



## Verksamhetsstöd till kulturorganisationer 2022 - Ansökan

### ✓ 1. Organisation och kontaktuppgifter

#### Organisation och kontaktperson

Organisationens namn ska vara det namn som finns registrerat hos Skatteverket.

Under **Kontaktperson** skriver ni kontaktinformation till den person som skriver ansökan. Kommunikation sker under **Mina sidor** via en meddelandefunktion som kopplas till e-postadressen som anges här. Det går bra att ange en gemensam e-post (exempelvis info@exempel.se) och telefonnummer.

#### Organisationens namn

Krister Bladh

#### Organisationsnummer

851230-4059

#### Adress

Föreningsg 79A

#### Postnummer och ort

21214 Malmö

#### Kontaktperson

#### För- & Efternamn

Krister Bladh

#### E-postadress

krister.bladh@gmail.com

#### Notifieringar

E-post

#### Organisationens hemsida

recordturnover.com

#### Uppgifter för utbetalning

Bankgiro

#### Kontonummer

0557702

#### Organisationsform

Enskild näringsverksamhet

### ✓ 2. Verksamhetsplan

## Verksamhetsplan 2022

För handläggningen av ansökan är det viktigt att frågorna besvaras direkt i respektive fält även om samma information finns i en kompletterande bilaga. Om ni behöver ge mer detaljerad information kan ni bifoga en sådan i **steg 7 Övriga bilagor**.

Verksamhetsplanen innehåller följande avsnitt:

- **Målsättning**
- **Verksamhetsbeskrivning**
- **Organisation och personal**
- **Jämställdhet**
- **Lokaler och utrustning**
- **Sammanfattning av planerade förändringar 2022**
- **Långsiktig planering 2023-2024**

Sammantaget ska ni ge en beskrivning av planerad verksamhet med information om nuläge och utveckling. Vi rekommenderar att ni förbereder underlag till varje avsnitt innan ni börjar fylla i.

### Målsättning

Beskriv den övergripande målsättningen för er verksamhet.

Målsättningen är en regelbunden journalistisk täckning av ny musik från marginaliserade miljöer och kreatörer med bakgrund som är dåligt representerade i svensk media (t.ex. icke-cis män och kvinnor).

### Verksamhetsbeskrivning

Beskriv verksamhetens innehåll och de arrangemang och aktiviteter ni genomför och planerar.

Record Turnover är en ett digitalt musikmagasin som publiceras dagligen och återfinns på recordturnover.com samt på diverse sociala medier. Vi har funnits i mer än tio år men det är först de senaste 2 åren som redaktören (jag) har arbetat med projektet på heltid. Vi publicerar nyheter inom musik, konst och livsstil men med ett primärt fokus på olika former av elektronisk musik, post-punk och andra marginaliserade former av gitarmusik. Ca 100 artiklar publiceras i månaden och läsarkretsen är beräknad till ca 1000 personer.

Förutom att skriva artiklar publicerar vi även en spellista en gång i månaden, mixar/podcast med lite längre mellanrum och under perioder har Record Turnover även varit ett radioprogram. Vi som driver magasinet tar även DJ-uppdrag tillsammans eller enskilt. Vi har rapporterat från flera stora festivaler, såsom Roskildefestivalen i Danmark och Intonal i Sverige, där vi deltagit som press.

Record Turnover publicerar en rad olika artikelformat, mestadels nyheter om släpp, men även intervjuer med skivbolag och artister, gäst-mixar, listor av diverse slag och även foto och video från konserter.

I framtiden hoppas vi även att kunna kuratera och anordna mindre evenemang i Malmö, vilket jag har gjort i större utsträckning under perioden 2007-2011. Men för att göra det krävs en budget. I dagsläget har vi inga intäkter (förutom från DJ-bokningar) men vårt fokus de senaste två åren har varit att sprida kunskap om plattformen och att bygga upp läsarkretsen.

### Organisation och personal

Beskriv här nuläge och planering för

- organisationens uppbyggnad, ledning och ansvarsfördelning
- anställd personal och arbetsuppgifter

Idag består verksamheten av en redaktör (jag) och två skribenter (jag och en annan skribent). Det finns inga anställda och den andra skribenten bidrar på ideell basis.

### Personal - omfattning

Ange antal anställda omräknat till normala heltidsanställningar per kalenderår. Exempelvis innebär 1 heltidsanställd och 1 halvtidsanställd under hela året 1,5.

- **Konstnärlig personal:** utövande konstnärlig personal. Skådespelare, musiker, dansare, regissörer, bildkonstnärer, författare etc.
- **Administrativ och teknisk personal:** ledning, producenter, assistenter, ljud- och ljustekniker etc.
- **Övrig personal:** städpersonal, garderobspersonal etc.

|                                    | Preliminärt 2021 | Planerat 2022 |
|------------------------------------|------------------|---------------|
| Konstnärlig personal               | 1                | 2             |
| Administrativ och teknisk personal | 0                | 0             |
| Övrig personal                     | 0                | 0             |
| <b>Summering</b>                   | 1                | 2             |

### Jämställdhet

Beskriv organisation, verksamhet och publik ur ett jämställdhetsperspektiv samt hur ni arbetar med jämställdhetsfrågor.

