

Projectplan World Music Forum NL 2017

Inhoud

1. Introductie

2. Activiteiten 2017

3. Planning

4. Marketing/ Publiciteit

5. Organisatie

6. Financiën

7. Begroting

Projectplan World Music Forum NL 2017

1. Introductie

In 2016 vierde het WMFNL haar tienjarig jubileum met een uitgebreide presentatie van de Nederlandse wereldmuziek scene tijdens Dutch Delta Sounds Festival inclusief conferentieprogramma voor professionals en de Dutch Delta Sounds verzamel-CD.

Voor 2017 wil WMFNL zich vooral concentreren op de kernactiviteiten binnen Nederland in de vorm van World Blend Café-netwerkbijeenkomsten, expertmeetings, vertegenwoordiging op nationale evenementen en verdere ontwikkeling van het digitale platform. Daarnaast zal internationaal in een wat bescheidener vorm de vertegenwoordiging op internationale beurzen als Womex en Babel Med, alsook de verdere ontwikkeling van de Europese wereldmuziek monitor worden gecontinueerd.

2. Activiteiten 2017

2.1 World Blend Café-netwerkbijeenkomsten

De WBC-netwerkbijeenkomsten voor muziekprofessionals vormen de belangrijkste activiteit van het WMFNL.

Inmiddels hebben over de afgelopen jaren zo'n 80 edities plaats gevonden. Keer op keer komen gemiddeld tussen de 75-100 belangstellenden (uit heel Nederland) ketenbreed bijeen - variërend van podia, festivals, boekers en labels tot artiesten, fondsen, programmamakers en journalisten. Deze netwerkbijeenkomsten hebben bewezen een bepalende rol te spelen bij de bundeling, emancipatie en bedrijvigheid van de sector. De WBC's zijn laagdrempelig en daarom gratis toegankelijk voor zowel iedereen die actief is in de sector als voor geïnteresseerde buitenstaanders. Tijdens deze avonden wordt aansluiting gezocht met relevante netwerkorganisaties en worden nieuwe initiatieven, samenwerking en kennisuitwisseling gestimuleerd.

Per WBC-editie staat een actueel thema centraal met steeds wisselende gastsprekers, dj's, pitches, showcases en is er veel ruimte om te netwerken, inclusief borrel en buffet. Voor verslagen zie www.worldmusicforum.nl.

Voor 2017 zijn in totaal vijf bijeenkomsten gepland verspreid over het jaar, waarvan drie bij het Bimhuis in Amsterdam, één tijdens Injazz in Rotterdam en één editie bij Doornroosje in Nijmegen.

2.2 Expertmeetings en rondetafelgesprekken

2.2.1 Behoud muziekarchieven - expertmeeting

WMFNL zal zich het komende jaar extra inspannen bij de bemiddeling van belanghebbende partijen bij het behoud en ontsluiting van muziekarchieven. Met name het behoud van de archieven die bij RASA liggen (welke per 1 januari 2016 gesloten is) hebben hoge prioriteit. Naast een betrokken werkgroep zal tevens begin maart in samenwerking met WMDC een expertmeeting rondom dit onderwerp worden georganiseerd.

2.2.2 Stimuleren van nieuwe speelplekken en verbreding van het speelveld

WMFNL wil de komende periode het gesprek intensiveren met programmeurs van festivals en podia in Nederland pop/jazz/klassiek alsmede met branche-organisaties als VNPF, VSCD en MMF. Centraal hierbij staat de uitwerking van een effectieve strategie naar aanleiding van rondetafelgesprekken en discussies met programmeurs, marketeers en beleidsmakers over succesvol avontuurlijk en risicovol programmeren.

2.2.3 Positie Wereldmuziek en Jazz bij Fonds Podiumkunsten

Uit de beperkte toekenning van financiering voor projecten op het gebied van wereldmuziek en avontuurlijke muziek bij de fondsen blijkt dat de positie van avontuurlijke programmering ten opzichte van pop en klassieke muziek nogal te wensen over laat. WMFNL wil in samenspraak met vertegenwoordigers uit de jazz en het Ntb hierover het gesprek aangaan met het Fonds Podiumkunsten.

