



Festival of Endless Gratitude 2024

Projektbeskrivelse

Indledning

Koncertforeningen Hovedstolen ("Koncertforeningen") ansøger hermed Københavns Kommunes Musikudvalg om 50.000 kr. i støtte til at afholde Festival of Endless Gratitude (FoEG) i 2024.

FoEG er en non-profit musik- og kunsthøjtid, der har været afholdt siden 2007 – og i København siden 2009. Festivalen afholdes typisk hen over tre-fem dage i september og præsenterer årligt ca. 20-25 danske og udenlandske musiknavne samt en række kunstnere via forskellige installations- og udstillingsformater.

Om Festival of Endless Gratitude - generelt

Koncertforeningen ønsker med alle sine aktiviteter at tilbyde et idérigt alternativ - båret af kvalitet, kant og relevans - ift. den brede mainstream, som ofte er dybt præget af kommercielle interesser. Visionen for Festival of Endless Gratitude er en fejring af livet i al dets forskelligheder, musikalske kulturer og kunstneriske praksisser fra alle verdens hjørner, hvor nysgerrighed, åbenhed og fællesskaber er i centrum. Samtidigt er det også en grundsten, at festivalen skal være *for alle*, uanset baggrund, køn, etnicitet, seksuel orientering m.v., og at det skal være et trygt og sikkert sted, hvor der er respekt for hinanden.

Festivalen arbejder målrettet på at skabe åbne, inkluderende og inspirerende koncertrum, hvor skellet mellem kunstner og publikum nedbrydes, hvilket f.eks. kommer til udtryk ved et fravær af backstage-område, og at de optrædende kunstnere i videst muligt omfang inviteres til at deltage under hele festivalen og ikke blot den dag, de optræder. Koncertforeningen ønsker at festivalen skal fremme dannelsen af netværk og relationer både indbyrdes imellem kunstnerne og imellem kunstnere og publikum.

Festivalen er i løbet af de seneste 15 år vokset til en internationalt anerkendt begivenhed i de eksperimenterende musikmiljøer. Festivalen præsenterer et eklektisk spænd af genrer; fra eksperimenterende rock og pop over psychrock, folk, improvisation, jazz, støj, elektronisk, moderne kompositionsmusik og avantgarde. Festivalen kuraterer ud fra kunstnerisk kvalitet, kant og relevans – ikke genrer.

Selvom det i praksis ofte går mod det eksperimenterende, er det Koncertforeningens credo, at FoEG skal præsentere avantgarde uden avantgardeindpakning – dvs., festivalen skal vedblive med at åbne sig mod og invitere nye publikumsgrupper, der ikke nødvendigvis er fortrolige med den musik, der spilles et stykke fra alfarvej og på festivalen.

Evaluering af FoEG2023

Festival of Endless Gratitude 2023 fandt sted 2.-4. November på Kildevæld Kulturcenter. Vi endte desværre med at bruge rigtig lang tid på at finde et venue, som vi havde økonomi til at betale, og som var egnet til festivalen. Det venue, vi havde skrevet ind i ansøgningen, viste sig at være *alt* for dyrt ift. tidligere år, ikke mindst set i lyset af, at vi ikke fik tildelt alle de ansøgte midler fra støttegivere. Derfor startede mange måneders søgen efter venue, som så også resulterede i, at datoerne blev nødt til at blive flyttet fra september til november. Vi var igennem mange forskellige steder, som alle var for dyre for en aktør som os. Til sidst fandt vi Kildevæld Kulturcenter, som kunne fungere til vores ambitioner og som vi kunne leje billigt og dermed fastholde mange af de oprindelige planer for programmet uden at gå for meget på kompromis med det kunstneriske.

Efter de indledende problemer med at finde et venue, blev Festival of Endless Gratitude 2023 en succes, både mht. fremmødt publikum og ift. det rent kunstneriske og programmæssige. Arrangørgruppen er meget tilfredse med afviklingen af årets festival og samarbejdet med Kildevæld Kulturcenter, som forløb gnidningsfrit og med gensidig forståelse. Kildevæld Kulturcenter var et spændende og fleksibelt venue, der bød på mange muligheder ift. opsætning og afviklingen.

Festival of Endless Gratitude 2023 bød på i alt 15 koncerter, en filmvisning, to installationsværker, poesiperformance og visuals. I løbet af de tre festivaldage præsenterede festivalen kunstnere fra så forskellige lande som Etiopien, Irak, Belgien, Holland, Serbien, Polen, Irland, England, USA, Brasilien, Australien, Spanien, Rumænien, Sverige og Danmark. Det er vores oplevelse, at vi nåede vores publikum, både de kernepublikummer, som følger festivalen fra år til år, og det lidt bredere, nysgerrige musik- og kunstinteresserede publikum i alderen 18-50, som festivalen fokuserer på.

