



HVIDBOG

Danish Music in China
2017

HVIDBOG

DMC - Danish Music in China
2017

Indhold:

Steffan Lykke Møller, Martin Røen Hansen,
Lars Winther, Gunnar Madsen

Korrektur:

Flora Juul Holst & Anne Sophie Milthers

Grafik:

Xinyi Huang

www.denmarkinchina.com

Støttet af:



DANISH ARTS FOUNDATION

ROSA

DMC:

Danish Music
in China
丹麦之声



INHOLD

FORORD.....	4
INDLEDNING.....	5
HVAD ER DANISH MUSIC IN CHINA (DMC)...	6
Direkte arbejde med danske artister.....	6
Medspiller i kulturelle og kommercielle fremstød i Kina.....	8
Opbygning og deling af netværk.....	8
Vidensdeling.....	9
Promovering af dansk musik og Danmark gennem digitale kanaler.....	9
POTENTIALET FOR DANSK MUSIK I KINA...	10
Case: The KutiMangoes.....	11
Case: Lydmor.....	12
SÆRLIGE OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER VED TURNÉVIRKSOMHED I KINA.....	14
Formelle netværk.....	14
Personlige netværk - at opnå Guanxi.....	15
Praktiske udfordringer og forberedelser.....	15
AFSLUTNING.....	18

Forord

Kina er et fjernmarked for dansk musik. Både geografisk og kulturelt set er der store afstande og forskelle, der gør det vanskeligt at formidle dansk musik til den anden side af kloden. Der eksisterer heller ikke stærke historiske bånd mellem de to lande, der kan lette vejen for dansk musik i Kina.

Den rytmiske musik er et relativt nyt kulturfænomen i Kina - men på vej frem i samme tempo, som det store land på en række andre vitale samfundsområder udvikler sig nationalt og internationalt. Kina åbner sig op for verden i disse år.

Det var med dette fokus på en spirende fremtid i Kina for moderne dansk kultur, at JazzDanmark og ROSA (Dansk Rock Samråd) for små ti år siden besluttede at anbefale Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg or Musik at støtte vedvarende op om en udviklende indsats for musikformidling til Kina.

Vi ønskede, gennem den vedvarende opbakning til DMC-platformen, ikke blot at støtte konkret koncertvirksomhed - men især at opbygge netværk og samle viden, der kunne styrke dansk musiks positioner i Kina, i takt med at landet åbnede sig op og øgede interessen for verden udenfor.

Formidlingsarbejde er ikke blot et spørgsmål om at have talent og kvalitet til rådighed. Det handler lige så meget om at finde og udvikle markeder, brugere og publikum, der ønsker adgang til seriøs, dansk musik.

JazzDanmark og ROSA er glade for, at vi med afsæt i den internationale pulje, der nu desværre er nedlagt, har været med til at lette vejen til Kina for mange danske musikere og komponister. Med hvidbogens erfaringer og informationer håber vi, at vejen også i fremtiden vil være lettere at finde for dansk musik end den var, da vi begyndte arbejdet. Tak til især Statens Kunstfonds Musikudvalg og MXD - Music Export Danmark for opbakning til DMC.

JazzDanmark
Lars Winther

ROSA
Gunnar K Madsen



Indledning

Med denne hvidbog ønsker JazzDanmark og ROSA (Dansk Rock Samråd) at viderebringe erfaringer fra 10 års arbejde med formidling af dansk musik i Kina, samt at præsentere et udsnit af det arbejde, projektet Danish Music in China har været involveret i gennem årene.

I hvidbogen gives der et kortfattet indblik i et uhyre komplekst og foranderligt land, hvor kulturelle, sproglige, økonomiske og politiske udfordringer spiller ind på mulighederne for udbredelsen af dansk musik – og stiller store krav til, hvordan man som dansk aktør griber opgaven an.