2.3 Dutch World Guide online en print

In 2016 is een start gemaakt met een nieuwe website en met de ontwikkeling van de Dutch World Directory, dat wil zeggen een overzicht van de belangrijkste spelers in het wereldmuziekveld (podia en festivals, artiesten, agenten, boekers, labels, media, muziekarchieven, relevante organisaties en instituten). In 2017 wordt de digitale versie verder ontwikkeld en permanent van updates voorzien. Eenmaal per jaar wordt een gedrukte editie van de gids gerealiseerd, die tijdens beurzen en evenementen wordt verspreid.

2.4 Profilering

Het WMFNL wil naar buiten treden om trends en kansen te signaleren, discussie en samenwerking te zoeken door aanwezigheid bij evenementen in het muziek- en cultuircircuit. Het gaat om evenementen als Buma Classical Convention (Utrecht), Injazz, Amersfoort Jazz, Cultuur in Beeld, bijeenkomsten van Fonds Podiumkunsten, Dutch Culture, VSCD, VNPF, enzovoort.

2.5 Internationale vertegenwoordiging

Babel Med (Marseille FR, 16-18 maart) en Womex (Katowice PL, 25-29 oktober)

Wegens de beperkte speelkansen op de Nederlandse podia is het noodzakelijk voor de sector om zich ook op het buitenland te richten. De afgelopen jaren heeft de Nederlandse wereldmuzieksector zich dankzij de Nederlandse stand beduidend beter internationaal kunnen profileren. Het is van belang om deze vertegenwoordiging, zij het in iets bescheidener mate, te continueren tijdens Womex en Babel Med.

De meeste musici kunnen zich geen eigen stand permitteren. Voor hen is vertegenwoordiging via de Nederlandse paraplustand van WMFNL van grote waarde.

Overzicht beursactiviteiten:

2.5.1 Dutch World campagne

De communicatie-uitingen sluiten aan op de reeds lopende 'Dutch World' promotie zoals deze het afgelopen jaar in gang is gezet. De aanwezigen op de beurs worden geattendeerd op de Nederlandse stand en activiteiten via e-mail, sociale media, de informatiebrochures en affiches. Een aantal veelbelovende acts wordt tijdens de beurzen extra in de spotlight gezet. Via de website, nieuwsbrieven en facebook worden de Nederlandse deelnemers op de hoogte gehouden van updates.

2.5.2 Paraplustand

De Dutch World paraplustand bevindt zich in een 'straatje' omringd door andere Nederlandse standhouders. Met een additionele bijdrage van deelnemers die een tafel huren kan een grotere gezamenlijke stand worden gerealiseerd. In de stand bevindt zich een informatiepunt met message service. Daarnaast wordt bij de stand de populaire informele netwerkbijeenkomst georganiseerd.

2.5.3 Netwerkdiner

Tijdens Womex worden bij dit diner rond 30 Nederlandse professionals gekoppeld aan relevante buitenlandse muziekprogrammeurs en sleutelfiguren. De buitenlandse gasten worden zorgvuldig geselecteerd en formeel door WMFNL uitgenodigd. Dit onderdeel wordt met support van de Nederlandse ambassade ter plaatse gerealiseerd. Uit de afgelopen jaren blijkt dat het netwerkdiner veel vruchten afwerpt, juist doordat de mensen in een besloten omgeving geconcentreerd met elkaar in gesprek kunnen gaan.

2.5.4 Enquête en evaluatie

Na afloop vindt een evaluatie plaats en onder de deelnemers wordt een enquête gehouden om de resultaten en reacties te meten.

2.6 Europese monitor marktverkenning

Aansluitend op de internationalisering heeft het WMFNL in 2014 het plan opgevat een doorlopende monitor van de Europese markt in te richten: de EWMM (European World Music Monitor). Inmiddels is hiertoe een netwerk met zo'n 12 Europese spelers opgericht.

Doel is het wereldmuziekveld op Europees niveau te versterken. Het Nederlandse sectoronderzoek 'Klankrijk & Kansrijk' (2012) geldt hierbij als model. Op grond hiervan wordt een monitor EWMM ontwikkeld op basis waarvan de Europese markt in kaart kan worden gebracht.

In het kader van de ontwikkeling van dit Europese kennisnetwerk zullen tijdens Babel Med en Womex op initiatief van WMFNL vervolg- netwerkbijeenkomsten worden gehouden. Daarbij wordt tevens gewerkt aan een EU-aanvraag.

