritere vores egen hjemmeside og nyhedsbrev på mail. Med nyhedsbrevet fastholder vi den direkte kommunikation med potentielle og eksisterende publikummer. Ifølge nyere undersøgelser siger 60% af kunderne, at markedsføringsmails har en vis indflydelse, når de træffer en købsbeslutning – ca. 80% af erhvervsfolk i dag rapporterer, at emailmarkedsføring bidrager til at øge kundefastholdelsen. Det vælger vi derfor fortsat at tillægge stort fokus. Med Mailchimp som software kan vi analysere data på online nyhedsbreve og bruge det aktivt i valget af indhold, links, brug af billeder, og tidspunkt for udsendelse.

Med den tidligere omtalte mangel på opbakning og interesse fra TV, radio og presse på redaktionelt indhold føler vi vigtigheden i at have omtale på andre eksterne medier, som ikke kommer direkte fra os selv. Det inkluderer for eksempel vores billetudbyder RA's hjemmeside. Via en netop indgået partnerskabsaftale for foreløbig 24 måneder sikrer vi nogle nye metoder og fordele for både publikumsudvikling og bedre information til nuværende publikum.

Vi vurderer endelig, at interessen for tryksager som fysiske flyers og plakater er faldende blandt vores potentielle publikummer og dermed forbliver mindre relevante for os at benytte

os af fremadrettet. Det er et plus set med miljø-briller.

Fokus på miljø- og klimaforbedrende tiltag

Det er vigtigt, at vi som organisation har fokus på kloden og er opmærksom på, hvilket aftryk vi efterlader. Vi stræber efter at have en grøn profil, og fokuserer på at beskytte mod unødvendig forurening og ressourcospild. Som etableret kulturinstitution er der krav at leve op til, og der hviler mange øjne på vores gøren og laden. Vi har mulighed for at præge vores omgivelser ved at gå forrest, og den opgave er det op til os at prioritere de kommende år. Vi skal som en samlet kulturorganisation turde sætte nye standarder og udfordre os selv, når det kommer til miljø- og klimadagsordenen. En udfordring har vist sig at være sortering af husholdningslignende affald i overensstemmelse med kriterierne i affaldsbekendtgørelsen. Der er sorteringskriterier for 10 affaldsfraktioner, hvilket er; madaffald, papir, pap, glas, metal, plast, mad- og drikkekartoner, farligt affald, tekstilaffald og restaffald. Affaldet skal som udgangspunkt sorteres særskilt, altså skal man have en spand til hver affaldsfraktion. Pladsmangel og interne rutiner har vist sig som de to ting, der hurtigt skal arbejdes på for at finde bedre løsninger.

Billetsalg

Vi oplever ind imellem en tendens og besværlighed med at sælge billetter til koncerter med vækstlagsartister i smalle genrer. Specielt på andre dage end fredage og lørdage. Publikum prioriterer i overvejende grad festivaler eller større velkendte artister til koncerter på venues med stor kapacitet. Vores mulighed hos Culture Box ligger i 19 års anciennitet med et kontinuerligt fokus på kvalitet, hvor vi har bygget på et image, hvor en del publikum viser loyalitet, velvilje og tro på vores musikprogram og for nogles vedkommende vælger at købe billetter på trods af manglende artistkendskab. Det giver os heldigvis chancen for at overraske og tage nogle chancer med koncertprogrammet. Med en fast venue og et stort antal koncerter, et afgrænset genrefokus og store dedikerede følgerskarer på SoMe-plattformene, er mulighederne til stede for sideløbende med PR-indsatser på en enkeltstående koncert, også at fokusere på community blandt gæster, image og oplevelsen i sig selv, og derved skabe et publikum til dygtige, men for mange måske ukendte niche artister. Udfordringen kommer, når artisterne skal på andre og mindre etablerede venues, som ikke har opbygget samme anciennitet og publikums loyalitet.

Til billetsalg bruger vi RA (Resident Advisor), som er den største globale billetudbyder og er bygget til og specialiseret i den elektroniske musikscene. Et klart plus når vi taler om et eksisterende publikum med sin vante gang i miljøet, samt publikum med en international baggrund, da al information er på engelsk. Udfordringen består hovedsageligt i, at kun få af de potentielle gæster, uden forudgående kendskab til elektronisk musik, har hørt om platformen før.

De data, vi kan hente fra billetplatformen RA, er på nuværende tidspunkt noget upræcise. Vi har en fornemmelse af, at såfremt brugerne ikke selv oplyser hjemland og alder, når de opretter sig på platformen, får de tildelt en standardindtastning ("London" og "25 år"). Det forelagde vi RA's Partnerships Manager til et møde i London i december 2023, der bekræftede manglerne, men annoncerede en opdateret billet-platform med ibrugtagning primo 2024, der netop skal give os aktører meget bedre mulighed for brug af relevant og præcis data.

Publikumsudvikling og data

Som et spillested med en lille administration har det været en udfordring at komme på omgangshøjde med det fulde potentiale for indsamling og bearbejdning af relevante datakilder i publikumsudviklingsøjemed. Men Applaus' og Dansk Live's udbud af kurser, netværksdage og publikumsundersøgelser, har modnet spillestederne, herunder Culture Box, til at bruge dataindsamling og -analyse mere formaliseret som en integreret del af programlægning og i udviklingsøjemed. Der er stor opbakning og parathed til at gribe udfordringen med dataarbejdet i hele spillestedslandskabet. Så her er der en stor mulighed for at arbejde sammen og dele viden og erfaringer på området.

Målgrupper

Det er fantastisk og sundt for scenen, at (især det københavnske) publikum nu har et større udbud at vælge imellem, hvis de vil til elektronisk musikkoncert. Kulturforening CB skal blive ved med at være med til at kvalificere kvaliteten af musikken og støtte udøverne af den, men også vedvarende konvertere nye publikummer til arrangementerne. Der er nogle målgrupper, der virkelig dyrker genren indgående, ikke bare som musik, de nyder at lytte til, men som en kultur, de tager til sig og en identitet, de tager på sig. Historisk er den elektroniske musikscene vokset ud af Chicago og Detroits undergrund i 1980'erne skabt af og for minoriserede og befolkningsgrupper, der ikke følte sig repræsenteret i mainstream-musikken, -politikken og -medierne. Musikken har i et historisk perspektiv altid været mere end musikken. Det har været en progressiv subkultur, og scenen var funderet på PLUR-principperne – Peace Love Unity Respect. I dag er der fortsat rigtig mange mennesker, som finder en identitet og en holdning fra elektronisk musik og elektronisk musikkultur. De kommer med stor gavmildhed og passion, og vil være en del af det fællesskab, som Kulturforening CB og den øvrige elektroniske musikscene skaber. De målgrupper skal vi kere os særligt om, række ud og lave engagerende indhold til.

Vi ser desuden, at der p.t. kun i begrænset omfang arrangeres elektroniske musikoplevelser til børn og de helt unge, på trods af at de lige så vel som voksne kan have stor glæde af musikken, der er skabt til dans og bevægelse. Der er i høj grad potentiale for at skabe nogle

arrangementer, hvor målet er, at børn og forældre får øjnene op for musikken og dens positive kvaliteter.

Lige adgang til musikmiljøerne

De senere år er fokus blevet skærpet på, at der ikke eksisterer en oplevet lige adgang til musikmiljøerne for nogle befolkningsgrupper. Ligesom resten af musikbranchen har også den elektroniske musikscene i Danmark historisk været præget af en stor procentdel flere mænd end kvinder og kønsminoriserede. Vi ser på Culture Box en udvikling for artister, som går i en positiv retning mod en mere lige kønsbalance. Det bekræftes i vores egne data på området:

2020:	Mænd 78,5%	Kvinder 21,5%	
2022:	Mænd 72,5%	Kvinder 25,1%	Non-binære 2,4%
2023:	Mænd 70,1%	Kvinder 27,9%	Non-binære 1,9%

Fokus på en mere lige kønsfordeling skal både være på og bag scenen. I organisationen af funktionæransatte, der varetager Kulturforening CBs aktiviteter er vi gået fra:

2017:	Mænd 100%	Kvinder 0%
2023:	Mænd 55,5%	Kvinder 44,4%

Vi skal fortsat arbejde aktivt for at skabe bedre betingelser – ikke bare for kønsbalancen, men for diversitet i alle slags sociale forhold. Vi oplever, at dele af musikbranchen bestemt er klar på at gøre sit for at identificere praksisser og barrierer, der gør, at nogle befolkningsgrupper ikke oplever en lige og tryk adgang til musikmiljøerne og herefter dygtiggøre sig for at finde løsninger til at bedre det.

Vi konstaterer dog, at udfordringerne er mangfoldige. Der er fortsat alt for få kvindelige skabende artister. Mange flere mandlige artister. Vi er i de senere år blevet opmærksomme på flere kønsidentiteter. Det har vi imødekommet ved at ændre den traditionelle skiltning af herre/dame-toiletter til unisex og uddanne organisationen i brug af pronominer i pressemateriale, eventbeskrivelser og daglig tale. Vi har vedvarende øjne og ører åbne for metoder, der kan sikre lige adgang til vores miljø og imødekomme udfordringen med den skæve kønsbalance.

Adfærd

I spørgsmålet om tryghed har Kulturforening CB siden Corona-nedlukningen lagt en stor indsats i udviklingen af vores Attitude Code på Culture Box, vores version af en safer space-politik, og håndtering af den. Den beskriver hvilken type adfærd, vi forventer af enhver, der gæster vores venue, samt udspecificerer former for upassende og chikanerende adfærd, som vi har en 0-tolerance overfor. Den bliver på koncertaftener præsenteret af en såkaldt "Host" i

døren til alle gæster, der ønsker adgang, og alle fra personalet er trænet i at håndtere den. Men vi har også et dedikeret Safer Space Crew, der monitorerer for upassende opførsel inde på venue på hver koncertaften. Håndteringen er udviklet i samarbejde med Berlin- og Londonbaserede Good Night Out Campaign. Det er i nogle sammenhænge en udfordring for Culture Box, at vores venue har en lang historie, 19 år, som blandt andet inkluderer en tid, hvor organisationen ikke var særlig woke. Det vil sige at en gæst kan have en dårlig erfaring fra over et årti siden, som ikke blev håndteret godt nok, og som de stadig husker, selvom Culture Box har uddannet og ændret sig meget på området siden.

Arbejds miljø

Vi har samtidig lagt kræfter i at udvikle vores interne adfærdspolitik og praksis, som alle fra personalet trænes i. I organisationen har vi opdateret vores Code of Conduct med information om forebyggelse og håndtering af eventuelle krænkelser, således vi følger anbefalingerne i Kulturministeriets rapport om "God ledelse i selvejende kulturinstitutioner". I den forbindelse har vi taget udgangspunkt i Arbejdstilsynets vejledning om udfærdigelse af retningslinjer og politikker for håndtering af krænkende handlinger. Som driftsstøttet musikinstitution forventes det, vi tager teten i denne udvikling. Institutionerne i kulturlivet er forskellige i både organisering, størrelse og med forskellige målgrupper, og vi har haft behov for at udarbejde retningslinjer om forebyggelse og håndtering af krænkelser tilpasset vores egen institution og de særlige omstændigheder, der gør sig gældende for musikområdet.