Vi arbetar hårt med att ha en fördelning på 50-50 när det gäller vår täckning av artister och det kön de identifierar sig med. Oftast försöker vi dock använda neutrala pronomen, då det kan vara svårt för skribenten att veta vilket pronomen artisten föredrar utan kontakta dem. Vi har ett feministiskt perspektiv på vår omvärldsbevakning och skriver ofta om artister som delar vår uppfattning om att jämlikhet är en förutsättning för ett hållbart samhälle både ekonomiskt och när det gäller genus. Vi uppmanar regelbundet artister och skivbolag som inte tillhör den etablerade musikbranschen (som mestadels består av vita cis-män) att höra av sig till oss. Vi har också en bredare representation av musiker från Östeuropa, Mellanöstern och Sydamerika än vad andra svenska tidskrifter har. Kön och etnicitet bör inte påverka hur ens musik täcks av medier.

### Lokaler och utrustning

Beskriv här nuläge och planering för

- permanenta och tillfälliga lokaler i Malmö
- teknik och utrustning

Uppgifter om hyreskontrakt lämnas i nästa fråga.

Vi har i nuläget inga lokaler, utan arbetar hemifrån. Utrustningen består av laptops, digital systemkamera, diverse analoga kameror samt musikanläggning.

### Hyr ni permanenta lokaler?

Nej

### Sammanfattning av planerade förändringar 2022

Beskriv kort planerade väsentliga förändringar under 2022 jämfört med tidigare. Det kan exempelvis gälla innehåll, omfattning, organisation, personal och lokaler.

De förändringar ni beskriver ska relatera till er verksamhet före påverkan av corona-pandemin.

Förutsett att vi har en budget för 2022 planerar vi en större marknadsföring av verksamheten lokalt i Malmö med förhoppning om att hitta partners genom vilka vi kan anordna ett par evenemang om året i Malmö för musikintresserade. Vi planerar också att kunna ersätta fotografer för bilder som vi publicerar samt att kunna hyra in fler skribenter på frilansbasis.

### Långsiktig planering 2023-2024

Sammanfatta kort planerade väsentliga förändringar och förväntad utveckling för 2023-2024.

Skaffa fler skribenter för att bredda den bevakning vi redan har. Ordna evenemang i Malmöområdet med konserterer, DJs och eventuellt workshops. Vårt nuvarande mål för 2024 är att nå 3-5000 läsare, varav hälften bör återfinnas i Sverige.

## ✓ 3. Målgrupper och kommunikation

### Riktat sig er verksamhet till barn och unga (0-18 år)?

Nej

### Målgrupper i Malmö - vilka vill ni nå och varför?

Det kan exempelvis gälla åldersgrupper, kön, geografisk hemvist eller språklig bakgrund. Om ni riktar er till nya eller återkommande målgrupper kan också vara viktigt. Tänk även på att ta med information om tillgänglighet för personer med funktionsvariation.

Statistik över publik/deltagare vid arrangemang och aktiviteter anges i **steg 6 Verksamhetsstatistik**.

Vi riktar oss till alla med ett genuint intresse för musik och subkulturer. Det finns därför inget åldersspann, men vi kan se att majoriteten av våra läsare idag är mellan 20 och 40 år och det är något fler män än kvinnor som läser. Vi vill gärna nå ut till en ny målgrupp i Malmöregionen som består av 15-25-åringar som idag inte känner till tidskriften, men är samma målgrupp som t.ex. går på klubbar i Malmö/Köpenhamn som spelar elektronisk musik. Det betyder också att vi vill nå ut till fler personer som identifierar sig som kvinnor och eller queer- och transpersoner, eftersom denna miljö ofta betraktas som ett 'safe space' för dessa grupper. Vi har inte skrivit om elektronisk musik i mer än ca 1,5 år och det är därför viktigt för oss att nå de läsare som primärt är intresserade av den typen av täckning.

Vi vill också rikta oss särskilt till musiker och musikintresserade av icke-svensk bakgrund, då det är många yngre människor som i större utsträckning flyttar runt mellan de europeiska länderna och vi vill gärna knyta kontakter till organisationer som är lika vår egen från t.ex. Turkiet, Israel, Ukraina och Ungern.

### Hur ska ni nå era målgrupper?

Beskriv er kommunikation och marknadsföring och vilka kommunikationskanaler ni planerar att använda.


Vi når idag de flesta av våra läsare genom våra sociala medier såsom Facebook och instagram och har därför fokuserat vår marknadsföring på att öka antalet följare på dessa medier. Idag förlitar vi oss till 95% på organisk räckvidd, men för att nå våra målgrupper behöver vi en budget för att sponsra digital content, som länkar till texter på vår egen hemsida.


Vi har även ett nyhetsbrev, som vi skapade för en månad sedan och har runt 60 abonnenter, men vi behöver marknadsföra detta mer eftersom vår förhoppning är att vi i framtiden kan förlita oss mer på nyhetsbrevet än sociala medier då organisk räckvidd snabbt närmar sig noll.

