

# COPENHAGEN CHALK DAY 2016

*(verdens største kridtmaleri på hele Nørrebrogade!)*

*Alle inviteres til at være med og få det til at ske igen...*

*('Mere end 25.000 mennesker blev sidst aktiveret, inspireret og inkluderet! Nu følger vi op og involverer endnu flere!')*

## **INDEX:**

- 1) ..... **Résumé**
- 2) ..... **Ansøgning**
- 3) ..... **Budget**
- 4) ..... **Visuelt**

## **REFERENCER:**

<http://chalkday.com>

<http://ayy.dk>

## **KONTAKT:**

*artkunda@gmail.com*

*5279 8686 (Emil Klem/Soulwash)*

## **Résumé:**

Med verdens største kridtmaleri på Nørrebrogade 2015 som platform, og på utallige opfordringer fra folkedybbet, lokalmiljøet og de deltagende ønsker vi nu at introducere Copenhagen Chalk Day som en fast årligt tilbagevendende begivenhed, kreativ folkefest og et kæmpe socialt kunstværk.

## **Hvad skete der sidste år (søndag den 16. August 2015)?**

25.000 borgere gik sammen om at lave verdens største kridtmaleri på Nørrebrogade (som var spærret af for trafik og busserne var omlagt) – et kæmpestort fælles socialt kunstværk – og news spottet som blev produceret i forbindelse med verdensrekorden blev set af mere end 100 millioner mennesker verden over...

## **Hvad var vores vision?**

Vi ville skabe verdens største kridtmaleri, hvor gaden skulle være lærredet, og folket skulle være kunstnerne. Vi ville bruge kridtmaleriet som løftestang til en international city-art-branding af København, nærmere bestemt den multikulturelle bydel Nørrebro, der til tider har et blakket ry (et såkaldt kunstnerisk bydelsløft).

## **Hvad gjorde vi af forarbejde?**

Igennem en række partnerskaber samt fonds- og puljeansøgninger lykkedes det os at oparbejde en kapital på ca. 330.000 kroner. Vi indgik et værdibaseret partnerskab med den britiske farvevirksomhed, Reeves og med Adidas, ud fra devisen, at kunsten skal ud til folket og vi lavede en massiv presse- og kommunikationsindsats forud for eventen, ligesom vi aktiverede hele lokalmiljøet på Nørrebro.

## **Hvordan gik det?**

25.000 mennesker mødte op og deltog, danske medier dækkede eventet intensivt hele dagen, en repræsentant fra Guinness World Records var til stede, og da en professionel landmåler havde opmålt maleriet, fik vi, klokken 23:18, tildelt verdensrekorden. Maleriet var 18.598 kvadratmeter stort, og de sociale medier var ved at koge over af lovprisninger fra deltagerne, kunstnere og lokale såvel som børnefamilier og politikere m.fl.

## **Nåede vi Kina?**

Parallelt med afvikling af eventet, havde vi adskillige filmhold ude, som løbende klippede et news spot, som vi sendte ud til internationale medier allerede samme aften, som vi afviklede eventet. Via Reuters i London nåede vi ud til Washington Post, BBC, NBC og medier i hele Europa og Asien viste videoen, der sammenlagt har fået over 100 millioner unikke views verden over.

## **Hvordan var reaktionen?**

Frank Jensen: Utroligt!

Olafur Eliasson: Fantastisk!

René Redzepi: Vildt nok!

Chris Blackwell: This is great. Fantastic in fact. A wonderful idea!

Kirsten Delholm: Genialt! Hvordan fik I så mange folk til at komme og deltage?

Børn på gaden: Gør det igen!

### **Hvor er horisonten?**

I 2020 er det World Chalk Day, hvor mindst fem byer afvikler eventet på samme dato hvert år counting. World Chalk Day har følgende formål;

- 1) At hylde kunsten og fremkalde det legende menneske.
- 2) At få mennesker til at mødes på tværs af kulturelle, etniske og socio-økonomiske og politiske forskelle.
- 3) At skabe en kunstbaseret city-branding i de pågældende byer og dermed tiltrække nye erhverv, turister og beboere.
- 4) At World Chalk Day på sigt skal finansiere X-Artists; en udøvende kunstfond for børn og unge à la X-Men filmene, som vil etablere kunsthøjskoler/kunstkostskoler på verdensplan, der facilliterer kunstnerisk bevidsthed, læring, udvikling og produktion for ubemidlede, udstødte, utilpassede og anderledes tænkende børn og unge, stærkt inspireret af Danmarks kreative ånd og kulturelle DNA.

### **Hvad så nu?**

Før vi adopterer eventet til udlandet, vil vi nu først introducere Copenhagen Chalk Day som en fast årligt tilbagevendende begivenhed i København (denne gang på hele Nørrebrogade fra Dronning Louises Bro til Nørrebro Station) i August måned 2016. Dels fordi vi vil optimere vores egen ydeevne og effektivitet, dels fordi vi vil invitere repræsentanter fra potentielle kridtbyer til København for at overvære eventet. Parallelt med planlægningen af dette års event, er vi begyndt at opsøge samarbejdspartnere, nye byer og mere vovede locations. Vi har allerede dialog med Berlin, Rio Janeiro, Paris, Montreal, Bristol, New York, Philladelphia, Singapore og Jamaica m.fl.