Vi oplever, at spørgsmål om adfærd, tryghed, diversitet og oplevet mulighed for deltagelse i musikmiljøerne både for artister, gæster og personale er tæt forbundne og skal arbejdes på sideløbende og på tværs af branchen. Det ene giver ikke mening uden det andet. Det er klart for os, at spørgsmål omkring (chikanerende) publikumsadfærd og arbejdsmiljøet i musikbranchen er et arbejde, vi kommer længst med, ved også at arbejde med andre institutioner. Og grundet den nuværende bredere åbenhed, har vi en perfekt mulighed for at samarbejde med andre aktører om et socialt bæredygtigt musikmiljø.

3. Culture Box' opgaver og udviklingsmål 2025-2028

Opgaver	Udviklingsmål
1. Koncertvirksomhed	1.1 Målet for koncertvirksomheden er at styrke elektronisk musik og kultur i Danmark, samt dansk elektronisk musik i udlandet. Den ønskede effekt er at give publikum kvalitetsoplevelser med elektronisk musik.

<p>2. Publikumsudvikling og arbejde med målgrupper</p>	<p>2.1 Det overordnede mål for publikumsudvikling og arbejde med målgrupper er at tiltrække flere publikummer fra vores kernesegmenter og styrke relationen til dem.</p> <p>2.2 Det sekundære mål for publikumsudvikling og arbejde med målgrupper er at diversificere, så vi ser en større diversitet af publikum med forskellige baggrunde og identitetsmarkører til vores primære koncertvirksomhed og alle øvrige aktiviteter. Her tænkes på potentielle publikummer, der er tæt på det nuværende publikum i interesse for musikken, men som af den ene eller anden grund ikke oplever en lige, tryk eller meningsfuld adgang til Kulturforening CB's aktiviteter.</p> <p>2.3 Det tertiære mål er at udvikle formater og aktiviteter, der henvender sig til borgere, der endnu ikke har været i særlig berøring med elektronisk musik, og derfor endnu ikke har udviklet en interesse – herunder børn.</p>
<p>3. Talentudvikling og vækstlagsarbejde</p>	<p>3.1 Det overordnede mål for talentudvikling og vækstlagsarbejde er at udvikle nye og kommende artister, musikken og scenen for elektronisk musik. Den ønskede effekt er at se en fortsat vækst i antallet af artister og nye genrer.</p> <p>3.2 Det sekundære mål for talentudvikling og vækstlagsarbejde er at kunne understøtte nye og kommende artister gennem uddannelse, videndeling og netværksdannelse. Den ønskede effekt er at se en øget forståelse hos artisterne for professionel tilgang til bookings, promotion samt hvordan man modtager betaling for den musik, man ejer rettighederne til.</p>

<p>4. Netværkscentrum for liveaktører i virkeområdet</p>	<p>4.1 Målet med at være netværkscentrum for liveaktører i virkeområdet er kontinuerligt at aktivere aktører og facilitere fællesskaber på den elektroniske scene gennem samarbejder og videndeling.</p>
<p>5. Samarbejde med andre regionale spillesteder</p>	<p>5.1 Det overordnede mål for samarbejde med andre regionale spillesteder er at præsentere elektronisk musik på spændende scener og i andre, kreative sammenhænge i hele landet og til nye publikummer.</p> <p>5.2 Det sekundære mål for samarbejde med andre regionale spillesteder er at sparre omkring publikumsudvikling og PR-indsatser.</p> <p>5.3 Det tertiære mål for samarbejde med andre regionale spillesteder er i fællesskab at skabe et socialt bæredygtigt musikmiljø.</p>

Uddybning af mål:

1. Koncertvirksomhed

1.1 Målet for koncertvirksomheden er at styrke elektronisk musik og kultur i Danmark, samt dansk elektronisk musik i udlandet. Den ønskede effekt er at give publikum kvalitetsoplevelser med elektronisk musik.

Hvad er målet? Uddybning af mål

Vi vil via koncertvirksomhed arbejde for at udbrede forståelsen for og kendskabet til elektronisk musik og kultur i Danmark. Det skal hovedsageligt gøres via et stort antal koncerter på Culture Box. En koncertaften på Culture Box indeholder typisk mellem 6 og 8 artister på samme lineup og strækker sig over 8-10 timer på 2 scener samtidig. Det er det format, der kaldes en klubaften. Et fokus vil være på danske artister, etablerede såvel som nye talenter og vækstlagsartister - og heriblandt også et fokus på artister uden for københavnsområdet, for at støtte regionalt og nationalt. Et naturligt fokus er på de mange smalle genrer, som går under paraplybegrebet elektronisk musik. Det ligger i vores DNA, at det ikke er kommercielt såkaldt EDM eller hitlistemusik, vi repræsenterer. Der bookes mangfoldigt med øje for at skabe et inkluderende miljø med diversitet, ligestilling og inklusion.

Der er ligeledes fokus på både etablerede men også helt nye trendsættende udenlandske artister med forskellige geografiske, sociale og kulturelle baggrunde.

Vi arbejder på Culture Box ud fra et mål om en forbedret samlet musikoplevelse for publikum, som inkluderer høj kvalitet i den musik, vi præsenterer, en understøttelse af musikken med en visuel oplevelse samt engagement og respekt fra publikum til hinanden og musikken via arbejdet med vores attitude code (vores version af en safer space-politik).

Vi vil derudover lave koncerter både inden- og udendørs, lokalt, regionalt og nationalt. Alene såvel som sammen med relevante samarbejdspartnere. Herunder de i bilag 1 nævnte aktører som NusNus, Volume Village, SH35 samt kommende udpegede regionale spillesteder m.fl. Specielt for udendørs arrangementer kræver det planlægning i god tid i forhold til ansøgningsprocessen, særligt i Københavns Kommune hvor mulighederne er begrænsede af "Forskrift for udendørs musikarrangementer i København" og et stort antal ansøgere til et begrænset antal lokationer. Men København er vores hjemmebane, og her hvor vi har opdyrket et stort publikum, og hvor vi samtidig vurderer, at der er mulighed for mange helt nye publikummer, flere koncerter og events. Uden for hovedstaden kommer vi i lidt højere grad til at samarbejde med partnere med lokalkendskab for at tiltrække publikum. Vi skal samtidig forventningsafstemme, og sørge for at budgettere økonomi og publikumstal, så det matcher faktuelle muligheder et givent sted. Potentialet er forskelligt i land og by. Og der skal være plads til kvalitets-artister i særlige niche genrer, også selvom publikum kan være begrænset i nogle egne. Det har altid været vores mål, og det skal det forblive at være.

Omkring fremførelsen: De fleste acts i elektronisk musik er solister. Dernæst oplever vi også en del duoer, hvorimod vi kun sjældent ser trioer, kvartetter osv. Det varierer meget hvordan elektroniske musikere vælger at optræde med deres kunst. Fra et mere traditionelt koncert-setup med instrumenter til et DJ-set gerne med kreative vinkler for at fremførelsen bliver helt unik. Måske ved brug af diverse controllere, pedaler, effektheder og trommemaskiner. Vi ønsker, at der i musikbranchen generelt er respekt for og plads til en 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.

Hvorfor netop dette mål?

Culture Box var det første spillested, som udelukkende har fokus på elektronisk musik. Målet har fra starten været at udbrede forståelsen for og kendskabet til musikken og den medfølgende kultur. Vi føler ikke at genrerne er blevet taget lige så alvorligt af andre danske spillesteder som mere traditionelle og etablerede musikgenrer. Musikerne i elektronisk musik har historisk set ikke fået de samme muligheder, og har tit måtte nøjes og indordne sig under lettere kaotiske forhold uden kontraktlige forpligtelser på samme vis som mange andre

musikere. Og lidt for ofte uden professionel afvikling og håndtering, eller med udstyr der ikke lever op til tidens krav. Den tendens vil vi gerne udfordre og forbedre.

Grunden til, at vi på Culture Box hovedsageligt vælger klubaftener - altså langvarige koncertaftener - er for at tilgodese et publikums ønske og behov for at kunne fordybe sig i musikken over længere tid. Og netop denne tendens adskiller sig en del fra traditionelle koncertformater på andre spillesteder og i andre musikgenrer, hvor tendensen jo ofte går imod lidt kortere koncertoplevelser. Metoden giver også mulighed for, at mindre artister i smalle genrer kan være på plakaten med mere velkendte og etablerede artister og dermed optræde for et større publikum, end det ellers ville være tilfældet ved solokoncerter. Omvendt har vi som nuværende netværks- og genrespillested haft en målsætning om, at tilføje andre formater både indendørs og udendørs, som henvender sig til nye målgrupper samt tilgodeser andre og mere lyttevenlige genrer, og lidt mindre til dansevenlige genrer. Den målsætning vil vi som kommende regionalt spillested fortsat fokusere på at opfylde og videreudvikle, blandt andet via vores 1-dags festival Culture Box Chillout og koncert-samarbejder med andre venues.

Grundet den ringe opmærksomhed og yderst sparsomme support fra etablerede medier og musikpresse til de artister, vi præsenterer, har vi valgt et offensivt modsvar og en ekstraordinær omfattende indsats på SoMe-platforme som Instagram og Facebook.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **700 koncerter på Culture Box**

Vi afholder 700 koncerter i genrerne techno, house, electro, indie dance, trance, garage, dance, electro pop, breakbeats, breaks, UK Bass, drum and bass, jungle, dubstep, footwork, grime, nu-disco/disco, broken beat, nu-jazz, electronica, chillout, downtempo.

- **Heraf 4 debutaftener og 1 Open Call-aften**

Vores debutaftener afholdes hvert kvartal, hvor minimum 4 nye artister, som aldrig har spillet på Culture Box før, udvælges af vores bookinggruppe på baggrund af potentiale, talent og en spirende opmærksomhed i de musikmiljøer, vi har fokus på. Vores Open Call-aften er derimod en mulighed for alle artister til at sende deres musik til os, og vi vælger derfra minimum 8 talentfulde ud, som heller ikke tidligere har optrådt på Culture Box, men her får chancen for første gang.

- **Samarbejder med mindre pladeselskaber, fest kollektiver og koncertarrangører**

Muligheder for at give scenens små aktører chancen for selv at kuratere musikalske lineups på Culture Box.

- **Samarbejde med VJs**

Til alle koncertaftener på Culture Box arbejder vi med VJs, der specialiserer sig i at understøtte livekoncerter med kunstneriske visuelle oplevelser. Det visuelle indhold laves live på stedet og ledsager musikken og tilføjer dermed en ekstra dimension til oplevelsen.