Festivalen har formået at fastholde niveauet og de høje ambitioner i programlægningen med at præsentere danske og udenlandske kunstnere af højt, internationalt niveau, herunder bl.a. koryfæet Alvin Curran (US) og den etiopiske sangerinde Sosena Gebre Eyesus (ET), performance kunstneren Rick Myers (US), hollandske DJ Marcelle (NL) og det danske rockband Thulebasen (DK). Flere af kunstnerne optrådte sammen i nye konstellationer undervejs. Det var også første gang, vi afholdte en *community dinner*, hvor fællesspisning blandt både publikum, kunstnere og arrangører var programsat og alle blandede sig på kryds og tværs, hvilket er et koncept, vi sikkert vil arbejde videre med fremover.

Festival of Endless Gratitude 2024

I 2024 vil vi gerne videreudvikle nogle af de aspekter, som gør koncertforeningen til en unik del af det københavnske musik- og kunstmiljø, herunder...

- At præsentere en række internationale kunstnere inden for både nye og alternative musikkategorier, som ellers ikke ville finde vej til hovedstaden. De alternative scener for musik blomstrer rundt omkring i verden, og Koncertforeningen vil gerne bringe mere af denne musik til et dansk publikum
- At sætte fokus på den danske scene og dens vækstlag. Vi vil fremme, at de eksperimenterende nicher har en platform til at afprøve forskellige koncertformer og eksperimenter med udtryk
- At arbejde med talks og workshop-formater, hvor kunstnere fra ind- og udland får mulighed for at mødes i nye, frugtbare konstellationer
- Fortsat at styrke kendskabet til Koncertforeningens aktiviteter uden for landets grænser – dels ved målrettede PR-indsatser, og f.eks. ved at invitere udenlandske journalister til festivalen, dels som en følge af det program, der bookes

Idégrundlag og kunstnerisk profil

Koncertforeningen er en non-profit forening og drives udelukkende af frivillige. Foreningens kerneopdrag er at lave arrangementer i København med danske og udenlandske kunstnere uden at skele til kommercielle interesser og at kuratere ud fra musikalsk og kunstnerisk kvalitet, kant og relevans uden at skele til genrer. Koncertforeningen ønsker med alle sine aktiviteter at tilbyde et alternativ til den brede mainstream, der ofte er båret frem af og dybt præget af kommercielle interesser; et alternativ der er gennemsyret af høj, kunstnerisk kvalitet, nysgerrighed, fællesskab, åbenhed og med plads til eksperimenter.

Koncertforeningen har på den måde siden 2009 præsenteret et eklektisk miks af genrer spændende fra eksperimenterende rock og pop over psykedelika, støj, elektronisk musik, folk og traditionel musik, fri improvisation, jazz, moderne klassisk og avantgarde m.m.

Koncertforeningens idégrundlag og mission kan kort opdeles i syv punkter:

1. At præsentere et publikum for en række internationale kunstnere i høj klasse, som ellers ikke ville finde vej til hovedstadens scener
2. At sikre at den danske scenes eksperimenterende nicher har en platform til at afprøve forskellige koncertformer og eksperimenter med udtryk. Blandt dem et fokus på navne fra det danske vækstlag
3. At give kunstnere fra ind- og udland mulighed for at mødes i nye og anderledes konstellationer, der kan være med til at udvikle dem som kunstnere samt bidrage til dannelsen af nye netværk, der kan være kunstnerne til gavn, f.eks. i forbindelse med distributionen af deres musik og nye kunstneriske samarbejder
4. At præsentere musik i samspil med andre kunstarter på en måde, hvor de forskellige udtryk integreres, og det samlede udtryk bliver mere end summen af delene
5. At dokumentere og formidle afviklingen af nye og alternative musik- og kunst kategorier
6. At hjælpe til at profilere København som en kreativ og fremsynet storby, der fungerer som springbræt for og inspiration til musikscenens vækstlag
7. At skabe samarbejder med andre aktører på tværs af medier og genrer, og således styrke grundlaget for eksperimenterende og grænsesøgende musik og kunst i København.

Festivalrummet og uforudsigelighed er nøgleelementer

Arbejdet med det fysiske festivalrum er et nøgleelement i skabelsen af både den nærværende koncertoplevelse og den unikke, inspirerende og levende oplevelse, som Koncertforeningen ønsker at fremme. For at udfordre publikums nysgerrighed søger Koncertforeningen at fremme uforudsigeligheden som grundvilkår for publikumsoplevelsen. Ved at åbne for kunst, installationer, visuals, performance og andre medier kan Koncertforeningen præsentere andre sider af de optrædende kunstnere og nedbryde de grænser, der normalt er til stede mellem performer og publikum.