### **Hvad har vi brug for?**

Vi har brug for medfinansiering. Vi har brug for partnere, der ser det kunstneriske-kulturelle-sociale potentiale før det kommercielle. Partnere, som ikke blot vil støtte os, men som vil være med til at besvare spørgsmålet »Hvordan kan vi bruge dette koncepts potentialer på meget højere planer?«. Vi er også interesserede i `sympatipenge`, men endnu mere interesserede i aktive partnerskaber, der kan og vil bidrage økonomisk og strategisk, og som vil være med til at udvikle og løfte konceptet såvel som tanken om at få kunsten ud til folket (som Asger Jorn sagde det... "kunst som andet end en luksusvare for de rige, som bør overvindes til fordel for kollektive handlinger i det offentlige rum!").

### **Hvorfor os?**

Fordi vi har fat i den lange ende. For ca. 330.000 kroner lykkedes det os at få 25.000 mennesker ned på alle fire og kridte igennem på asfalten, og det formåede vi at formidle til 100 millioner mennesker verden over. Ikke fordi vi er særligt dygtige PR-folk, men fordi vi har et stærkt koncept, der stikker dybt og får mennesker til at mødes og co-create, der får kunsten ud til folket, der rykker ved opfattelsen af byrummet (og vender op og ned på normal virkeligheden), og som har en brand value der rækker langt ud over, hvad man kan betale sig fra via verdens førende reklamebureauer! (Dette eventformat er 100% ufortyndet art marketing).

Kære Kultur- og Fritidsudvalget,

Hermed ansøgning om støtte til:

**Copenhagen Chalk Day 2016** ("Verdens største kridtmaleri på hele Nørrebrogade")

**Intro:**

Søndag, den 21. August 2016, vil Nørrebro, København og Danmark gå sammen i fællesskab og tegne kridtkunst på kørebanen af hele Nørrebrogade, fra Dronning Louises Bro til Nørrebro Station, og skabe verdens største kridtmaleri (i alt mere end 30.000 kvadratmeter stort og 2,3 kilometer langt!).

Et kæmpe socialt kunstværk, der symbolsk udfoldes på hele Nørrebrogade, hvor vi lægger de digitale smarte devices og telefoner væk og i stedet, er kunstnerisk skabende sammen, til stor glæde for de involverede, de lokale, det fremmødte publikum, bydelen, hovedstaden og vores land.

En kreativ folkefest og en positiv, kollektivt orienteret happening, der er åben for alle, med farver og mere end 50.000 forventede deltagere, glade legende mennesker på gaden, som sammen tegner verdens største kridtmaleri og slår et slag for den generøse kunst og det evigt skabende frisind. En begivenhed som vil plante sig i folks bevidsthed for altid!

Hele Nørrebrogade spærres af for al trafik og en ny lydkulisse indfinder sig: der monteres højtalere i el ledningerne på hele strækningen som afspiller solsorte sang, chikader, bølgeskvulp og vindens rislen i træerne (der bliver vendt op og ned på normal virkeligheden!). Enkelte indslag med opera og kor sang samt et brass band som vandrer op og ned af gaden påtænkes også. Ligeledes flyves der internationale kridtkunstnere ind til on-the-spot workshops og hold af oprindelige folk med stærke kridtudsmyknings-traditioner (kulturel brobygning). Delegationer fra fremtidige kridt-venskabsbyer inviteres også.

Alt dette kan igen, parallelt, udvikle sig til endnu en attraktiv branding af Nørrebro, København og Danmark med CNN helikoptere, satelit fotos, filmhold og en global viral solskinshistorie, der promoverer den kreative hovedstad, som i fællesskab laver verdens største kridtmaleri!

**Ansøgt beløb:**

100.000 KR.

**Tid og sted for projektets gennemførelse:**

Søndag, den 21. August 2016 på hele Nørrebrogade.

**Målgruppe og forventede antal deltagere:**

Hele Nørrebro, København og Danmark inviteres med ind i projektet, sammen med et hav af frivillige og med maksimal lokal forankring! Alle børn og unge og deres familier og andre entusiastiske mennesker og kreativt nysgerrige, gæster, turister, de lokale forretningsdrivende, foreninger, skoler og institutioner m.fl. Der forventes alt fra 50.000 deltagere og op.



**Formål:**

At lave verdens største kridtmaleri (igen) og skabe et kollektivt malerisk fremstød og en kunstnerisk happening, som gør kreativt brug af det offentlige byrum; hvor folket tager kunsten tilbage og indrages i et medindvolverende, netværksskabende kunstprojekt; som knytter nye sociale, kulturelle og faglige bånd, på tværs af gængse normer; og således bygges der bro mellem byen og borgerne.

En kunstnerisk fejring og "animation" af Nørrebro's mangfoldighed og rummelighed, der hylder det universelle, spontane og intuitive, og som byder alle mulige slags folk velkommen, i hjertet af Københavns multikulturelle zone.