- **10 koncerter i København uden for Culture Box i samarbejde med partnere**

Udenfor og indenfor på Hangaren på Refshaleøen, Stengade, Loppen, Werkstatt, Rust, Byhaven og kommende udpegede regionale spillesteder.

- **12 koncerter uden for København i samarbejde med partnere**

Koncerter i samarbejde med SH35 i Aalborg, Volume Village i Aarhus, Platform K i Horsens, Slagteriet i Odense m.fl. samt kommende udpegede regionale spillesteder.

- **1 Culture Box Chillout**

Vores årlige 1-dags festival i Østre Anlæg med 6-8 artister i genrerne electronica, chillout og downtempo. Fri entré og hygge i græsset for folk i alle aldre med tilbagelænet musik i nogle smalle genrer, som har nærmest umulige kår i Danmark, når det kommer til liveoptrædener.

- **1 Running Rave**

Et originalt tiltag, der kombinerer musik og sundhed – helt i tidens ånd. En DJ optræder på en fuldt udstyret lydcykel og fremfører sin musik til et felt af løbere i Fælledparken i København. Formatet har fået en særdeles positiv modtagelse af et overvejende nyt publikum med deltagelse af børn og voksne, triatleter, motionister, familier, og garvede klub-gængere, der ikke har løbet før. Der er fokus på musikken, sammenholdet, fællesskabet og ikke på tempo og personlige rekorder.

- **1 samarbejde med Distortion Festival**

Vi samarbejder med Distortion omkring både Distortion Club arrangementer på vores egen venue og laver eksterne musikarrangementer til den åbne gadefest og/eller Distortion X-zonen ud fra de muligheder der udstikkes fra politisk side.

- **Yderligere 2-3 festivalsamarbejder**

Vi planlægger at fortsætte samarbejdet med Stella Polaris om et officielt afterparty for deres udendørs arrangement i Frederiksberg Have. Ligesom vi også løbende har sparring om musikalske bookings og PR-samarbejde. Vi påtænker også samarbejder med mulige partnere såsom Strøm, Backyard Sessions, Øasen, Generator Festival og forhåbentlig en form for samarbejde med Roskilde Festival på et tidspunkt.

- **1 Culture Box Junior-arrangement i samarbejde med folkeskoler i Københavns Kommune**

Et arrangement med en folkeskole i København Kommune omkring et dagsarrangement med en kombination af musik, dans, undervisning og en lille introduktion til elektronisk musikhistorie. Vi har hidtil haft et sådant samarbejde med Sølvgade Skole og Kalvebod Fælled Skole.

- **1 aktivitet som forbinder elektronisk musik med anden kunst såsom litteratur, teater eller udstillinger**

Vi har f.eks. haft samarbejde med kunstinstitutionen Natural Connection som havde inkorporeret en mini koncert med modular synthesizers. De nye kunstnere manglede en venue, men havde et spændende projekt. Vi havde det sted, de manglede, inklusiv personale og lydsystem til at løfte opgaven, så udstillingen kunne opføres. I perioden fra 2025-2028 vil vi atter have øjnene rettet imod nye unge kunstnere eller artister og i fællesskab få projekter stablet på benene, som forbinder den musik, vi repræsenterer med en anden kunstform.

- **Promotion på SoMe-platforme, hjemmeside og andre online-medier**

Et udsnit af promotion-metoder vi kommer til at gøre brug af.

- Daglige stories på Instagram og Facebook
- Næsten daglige posts på Instagram og Facebook
- Ugentlige Reels på både Instagram og Facebook
- Sponsorerede posts på Instagram og Facebook
- Via vores fællesskabsgruppe Culture Box Friends er vores strategi at dele viden om fremtidige aktiviteter, koncerter og kendskab til den musik, vi præsenterer, samt styrke publikumsrelationer og samtidig fostre et online-fællesskab. Denne gruppe bruges samtidig også som en kommunikationskanal med tilbagemeldinger fra gæster
- Ugentlige nyhedsbreve i Mailchimp
- Ugentlige features på vores blog på vores officielle hjemmeside
- Kvartalsmæssige mail-outs via vores billetudbyder RA med sæsonbetonede annonceringer, information om særlige koncerter og events, hvor modtagere er

baseret på udvalgte følgere som følger vores promoter side og/eller profiler af bookede artister

- Redaktionelt indhold på hjemmesiden hos vores billetudbyder RA
- Orientering om vores Attitude Code i event beskrivelser på alle platforme samt i stories forud for koncertaftener
- Introducere Culture Box på TikTok for at fremme en kontakt og øge antallet af online-følgere blandt segmentet børn og unge

- **Anden promotion**

Som et led i en bæredygtig og mere miljø- og klimavenlig retning satser vi i perioden 2025-2028 på en yderligere minimering og fremtidig total afskaffelse af plakater, flyers og andre tryksager. Vi planlægger plakater på genbrugspapir i mindre oplag og kun til opsætning på egen venue. Alle andre formater forsøges afskaffet og erstattet af andre og mere bæredygtige promotion-metoder.

- **Miljø og klima**

Metoder til miljø og klima forbedrende tiltag i koncertdriften inkluderer

- Fokus på endnu bedre affaldssortering med implementering af nye rutiner
- Fokus på emballage og køb af produkter med minimal emballage
- Fokus på miljømærkede produkter
- Fokus på at købe og sælge brugt
- Fokus på rengøringen og mængden og mærkerne af rengøringsmidler
- Fokus på elektricitet og varme
- Fokus på mad. Mindre kød og mere lokalt (frem for økologisk)
- Fokus på transport af artister, og på transporten af varer
- Fokus på minimering af papir

2. Publikumsudvikling og arbejde med målgrupper

2.1 Det overordnede mål for publikumsudvikling og arbejde med målgrupper er at tiltrække flere publikummer fra vores kernesegmenter og styrke relationen til dem.

Hvad er målet? Uddybning af mål

Vi arbejder med målgrupper, der er knyttet til interessefællesskaber omkring de elektroniske subgenrer. Til Kulturforening CB's koncertvirksomhed på Culture Box, fokuserer vi på at udbygge målgruppen: "ven af artisten"/"ven af en ven af artisten". Denne målgruppe er en ligeså divers gruppe som artisterne selv. For at kunne være noget for disse er det vigtigt, at artisterne føler sig trygge og stolte af at invitere deres venner og netværk til koncert på

Culture Box samt dele vores online indhold, hvorfor bookingarbejdet selvfølgelig er meget tæt knyttet til publikumsudvikling og organisationsudvikling (f.eks. safer space-indsatser).

Vi har mange gengangere, der specifikt vælger Culture Box, fordi de stoler på, der vil være noget musik, de kan lide, uanset om de kender musikerne på plakaten, og fordi de ved, der er nogle andre fra publikum eller personalet, som de kender. Vi har p.t. identificeret 12 kernemålgrupper og 3 øvrige målgrupper. Heraf kan for eksempel nævnes "ambassadøren", der er meget interesseret i musikken, hvem der spiller, og endda gerne rejser for at opleve sine yndlingsartister. Denne er super aktiv i online musikgrupper, og både lytter, læser og kommenterer på vores online musikformidling.

"What I love most about Culture Box is that every night is different. There is almost always a new artist playing in their own unique way, so that brings a lot of variety [...] I have met so many nice and interesting personalities at Culture Box from so many different countries. [...] Everyone is very open and we are all there for the same purpose, it feels like you are a part of a little family every Friday and Saturday [...] I love that Culture Box is engaging so much with the community and that they host events [...] to connect with the clubbers and people in general. I want to mention the staff and management of Culture Box. They are always very, very welcoming and helpful [...]" – **Nikolaj Makar (han/ham) i online interview**

Et andet eksempel på en kernemålgruppe er "the expat", eller "herboende udlændinge" – nogle er i Danmark for at arbejde i en kortere periode, andre er her mere permanent, og de kommer med en stor entusiasme omkring at socialisere og være en del af et musikfællesskab. Ofte kommer de fra lande, hvor elektronisk musik er bredere dyrket, og har derfor mange gode idéer, perspektiver og et drive for at bidrage positivt til udviklingen af koncertprogrammet og scenen.

"December 3rd was amazing. I'm from Los Angeles, came out for an underground feel and boy did Culture Box, the djs, and people deliver. I met so many awesome friends. I cannot wait to come back! Felt like a second home. To those that embraced and treated me like family, thank you! <3" – **gæst via Google Review**

Hele arbejdet med både kvantitative og kvalitative data på kernemålgrupperne og øvrige målgrupper skal desuden forankres i hele organisationen, så det ikke blot bliver en sag for dem, der arbejder med kommunikation og PR.

Hvorfor netop dette mål?

Som en del af vores arbejde med målgrupper har vi ved at støtte os til Culture Segments og Dansk Industris segmenteringsmodel "Sådan oplever danskerne 2.0" udarbejdet 15 personaer. De repræsenterer vores kernemålgrupper til Kulturforening CB's primære koncertvirksomhed på Culture Box og et par potentielle målgrupper, som vi gerne ser mere repræsenteret. Sidstnævnte kræver, at vi både udvikler vores produkt og vores organisation. Personaerne er et skøn baseret på nuværende datakilder, og siger noget om deres alder, koncertfrekvens, interesser, uddannelse/job-situation, barrierer for at deltage, sympatier og lignende. De ovenfor nævnte målgrupper og øvrige kernemålgrupper er generelt nogle, der brænder for musikken og fællesskabet, og har en lyst til hyppige besøg på Culture Box, ligesom de er nogle, der er med til at kvalificere musikprogrammet og formaterne, deler det vi lægger op online, og tager deres venner med til koncert.

De er derfor essentielle for Kulturforening CB's eksistensgrundlag og nogle, vi ønsker at se flere af til koncertvirksomheden på Culture Box. Når vi ønsker at fordybe relationen til dem, er det for at holde dem motiveret og engagerede, men også for at lære dem bedre at kende, for at kvalificere vores arbejde med data og publikumsudvikling. Når vi gerne vil udbygge kernemålgrupperne til vores primære koncertvirksomhed på Culture Box, er det samtidig med et fokus på de yngre medlemmer af segmenterne, da det er vigtigt hele tiden at invitere nye publikummer med drive og lyst til at blive en del af spillestedets fællesskab, men også stille krav til udviklingen af det og organisationen.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **Publikumsundersøgelser**

- Ledelsens og medarbejdernes observationer indsamles, ligesom publikum spørges både on-site og online via Google Forms
- Feedback indhentes ugentligt fra artister
- Vi indhenter data fra vores billetudbyder RA
- Vi indhenter data fra vores online platforme
- Vi indhenter data og viden om besøgs- og købsmønstre fra vores POS-system

Al data samles i en præsentation, der fremlægges for bestyrelse, ledelse og administration to gange om året, der evaluerer og angiver nogle strategiske retninger.

