



Årets Innovatør

"Årets Innovatør" er en pris, der tildeles en artist eller gruppe, som på nye måder formår at skabe relationer med sine fans gennem sociale eller digitale platforme, og som derved på kreativ vis spreder kendskabet til sin musik.

En tilsvarende pris er tidligere blevet uddelt i både Norge og Sverige.

Vinderen af prisen som "Årets Innovatør" modtager en Spotify-marketingkampagne til en værdi af 200.000 kr.

De nominerede er (i vilkårlig rækkefølge):

Kato (Disco:wax)

Kato tilhører i dag den musikalske superliga, men han anvender stadig den samme inddragende kommunikation i øjenhøjde på sin Facebook side. Denne tæller pt. mere end 123.000 fans, hvilket gør ham til en af de mest populære danske artister på Facebook. Kato optager og redigerer løbende videoer, der foromtaler hans udgivelser, viser klip fra koncerter m.m. og hans tilgang til fan-interaktion er forbilledligt enkel og uprætentiøs.

Kidd (Cheff records)

Kidd er et barn af de digitale medier og et godt eksempel på, at man faktisk kan kickstarte en karriere via sociale medier. Sangen "Kysset med Jamel" har siden 1. marts 2011 og frem til i dag generet knap 600.000 views på Youtube, hvilket medvirkede til, at den unge Nørrebro-rappers debut-EP "Greatest Hits 2011" fik stor succes, da den udkom 5. oktober.

Michael Møller (Tigerspring).

Dag-for-dag i løbet af maj 2011 offentliggjorde Michael Møller digitalt 31 kærlighedssange. I forbindelse med dette omfattende værk, bad Møller sine fans om at donere penge til henholdsvis produktion af cd og vinyl, hvilket resulterede i, at knap 200 fans tilsammen forærede over 50.000 kr. og på den måde udviste medejerskab og loyalitet over for Møllers musikalske virke.

Turboweekend (Mermaid/Sony)

På Turboweekends hjemmeside har bandet opbygget et særligt område, der under overskriften 'Fan Made' giver bandets fans mulighed for at give deres kreative besyv med. Med denne kunstneriske interaktion kan fans imellem dele deres fortolkninger af både lyd, billeder og video fra Turboweekends, og på den måde formår bandet på inspirerende vis at involvere sine fans.

Efterklang (Playground Music/4AD)

I samarbejde med den franske musikfilmskaber Vincent Moon besluttede Efterklang i begyndelsen af 2011, at verdenspremieren på musikfilmen "An Island" skulle lanceres under konceptoverskriften "Private-Public Screenings", hvor fans havde mulighed for at være vært for en premierevisning hjemme hos dem selv. I alt fandt mere end 1.200 fremvisninger sted, og projektet

udviser således stor originalitet, når det kommer til inddragelse af loyale fans og medejerskabsfølelse.

Specialjuryen består af:

Öjje Holt, Managing Director Nordics, Spotify

Rasmus Ardahl, Kreativ direktør, myMusic.dk

Torben Eik, partner, YourWaves

Nicolaj Hyltén-Cavallius, Kommunikationschef, KODA

Thomas Borre, Kommunikationskonsulent, IFPI