Vi ønsker, via dette kæmpe fælles kunstværk, at sætte København og specielt Nørrebro's rummelighed, multikulturelle islæt og solidaritet i relief og dermed reetablere billedet af Nørrebro som hele Københavns (og Danmarks) bydel (Nørrebro udsættes jo, til tider, for en ganske ensidig fremstilling i medierne!).

Qva dette, får københavnere og de besøgende, muligheden for at give Nørrebro maximal kærlighed tilbage og samtidigt få deres kulturelle horisont udvidet. Derfor valget af Nørrebrogade, der symbolsk binder hele bydelen sammen og dermed er det perfekte lærred pga. den strategiske placering i Københavns mest befolkede og blandede bydel.

Byens infrastruktur transformeres på denne måde til et kæmpe, midlertidigt og demokratisk lærred for folket, der udtrykker sig kreativt direkte på byen og således bidrager København som en by (og som en konkret struktur) på flere associationsplaner, end vanligt.

**Tidsplan:**

APRIL/MAJ: Sponsorater, partnerskaber og samarbejdsaftaler, pre-hype, crow funding kampagne, visuel profil og identitet, platform, produktion af PR og kommunikationsmateriale samt drejebog og de første jungle trommer m.v.

JUNI/JULI: Tekniske detaljer, sikkerhedsforanstaltninger, rekruttering, PR kampagne, praktiske forberedelser, instruktion.

AUGUST: Sidste detaljer, justering af spændingsniveauet og den strategiske timing samt selve eksekveringen, håndteringen, praktikken og al logistikken, live news spot og international presse m.v.

AUGUST/SEPTEMBER: Afrunding, evaluering, regnskab, post-pressekørsel og trawl, content indsamling, redigering og produktion af film og resultat m.v.

**Segment:**

Profil, demografi/psykografi etc.

Kridt konceptet appellerer utrolig bredt, hvilket tydeligt kom til udtryk i det meget mangfoldige fremmøde ved første afvikling. Udover at henvende os utrolig bredt i vores nationale og internationale kommunikations- og pressestrategi, har vi fire særlige fokusmålgrupper:

- Ressourcestærke og aktive børnefamilier.
- Det trendsættende kunstmiljø der befinder sig mellem undergrund og det kommercielle. Herunder både udøvende kunstnere, kunstentusiaster og det kreative natteliv.
- Lokalsamfundet, hvor vi prioriterer en stærk forankring hos både beboere og erhvervsdrivende, således at det også bliver Nørrebro/bydelens projekt.
- Turister (kunst/kulturelt orienterede i særdeleshed).

Vi forventer 50.000 eller flere deltagere til Copenhagen Chalk Day 2016.

**PR/kommunikationsstrategi:**

Resultater fra sidste år: Foromtale i de fleste landsdækkende medier, live dækning af MetroXpress, TV2 News og TV-avisen, efteromtale af bl.a. Washington Post, Reuters, NBC, BBC samt nyhedsmedier hele verden over. Sammenlagt reach på over 100 millioner mennesker.

Til dette års afvikling kører vi en lignende medie- og kommunikationsstrategi med fokus på optimering af foromtale, livedækning fra internationale medier, nye mediesamarbejder og social media samt intensiv plakat/flyer kampagne.

Desuden vil vi lave en øget art marketing indsats forud for eventet, hvor vi har forskellige kunstnere til at lave store kridtværker rundt omkring i byen, som dermed reklamerer for selve dagen og større inddragende pop-up events samt kridtbogsudgivelse og crowd funding kampagne.

**Værdi/vi tilbyder (leverancer/afkast):**

Med første afvikling af eventet, engagerede vi 25.000 mennesker til aktivt at male og lege, og vi nåede efterfølgende ud til 100 millioner mennesker på verdensplan. På baggrund af det, vurderer vi, at vi kan tilbyde følgende:

- En usædvanligt engageret og aktiv publikumsgruppe, der er loyale overfor projektet og tankerne bag.
- En enorm national og international pressedækning, der kan aktiveres på mange måder.
- Et sympatisk koncept, der både er avantgarde og folkeligt, og som dermed er særdeles godt at blive associeret med.
- Direkte adgang til et købestærkt og trendsættende segment.
- Mulighed for fælles, værdibaseret koncept- og produktudvikling.
- Et overflødhedshorn af unikt visuelt content og euforisk associationsværdi med en solskinshistorie udover det sædvanlige!