- **Personaer**

Ovenstående bruges i udviklingsøjemed, herunder til at kvalificere de 15 udarbejdede personaer, et arbejde, der suppleres med fokusgruppeinterviews to gange om året.

- **Samarbejde med de øvrige spillesteder**

Om sparring og kvalificering af indsamlingen af data gennem netværksmøder. Ligesom vi gerne vil deltage i online spørgeskemaundersøgelser. Vi deltog f.eks. i 2022 i en publikumsundersøgelse af 10 københavnske spillesteder, initieret af spillestedet Alice og Dansk Live. Undersøgelsen var dog kun på dansk, så en væsentlig del af vores publikum var ikke repræsenteret.

- **Materiale til deling udarbejdes**

For at nå "ven af artisten" og "ven af ven af artisten" laves features med artisten i vores kommunikationskampagner, i vores podcast-serie, særlige artist flyers, før de skal spille en koncert.

- **Publikumsinddragelse**

For at forblive relevante og et samlingssted for "ambassadøren", "the expat" og de øvrige kernemålgrupper laver vi engagerende online indhold f.eks kommunikationskampagnen Faces of Culture Box, der hylder stam Publikum og medarbejdere for deres store engagement i vores fællesskab, som vores målgrupper kan spejle sig selv i, og få lyst til at aspirere til. Det gøres også ved at spørge dem til råds, hvem de gerne vil høre spille og lignende initiativer.

- **Musikformidling**

Gennem vores artistanbefalinger og podcasts kan kernemålgrupperne hele tiden holde sig opdateret på nye udgivelser, breakthrough artister, nye retninger for musikken vi booker og trends på scenen generelt.

- **Netværksevents**

Kernemålgrupperne skal også nås gennem community events som f.eks.

- Filmvisninger
- Fællesspisninger
- Oplæg
- Release parties for pladeudgivelser

Vi skal i det hele taget udbygge muligheden for at mødes før koncerter.

2.2 Det sekundære mål for publikumsudvikling og arbejde med målgrupper er at diversificere, så vi ser en større diversitet af publikum med forskellige baggrunde og identitetsmarkører til vores primære koncertvirksomhed og alle øvrige aktiviteter. Her tænkes på potentielle publikummer, der er tæt på det nuværende publikum i interesse for musikken, men som af

den ene eller anden grund ikke oplever en lige, tryk eller meningsfuld adgang til Kulturforening CB's aktiviteter.

Hvad er målet? Uddybning af mål

Målet er at være noget for og engagere mennesker fra forskellige baggrunde, kulturer, aldersgrupper, køn, seksuelle orienteringer og andre forskellige sociale grupper. Vi stræber efter at skabe et miljø, hvor alle kan føle sig velkomne og repræsenterede.

Hvorfor netop dette mål?

Forskellige rapporter, f.eks. Another Life's "Repræsentation og diskrimination i den danske musikbranche 2022" og "Diskrimination og grænseoverskridende adfærd i det københavnske natteliv" af Sex & Samfund, Copenhagen Pride og KFP konkluderer, at der er befolkningsgrupper, der ikke oplever en lige adgang til musikmiljøerne, og at disse ikke er gearret til at være et trygt sted at færdes for alle. Hvis vi gerne vil skabe en relevant elektronisk musikscene for publikum, der præsenterer den bedste musik til et engageret publikum, samt leverer på ligestilling og diversitet, er det essentielt, vi bliver ved med at fjerne barrierer og forbedre rammerne for alle at trives i. Culture Box har med sin markante rolle på den danske elektroniske musikscene et stort medansvar for at drive udviklingen og inspirere aktører til at arbejde for større diversitet og anti-diskrimination.

"Thank you so much for creating an environment that is cool, fun, safe, and inclusive – many of my best nights out have been in Culture Box" – **gæst via Google Review**

Vores ambition er at skabe et spillested, hvor alle kan føle sig tilpas og værdsat. I det hele taget tror vi på, at musikken, vi præsenterer, kan bruges som en bro mellem forskellige sociale grupper. Når publikum har en god musikoplevelse, herunder en oplevet spændende og tryk atmosfære, og at de kan spejle sig i en divers personalegruppe og musikprogram, føler de sig mere engagerede og forbundet med musikken og fællesskabet.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **Diversitet i booking og promotion**

Vi ved, at repræsentation betyder meget for publikums oplevelse af at høre til og føle sig inkluderet. Derfor er det vigtigt med et fortsat fokus på diversitet i musikprogrammet, som publikum kan spejle sig i. Dertil kommer, at vi hele tiden skal række ud til nye aktører og artister med samme fokus, der kuraterer lineups, så vi kommer ud over vores egne netværk.

- **Diversitet i personalegruppen og blandt de frivillige.**

Det er essentielt at vores publikum kan betragte personale- og frivilligruppen, og derigennem ser og oplever samme diversitet, vi tilstræber som mål i hele organisationens arbejde. Derfor vil vi sørge for at dele jobopslag i online musikgrupper med et stort antal minoriserede og kvinder. Et eksempel kunne f.eks. være Facebook-gruppen Musikbevægelsen 2019. Ved jobsamtaler skal organisationen desuden så vidt muligt repræsenteres af en leder og en medarbejder af forskellige køn.

- **Arrangementer og samarbejdspartnere**

I perioden 2025-2028 lægger vi vægt på at afholde arrangementer, der har til formål at fremme mangfoldighed og inklusion i musikmiljøet. Vi er i fuld gang med planlægningen af at afholde et Kvindernes Internationale Kampdag-event med Another Life og et Copenhagen Pride-event, og har en vision om at arrangere flere events, der støtter op om underrepræsenterede grupper.

- **Deltagelse i Good Night Out Campaign's akkrediteringsforløb**

Good Night Out Campaign er en organisation, der træner venues i at håndtere grænseoverskridende adfærd. De har især trænet spillesteder, klubber og barer i London og Berlin. Vi har i to år fulgt deres akkrediteringsforløb med årlig online træning af ledelsen, security, on-site træning af alle medarbejdere og kvartale online check-ins med vores Safer Space Advisor og Community Manager. De har hjulpet os med at kvalificere vores safer space-politik (Attitude Code) og -håndtering med fokus på minoriserede og kvinder og dermed give en tryggere oplevelse for publikum. Det forløb ønsker vi at forny igen i 2024 og selvfølgelig i de kommende år, hvor vi forhåbentlig fungerer som udpeget regionalt spillested.

- **Intern oplæring og videreuddannelse**

For at kunne skabe nogle bedre rammer for et diversst publikum er det vigtigt, at vores organisation hele tiden holder samtalen i live omkring barrierer for deltagelse, og hvordan vi gør rummet og atmosfæren tryggere og mere inkluderende. Til vores månedlige personalemøder skal vi præsenteres for perspektiver, data og viden på området. Det kunne f.eks. være fra Another Life, LGBT+ Danmark, Mino Ung, Kunst & Kultur i Balance, Københavns Frie Promotere eller In Futurum.

- **Tilslutning til Charter for nattelivet i København**

Vi har selvfølgelig allerede tilsluttet os charteret for nattelivet i København. Vi tror på, at den slags tværgående samarbejder og forpligtelser kan være med til at skubbe på for at vi ser et mere kulturbåret natteliv, hvor potentielle publikummer, der lige nu

vælger det fra, kan få lyst til at deltage til stor fordel for den danske elektroniske musikscene.

- **Publikumsoplysning via Host**

Hver koncertaften på Culture Box skal have en Host ved indgangen, som introducerer vores Attitude Code og safer space-politik til enhver gæst, der ønsker adgang. Hvis gæsterne allerede opfører sig upassende, og ikke responderer respektfuldt, vil de ikke få lov at komme ind på spillestedet med en pæn forklaring på hvorfor. Det er værd at bemærke, at der ikke er tale om en såkaldt "picker". Vi har kun en positiv tilgang og inkluderende tone of voice, og alle koncertarrangementer har 100% offentlig adgang, så længe man blot respekterer vores Attitude Code. Missionen er at uddanne os selv og publikum i god adfærd.

- **Safer Space Crew**

Til hver koncertaften på Culture Box skal der være Safer Space Crew, som monitorerer for uønsket publikumsadfærd, at vores Attitude Code bliver overholdt og checker-ind med publikummer i situationer, hvor de er i tvivl om der er samtykke. Crewet har fluorescerende gule t-shirts på, så publikum kan spotte dem i mængden og henvende sig til dem, hvis de skulle have brug for støtte af enhver art.

- **Kommunikation om Attitude Code**

Vi planlægger at intensivere vores kommunikation med oplysninger om vores safer space-politik, "Host" og Safer Space Crew både fysisk og digitalt. Vi deler vores Attitude Code online i alle eventbeskrivelser og på Instagram i stories forud for hver koncertaften. Det skal suppleres af videoer med personer fra crewet, der introducerer sig selv og giver gode råd om en god attitude. Derudover er vores Attitude Code printet på plakater på genbrugspapir, der hænger fysisk på spillestedet. Vi vil lave differentierede plakater, så man får samme budskab, præsenteret forskelligt og dermed tilpasset forskellige målgrupper.

- **Kommunikation om mangfoldighed**

Vores kommunikation skal have et målrettet budskab om at støtte op om mangfoldighed. For eksempel ved at støtte op om og repræsentere artister, samarbejdspartnere, personale eller publikum, som er fra underrepræsenterede grupper gennem blogposts, podcasts og fremhævninger på vores platforme. Det vil være med til at vise vores mange følgere, at elektronisk musik er for alle.

Den generelle indsats for at effektivisere vores safer space-initiativer, skal bidrage til at tiltrække underrepræsenterede grupper, så de også har lyst til at være en del af Culture Box'

fællesskab og den elektroniske scene som helhed. Disse initiativer kan være med til at skabe et mere alsidigt musikmiljø, der skaber grobund for kunstnerisk udfoldelse, kulturel forståelse og repræsentationsbalance.

2.3 Det tertiære mål er at udvikle formater og aktiviteter, der henvender sig til borgere, der endnu ikke har været i særlig berøring med elektronisk musik, og derfor endnu ikke har udviklet en interesse for det – herunder børn.

Hvad er målet? Uddybning af mål

Elektronisk musik opleves og nydes af mange, men er p.t. næsten udelukkende målrettet voksne mennesker. Idet den elektroniske musik oftest kan opleves i sene aften- og nattetimer og ofte associeres med natteliv, arrangeres der kun i begrænset omfang musikoplevelser i andre tidsrum til børn og unge.

Det er en skam. Børn kan have stor glæde af musikken og de udfoldelsesmuligheder, den byder på. En væsentlig del af den elektroniske musik har sine rødder i og er skabt til dans og bevægelse. Musikken har potentiale for at skabe gode oplevelser og øge glæden ved fysisk aktivitet og sundhed for børn. Vi ønsker derfor at skabe nogle arrangementer, hvor målet er, at børn og voksne med børn får øjnene op for musikken og dens positive kvaliteter. Vi kigger f.eks. til udlandet, hvor arrangementet Big Fish Little Fish har stor succes med familie raves for børn og deres forældre. Erfaringen herfra er desuden, at man ikke behøver at gøre musikken "børnevenlig" i udpræget grad. En af de mere populære genrer, som børnene intuitivt forstår og kan lide er drum and bass, der får de fleste på dansegulvet.