3. Marketing/ publiciteit

Het zwaartepunt ligt grotendeels op verdere ontplooiing van de online-activiteiten. Een upgrade van de database en de website, onderhoud en uitbreiding van de redactie en social media activiteiten zijn noodzakelijk.

3.1 Marketing doelstellingen

- uitbreiden netwerk met nieuwe en jongere geïnteresseerden van 2200 naar 2600 in Nederland
- handhaven van 75-100 bezoekers per WBC-netwerkbijeenkomst
- gevarieerde samenstelling van bezoekers – ketenbreed – alle leeftijden – verschillende achtergronden
- versterking naamsbekendheid van World Music Forum NL en World Blend Café binnen de doelgroepen
- versterking van beeldvorming over Nederlandse wereldmuzieksector naar het bredere veld, nationaal en internationaal
- uitbreiding van het internationale netwerk (1000 naar 1500 contacten).

3.2 Doelgroepen nationaal/internationaal

- professionals die actief zijn op het gebied van wereldmuziek of interesse hebben in wereldmuziek variërend van artiesten, labels, boekers, podia, festivals, media tot instellingen, belangenorganisaties en fondsen, met een extra focus op aanwas van jonge muziekprofessionals
- overige professionals uit aangrenzende disciplines jazz, pop en klassiek en op het gebied van educatie
- geïnteresseerden in wereldmuziek uit het bedrijfsleven.

3.3 Strategie

- De uitvoering van alle communicatie geschiedt low-budget waarbij het zwaartepunt ligt op de online en social media.
- De bezuinigingen in de culturele sector stimuleren de behoefte om samen te werken met partners (podia, festivals, brancheorganisaties, media)
- Extra aandacht voor de profilering van het WMFNL en het WBC als platform en vertegenwoordiger voor professionals, met name door aanwezigheid op evenementen en (internationale) beurzen
- Binden van nieuwe en jongere geïnteresseerden via netwerken en organisaties binnen en buiten de creatieve industrie, o.a. via Conservatoria, Kunstvak-en Muziekopleidingen, WMDC, CineBlend, Bake Society, Atana, etc.
- Binnen de muzieksector ligt de focus op het benaderen van professionals die nog niet actief zijn op het gebied van wereldmuziek, zowel afnemers: labels, podia, festivals en media, als aanbieders: boekers, conservatoria en opleidingen
- Ook wordt samenwerking gezocht met andere belangenorganisaties als NtB, Sena, Buma Cultuur, NVPF, VSCD, de podia/festivals en media als Mixedworldmusic.com, Muziekwereld, Performers Magazine, BS, NoBorderZ.nl, Vrije Geluiden, en DJazzTV
- Ambassadeurs van binnen en buiten de sector betrekken bij de activiteiten van het forum
- Verslagen van alle activiteiten van het WMFNL worden gepubliceerd op de website: tekst, foto's en filmpjes
- Informatie over het veld is via de website en uitgaven toegankelijk voor programmeurs, muziekopleidingen, conservatoria, muziekjournalisten en kunstredacties
- Voor de professionele markt en de internationale promotie worden met de Dutch World campagne de highlights van de Nederlandse scene onder de aandacht gebracht.

3.4 Boodschap

- De nadruk voor de World Blend Café-bijeenkomsten ligt op: de netwerkfunctie, kennisuitwisseling, inspiratie, het stimuleren van nieuwe initiatieven en samenwerking. Iedereen die interesse heeft is welkom. Daarbij wordt gelet op het benadrukken van kwaliteiten als voortrekkersrol, innovatie, veerkracht en variatie, inspiratiebron, kansen en mogelijkheden voor de toekomst
- De Dutch World campagne richt zich op de presentatie van het Nederlandse wereldmuziekveld. Ook hierbij ligt de focus op eigenschappen als: voortrekkersrol, innovatie, veerkracht, inspiratiebron, en veelzijdigheid.