## **Prioriterede optimeringer:**

- *Maksimering af lokal forankring/medarbejderskab:  
Mikroplan, græsrod og det lokale foreningsliv samt beboerne, institutionerne og de erhvervsdrivende.*
- *Beboerinformation:  
Større aktivering af Nørrebro (Københavns mest befolkede bydel) og skarpere og udvidet afspærringsinformation rettet imod de lokale bilister og specielt cyklisterne i al almindelighed.*
- *Visuel dokumentation:  
Internationalt news spot, kamerahold, fotografer, helikopterbilleder, satellitfotos, digitale platforme for interaktiv bruger involvering*
- *PR/Kommunikation:  
WoCo/Visit Denmark (internationalt info katalog og tiltrækningskanal) mhp. at tiltrække udenlandske kultur- og kunstturister/besøgende/deltagende.*
- *Interaktiv brugerdrevet digital involvering:  
Upload af billeder, post yourself etc. Det er et kollektivt socialt kunstværk og det er brugerne selv som laver værket og dermed skal de indrages i det digitale efterliv i endnu større omfang end sidst.*
- *Byrumstransformering:  
Konsolidering af den kunstneriske transformering (og det kunstneriske bydelssløft), selve fortrylningen af en af Københavns mest trafikerede veje samt maksimering af det menneskelige frirum (scenografi, lydkulisse, set-up etc.).*
- *Tematik/Art Direction:  
International kulturel udveksling, workshops med ind- og udenlandske kunstnere, maksimal mikro lokal forankring via øget tematik og kunstnerisk læring samt materiale anvendelse og de musikalske input m.v. Ligeledes øget implementering af den kunsthistoriske kontekst og dermed menneskehedens kulturelle historie og arv.*
- *Eksekveringshorisont:  
Verdens største kridtmaleri 2015 blev realiseret på under 3 måneder, hvilket kun kan lade sig gøre når målet er ekstraordinært inspirerende og dermed får græsroden frem i folk! Fremadrettet, er det af største vigtighed, at tingene afvikles med en længere tidshorisont og struktureret organisering.*
- *Finansiel bæredygtighed:  
Udvidet egenfinansiering via salg af merchandise og introduktionen af brugerbetaling, crowd funding og crowd equity m.v., samt corporate cultural responsibility.*
- *Blåprint/eksekveringsmanual:  
Monitorering og videns/erfaringsindsamling mhp. udfærdigelsen af egentlige eksekveringsmanualer, omhandlende alle tænkelige punkter af eventformatet.*

**Forventede resultater:**

En happening som folk aldrig glemmer (de har haft det rigtig rart og skabt noget stort og smukt; euforien, glæden, entusiasmen, tilstanden, generøsiteten, fællesskabet og lykkefølelsen!).

En verdensrekord til København i form af verdens største kridtmaleri. Et kunstnerisk bydelssløft af Nørrebro, som gør en positiv forskel.

Efterfølgende også en bogudgivelse, en vandrestilling og en hjemmeside om projektet og dets bevæggrunde, med kreativ overflod (film og foto), scrapbook, poetisk analyse og manifest, samt selve optagelsen i Guinness rekordbogen!

**Buzz:**

Rummelighed-Multitkulturel-Integrerende-Inkluderende-Most Liveable City-Folkelig interaktion med byrummet-Områdeløft-Bydelstolthed-Basic goodness-True togetherness-Art healing

**Platform (PR, partnere, ambassadører & associerede):**

Lokal forankring:

Nørrebro/Nordvest bladet (Nørrebro lokalavis)

Plakater og flyers i butikker samt street aktioner o.a.

De sociale medier (web online)

Hele Nørrebro (alle skoler, institutioner, foreninger, private, handlende, forretninger, kirker, moskeer, biblioteker, kulturhuse osv.)

Samt;

KK/TMF/KFF, Nørrebro Lokaludvalg, Citelum, Nørrebro Handelsforening, Ravnsborggade, Guldbergsgade, Assistenskirkegård, Jægersborggade, Stefansgade, Nørrebroparken, Den Røde Plads, Superkilen, Stengade, Rust, Global, Logik & Co., Quartz, Arbejderens, Solidaritetshuset, Eksskolen, Panum Institutet, Tiger, COOP/Brugsen/Kvickly/Irma, Meyers Madhus, Nørrebro Bryghus, Netto, Lagkagehuset, Adidas, Reeves, Movia, Sportsmaster, Ramasjang, Politiken, BUPL, Sparta, Tuborgfondet, Brødrene Hartmanns Fond, NCC, WoCo, Visit Denmark, Udenrigsministeriet, Ripley's Entertainment, Guinness World Records, Casper Christensen, Burhan G, Jan Gintberg, Jens Martin Strid, Thomas Blachman, Per Nørhaven, Peter Wibroe, Lennart Ricard, Christian Have, Peter Ingemann, Olafur Eliasson, John Kørner, Husk Mit Navn, Lars Lilholt, Bjørn Nørgaard, Pharfar, Lead Agency, PFL Skilte, Cph Volunteers m.fl.

**Alt Det Bedste**

Soulwash (cvr: 32004393 frivillig forening), Sortedam Dossering 3E, 2200 København N

Emil Klem (formand)

5279 8686

artkunda@gmail.com

Revisor:

Ping ApS v/Peter Ingemann

**PROJEKTERET OPTIMALT BUDGET: COPENHAGEN CHALK DAY 2016**

(VERDENS STØRSTE KRIDTMALERI PÅ HELE NØRREBROGADE (2,3 KILOMETER))