Arrangementerne skal også foregå uden for Culture Box på andre lokationer og udendørs.

Hvorfor netop dette mål?

Elektronisk musik er for alle – derfor ønsker vi også at vise det til borgere, der normalt ikke færdes om aftenen til koncerter og skabe nysgerrighed hos dem. I det store hele er ideen at gøre musik mere tilgængelig og tiltrækkende for en bredere offentlighed ved at udfordre traditionelle forventninger og skabe unikke, engagerende oplevelser. Intentionen er at skabe trygge og sjove rum for bl.a. børns første møde med elektronisk musik og samtidig lave arrangementer, hvor forældre og børn sammen kan glædes over musikken.

Set i et større perspektiv ønsker vi at inspirere og skabe begejstring for musikken blandt morgendagens artister – i overensstemmelse med Culture Box' vision om at udbrede den elektroniske musik i Danmark. Elektronisk musik står globalt set stærkt. Men da elektronisk musik kun i begrænset omfang er inkluderet i musikskoler og musikundervisning for børn, er det musikgenrer, de fleste først introduceres til senere – med negative konsekvenser for vækstlaget og videreudviklingen af genrerne til følge. Det er vores forventning, at vores tiltag

kan bidrage til at udvikle interessen for den elektroniske musik blandt den yngste generation og dermed på sigt være en del af en udvikling, hvor talentmassen bliver opdyrket mere målrettet end hidtil. Derfor er det vores ambition at anvende den erfaring, videreudvikle indsatsen til børn og deres forældre, og gøre aktiviteter målrettet børn og unge til en fast del af kalenderen.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **1 Culture Box Junior-arrangement i samarbejde med folkeskoler i Københavns Kommune**

Et arrangement med en folkeskole i København Kommune omkring et dagsarrangement med en kombination af musik, dans og undervisning. Vi har hidtil haft et sådant samarbejde med Sølvgade Skole og Kalvebod Fælled Skole.

- **1 Culture Box Chillout**

Udendørs dags- og tidlig aften-event med fri entré og en tilbagelænet atmosfære med chillout-musik.

- **1 Running Rave**

Forældre og børn kan løbe sammen til musik i et tempo og på en distance, hvor langt de fleste kan være med. Musik og motion i skøn forening med lidt kvalitetstid en sen eftermiddag i juni i grønne omgivelser.

- **Kulturnatten med DJ Skole for børn**

Vi giver børnene en velfortjent mulighed for at komme med om bag DJ-pulte, så de kan se hvordan det hele fungerer. Børnene kan både få lov til at udvælge musik, beat mixe, scratche, skrue på knapperne og styre lydeffekterne. Vores vigtigste opgave er at skabe de perfekte rammer og en interesse fremadrettet, så musikken fra en tidlig alder understøtter leg, dans og festligt samvær.

3. Talentudvikling og vækstlagsarbejde

3.1 Det overordnede mål for talentudvikling og vækstlagsarbejde er at udvikle nye og kommende artister, musikken og scenen for elektronisk musik. Den ønskede effekt er at se en fortsat vækst i antallet af artister og nye genrer.

Hvad er målet? Uddybning af mål

Vores overordnede mål for talentudvikling og vækstlagsarbejde er at udvikle rammerne for at nye artister kan etablere sig som musikere, og at nye genrer kan se dagens lys. Som kommende regionalt spillested skal vi spille en helt central rolle på scenen for elektronisk musik ved at formidle, profilere og udvikle nye kunstnere lokalt, regionalt og nationalt. Det inkluderer at skabe en struktur som støtter og udvikler artister inden for det elektroniske musikliv. Herunder også med fokus på børn og unge.

Hvorfor netop dette mål?

At støtte nye og kommende artister fra en ung alder er afgørende for at sikre sig en bæredygtig og dynamisk musikbranche. Med erfaring i bagagen ser vi os positivt ansvarlig for at videreudvikle den danske scene for elektronisk musik samt udvikle et stærkt fællesskab på tværs af landets aktører. Alle starter et sted, og vi vil også gerne pirre interessen hos børn og unge, som kun i sjældnen grad har mulighed for at deltage i musikarrangementer i disse genrer. Gennem Culture Box' vækstlagsarbejde er det målet at man kan få lov til at prøve sig af, og få en berøring og oplevelse med elektronisk musik i det format der passer til ens lyst, interesse og eventuelle talent som mulig kommende artist. Udfordringen med et fokus på børn er, at der kun er få koncertformater som det er i dag, der passer ind i den verden. Hovedsageligt på grund af de ofte sene klokkeslæt for koncerter og events.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **4 Debutaftener**

Med fokus på danske vækstlagsartister afholdes vores debutaftener hvert kvartal, hvor minimum 4 nye artister, som aldrig har spillet på Culture Box før, udvælges af vores bookinggruppe på baggrund af potentiale, talent og en spirende opmærksomhed i de musikmiljøer, vi har fokus på. Et mål er også at integrere disse i musikprogrammet fremadrettet.

- **1 Open Call-aften**

Fokus for vores Open Call-aften er ikke mærkbart anderledes end Debutaftenerne, men det er metoden til gengæld. Alle artister har mulighed for selv at pitche ind med deres musik. Med et fokus på at skulle samle en gruppe med bred repræsentation, vælger vi talenter ud, som ikke tidligere har optrådt på Culture Box, men her får chancen første gang. Et mål er også her at integrere disse i musikprogrammet fremadrettet.

- **1 Culture Box Junior-arrangement med folkeskoler i Københavns Kommune**

For at vække en tidlig interesse for elektronisk musik hos børn og unge inviterer vi en af kommunens folkeskoler til et arrangement med en kombination af musik, dans og let undervisning. Vi har hidtil haft et sådant samarbejde med Sølvgade Skole og Kalvebod Fælled Skole.

- **Kulturnatten med DJ-skole for børn**

På Kulturnatten sætter vi 3 pulter med DJ-udstyr op på Culture Box samt stiller 3 instruktører til rådighed, som kan guide og hjælpe børnene til at lære nogle af de mest basale kundskaber indenfor det tekniske aspekt af DJing. Det skal selvfølgelig være tilladt at tage sine forældre med og gøre det til en familieoplevelse.

- **12 Culture Box Podcasts**

Vi stræber efter at videreudvikle vores "Culture Box Podcast" ved at inkludere et live-format, for at tilpasse den næste generation af musikvaner. Vi retter særligt blikket på unge lokale, regionale og nationale artister.

- **4 samarbejder med aktører der arbejder for større diversitet**

Via samarbejder og vores stærke fokus på større diversitet, vil vi arbejde for at skabe lige muligheder for kommende aktører, der tidligere har været underrepræsenterede på den elektroniske musikscene og stadigvæk er det. Det er vigtigt for os aktivt at støtte, fremme og engagere musikalske talenter og kunstnere fra forskellige samfundsgrupper og -lag, der måske ikke tidligere har haft lige muligheder, adgang eller ressourcer. Vi ønsker at fremme inklusion og mangfoldighed. Det arbejde omfatter bl.a. vores initiativer såsom samarbejdet med Another Life til Kvindernes Internationale Kampdag, arrangementet i Copenhagen Pride-ugen, og koncertsamarbejder med event promotere som Shaktu og Housefrau, der begge har et erklæret mål om at arbejde for en mere lige kønsfordeling i musikprogrammer. En udfordring kan være, at underrepræsenterede grupper ikke tør deltage i vores initiativer, og det er derfor vigtigt at vores projekter så vidt muligt er med rollemodeller som aktørerne kan spejle sig i.

- **3 Kommunikationskampagner**

Vi planlægger tre faste kommunikationskampagner på egen blog og egne SoMe-kanaler, som har til formål at støtte vækstlaget og skabe artistkendskab, opmærksomhed og sammenhold.

- **Spotlight**

En fotoserie og et interview med en særligt udvalgt vækstlagsartist, vi mener, fortjener mere opmærksomhed fra publikum.

- **Recommendations**

En vækstlagsartist bliver bedt om at anbefale en anden vækstlagsartists musik. Det skal inspirere vores publikum og netværk til at udvise nysgerrighed og bakke hinanden op.

- **Practice Session Journal**

I forbindelse med vores ugentlige øvedage laver vi små online features i form af interviews med brugerne. Det gøres for at skabe en stærkere relation og få feedback om deres interesser, samt få en fornemmelse af deres ønsker i relation til at gøre karriere inden for den elektroniske musikscene.

- **Månedlige opdateringer af faste Spotify-playlister**

Vi opdaterer vores 5 Spotify-playlister hver måned. 4 af disse har det primære erklærede mål at understøtte herboende elektroniske musikere med streams og øget artistkendskab. Sekundært at skabe loyalitet og sammenhold mellem os selv og artisterne der optræder til Kulturforening CB's events.

3.2 Det sekundære mål for talentudvikling og vækstlagsarbejde er at kunne understøtte nye og kommende artister gennem uddannelse, videndeling og netværksdannelse. Den ønskede effekt er at se en øget forståelse hos artisterne for professionel tilgang til bookings, promotion, samt hvordan man modtager betaling for den musik, man ejer rettighederne for.

Hvad er målet? Uddybning af mål

Vi har tidligere beskrevet behovet for øvelokaler i musiklivet. Ligeledes har vi kastet lys på den manglende organisering og ringe indsigt, vi fornemmer, at scenens artister er udfordret af. Vi ønsker derfor en tilgang til vækstlagsinitiativer, hvor der ikke er økonomiske udfordringer som skal agere stopklods. Tilbud om deltagelse i workshops og talks samt øvedage skal være for alle og være gratis. Workshops og talks skal skiftevis foregå på dansk og engelsk for at imødekomme sprogbarrierer. Målet er at opkvalificere artisterne enkeltvis og scenen samlet set hen imod at fremstå mere oplyst og organiseret.

Et andet erklæret mål er aktivt at støtte, fremme og engagere musikalske talenter og kunstnere fra forskellige samfundsgrupper, der måske ikke traditionelt har haft adgang til ressourcer eller muligheder inden for musikindustrien. Det arbejde kommer til at omfatte initiativer og events med partnere, der som os selv sigter mod at skabe lige muligheder for musikalsk vækst og udvikling.

Hvorfor netop dette mål?

Den elektroniske musikscene er desværre dårligt organiseret. Ikke i forhold til relationer - venskaber er der i massevis. Men i relation til manglende kendskab og indsigt i en mere

etableret og organiseret musikbranche. En manglende indsigt i professionel håndtering, karriere-skabende tiltag, branding, rettigheder og do's and don't's. Derfor er der brug for uddannelse, videndeling og netværksdannelse.