Undervejs vil vi berøre nogle af de faktorer, som gør Kina til et interessant land for dansk musiks udvikling. Desuden vil vi beskrive det grundarbejde, som flere danske organisationer og andre interessenter har lavet i landet, som kan være med til at bane vejen for fremtidige organisationer og artister, der kan se mulighederne i at kigge mod øst.

En fuld redegørelse for Kina som musikland lader sig naturligvis ikke gøre på dette begrænsede antal sider, men ikke desto mindre er det organisationernes intention at imødekomme en bred efterspørgsel fra musiklivet på brugbare og konkrete informationer om landet i midten. Hvidbogen kan bruges som inspiration og udgangspunkt for fremtidigt arbejde af de danske artister, kulturorganisationer og den danske musikbranche.

Hvad er Danish Music in China (DMC)?

Danish Music in Chinas hovedformål er at støtte op om danske musikfremstød i Kina. Dette sker blandt andet gennem konkrete initiativer som tourstøtte og rådgivning til danske bands og artister. Det sker også på flere andre niveauer, hvor det ikke kun kommer de enkelte bands og artister til gode, men også skaber en stærk relation mellem kulturelle og statslige aktører i både Danmark og Kina. Hertil kommer et fokus på mulighederne for samarbejde og synergi med andre dele af musiklivet i Asien.

Her følger et udsnit af de mange aktiviteter, DMC blandt andet har beskæftiget sig med.

Direkte arbejde med danske artister

Forud for utallige danske bands og artisters rejser til Kina har DMC på den ene eller anden måde været involveret. DMC besidder en stor vidensbank, som ofte benyttes af artisterne. DMC's assistance består af kontakt til bookere og promoters, udarbejdelse og oversættelse af PR-materiale, opsætning af diverse kinesiske SoMe-kanaler (Weibo, WeChat og Youku) og coaching på både sceneshow og generel forberedelse forud for mødet med den kinesiske kultur.

Listen over bands som DMC har arbejdet med i de sidste 10 år tæller blandt andet:

Acoustic Sense	Hatesphere	Marching Church
Alex Riel	Hess/AC/Hess	Mark Solborg
Bandapart	Horse Orchestra	Marilyn Mazur
Benjamin Koppel	Ibrahim Electric	Martin Schack
Brassflavour	Jakob Bro	M.E.T.A
Bryan Rice	Jens Winther	Reptile Youth
Broke	Jesper Løvdal	Rock Hard Power Spray
Choir of Young Believers	Josephine Philip	Sinne Eeg
D-A-D	Kalaha	Spejderrobot
Djanzz	Kasper Bjørke	The KutiMangoes
Eivør	Kresten Osgood	Trentemøller
Emil de Waal	Københavns Drengekor	Ufo&Yepha
First Hate	Lower	Veronica Mortensen
FRUM	Lydmor	
Girls in Airports	Mads Mathias	



Nedenstående er et eksempel på, hvor bredt DMC's arbejde med bands og artister spænder.

I 2017 bistod DMC det danske band M.E.T.A. med følgende forud for deres turné i Kina:

- Udformning af PR-materiale med fokus på det asiatiske marked
- Oversættelse af PR, rider og andre dokumenter fra dansk til engelsk og kinesisk
- Diverse formalia i forbindelse med visumansøgning
- Aftaler og kommunikation med kinesiske venues, promoters og hoteller
- Kontakt til Den Danske Ambassade i Kina og diverse kulturinstitutioner
- Kontakt til kinesiske blogs og medier forud for turneen
- Opsætning og udarbejdelse af indhold til diverse sociale medier forud for turneen
- Coaching af sceneshow forud for turneen
- Opsamling på turneen og udarbejdelse af planer for videre fokus på Kina for bandet
- Tourmanagement

Medspiller i kulturelle og kommercielle fremstød i Kina

DMC's arbejde støtter danske fremstød i Kina. Samtidig bliver disse fremstød også benyttet som et naturligt afsæt for DMC's andre aktiviteter - for eksempel udvidelsen af netværk, turneer og vidensopsamling.