Förra året gjorde vi ett test med att producera merchandise i liten upplaga och vi tror att det finns ett lokalt intresse för detta.

### Aktuella kommunikationsinsatser

Bifoga eller länka till aktuellt material i urval från 2021. Det kan exempelvis vara trycksaker, webbsidor eller säsongsprogram.

 [88958874\\_113922800208928\\_7542359985725115600\\_n.jpg](#) (101 KB)

 [92794381\\_864807787356298\\_392230934551772877\\_n.jpg](#) (143 KB)

 [107865688\\_185092086492981\\_4672860441944214746\\_n.jpg](#) (188 KB)

 [118952176\\_601553370471735\\_2729507049256751122\\_n.jpg](#) (58 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.

### Lägg till länkar

| Beskrivning av länk | Länk  |
|---------------------|---|
| Instagram           | <a href="https://www.instagram.com/recordturnover">instagram.com/recordturnover</a> |
| Facebook            | <a href="https://www.facebook.com/recordturnover">Facebook.com/recordturnover</a>   |
| Mixcloud            | <a href="https://www.mixcloud.com/recordturnover">mixcloud.com/recordturnover</a>   |

## ✓ 4. Resultat och effekter

## Resultat och effekter

Beskriv och motivera kort om och hur er verksamhet bidrar till

- utveckling av Malmös kulturliv
- god tillgänglighet för publik och medverkande med olika bakgrund och förutsättningar
- goda arbetsvillkor och arbetsmöjligheter för kulturskapare i Malmö

Vi fyller ett tomrum i Malmös kulturliv eftersom det inte finns några onlinemedier som skriver om alternativa musikformer och subkulturer. Det finns endast ett fåtal sporadiska fanzines, men vi vill sprida den entusiasm och lokala förankring som finns inom fanzine- och DIY-kulturen. Vi känner till exempel en stark samhörighet med Plan B i egenskap av spridare av diversa musikaliska uttrycksformer som inte ges utrymme på andra ställen. Vi vill vara ett nyhetsmedium som sprider kunskap om marginaliserade kulturyttringar till en målgrupp som ofta uttrycker att det inte finns något enkelt sätt för dem att hitta ny musik, då t.ex. alla be bloggar som fanns 2005-2015 idag är nedlagda för att delade musik på illegala sätt.

Vi lyfter gärna artister och skapare från andra bakgrunder än Sverige/Storbritannien/USA, som annars är de som dominerar medialandskapet idag. Vi vill även ge större utrymme åt de som inte är cis-män eller kommer från andra former av privilegierade bakgrunder.

## ✓ 5. Ekonomi


### Sökt belopp och totala intäkter för 2022

Summorna ska vara desamma som ni anger i ekonomibilagan.

|  | Ange belopp i kronor |
|--|----------------------|
| Sökt belopp för verksamhetsstöd från Malmö kulturnämnd | 50000                |
| Budgeterade totala intäkter                            | 51000                |

### Bilaga för ekonomi

Bifoga den ifyllda ekonomibilagan här.

 **Verksamhetsstöd KB 2022 - Ekonomibilaga.xlsx** (15 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.

### Kommentarer till ekonomibilagan

Det kan vara värdet av insatser som inte syns i budgeten, till exempel från sponsorer och samarbetsparter eller ideellt arbete. Annan viktig information kan handla om större förändringar eller påverkan av corona-pandemin.

Allt arbete sker i nuläget ideellt. Under 2022 kommer detta att fortgå men vi hoppas att kunna ersätta våra skribenter på timbasis med hjälp av verksamhetsstödet.

### Har ni pågående verksamhetsstöd?

Nej

### Bifoga underskriven verksamhetsberättelse för 2020

 **Namnlost.pdf** (13 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.

### Bifoga underskriven ekonomisk årsredovisning för 2020 med resultat- och balansräkning

 **Namnlost.pdf** (13 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.

### Bifoga underskriven revisionsberättelse

 **Namnlost.pdf** (13 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.

**Bifoga underskrivet protokoll från årsmöte eller motsvarande då årshandlingarna fastställts**

 **Namnlost.pdf** (13 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.

**✓6. Verksamhetsstatistik**

**Genomför ni publika kulturarrangemang?**

Nej

**Är ni en teater- eller dansgrupp?**

Klicka på **Hjälp** för att se vilka organisationer med återkommande verksamhetsstöd som ska svara på frågan.

Nej

**Har ni verksamhet som inte riktar sig till en publik?**

Det kan exempelvis vara kurser, workshops, branschträffar eller daglig träning (såsom dans).

Nej

**Kompletterande statistik för verksamhet i Malmö**

Beskriv omfattningen av aktiviteter under 2021 och 2022 som ni inte redovisat i ovanstående frågor. Ta även med digitala arrangemang.

Under 2021 streamade vi ett DJ-set via Facebook, men vi har tyvärr ingen statistik över publiken.

**✓7. Övriga bilagor**