Via helt særlige markeringer på inklusion og mangfoldighed på mærkedage, kan vi forhåbentlig også inkludere nye artister, der som udgangspunkt ikke selv vil have opsøgt events på scenen eller Culture Box mere specifikt. En velkendt udfordring er, at underrepræsenterede grupper ofte ikke tør deltage i vores initiativer. Det kræver rollemodeller og mod. Det er faktorer, vi skal have for øje med vores arbejde.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **5 Culture Box Unboxed workshops og talks. Heraf 3 i København og 2 uden for København**

Vi vil lave workshops som lærer musikerne vigtigheden i at have professionelt materiale, opsætning og præsentation på SoMe-platforme, biografi på flere sprog og hvad de kan indeholde, professionelle pressebilleder, en indsigt i hvordan man skaffer sig bookinger og vigtigheden i at etablere sig i netværk i vores musikmiljøer. Vi vil i fællesskab med etablerede musikproducere give feedback på musikværker til nye artister, der føler de har brug for sparring. Vi vil lave et samarbejde med DPA omkring workshops i musikrettigheder, således at artisterne får de penge, der retteligt tilhører dem. Og giver samtidig musikerne indsigt i nogle af de muligheder, der ligger for at søge finansiering til projekter hos DPA, KODA m.fl. samt fordele ved vækstlagsmedlemskaber.

Udover musikerne vil vi også arbejde på at uddanne nye VJs i eget hus til afvikling af visuals og lys. Det gøres via en årlig workshop i samarbejde med egne tilknyttede VJs samt eksterne eksperter.

- **50 Culture Box Unboxed-øvedage. Hver med 6 sessions/artister**

Hver tirsdag fra klokken 10-19 åbner vi huset og har 6 sessions af 1,5 time, hvor man kan komme ind og låne vores udstyr, kvit og frit, prøve sig af, øve sig, og få gode tips og idéer med på vejen fra vores in-house team, hvis man nærer et ønske om det. Vi kommer til at udbygge vores relationer og bygge bro til helt nye interessenter allerede i løbet af 2024 og fortsætte i 2025, og dermed forhåbentlig tiltrække flere yngre under 18 år til disse øve-sessions for på et tidligt tidspunkt at understøtte interessen hos mulige fremtidige artister. Det skal bl.a. gøres via samarbejde med de omkringliggende folkeskoler og ungdomsskoler i Storkøbenhavn.

- **Gruppe på Facebook**

Via vores fællesskabsgruppe "Culture Box Unboxed" er vores strategi at dele brugbar viden, tips og tricks, tutorials og links til nyttige artikler for at understøtte talentudvikling og samtidig fostre et online fællesskab for vækstlags artister med indbyrdes vidensudveksling. Denne gruppe bruges samtidig også som en kommunikationskanal med tilbagemeldinger fra vores nye og kommende artister.

- **Markering af mærkedage med særlige events og initiativer med fokus på inklusion og mangfoldighed i vækstlagsarbejdet**

Herunder Kvindernes Internationale Kampdag og Copenhagen Pride.

4. Netværkscentrum for liveaktører i virkeområdet

4.1 Målet med at være netværkscentrum for liveaktører i virkeområdet er kontinuerligt at aktivere aktører og facilitere fællesskaber på den elektroniske scene gennem samarbejder og videndeling.

Hvad er målet? Uddybning af mål

Kulturforening CB skal fungere som hub for formidling og udvikling af det elektroniske musikliv. Et sted, hvor aktører af enhver art kan modtage sparring og organisatorisk know-how, men også et sted, der vedvarende tager initiativ til samarbejder, videndeling og netværksfacilitering for at løfte den elektroniske musikscenes kvalitet, organisering og levedygtighed.

Indsatsen med at aktivere aktører og facilitere netværk og fællesskaber skal ske i hele landet. Vi har god erfaring med at lave brancherettede workshops og sætte koncerter op med Studentarhuset i Aalborg, Platform K i Horsens og for nylig Volume Village i Aarhus. Til disse arrangementer dukker der gerne aktører op, vi ikke kender endnu, og de kommer med en vilje og nogle idéer, som vi til gengæld kan gribe og tilføre erfaring og organisatorisk tæft. På Volume Village holdt vi for eksempel en workshop i safer space-indsatser for 22 musik-, kultur- og politisk engagerede unge fra Aarhus og omegn, hvor alle delte perspektiver, idéer og erfaring med håndtering af publikumsadfærd. Herudaf sprang en aftale om en følordning, hvor en af workshopdeltagerne kommer til København, og følger en fra vores crew rundt på en regulær aften med koncerter på Culture Box for at udveksle metoder og perspektiver på håndteringen.

Vores føromtalt booking og promotion workshop, der både er blevet afholdt i København, Aarhus og Aalborg, har som nævnt til formål at klæde nye artister på til at tænke i, hvordan

man kan sætte skub i sin karriere, hvis målet er at få flere jobs og måske komme ud over landegrænsen. Fra de fleste deltagere har vi efterfølgende oplevet nogle fuldt ud professionelt opsatte pressepakker – en mangelvare før – og klart forbedrede promoveringsstrategier. Begge typer workshops repræsenterer den slags aktør-aktivering, vi gerne vil gøre meget mere af – videndele fra alle dele af organisationen og facilitere scenens videndeling med hinanden – så vi omsætter den erfaring, vi har opsamlet gennem 19 år og nye kræfter kan vokse med kundskaber, mod og selvsikkerhed og på sigt løfte hele scenens organisering, kvalitet og levedygtighed.

Vi skal derudover fortsat være gode til at spotte aktører, som vi kan bygge nogle længerevarende samarbejder med og koncepter op omkring. Vi gør f.eks. brug af samarbejder med artister, promoterteams og pladeselskaber i kurateringen af lineups til vores koncertvirksomhed. Det gør vi for at sikre os, vi kommer udover vores egne netværk.

"København er en til tider sjov by at lave dnb fester i. Vi er kommet et godt stykke af vejen med Drum & Bass Klubben i tidens løb og der har festerne, især dem på Culture Box, været med til at skubbe kulturen fremad i København, så tak for det!" – Alexander (han/ham), Drum & Bass Klubben i feedback til teamet

Dertil kommer en indsats for direkte at understøtte andre live aktører - herunder udvalgte festivaler - ved bl.a at bruge vores egne platforme til at pege publikum i retning af interessant men ukendt musik og musikere, som optræder til koncerter hos disse aktører.

Hvorfor netop dette mål?

Vi skal have en bæredygtig scene, der skal være sund og levedygtig. Derfor er det vigtigt, at vi, der har mere end 400 forskellige artister og et stort antal publikummer om året, og dermed indsamler betydelige mængder viden og har berøring med mange forskellige netværk af aktører, udnytter de muligheder, vi har for at dele ud af erfaringer, vi har tillært os - til gavn for andre aktører. Og endelig støtte op, facilitere og guide publikum i retning af spændende musikoplevelser også hos andre live aktører og derigennem gøre det danske musikliv mere appellerende. Alt imens vi på bedste vis skal forsøge at være det centrum, der mangler for hele den elektroniske musikscene for skabelse af relationer og fællesskaber på tværs af institutioner.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **1 fælles klubarrangement med nøgleaktører; Den Anden Side, Hangaren, Module, Werkstatt, Jolene, Baggen m.fl.**
Et arrangement med de københavnske udbydere af elektronisk musik som fælles afsender.
- **10 samarbejder med pladeselskaber og promoterteams**
Vi planlægger koncertsamarbejder med minimum 10 pladeselskaber, promoter teams og festkollektiver.
- **2 workshops og netværksarrangementer rettet mod og/eller i samarbejde med andre arrangører**
Vi får ofte henvendelser fra diverse arrangører med gode idéer til workshops og netværksarrangementer, som de ønsker vores hjælp til at arrangere. Det ønskes og planlægges vi som et kommende regionalt spillested at kunne gribe fat om.
- **Festivalsamarbejder**
Vi vil udvikle på festivalsamarbejder med Distortion, Strøm, Stella Polaris, Backyard Sessions, Øasen, Generator Festival m.fl. og hjælpe med sparring omkring bookings af elektroniske musikere og promotion i det omfang, der er et ønske om det. Det gælder selvfølgelig også helt konkret for koncertsamarbejder med førnævnte interessenter.
- **Etablering af 3 nye Spotify-playlister for festivaler**
Som et led i at understøtte særligt udvalgte festivaler vil vi tage initiativ til at lave særskilte Spotify-playlister før især Roskilde Festival, Distortion Festival og Strøm Festival med anbefalinger til mere ukendte artister og dele disse med publikum i eget netværk.
- **Koordinering af ny arrangørkalender for elektroniske musikarrangementer og koncerter.**
Netværkssamling af større og mindre aktører på den elektroniske musikscene og etablering af en kalender med arrangementer og koncerter for koordinering og samarbejde.

5. Samarbejde med andre regionale spillesteder

5.1 Det overordnede mål for samarbejde med andre regionale spillesteder er at præsentere elektronisk musik på spændende scener og i andre, kreative sammenhænge i hele landet og

til nye publikummer.

Hvad er målet?

I mødet med andre spillesteder med andre faciliteter og publikummer opstår der en gunstig udveksling af metoder og muligheder for musikken at udfolde sig i. Vi vil arbejde for at elektronisk musik får flere lyttere og et større publikum, ved at få musikken præsenteret på andre og flere scener end Culture Box. Samtidig får vi noget erfaring, der på sigt kan berige vores egen måde at lave elektroniske koncerter.

Hvorfor netop dette mål?

Culture Box' scenefaciliteter er målrettet solister og duoer. Derfor vil det være helt oplagt at lave andre typer koncerter i samarbejde og hos andre regionale spillesteder, hvor vi kan præsentere acts, Culture Box ikke selv ville have mulighed for at håndtere, grundet faciliteternes begrænsninger. I 2022 lavede vi en co-produktion med Vega og All Things Live i Store Vega omkring det 11-personer store brassband Meute, der spillede deres egne nyfortolkninger af elektroniske værker. Koncerten var udsolgt. Når vi på den måde puljer viden, erfaring og publikumsgrupper, sikrer vi os, at flere får øjnene op for musikken, der dermed vedvarende får bedre og flere muligheder.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **10 koncerter i København uden for Culture Box i samarbejde med partnere.**
Et par af disse budgetterede koncerter skal foregå i samarbejde med kommende udpegede regionale spillesteder.
- **12 koncerter uden for København i samarbejde med partnere.**
Et par af disse budgetterede koncerter skal foregå i samarbejde med kommende udpegede regionale spillesteder.

5.2 Det sekundære mål for samarbejde med andre regionale spillesteder er at sparre omkring publikumsudvikling og PR-indsatser.