Blandt andet har DMC ved flere lejligheder arrangeret koncertprogrammer i forbindelse med danske tiltag i Kina, og var også en aktiv spiller i forbindelse med det dansk-kinesiske kulturår i 2014-2015.

I 2010 var DMC aktiv under verdensudstillingen EXPO i Shanghai, og var med til at arrangere 26 koncerter med danske bands under titlen 'Mermaid Music' i løbet af 26 uger. Alle koncerterne blev til en del af et udvidet turnéprogram i Asien for de deltagende artister, der alle benyttede besøget ved EXPO til at rejse videre rundt i Asien. Dette førte til mellem tre til 13 shows per artist på det asiatiske kontinent. Dermed var DMC alene i 2010 med til at præsentere over 100 koncerter med danske artister i Kina og andre dele af Asien. Herfra opstod DMC's kongstanke om primært at understøtte, udvikle og supplere eksisterende tiltag via eget netværk.

Opbygning og deling af netværk

Gennem årene har DMC arbejdet intensivt på at styrke og udvide netværket med kinesiske og asiatiske kulturaktører. Ved hjælp af et fokuseret arbejde i landet har DMC skabt gode relationer til en række gatekeepers på det kinesiske marked, som har gjort det betydeligt lettere for danske artister, bands og aktører at få en fod indenfor.

Af eksempler kan nævnes radiovært og promoter Zhang Youdai, som DMC ved flere lejligheder har været besøgsvert for i Danmark, blandt andet i forbindelse med Roskilde Festival og Copenhagen Jazz Festival. Det har medført, at en række danske artister indenfor især jazzmiljøet er blevet spillet i Zhang Youdai's radioprogrammer, som af flere anses for at være blandt de mest betydningsfulde programmer for ny musik i Kina¹. Derudover har DMC skabt gode forbindelser til flere kinesiske musikfestivaler, og det har dannet grundlag for mange danske artisters turneer i Kina og Asien.

Arbejdet med at opbygge et godt netværk baseres i særdeleshed på udvekslingen af kultur mellem Danmark og Kina. Dermed kan DMC's arbejde ikke kun ses som en indsats i Kina alene, men som en overordnet indsats, hvor også arrangementer med kinesisk deltagelse i Danmark spiller en betydelig rolle.

¹http://www.bbc.co.uk/worldservice/specials/1448_thejury/index.shtml

DMC har ikke en intention om at være dansk gatekeeper til det kinesiske marked, men ønsker derimod at være en katalysator på et stort og kompliceret marked. Derfor har det altid været en grundpille i DMC's arbejde at være bindeled mellem de rigtige personer i det kinesiske netværk og de aktuelle danske aktører. Efter den etablerede kontakt kan de danske aktører dermed selv styrke deres relationer til det kinesiske marked.

Vidensdeling

DMC har ved flere lejligheder deltaget i paneldebatter under konferencer, blandt andet i Beijing, Helsinki, Bremen og Kuala Lumpur. Her har DMC delt ud af erfaringerne med etableringen af dansk musik i Kina. Vidensdelingsarrangementerne giver også DMC anledning til at indsamle nye input og udvide netværket af kinesiske kontakter.

DMC spillede blandt andet en central rolle ved EARS (Europe Asia Roundtable Sessions) i Helsinki i 2015, hvor DMC's repræsentant Martin Røen var moderator under konferencen.

Den erfaring, som DMC har opbygget gennem årene, bliver flittigt delt med danske artister gennem oplæg for medlemmer hos diverse musikorganisationer og foreninger.

Promovering af dansk musik og Danmark gennem digitale kanaler

Via mange års arbejde med musik i Kina har DMC opbygget en følgerskare på diverse sociale medier rettet mod kinesere – både Sina, QQ Music, WeChat og Weibo. Kanalerne bliver brugt til at udbrede informationer om de bands, DMC hjælper med at turnere i Kina. Derudover bliver de brugt til at fortælle om væsentlige musikalske aktiviteter i Danmark, blandt andet Roskilde Festival og SPOT festival.