3.5 Online

- Mond tot mond reclame en online media spelen een cruciale rol om het netwerk blijvend te voeden en te stimuleren. Digitale aankondigingen worden via het netwerk, de website en de sociale media verspreid. Tussentijds ontvangen aangeslotenen regelmatig digitale nieuwsbrieven

- In samenwerking met partner-netwerken en participerende podia wordt extra bekendheid gegeven aan de World Blend Café's
- Buiten deze bijeenkomsten vraagt het netwerk permanente online ondersteuning. De website vormt het digitale netwerk en is het verlengstuk van de World Blend Café's. Via de site, linked-in, facebook, twitter en instagram worden discussies, reacties, nieuws uit het veld en interactie gestimuleerd. Via sociale media wordt tevens aansluiting gezocht met andere netwerken.
- Behalve verslaglegging, nieuwsberichten en aankondiging van de bijeenkomsten biedt de site een virtuele voorzetting met updates. Op de site zijn verslagen en publicaties beschikbaar en kunnen gratis agenda-items worden geplaatst.
- Via een digitale d-base op de website (en in print) zal informatie over het veld inclusief contactgegevens van de belangrijkste podia, festivals, artiesten, boekers, agenten, labels, distributeurs, archieven en organisaties in kaart worden gebracht en regelmatig van updates worden voorzien.

3.6 Offline

- Drukwerk en ander promotiemateriaal wordt via partners verspreid op locatie, tijdens evenementen en op beurzen waar de doelgroepen zich bevinden. Daaronder de uitgebreide Dutch World informatiegids met contactgegevens en facts & figures.
- Muziek- en vakpers worden op de hoogte gehouden en waar mogelijk wordt redactionele aandacht gegenereerd of gratis geadverteerd bij evenementen, beurzen, opleidingen, muziekstudio's, etc.

3.7 Monitor

- De bezoekerssamenstelling van de bijeenkomsten wordt gemonitord naar vertegenwoordiging van segmenten binnen de keten en naar nieuwkomers. Daarnaast worden feedback, resultaten en behoeften geïnventariseerd door middel van gesprekken met personen uit het veld.

4. Planning evenementen (data o.v.b.)

Type	Lokatie	Stad	Datum
expertmeeting	WMDC	Rotterdam	01 mrt
beurs / EU monitor	Babel Med	Marseille, FR	16-18 mrt
wbc	Bimhuis	Amsterdam	24 apr
expertmeeting	Bimhuis	Amsterdam	14 jun
wbc	Injazz	Rotterdam	23 jun
wbc	Bimhuis	Amsterdam	11 sep
beurs / EU monitor	Womex	Katowice, PL	25-29 okt
wbc	Doornroosje	Nijmegen	nov
wbc	Bimhuis	Amsterdam	11 dec

5. Over World Music Forum NL

World Music Forum NL (WMFNL) is een projectorganisatie, met een laagdrempelig open source netwerk van ruim 2000 muziekprofessionals (musici, programmeurs, labels, agenten, managements, journalisten etc.) die actief zijn op het gebied van wereldmuziek in Nederland. Het WMFNL is daarmee de enige structurele organisatie voor professionals in de Nederlandse wereldmuziek en is tevens de officiële vertegenwoordiger in binnen- en buitenland. Door het waarborgen van promotie en profilering van de sector in binnen- en buitenland wil WMFNL de beeldvorming en kennis over het Nederlandse wereldmuziekveld blijvend versterken opdat betere condities worden gecreëerd voor concrete boekingen en optredens.

WMFNL beschikt niet over een eigen kantoorruimte en ontvangt geen structurele inkomsten.

Jaarlijks worden projectsubsidies aangevraagd.

Er wordt onderzocht of het mogelijk is om op termijn structurelere inkomsten te genereren alsook een buffer met eigen vermogen op te bouwen.

Sinds de oprichting van WMFNL is de beleidsontwikkeling, projectleiding en communicatie in handen van directeur / projectleider Sonja Heimann, daarnaast is programmamaker / journalist Stan Rijken eindverantwoordelijk voor de artistiek-inhoudelijke invulling en presentatie van activiteiten.

Bij de adviesraad en het veld worden reacties en ideeën getoetst en behoeften van het veld geïnventariseerd. Adviesraadleden Emiel Barendsen (voorzitter) en Agnes Salverda (ex-programmeur van Paradiso) zijn regelmatig actief betrokken bij de invulling van de plannen. Daarnaast is onderzoeker Rob Boonzajer Flaes betrokken bij de ontwikkeling van de Europese monitor. Voor overige werkzaamheden worden regelmatig gespecialiseerde freelancers ingehuurd.

Partners: Het Bimhuis ondersteunt jaarlijks drie tot vijf World Blend Café's, Injazz is eveneens een vaste partner. Ook WMDC en Doornroosje willen in de toekomst regelmatig WBC-edities blijven hosten. Voor de internationale beursvertegenwoordiging op Womex wordt samengewerkt met Dutch Performing Arts.