Hvad er målet? Uddybning af mål

Vi ved fra nylig samtale med et af de nuværende udpegede regionale spillesteder, at de sidder med et ønske om samarbejde, og særligt et ønske om mulig sparring omkring PR-relateret indhold med andre københavnske spillesteder. Det samme gør vi selv. Eftersom metoder omkring PR-strategi og -arbejde ændrer sig hele tiden - særligt for de sociale medieplatforme

- og kravene for uddannelse og dygtiggørelse følger med, så tænker vi, at selvsamme ønsker og behov fortsætter med at være relevant ind i en kommende 4-årig periode. Vi vil derfor gerne tage initiativet til at koordinere et sådant formaliseret samarbejde, og række ud til de andre regionale spillesteder, men samtidig også inddrage andre interesserede live aktører i virkeområdet.

Hvorfor netop dette mål?

Som en mindre administration med store ambitioner og en travl hverdag kan det være svært at få prioriteret tid til idégenerering og videreuddannelse. Ved at indgå i et netværk med de øvrige regionale og øvrige spillesteder kan vi i fællesskab hjælpe hinanden med at være på omgangshøjde med PR-trends, dataindsamling til publikumsudvikling og lignende.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **Koordinering og etablering af et formaliseret PR-netværk.**

Samarbejde med de andre kommende udpegede regionale spillesteder i København i et formaliseret PR-netværk. Det sker løbende og typisk med et samlet møde ca. hver 6. måned, hvor værtskabet skifter fra gang til gang, og der laves et oplæg om et PR-relateret tema eller problematik til fælles diskussion. Der deles desuden generel viden - med det formål at skabe grobund for andre samarbejder, der understøtter det samlede musikliv og herunder særligt vækstlagsarbejde.

5.3 Det tertiære mål for samarbejde med andre regionale spillesteder er i fællesskab at skabe et mere socialt bæredygtigt musikmiljø.

Hvad er målet? Uddybning af mål

Musikmiljøerne skal have fokus på diversitet og mental sundhed både på og bag scenerne, samt skabe grobund for sundere vaner i musikmiljøet. I fællesskab skal vi samarbejde om et bedre arbejdsmiljø i musikbranchen. Vi skal sammen kunne definere og løse problemstillinger, der er en hæmsko for udviklingen i musiklivet. I fællesskab skal vi identificere barrierer og praksisser, der forhindrer befolkningsgrupper i at deltage i musikmiljøerne.

Hvorfor netop dette mål?

Delrapporten fra fase 1 af den igangværende undersøgelse foretaget af Musiklivets Partnerskab for Bæredygtig Udvikling, Another Life's rapport "Repræsentation og diskrimination i musikbranchen 2022" samt mange nyhedsartikler og personlige beretninger i de seneste år viser, at der fortsat er meget at gøre for strukturelt at sikre en bedre trivsel for

musikere i den danske musikbranche. Gode arbejdsmiljøer er vigtigt for at sikre musikernes kreative udfoldelse og musikscenens levedygtighed, især hvis vi også vil se talenterne have mod på at tage deres musik til udlandet og forsøge at gøre karriere der.

Hvordan vil vi opfylde målet?

Herunder er listet de vigtigste aktiviteter og metoder for at kunne opfylde målet.

- **Intern oplæring**

Vi skal dygtiggøre os via træning på vores månedlige personalemøder, og derigennem gøre plads i organisationen til både at forebygge, men også bedre at kunne rumme unge med psykisk mistrivsel. Det er samtidig noget, vi ønsker at sparre om med et netværk af de øvrige regionale spillesteder gennem workshops og talks.

- **Rekruttering af medarbejdere**

Der forstår vigtigheden i problemstillingen med mental sundhed, og viser interessen for at omfavne fællesskaber for artister, for gæster og for medarbejdere. Ved jobsamtaler skal organisationen så vidt muligt repræsenteres af en leder og en medarbejder af forskellige køn. Der tilstræbes en lige kønsfordeling i organisationen på alle positioner, og der rekrutteres ud over det naturlige fokus på kvalifikationer også med øje for bred diversitet i organisationen. Det er ligeledes noget, vi ønsker at sparre om med et netværk af de øvrige regionale spillesteder gennem workshops og talks.

- **Culture Box Unboxed workshops og talks**

I samarbejde med kommende udpegede regionale spillesteder tiltænker vi at lave workshops med fokus på et mere socialt bæredygtigt musikmiljø. Det samarbejde kunne f.eks. være med Another Life, som vi allerede laver arrangementer med i 2024.

Bilag 3 Culture Box: Spillestedets forventede væsentlige aktiviteter i 2025, herunder eksempler på forventet koncertprogram (valgfrit format).

- 700 koncerter på Culture Box
- Heraf 4 Debutaftener
- Samt 1 Open Call-aften
- 10 koncerter i København uden for Culture Box i samarbejde med partnere
- 12 koncerter uden for København i samarbejde med partnere
- 1 Culture Box Chillout
- 1 Running Rave
- 1 samarbejde med Distortion Festival
- Yderligere 2-3 festivalsamarbejder
- 1 Culture Box Junior-arrangement i samarbejde med folkeskoler i Københavns Kommune
- 1 aktivitet som forbinder elektronisk musik med anden kunst såsom litteratur, teater eller udstillinger
- Kulturnatten med DJ Skole for børn
- 12 Culture Box Podcasts
- 5 Culture Box Unboxed workshops og talks. Heraf 3 i København og 2 uden for København
- 2 netværksevents
- 50 Culture Box Unboxed øvedage. Hver med 6 sessions/artister
- 4 samarbejder med aktører der arbejder for større diversitet
- Markering af mærkedage med særlige events og initiativer med fokus på inklusion og mangfoldighed i vækstlagsarbejdet
- Deltagelse i Good Night Out Campaign's akkrediteringsforløb
- Indførelse af minimum 5 miljøforbedrende tiltag i koncertdriften
- indførelse af minimum 5 andre bæredygtige tiltag i koncertdriften
- 4 faste kommunikationskampagner
- Ugentligt nyhedsbrev
- Ugentligt samarbejde med VJs
- Ugentligt samarbejde med KODA om Kuvo-bokse
- Månedlige opdateringer af 5 Spotify-playlister
- 10 samarbejder med pladeselskaber og promoterteams
- 1 fælles klubarrangement med nøgleaktører
- 1 arrangørkalender
- 2 workshops og netværksarrangementer med andre arrangører
- 3 Spotify-playlister for festivaler
- Månedlige oplæringskurser for personale i Attitude Code og safer space-håndtering
- Koordinering og etablering af et formaliseret PR-netværk.
- 1 workshops og talk med andre regionale spillesteder

Eksempler på forventet koncertprogram.

- Aelva K
- Aleks BLC
- Aja Gulris
- Ana Karla
- Anastasia Kristensen
- Anders Ponsaing
- Anek
- Anna Logic
- Annælix
- Ashibah
- Astrid Engberg
- AZADÎ
- Azpecialguest
- B From E
- Bendtsen
- Baime
- Black Hertz
- Borenstein
- BSP Bispebjerg label-aften
- Cayootee
- Ceri
- Cirkeline
- CTRLS
- Cynamon
- Ditte Alexandra
- Drum & Bass Klubben
- DJ LoveCatt
- Dusky
- Elias Gozal
- Ellen Allien
- Emma Sø
- Esther Urioste
- Extrawelt
- Gabriella Vergilov
- GÆO
- Giorgia Angiuli
- Henry Saiz
- Ida Aya
- Ida Daugaard

- Ida Engberg
- Josh Caffé
- John Digweed
- Kasper Marott
- KDNC
- Kollektiv Turmstrasse
- Kornum
- Mads Dalholt
- Main Phase
- Marcelo Vasami
- Mari to the Future
- Mary Harp
- Mathilde Nordberg
- Mikkel Wonsbek
- Milo
- Mira Campau
- Miss Puppy
- Momec
- Nandu
- N.E.Girl
- Nilu
- Nygma
- Paula
- Phloem
- Ploy
- Radeckt
- Rasmus Vels
- Rebekah
- Rosa Lux
- Roy Rosenfeld
- Rönhoff & Louin
- Runge
- Ryan Dank
- Samantha Togni
- Schaarup
- Skarn
- Sofie Strøm
- SPFDJ
- steamboi
- Téa
- The Revenge