Desuden rådgiver DMC bands og artister om deres tilstedeværelse på nettet i forhold til det kinesiske publikum.

Dette er blot et udpluk af de samlede aktiviteter, som DMC er involveret i året rundt – et udpluk, som giver et billede af alsidigheden i arbejdet, og hvor DMC's kompetenceområder ligger.

Det er DMC's konkrete og erfaringsbaserede praktiske arbejde, der ligger til grund for de følgende sideres informationer, gode råd og anbefalinger. Særligt er netværksdelen og etableringen af varige forbindelser i musikmiljøet i Kina en prioriteret opgave, da de danner grundlag for mange af DMC's andre indsatsområder.

Kina er i nyere tid blevet et musikland, flere og flere musikere er begyndt at snuse til. Men der er stadig nogle væsentlige barrierer, som gør, at Kina aldrig for alvor har vundet indpas hos danske bands og organisationer.

På det seneste har både Christopher, Trentemøller, Blue Foundation og Mew oplevet stigende interesse fra et voksende publikum i Kina. Christopher har for eksempel ligget nummer et på flere kinesiske hitlister. Et andet eksempel er Trentemøller, der skabte kontakt til den anerkendte virksomhed Modern Sky Entertainment, som efterfølgende inviterede den danske musiker til Beijing for at spille på festivalerne Sound of The Xity og Strawberry.

Men imens Tyskland og USA længe har været et fokusland for dansk musikeksport i Danmark, er Kina stadig ikke nær så højt prioriteret hos danske bands og organisationer. Det til trods for, at potentialet i landet som dansk musiker er stort – også selvom man ikke er et stort navn i Danmark eller Europa endnu. Det kan de følgende to artister, som DMC har hjulpet med turnévirksomhed i Kina og Asien, fortælle om.



Case: The Kutimangoes

I 2015 tog afrobeatgruppen The Kutimangoes på to ugers turné i Asien, hvor de blandt andet var ni dage i Kina. Turneen var bygget op omkring en række festivaljobs, som kom i hus på foranledning af DMC's arbejde.

“Turneen var et resultat af et arbejde, som havde stået på i et par år. Vi havde mødt en kinesisk festivalleder via Martin², og havde efterfølgende holdt kontakten på en række messer. Det blev grundlaget for turneen, hvor der løbende blev bygget flere festivaler på.” fortæller Gustav Rasmussen fra bandet.

Det at bygge turneen op omkring en række festivaler har været noget, DMC har arbejdet med gennem en årrække. Økonomisk set giver det nemlig et godt fundament for musikerne under deres turné.

“Det gjorde, at vi kom ud af turneen med et helt fint overskud i forhold til, at det var vores første besøg i landet,” husker Gustav.

Det var ikke kun på det økonomiske plan, at turneen var en god oplevelse for The Kutimangoes. De oplevede, at der var en enorm interesse for udenlandske og især nordiske artister i landet.

“Hele modtagelsen i Kina var utrolig positiv. Der var stor positivitet omkring vores musik, og en stor interesse om vores herkomst og hudfarve. Vi kom fra Eu-

Case: Lydmor

ropa og spillede musik, de ikke kendte til. Man var en minirockstjerne derovre. Som dansker er man eksotisk på den helt rigtige måde. Det gør det nemmere at trække mennesker til koncerterne og sælge merchandise.”

Den positive oplevelse i Kina har gjort, at Gustav og bandet nu ser et stort potentiale i landet.

“Jeg kunne mærke en interesse for Danmark og dansk musik. Det holdt sammen med, at der er rigtig mange mennesker i Kina, gør, at når man får succes derovre, så har man rigtig gode muligheder. Der er allerede ting på forhånd, der taler til ens fordel i Kina. Man har et plus på kontoen, når man kommer fra den vestlige verden. Derfor tror jeg godt, at man kan komme et skridt længere, end man kan i Tyskland og USA. Kan man finde sin niche, så er der gode muligheder. Men det er en omkostningsfuld satsning.”