Stichting WMFNL onderschrijft de richtlijnen van Code Cultural Governance en Code Culturele Diversiteit. Met het oog op de toekomst is het WMFNL zich bewust van de noodzaak om de organisatie van vers bloed te blijven voorzien. Permanent wordt een verbreding met nieuwe en jongere geïnteresseerden nagestreefd. Hiertoe wordt actief aansluiting gezocht bij netwerken en organisaties binnen de muziek- en cultuursector en creatieve industrie.

Bestuur World Music Forum NL

Oscar van der Pluijm, voorzitter (directeur World Music & Dance Centre)

Roy Budjhawan, penningmeester (ING bank)

Monica Akihary, secretaris (zangeres)

Andries van den Broek, bestuurslid (wetenschappelijk onderzoeker)

Annette Schneeman, bestuurslid (Schneehaas Communicatie & Organisatie)

Okke Westdorp, bestuurslid (hoofd afdeling Klassieke Muziek Codarts)

6. Financiën

De totale begroting voor 2016 bedraagt € 92.795,-

De aanvragen worden ingediend bij Buma Cultuur, Sena, Dutch Performing Arts, Amsterdams Fonds voor de Kunst en de Nederlandse ambassades in Frankrijk en Polen.

Bij Prins Bernhard Cultuurfonds is het na drie aanvragen niet meer mogelijk om nogmaals voor de doorlopende activiteiten een aanvraag in te dienen.

Dutch Performing Arts heeft aangegeven dit jaar alleen een bijdrage aan de vertegenwoordiging op Womex te willen leveren.

Naast de uitvoeringskosten voor projectactiviteiten is in de begroting een aparte post opgenomen voor de noodzakelijke bedrijfskosten. Hiertoe is gemiddeld 10% voor de bedrijfskosten gereserveerd. Aan de hostende podia van de WBC's wordt een substantiële bijdrage gevraagd.

De post inschrijvingskosten voor registraties voor de beurzen bedraagt €5.200,-; hiervan is €3.000,- gereserveerd voor vertegenwoordigers van bands die tijdens de beurs in de spotlight staan. Dit onderdeel wordt door Dutch Performing Arts ondersteund.

Om de laagdrempeligheid van het netwerk te waarborgen zijn de World Blend Café's gratis toegankelijk. Extra inkomsten worden gegenereerd door bijdragen van deelnemers aan internationale beursactiviteiten.

In de bijlage is de compacte begroting opgenomen. Indien gewenst is de gedetailleerde begroting beschikbaar.

7. Begroting 2017 World Music Forum NL

Datum: 9 januari 2017

	Totaal	Algemeen	WBC	Beurzen Profilering	Exp. Meeting	EU netwerk	internetgids
	<i>begroot</i>	<i>begroot</i>	<i>begroot</i>	<i>begroot</i>	<i>begroot</i>	<i>begroot</i>	<i>begroot</i>
AANTAL activiteiten	14		5	3	3	2	1
UITVOERINGSKOSTEN							
personeelskosten							
organisatie							
artistieke en zakelijke leiding	8.050	1.250	500	4.000	800	1.000	500
verkenning nieuwe markten	0	0	0	0	0	0	0
redactie / presentatie	6.900	750	3.750	1.000	1.400	0	0
adviesraad	750	750	0	0	0	0	0
productie / research	15.850	800	2.250	8.000	1.000	3.000	800
	31.550	3.550	6.500	13.000	3.200	4.000	1.300
muziek							
muzikanten	1.800	0	1.800	0	0	0	0
DJ's	200	0	200	0	0	0	0
techniek	2.500	0	1.600	0	900	0	0
	4.500	0	3.600	0	900	0	0
diversen - honorarium							
deurmedewerker	600	0	400	0	200	0	0
standbemanning	3.400	0	0	3.400	0	0	0
gast sprekers	800	0	0	0	800	0	0
	4.800	0	400	3.400	1.000	0	0
totaal personeelskosten	40.850	3.550	10.500	16.400	5.100	4.000	1.300
vervoer/transport							
reiskosten	3.700	0	550	2.550	100	500	0
transportkosten	650	0	0	650	0	0	0
	4.350	0	550	3.200	100	500	0
evenementbenodigdheden							
huur zaal / ruimte	1.000	0	0	0	1.000	0	0
huur stands	2.100	0	0	2.100	0	0	0
materialen inrichting	1.550	0	0	1.450	100	0	0
inschrijvingsk. /lidmaatschap	6.200	0	0	5.200	0	1.000	0
tradedinner en borrels stand	3.800	0	0	3.800	0	0	0
attentie sprekers	350	0	250	0	100	0	0
	15.000	0	250	12.550	1.200	1.000	0
verblijfskosten							
sejour / eten en drinken	3.250	0	1.650	1.000	500	100	0
overnachtingen	2.150	0	0	2.100	0	50	0
	5.400	0	1.650	3.100	500	150	0
totaal dagkosten	24.750	0	2.450	18.850	1.800	1.650	0
TOTAAL UITVOERINGSKOSTEN	65.600	3.550	12.950	35.250	6.900	5.650	1.300