Alle beløb er inklusiv moms, da foreningen selv afholder denne

| UDGIFTSPOST   | NOTER   | BELØB   |  |
|---|---|---------|--|
| KRIDT/PIGMENT:  | 500.000 styks kunst kridt + flydende farve pigment + div. materialer                                    | 500.000 |  |
| PR/KOMMUNIKATION & BEBOERINFO/LOKAL OUT REACH:            | Pressechef, assistenter, strategisk kørsel, pressehåndtering, tryksager, promotion, sociale medier m.v. | 250.000 |  |
| GWR REPRÆSENTANT & OPMÅLNING:                             | Guinness World Records repræsentant (rejse, ophold, gebyr) + landmåler                                  | 65.000  |  |
| PROJEKTLEDELSE & PRODUKTION:                              | Eksekvering, forberedelse, ledelse, art direction, super vision m.v.                                    | 250.000 |  |
| RENGØRING:  | TMF (Byens Drift, Center for Renhold)   | 68.802  |  |
| TOILETTER:  | Roskilde Festival Rental  | 27.638  |  |
| AFSPÆRRING & SKILTNING & SECURITY:                        | TMF, Kbh.s Politi, Brandvæsnet, N. Lokaludvalg, Movia, PFL Skilte, Sparta, Cph Volunteers m.v.          | 95.000  |  |
| DOKUMENTATION & CULTURAL CONTENT:                         | Filmhold, fotografer, udstyr, news spot, klipning, produktion, helikopter m.v.                          | 150.000 |  |
| LYDKULISSE & UNDERHOLDNING & UDENLANDSKE KRIDT KUNSTNERE: | Udstyr, montering, projektering, fly, transport, forplejning, ophold m.v.                               | 150.000 |  |
| DELEGATIONER FRA INTERNATIONALE METROPOLER:               | Fly, transport, forplejning, ophold, sight seeing m.v.  | 50.000  |  |
| FORPLEJNING AF FRIVILLIGE:                                | Mad, drikke, transport m.v.   | 20.000  |  |
| REVISION:   | Ping ApS v/Peter Ingemann: Regnskab, økonomistyring, attestering  | 5.000   |  |
| UFORUDSETE UDGIFTER:                                      | Svarende til ca. 5% af det samlede budget   | 81.322  |  |

**UDGIFTER TOTAL****1.712.762**

Alle poster ansøges (\*Er bevilliget)

| INDTÆGTSPOST                           | NOTER                 | BELØB   |    |
|--|-----------------------|---------|----|
| KFU:                                   | Diverse udgiftsposter | 100.000 |    |
| NØRREBRO LOKALUDVALG:                  | Diverse udgiftsposter | 30.000  | *) |
| HARTMANNFONDEN:                        | Diverse udgiftsposter | 100.000 |    |
| TUBORGFONDET:                          | Diverse udgiftsposter | 50.000  |    |
| ARRANGEMENTSPULJEN:                    | Diverse udgiftsposter | 50.000  |    |
| ADIDAS:                                | Diverse udgiftsposter | 500.000 |    |
| REEVES:                                | Diverse udgiftsposter | 500.000 | *) |
| CROWD FUNDING & ANDRE SPONSORER/FONDE: | Diverse udgiftsposter | 382.762 |    |

**INDTÆGTER TOTAL****1.712.762**

NB. Egenfinansieringen er ikke værdisat men udgør eventets væsentlige fundament!



WORLD 9 days ago

# Copenhagen breaks Guinness world record for largest chalk pavement art



Oddly Enough



Copenhagen chalk art makes it into Guinness World Book of Records  
Monday, August 17, 2015 - 00:00



## Copenhagen chalk art makes it into Guinness World Book of Records

Monday, August 17, 2015 - 00:00  
People in Copenhagen create the world's largest chalk art painting, setting a new Guinness World Record. Pough out (no reporter remarks).  
In-View Transcript