Det var dog en satsning, de var klar til på grund af DMC's arbejde:

“DMC's hjælp har været uvurderlig i forhold til vores turné i Kina. Gennem Martins kontakter har vi kunnet tale direkte ind i et eksisterende netværk, hvilket har hjulpet os hele vejen igennem. Han satte os blandt andet op med en kinesisk journalist fra et større jazzmedie, som viste stor interesse for os. Det åbnede nogle døre, og kombineret med de fire festivaljobs, vi allerede havde planlagt, kunne vi fylde resten af turnéplanen op med en række jobs på klubber i de større byer,” slutter Gustav Rasmussen af.

Bag Lydmor står den danske sangerinde og elektroniske musiker Jenny Rossander. Hun har været på to turneer i Kina, og i 2016 boede hun et halvt år i Shanghai for at arbejde med sin musik. Modsat The Kutimangoes og andre bands havde Jenny Rossander ikke en direkte kontakt til DMC. Det havde hendes agent derimod, som gennem DMC fik adgang til et netværk, der blandt andet gav hende kontakt til spillestederne og gode steder at overnatte.

“Det startede med, at jeg fik en mail fra min agent, der havde haft den danske elektroduo Bottled in England på turné i Kina med hjælp fra DMC. På baggrund af erfaringerne fra den turné ville han høre, om ikke jeg også havde lyst til at spille i Asien. Og det havde jeg selvfølgelig,” fortæller Jenny Rossander.

Hun oplevede lynhurtigt en stor interesse for hendes alternative musik og nordiske baggrund:

“Det er klart en force at være nordisk i Shanghai. Det gør dig mere interessant. Samtidig er indiemusik generelt en mangelvare i Kina. Der er ikke mange, der spiller alternativ musik. De kinesiske musikere går oftest mere mainstream. Så kan man lave noget, der har lidt edge, så får man også hurtigt en dedikeret følgerskare derovre,” siger hun.

Interessen fra de kinesiske musikfans og Jennys egen fascination af Kina gav hende lyst til at dykke endnu dybere ned i landet som musiker.

“Efter min anden turné slog jeg mig ned i Shanghai, hvor jeg besluttede mig for at

²Martin Røen, DMC

arbejde videre med min musik og studere den lokale technoscene,” siger hun.

Under navnet Lydia Mor begyndte Jenny ved siden af en række koncerter også at dje på især Shanghais natklubber. Her oplevede hun på egen krop, at hendes musikstil og flere andre alternative stilarter er en niche i Kina. Men en niche med et stort potentiale.

“Musikscenen er ikke så stor i forhold til landets størrelse. En millionby som Guangzhou har kun tre musiksteder. Men de har et dedikeret publikum, og har man lidt kant, så kan man godt trække tusind personer til i hver by,” fortæller hun.

Men hun påpeger samtidig, at det kræver en kæmpe indsats fra musikerne selv at skabe en solid følgerskare. Og man skal være godt forberedt på, hvad der møder én.

“Der er helt sikkert et marked for de fleste danske musikere, men det kræver en indsats at komme ind i varmen. Jeg har nu en following - ikke en stor en, men jeg arbejder på det. Nu kender jeg folk i Shanghai, så det gør det lettere. Samtidig skal man have med i overvejelserne, at det er et hårdt land at turnere i. Der er mange kulturelle forskelle. Men det gør det også inspirerende at spille derovre,” slår Jenny fast.

Turneerne og opholdet i Kina har ikke kun givet Jenny et nyt publikum og gode oplevelser. Hun har også klart kunnet mærke, at det har åbnet op for meget mere:

“Turnévirkomheden i Kina har været godt for min profil. Det, at man har været på tour i Kina, gør, at man får lettere adgang til an-

dre markeder, da det giver respekt i mange lande, hvis man har været i Kina som optrædende artist,” slutter hun af.