PUBLICITEITSKOSTEN							
publiciteitskosten							
publiciteitsmedewerker	4.300	0	1.400	1.550	600	0	750
grafisch ontwerp	3.100	0	250	2.100	0	0	750
fotograaf	250	0	0	150	100	0	0
vertaalkosten	250	0	0	250	0	0	0
teksten	2.600	0	0	1.200	600	300	500
website	1.600	0	100	600	100	0	800
sociale media / verslagen	2.400	0	1.400	600	400	0	0
drukkosten	1.650	0	100	450	100	0	1.000
promotiematerialen	150	0	0	150	0	0	0
advertentiekosten	0	0	0	0	0	0	0
reiskosten publiciteit	0	0	0	0	0	0	0
representatie netwerkkosten	1.245	0	245	600	300	100	0
huisstijl	0	0	0	0	0	0	0
overige publiciteitskosten	400	400	0	0	0	0	0
TOTAAL PUBLICITEITSKOSTEN	17.945	400	3.495	7.650	2.200	400	3.800
BEDRIJFSKOSTEN							
bedrijfskosten							
financiële administratie	4.000	3.300	0	700	0	0	0
accountantsverklaring	1.250	1.250	0	0	0	0	0
secretariaatswerkzaamheden	1.000	1.000	0	0	0	0	0
huisvestingskosten bijdrage	750	500	0	250	0	0	0
kantoorartikelen	250	200	0	50	0	0	0
telefoonkosten	300	150	0	150	0	0	0
verzendkosten	130	100	0	30	0	0	0
postbuskosten	190	190	0	0	0	0	0
bankkosten	300	270	0	30	0	0	0
reiskosten	300	300	0	0	0	0	0
vergaderkosten	580	30	150	0	200	200	0
verzekering	200	200	0	0	0	0	0
overige bedrijfskosten	0	0	0	0	0	0	0
TOTAAL BEDRIJFSKOSTEN	9.250	7.490	150	1.210	200	200	0
TOTAAL KOSTEN	92.795	11.440	16.595	44.110	9.300	6.250	5.100
INKOMSTEN							
inkomsten							
inkomsten deelnemers	3.300	0	0	1.300	0	0	2.000
inkomsten zalen	5.000	0	4.000	0	1.000	0	0
	8.300	0	4.000	1.300	1.000	0	2.000
subsidies							
FPK	0	0	0	0	0	0	0
DPA	25.000	0	0	25.000	0	0	0
BumaCultuur	30.000	26.000	0	4.000	0	0	0
Sena	25.000	21.100	0	3.900	0	0	0
AFK	3.000	0	3.000	0	0	0	0
Nederlandse ambassades	1.500	0	0	1.500	0	0	0
	84.500	47.100	3.000	34.400	0	0	0
TOTAAL INKOMSTEN	92.800	47.100	7.000	35.700	1.000	0	2.000

RESUMÉ							
uitvoeringskosten	65.600	3.550	12.950	35.250	6.900	5.650	1.300
publiciteitskosten	17.945	400	3.495	7.650	2.200	400	3.800
bedrijfskosten	9.250	7.490	150	1.210	200	200	0
totale kosten	92.795	11.440	16.595	44.110	9.300	6.250	5.100
totale inkomsten	92.800	47.100	7.000	35.700	1.000	0	2.000
SALDO	5	35.660	-9.595	-8.410	-8.300	-6.250	-3.100