- Shows
- Games
- Watch
- Join In
- Music
- Newsround**

## newsround

- Home
- News
- Sport
- Entertainment
- Animals



### Best video / audio



Watch Newsround  
2 hours ago



The w news  
21 Au

# Street art in Denmark sets new world record

17 August 2015 Last updated at 16:15 BST

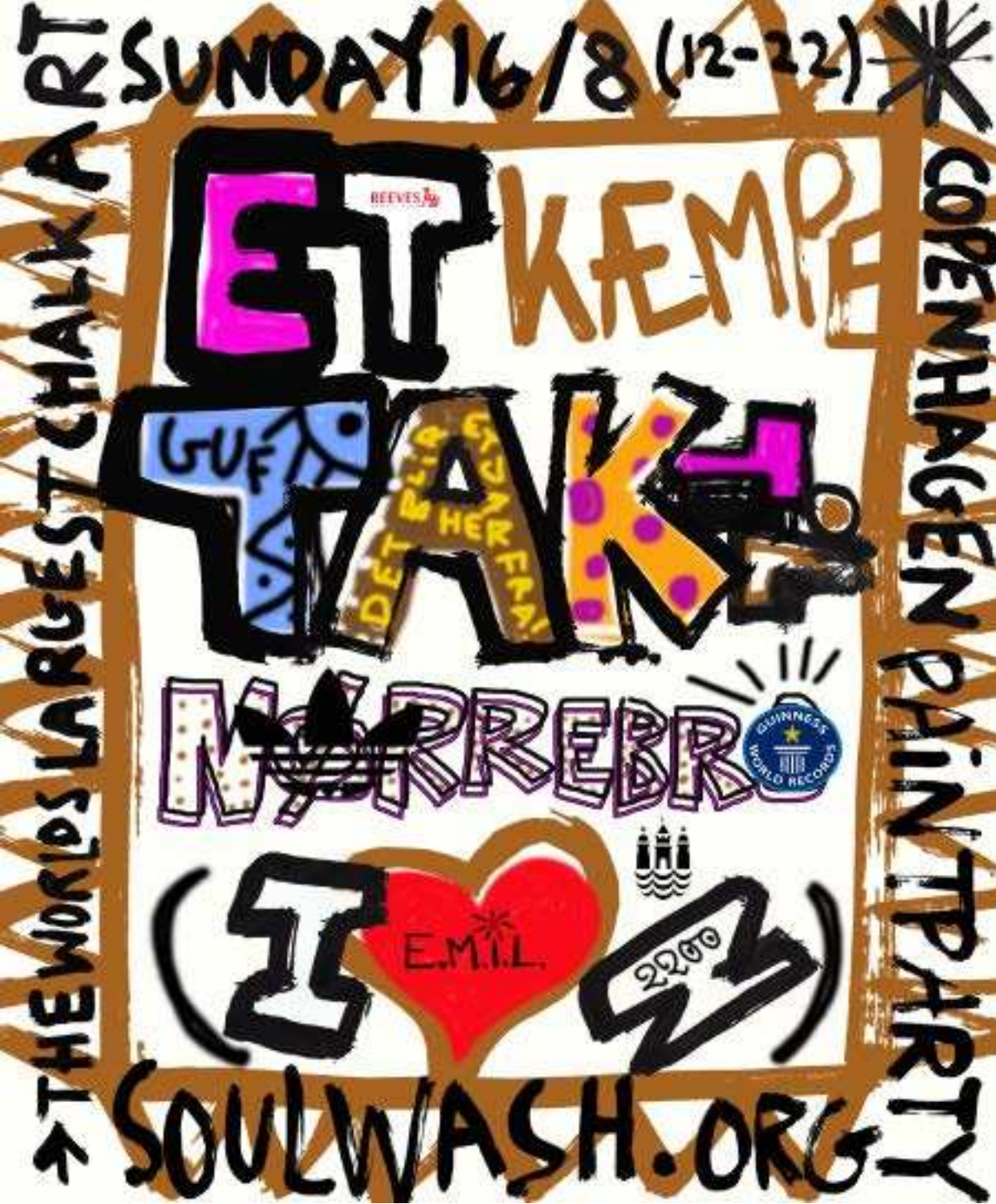
People in Denmark have made it into the record books for their incredible street art.

Thousands of locals and tourists helped to create the world's largest chalk pavement painting in Copenhagen.

The previous record was held by the United States.

Within hours more than a kilometre of pavement had been covered in flags, flowers and fantastic creations.





**CERTIFICATE**

The largest chalk pavement art measures 18,598 m<sup>2</sup> (200,187.2 ft<sup>2</sup>) and was achieved by Soulwash (Denmark), in Copenhagen, Denmark, on 16 August 2015.

OFFICIALLY **AMAZING**



A GUINNESS WORLD RECORDS CERTIFICATE IS A DOCUMENT THAT CONFIRMS A RECORD HAS BEEN SET BY AN INDIVIDUAL OR TEAM. IT IS VALID FOR LIFE AND IS NOT SUBJECT TO CHANGE. IT IS THE PROPERTY OF GUINNESS WORLD RECORDS AND IS NOT TO BE REPRODUCED OR COPIED WITHOUT PERMISSION.