Erfaringerne viser, at ikke bare de store etablerede danske musikere som Trentemøller og Christopher, men også de mere nicheprægede artister som The Kuti-Mangoes og Lydmor har et stort potentiale i Kina. Ligeledes oplever de danske artister, at kineserne har en stor interesse for deres eksotiske baggrund. Det giver dem et forspring, som de ikke på samme måde har, når de forsøger at etablere sig på vestlige musikmarkeder, der ligner det danske.

Fælles for alle artisternes succes er, at det har krævet et stort benarbejde og gode kontakter at blive etableret på det kinesiske marked. Men når det er sat i værk, er der masser af potentiale at hente i landet som udøvende musiker.

Særlige opmærksomhedspunkter ved turnévirksomhed i Kina

Gennem 10 års koncertvirksomhed i Kina har DMC samlet en række erfaringer, som det danske musikliv med fordel kan gøre brug af, når de vil prøve kræfter med landet mod øst. Her spiller især opbygningen af et netværk og et ændret fokus på de digitale medier en gennemgribende rolle.

Netværk er vigtigt i alle kreative brancher - således også i forhold til musiklivet i Kina.

Siden 2010 er godt 250 koncerter med danske navne gennemført og promoveret via to forskellige typer af netværk, som kan beskrives således:

Formelle netværk

Formelle netværk i Danmark og Kina kan være essentielle for, at aktiviteter kan opstå og udvikle sig i Kina. Det kan betale sig at undersøge, hvilke institutioner og personer der kan bruges til hvad. I Kina kan formelle netværk, for eksempel officielle kinesiske forbindelser, være givtige i forhold til at få aktiviteter gennemført.

De danske repræsentationer i Kina kan hjælpe med en god portion synlighed, og fra tid til anden også med direkte kontakt til forskellige aktører i musikmiljøet. Både Den Kongelige Danske Ambassade, Det Danske Kulturcenter i Beijing og Generalkonsulatet i Shanghai har præsenteret og arbejdet sammen med en række danske musikere.

En kinesisk promoter eller koncertarrangør vil formentlig også finde det vigtigt at involvere danske repræsentationer, da det er en generel opfattelse i Kina, at disse institutioner har en særlig værdi eller status. Hvis du hjælper en kinesisk promoter med at skabe et sa-

marbejde med en del af det officielle Danmark, så kan man godt forvente, at promoteren har en bedre chance i det kinesiske officielle system. Derved kan vedkommendes adgang til ressourcer blive nemmere.

Derfor er det anbefalelsesværdigt at skabe gode forbindelser til de danske repræsentationer i Kina. De har måske ikke ressourcerne til at bære et projekt igennem (husk på, at de får mange henvendelser hver eneste dag), men deres kompetente vejledning - af og til i selskab med en symbolsk støtte - kan give dit projekt bedre muligheder i Kina.

Det er altid godt at have en vis portion erfaring og en klar plan, hvis man skal hente økonomi til eller skabe opmærksomhed omkring sine egne aktiviteter. I den forbindelse er det vigtigt at være opsøgende og forholde sig narrativt til sin egen karriere og musikalske aktiviteter - også i Danmark.

Indgangen til det kinesiske musikmil-

jø kan godt starte med kontakten til en booker eller et management i Danmark, der har forbindelserne i orden, og som har mulighed for at hjælpe med at udarbejde veltilrettelagt præsentationsmateriale.

Formelle netværk kan også være kommercielle. Kommercielle netværk er vigtige for at understøtte enhver aktivitet i Kina. Hvis du ikke selv har forbindelserne, så find nogen, der har. Det skal

være nogen, der er klar til at betale for musikken – indtjeningen på entreen til koncerterne dækker som regel ikke udgifterne alene.

Det kan virke særlig interessant at afsøge muligheder for at samarbejde med danske virksomheder, som er aktive i Kina. De har naturligvis egen agenda og struktur, men hvis det er noget, man kan forlige sig med, kan man med fordel tage kontakt.

Personlige netværk - at opnå Guanxi

Netværket består af relationer baseret på det kinesiske begreb Guanxi. Det betyder noget i retning af 'forbindelser', men praktisk set indebærer det tjenester og gentjenester på det personlige plan. Her handler det om, at der findes forskellige former for kapital, man kan give til hinanden.