- Tilde Dyrnes
- Tim Andresen
- VTSS
- Yoon
- Yukio Bergholdt

KULTURFORENING CB - ØKONOMIOVERSIGT OG NØGLETAL/INDIKATORER	R2022	B2023	B2024	BO2025	BO2026	BO2027	BO2028
Indtægter							
Statslige tilskud	1.077.666	1.077.666	1.184.508	1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000
Kommunale tilskud	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000
Regionale tilskud	0	0	0	0	0	0	0
Fonde	0	0	0	100.000	100.000	100.000	100.000
Sponsorer	64.949	0	0	0	0	0	0
Egenindtægter	6.983.775	7.000.000	6.530.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000
Indtægter fra det regionale spillested, i alt	9.326.390	9.277.666	8.914.508	9.750.000	9.750.000	9.750.000	9.750.000
Indtægter, som vedrører andre virksomhedsområder	0	0	0	0	0	0	0
Finansielle indtægter	0	0	0	0	0	0	0
Indtægter, total	9.326.390	9.277.666	8.914.508	9.750.000	9.750.000	9.750.000	9.750.000
Udgifter							
Løn fast ansatte	1.058.400	1.490.000	1.250.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000
Løn løst ansatte	655.761	810.000	762.500	825.000	825.000	825.000	825.000
Kunstnerudgifter	2.131.020	3.868.000	3.838.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000
Rettigheder	147.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000
Markedsføring	87.208	217.000	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000
Lokaleudgifter	0	0	0	0	0	0	0
Øvrige spillestedsrelaterede udgifter	5.247.773	2.727.666	2.724.008	2.835.000	2.835.000	2.835.000	2.835.000
Udgifter fra det regionale spillested, i alt	9.327.162	9.277.666	8.914.508	9.750.000	9.750.000	9.750.000	9.750.000
Udgifter, som vedrører andre virksomhedsområder	0	0	0	0	0	0	0
Finansielle udgifter	0	0	0	0	0	0	0
Udgifter, total	9.327.162	9.277.666	8.914.508	9.750.000	9.750.000	9.750.000	9.750.000
RESULTAT FØR SKAT, REGIONALT SPILLESTED	-772	0	0	0	0	0	0
RESULTAT FØR SKAT, SAMLET	-772	0	0	0	0	0	0
EGENKAPITAL ULTIMO	13.149	13.149	13.149	13.149	13.149	13.149	13.149
Nøgletal for personale	R2022	B2023	B2024	BO2025	BO2026	BO2027	BO2028
Personale, fastansatte årsværk	3,00	3,25	3,25	4,00	4,00	4,00	4,00
Personale, løstansatte årsværk	2,00	2,25	2,25	2,50	2,50	2,50	2,50
Personale, frivillige årsværk	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Personale, årsværk i alt	5,50	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Nøgletal for "Koncertvirksomhed"	R2022	B2023	B2024	BO2025	BO2026	BO2027	BO2028
Antal koncerter i alt	738	740	740	740	740	740	740
Antal betalende publikum i alt	68.305	62.500	58.036	60.000	60.000	60.000	60.000
Antal Debutaftener	4	4	4	4	4	4	4
Antal Open Call aftener	1	0	0	1	1	1	1
Antal Podcasts	8	12	12	12	12	12	12
Antal koncerter i København uden for Culture Box i samarbejde med partnere	8	10	10	10	10	10	10
Antal koncerter uden for København i samarbejde med partnere	8	8-10	8-10	12	12	12	12
Antal Culture Box Chillout	1	1	1	1	1	1	1
Antal Running Rave	1	1	1	1	1	1	1
Antal samarbejde med Distortion Festival	1	1	1	1	1	1	1
Antal festival samarbejder	5	2-3	2-3	2-3	2-3	2-3	2-3
Antal aktivitet som forbinder elektronisk musik med anden kunst	1	1	1	1	1	1	1
Nøgletal for "Publikumsudvikling og arbejde med målgrupper"	R2022	B2023	B2024	BO2025	BO2026	BO2027	BO2028
Antal publikumsundersøgelse med præsentation	1	1	1	2	2	2	2
Antal personaer fokusgruppeinterviews	0	0	0	2	2	2	2
Antal faste kommunikationskampagner	1	1	1	1	1	1	1
Antal netværksevents	-	0	0	2	2	2	2
Antal kurser med intern oplæring og videreuddannelse	12	12	12	12	12	12	12
Nøgletal for "Talentudvikling og vækstslagsarbejde"	R2022	B2023	B2024	BO2025	BO2026	BO2027	BO2028
Antal workshops og talks i København	3	3	3	3	3	3	3
Antal workshops og talks i resten af landet	2	2	2	2	2	2	2
Antal øvedage med 6 artister	0	0	50	50	50	50	50
Antal Culture Box Junior	1	1	1	1	1	1	1
Antal DJ-skole på Kulturnatten	0	0	0	1	1	1	1
Antal samarbejder med aktører der arbejder for større diversitet	3	2	2	4	4	4	4
Antal faste kommunikationskampagner	3	3	3	3	3	3	3
Antal Culture Box Unboxed-gruppe online	1	1	1	1	1	1	1
Antal opdateringer af faste Spotify playlister	12	12	12	12	12	12	12
Antal markering af mærkedage med særlige events og initiativer	0	0	0	2	2	2	2
Nøgletal for "Netværkscentrum for liveaktører i virkeområdet"	R2022	B2023	B2024	BO2025	BO2026	BO2027	BO2028
Antal fælles klubarrangement med nøgleaktører	0	0	0	1	1	1	1
Antal koordinering af ny arrangør kalender	0	0	0	1	1	1	1
Antal nye Spotify playlister for festivaler	0	0	0	3	3	3	3
Antal samarbejder med pladeselskaber og promoterteams	-	0	0	10	10	10	10
Antal workshops og netværksarrangementer med andre arrangører	0	0	0	2	2	2	2
Antal nye Spotify playlister for festivaler	0	0	0	3	3	3	3
Nøgletal for "Samarbejde med andre regionale spillesteder"	R2022	B2023	B2024	BO2025	BO2026	BO2027	BO2028
Antal workshops og talks	1	0	1	1	1	1	1
Antal koncertsamarbejder	1	0	2	2	2	2	2

VEDTÆGTER FOR Kulturforening CB

§ 1. NAVN OG HJEMSTED

1.1

Foreningens navn er Kulturforening CB.

1.2

Foreningen har hjemsted i Københavns Kommune og er stiftet d. 11. december 2006.

§ 2. FORMÅL

2.1

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

2.2

Arbejdet omfatter en bred organisationsmæssig og musikpolitisk indsats samt flest mulige praktiske initiativer.

2.3

Kulturforening CB skal koordinere og styrke de aktiviteter, der eksisterer i det danske elektroniske musikmiljø.

2.4

Kulturforening CB kan samarbejde med andre instanser i dansk og internationalt kulturliv om aktiviteter, der falder ind under 2.1.

2.5

Kulturforening CB skal hjælpe og vejlede offentlige myndigheder og private instanser i spørgsmål, der omfattes af 2.1.

§ 3. FINANSIERING

3.1

Kulturforening CB skal finansieres ved afholdelse af diverse kulturelle arrangementer, støtte/fundraising og evt. sponsorater.

§ 4. HÆFTELSE

4.1

Ved forpligtelser for den selvejende institution Kulturforening CB hæfter alene institutionens formue. Ingen andre har noget personligt ansvar for disse forpligtelser. Medlemmerne hæfter altså ikke solidarisk.

§ 5. MEDLEMMER

5.1

Som medlemmer kan optages alle, der tilslutter sig Kulturforeningen CB's formål.

5.2

Medlemskabet kan kun være personligt.

5.3

Medlemskab kan ikke gøres betinget af eller udelukke den optagne persons tilhørsforhold til andre organisationer.

5.4

Medlemskabet skal fornyes en gang årligt ved betaling af kontingent inden udgangen af januar måned for at opdatere og vedligeholde medlemsinformation.

5.5

Ved undladelse af det årlige kontingent til Kulturforening CB bortfalder stemmeret til generalforsamlingen.

§ 6. KONTINGENT

6.1

Kontingent og opkrævningsform fastsættes af bestyrelsen.

6.2

Årlig medlemspris er 200 kr., der betales via bankoverførsel.

§ 7. GENERALFORSAMLING

7.1

Generalforsamlingen er Kulturforening CB's højeste myndighed.

7.2

Ordinær generalforsamling afholdes 1 gang årligt og indkaldes med mindst 30 dages varsel. Forslag fra medlemmerne må, for at komme til behandling på den ordinære generalforsamling, være indgivet skriftligt til bestyrelsen senest 14 dage før generalforsamlingen.

7.3

Ethvert medlem har møde-, tale- og stemmeret ved generalforsamling. Hvert medlem har 1 stemme. Der kan stemmes ved skriftlig fuldmagt, dog kan hvert fremmødt medlem højst repræsentere 1 fraværende medlem ved fuldmagt.

7.4

Bestyrelsen kan beslutte, at ikke-medlemmer af foreningen kan overvære generalforsamling med eller uden taleret, dog altid uden stemmeret.

7.5

Ekstraordinær generalforsamling kan til enhver tid indkaldes af bestyrelsen og skal tillige finde sted, når mindst 30% af Kulturforeningen CB's medlemmer indsender skriftlig anmodning herom. Ekstraordinær generalforsamling skal afholdes senest 4 uger efter begæringens fremsættelse og indkaldes med mindst 14 dages varsel.

7.6

Dagsordenen for den ordinære generalforsamling skal omfatte:

1. Valg af dirigent og referent.
2. Forpersonens beretning.
3. Fremlæggelse og godkendelse af årsregnskab.
4. Indkomne forslag.
5. Fremlæggelse og godkendelse af budget.
6. Valg af forperson.
7. Valg af bestyrelsesmedlemmer.
8. Valg af ekstern revisor.
9. Eventuelt.

(Valg af forperson og valg af bestyrelsesmedlemmer finder sted hvert 2. år (i ulige år), jf. § 8.1. I lige år udgår punkt 6 og 7 derfor fra dagsordenen).

7.7

Generalforsamlingens beslutninger træffes ved almindeligt flertal blandt de afgivne stemmer.

7.8

Forslag om vedtægtsændringer eller institutionens opløsning kan kun vedtages på generalforsamlingen, hvor mindst 1/3 af medlemmerne er til stede og med mindst 2/3 flertal. Er der ikke mindst 1/3 af medlemmerne tilstede på generalforsamling, men er mindst 2/3 af de fremmødte for forslaget, kan der indkaldes til en ekstraordinær generalforsamling, hvor forslaget kan vedtages med simpelt flertal uden hensyn til antallet af fremmødte.

§ 8. BESTYRELSEN

8.1

Foreningens ledelse varetages af forperson samt en bestyrelse på 5 medlemmer, der vælges af årsmødet. Forpersonen vælges hvert 2. år. Bestyrelsesmedlemmer vælges for 2 år. Genvalg kan finde sted.

Man kan stille op til valg til bestyrelsen uden at være til stede, hvis kandidaten skriftligt har tilkendegivet, at man er indstillet på at modtage valg.

8.2

Bestyrelsen konstituerer sig selv på første bestyrelsesmøde efter generalforsamling.

8.3

Bestyrelsen fastsætter selv sin forretningsorden og er kun beslutningsdygtig, når et flertal - heriblandt forpersonen eller dennes repræsentant - er til stede. I tilfælde af stemmelighed er forpersonens stemme afgørende.

8.4

Bestyrelsen nedsætter de nødvendige udvalg. Udvalgsforpersonen skal altid være et bestyrelsesmedlem.

8.5

Bestyrelsen kan overdrage opgaver til medlemmer udenfor bestyrelsen og kan ansætte lønnet medhjælp, såfremt det skønnes nødvendigt.

§ 9 TEGNINGSRET

9.1

Kulturforening CB tegnes af foreningens direktør eller ledende medarbejder og et bestyrelsesmedlem i forening. Ved økonomiske dispositioner udover den daglige drift kræves underskrift af både direktøren eller ledende medarbejder og et bestyrelsesmedlem.

§ 10. REGNSKAB

10.1

Foreningens regnskabsår går fra 1. januar til 31. december.

10.2

Inden 3 måneder efter regnskabsårets afslutning skal regnskabet indeholdende resultatopgørelse og status, og udfærdiget i overensstemmelse med god regnskabsskik, være afleveret til en statsautoriseret eller registreret revisor, der efter endt revision forsyner det med revisionspåtegning og eventuel beretning.

§ 11. OPLØSNING, UDELUKKELSE OG EKSKLUSION

11.1

Såfremt institutionen opløses, vælger generalforsamlingen én eller flere likvidatorer til at forestå afviklingen.

11.2

Bestemmelse om foreningens opløsning kan kun tages på en, i dette øjemed, særlig indkaldt, ekstraordinær generalforsamling. For at denne er beslutningsdygtig kræves, at mindst 2/3 af foreningens stemmeberettigede medlemmer er til stede. For at forslaget kan vedtages kræves, at mindst 3/4 af de stemmeberettigede stemmer for forslaget. Opnås et sådant flertal på en generalforsamling, der ikke er beslutningsdygtig, indkaldes til en ny generalforsamling, hvor beslutning kan træffes med ovennævnte stemmeflerhed, uanset hvilket antal stemmeberettigede medlemmer der er til stede.

Således vedtaget på foreningens generalforsamling.

Torsdag d. 11. april 2008 med vedtægtsændringer på Generalforsamlingen den 17. marts 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large initial 'D' followed by several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Dirigent

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large initial 'F' followed by several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Forperson