WWW.GUINNESS-RECORDS.COM











































































































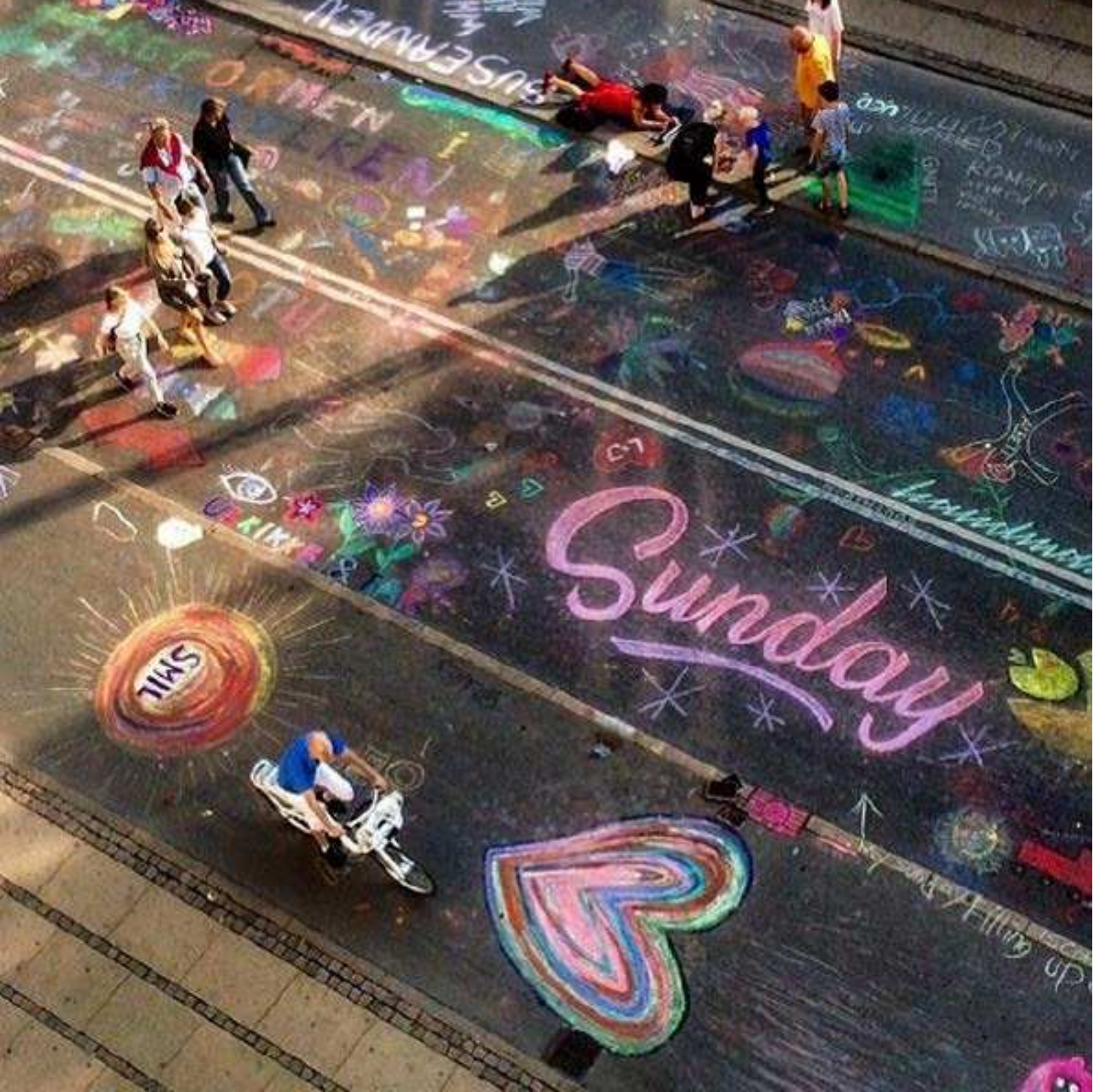




















MAKE ART NOT WAR





























LIV  
SELCHAU'S

























































