Et eksempel kunne være følgende: Hjælper du med at sætte en succesfuld kinesisk koncert op i Danmark, så vil kineseren gå langt for at kunne gengælde din arbejdsindsats ved at præsentere dig i Kina.

Det kræver både snilde og tilvænning

at agere i kinesiske netværk og relationer. De primære nøgleord er tid, tålmodighed og tilstedeværelse. Kunstneriske netværk er enormt vigtige for især subgenrer – så hvis du ikke selv har netværket, så find nogen, der har forbindelserne til kinesiske kunstnere eller musikere.

Ofte er de stærkeste bånd til kinesiske aktører de bånd, som knyttes mellem kolleger. Der er på tværs af grænser en forståelse for hinandens situation og faglighed. Det kan være givtigt, både musikalsk og i forhold til synlighed og holdbarhed for enkelte projekter.

Praktiske udfordringer og forberedelser

Det går stærkt i Kina - også på de sociale medier. Brugen af internettet, SoMe og streaming i Kina er anderledes end vi kender det i Danmark.

De sociale medier i Kina er enormt vigtige, og det er krævende at følge med i udviklingen. Glem alt om de vestlige sociale medier som Facebook,

Instagram, Youtube og Twitter og tjenester som Dropbox og Google. I Kina anno 2017 bruger man i stedet Weibo, Wechat, QQ Music, 163.com og eventuelt xiami.com og youku.com.

Som dansk kunstner er det vigtigt at strukturere indholdet, så det fungerer på disse medier. Det gælder både grafik, formater, timing, tone og mulighed for interaktion.

Streamingtjenester dukker op i en lind strøm i Kina. Det er vigtigt at bruge tjenester, som kan streame koncerter i Kina, hvis det skal understøtte andre aktiviteter fremover og give ydeligere eksponering. Ofte har spillesteder og promotere gode kontakter til tje-

VISUM

Man skal som udgangspunkt have et performance visa for at optræde i Kina³. Det er dog ikke alle venues eller promotere, der har de fornødne godkendelser til at kunne invitere internationale kunstnere til landet, så i enkelte tilfælde bliver man bedt om at ansøge om et almindeligt arbejdsvisum eller turistvisum i stedet.

UDSTYR

Der er store udsving i forhold til grejsituationen på kinesiske venues og spillesteder. De fleste bands og artister kan drage fordel af selv at have mest mulig kontrol ved at udarbejde et setup, som er let at skalere. Generelt set er det en fordel, hvis spillestedets teknikere og inhouse gear har så lidt mulighed for at ødelægge koncertoplevelsen som muligt.

nester, som både kan optage og producere video af koncerter, der derefter kan bruges på deres site.

Næste skridt i den digitale udvikling på musikområdet er e-handel. Der er enorme kommercielle muligheder i Kina for produkter, som kan markedsføres og sælges på nettet.

Mange views af profiler og videoer kan være med til at øge muligheden for spillejobs og tilmed muligheden for at øge honorarer. Derfor er det vigtigt at være til stede på 'det kinesiske net', inden man begiver sig ud på et østligt eventyr, hvis promotere og publikum skal have adgang til musikken og historien bag.

Det er klogt at søge visum i god tid og sikre sig, at man har de rette dokumenter, fly- og hotelbookinger, pas og formularer, som visacenteret efterspørger. Man kan eventuelt gøre brug af en virksomhed, som specialiserer sig i at søge visum. Der er adskillige virksomheder, der gerne tager turen til visacenteret mod et honorar.

De seneste år er udstyret og produktionen på især de kinesiske festivaler dog blevet væsentlig bedre. Der er mulighed for tilgang til de fleste kendte mærker på instrumenter og anlæg – men kommunikationen med lyd-mænd og lignende kan stadig være en udfordring.

³ Søg om visum her: https://www.visaforchina.org/CPH_EN/

MATERIALE

Inden man gør sig tanker om at tage til Kina på turné eller promotion tour, så er det en god idé at have følgende materiale klar:

- 1) Pas (som er gyldigt mindst seks måneder efter indrejse)
- 2) Pasbilleder
- 3) Seks-otte gode, skarpe og indholds-rige band/artistfotos
- 4) Masser af videomateriale (filer - ikke links)

5) 45 minutters videooptagelse af live show til godkendelse hos myndigheder. Her er selve produktionen af videomaterialet (fler-kamera og lignende) ikke vigtigt.

- 6) Engelsk og kinesisk pressemeddelelse
- 7) Mp3-filer af alt musik
- 8) Let forståelig rider og stageplot – gerne med illustrationer.
- 9) Tekster - eventuelt oversat til kinesisk

LOGISTIK

Kina er et stort land med en del store byer. Det kinesiske transportsystem fungerer udmærket med fly og tog. Men ting tager tid i Kina – især i trafikken. På særlige årstider er der specielt tryk på både land- og lufttrafik, især i

maj og oktober. Der er generelt gode forbindelser til en lang række internationale lufthavne fra byer som Beijing, Shanghai, Xian, Guangzhou, Chongqing.

KULTUR

Kina er et spændende land. Den kinesiske kultur er mange- og fremmedartet. Der er betydelig forskel mellem land og by – og mellem nord og syd. Samlende er dog opfattelsen af, at Kina er riget i midten, og at 'det almindelige sprog' er kinesisk. Denne opfattelse smitter af på, hvorledes kineserne generelt ser sig selv og internationale besøg.

Generelt set virker det sydøstlige Kina en smule mere liberalt end resten af Kina – således også i forhold til spilletil-ladelser, kommercielle samarbejder og midlertidig indrejse. Men uanset hvor man befinder sig, er det en god idé at have kinesiske kontakter, som kan afkode sprog, incitament, strukturer og relationer.

Kina - og Asien som helhed - er et spændende territorium for danske musikere. Både som en del af en kunstnerisk udvikling, for at styrke en international karriere eller for at være en kommerciel aktør.

Ethvert musikalsk fokus på Kina bør starte med at gøre sig tilgængelig for det kinesiske publikum og det kinesiske musikmiljø.

Derfor er kinesisk pressemateriale, online tilstedeværelse og en hurtig research på mulighederne i landet første skridt for langt de fleste musikalske aktører.

Det hjælper at følge aktiviteter i Kina op med aktiviteter i Danmark, som er rettet mod ens kinesiske partnere. Således forbedres relationerne og udbygges mulighederne for at etablere en bredere interesse i Kina.

Det handler om at have et kontinuerligt, langvarigt og musikfagligt fokus på Kina for at få succes i området.

Det kan anbefales, at de danske repræsentationer i Kina gør en aktiv indsats for at være platform for danske musikalske aktører. Her bør der være en øget fokus på, hvordan de

bedst kan hjælpe på musikområdet - hertil anbefales en konkret faglig sparring med fagpersoner i den danske musikbranche og et vist fokus på det musikalske økosystem i forskellige dele af verden.

Det kan være en fordel at samtænke kinesiske indsatser med andre asiatiske indsatser, for eksempel i Sydkorea og Japan.

En af de mest effektive måder at hjælpe danske aktører i Kina på er at stille netværk, viden og ressourcer til rådighed i etableringsfasen.

Der er ingen nemme løsninger, når det drejer sig om internationalt musikarbejde - heller ikke i Kina. Men potentialet og udviklingen i det kinesiske musikmiljø over de sidste 10-15 år giver i høj grad grund til optimisme.

Der vil i fremtiden kunne skabes endnu tættere musikalske bånd mellem Danmark og Kina, danske musikere og organisationer vil kunne få endnu større udbytte økonomisk, kunstnerisk og karrieremæssigt, og danske fremstød i Asien - af den ene eller anden slags - vil fortsat kunne få stort udbytte af de musikalske projekter.