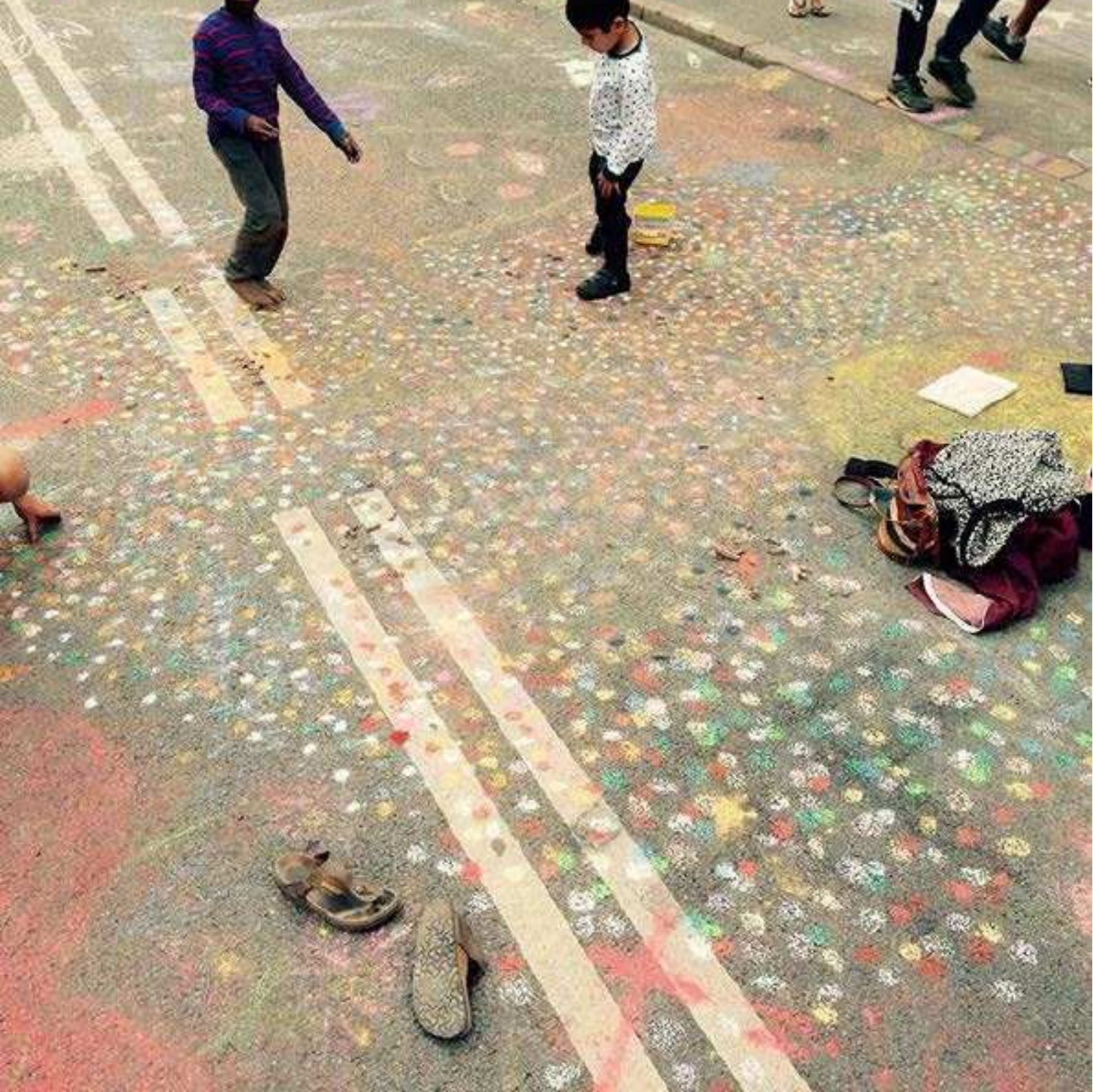






































# COPENHAGEN

CHRISTIANA

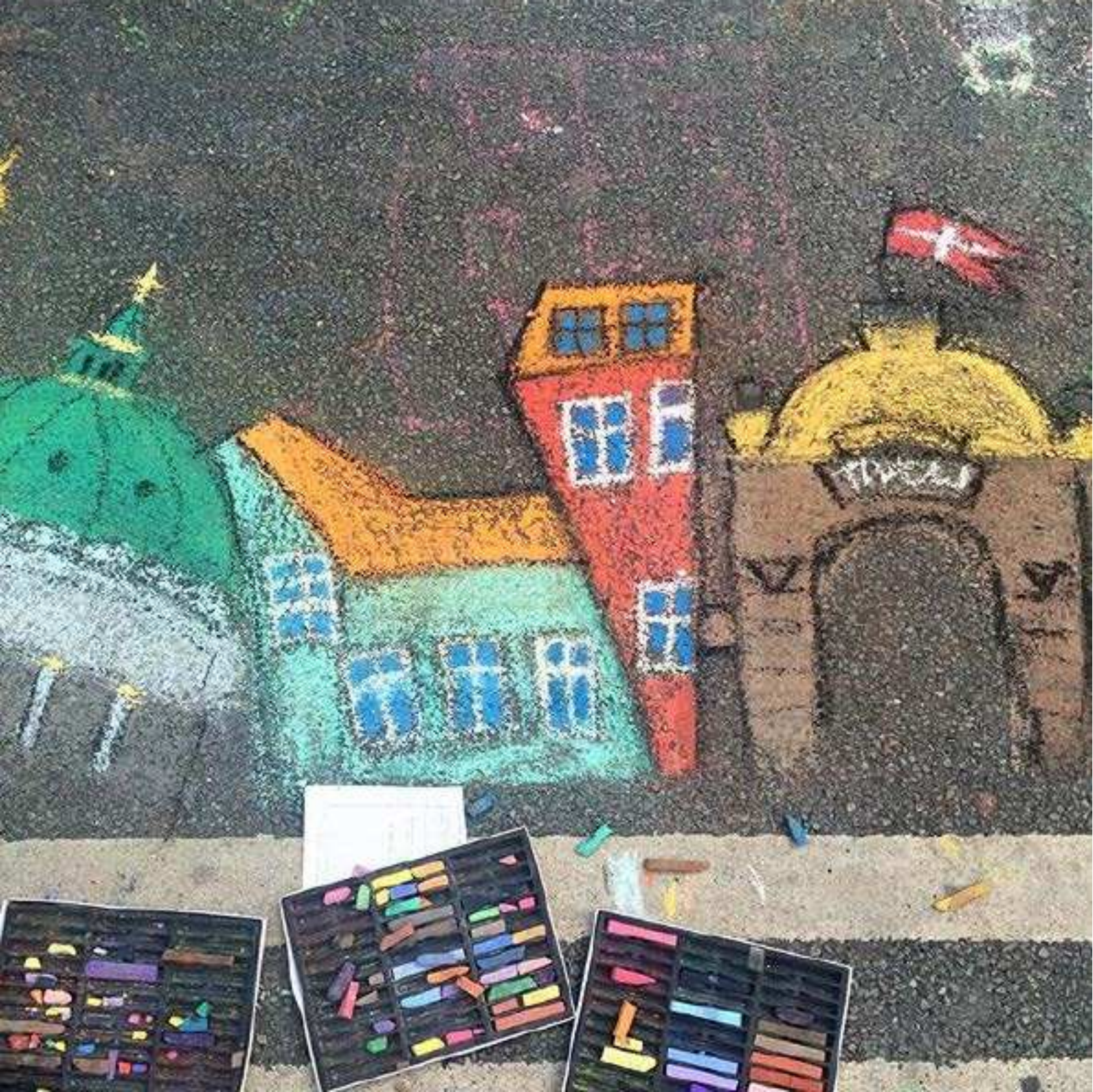
LAVET AF TINEKE OG MICHELLE



















IT'S ALL ABOUT LOVE

DTM. EUG

The  
other