Anerkendte kunstnere og netværk

Koncertforeningen fokuserer på dels udenlandske kunstnere, der gennemgående er bredt anerkendt for deres musikalske færdigheder og fornyelser, og som ellers ikke ville finde vej til hovedstadens scener – og dels på både etablerede, eksperimenterende danske kunstnere og bands fra vækstlagene inden for den danske musikscene. Koncertforeningen forsøger ofte at kuratere og sammentænke de udenlandske kunstnere med de danske, f.eks. ved at lade dem indgå i fælles konstellationer. Således skabes der en platform, hvor dels udenlandske kunstnere præsenteres for et dansk publikum, dels danske eksperimenterende kunstnere kan eksponeres for et bredere publikum end vanligt.

Koncertforeningen har afholdt Festival of Endless Gratitude siden 2009, og i løbet af de 15 år er der opbygget et stærkt, internationalt brand og et netværk omkring festivalen som en unik og inkluderende begivenhed, som det er attraktivt at blive inviteret til at spille til. Koncertforeningen

har derfor bl.a. været i stand til at præsentere store musikalske pionérer som tyske Manuel Göttsching, Faust og Thomas Köner, franske Éliane Radigue og Pierre Bastien, amerikanske Sunburned Hand of the Man, Arnold Dreyblatt, Jandek, Suzanne Ciani og Dave Bixby, finske Pekka Airaksinen og mange, mange andre for relativt få midler.

Koncertforeningen ser sig som en væsentlig og definerende del af den eksperimenterende, københavnske scene, og vi tager i høj grad også del i den udvikling, der foregår. Samtidigt mener vi også, det er vigtigt at fastholde et anker for scenen, som kan være samlende, fornyende og inspirerende. Koncertforeningen ser fortsat sig selv som værende en af bannerførerne, når det gælder om at præsentere musikere i hidtil usete samarbejder ved at præsentere kunstnere, der aldrig eller kun enkelte gange før har optrådt i Danmark, eller ved at opsætte produktioner, hvor begrebet 'koncert' overskrides og blandes med andre kunstformer og visuals eller formater som talks.

Det betyder både, at FoEG er medvirkende til at sætte København og Danmark på landkortet internationalt, og at festivalen tilbyder en uforlignelig eksponering for især unge danske kunstnere i den eksperimenterende ende af skalaen. Eksponeringen på festivalen er et glimrende afsæt til at nå videre i det professionelle musikmiljø, som det f.eks. er sket for Emma Acs, Thulebasen, Dig og Mig, Synd og Skam/Af med hovedet-kollektivet, Irrelevantbitch101 m.fl..

Kommunikationskanaler og markedsføring

Koncertforeningen lægger vægt på at præsentere festivalen som en inkluderende begivenhed, der henvender sig så bredt som muligt. Det er et mantra, at Koncertforeningen skal servere nyskabende og udfordrende musik i øjenhøjde med publikum.

Koncertforeningen markedsfører sine aktiviteter via en række forskellige kanaler/platforme, som er relevante for forskellige publikumssegmenter. Flere af koncertforeningens medlemmer arbejder professionelt med kommunikation og markedsføring inden for både kultur- og NGO-branchen og har et bredt netværk inden for både brede og smalle medier.

Der sælges forsalgsbilletter gennem Billetto. Festivalens **hjemmeside** www.foeg.dk fungerer som landingsside og formidlingsmæssigt anker. Den primære kommunikation til vores målgrupper foregår via Festivalens **Facebook-** (www.facebook.com/endlessgratitude) **og Instagram-profiler** (www.instagram.com/endlessgratitude/). Derudover har Koncertforeningen profiler på diverse **musikfora** på internettet. Til festivalen udsendes gennemarbejdede **pressemeddelelser**, og Koncertforeningen har tidligere haft succes med at få omtale i dagblade, radio, lokalblade, tv og online medier samt diverse blogs. Hvert år produceres der desuden plakater og flyers af en nøje udvalgt kunstner/grafiker til ophængning og uddeling i Hovedstadsområdet. Her fokuseres på caféer, barer, pladeforretninger, spillesteder og uddannelsesinstitutioner.

Der lægges desuden vægt på **samarbejder omkring formidling og kommunikation med lokale aktører**. Koncertforeningen har her en dialog om fremtidigt samarbejde med bl.a. podcastmediet The Lake og spillestedet Alice m.fl. for at formidle og skabe opmærksomhed om festivalen. Også musikerne inddrages i kommunikationen. Ved at kryds-promovere indhold med danske og udenlandske artister, fremmer vi **kendskabet til festivalen både lokalt og internationalt**. Festivalen har tidligere haft succes med også at invitere udenlandske journalister og med at købe annoncer i udvalgte, relevante medier. Ambitionen er ikke kun at tiltrække flere gæster fra bl.a. England, Sverige, Finland, Norge, Italien, Østrig og Tyskland, men også fortsat at øge det internationale kendskab til Festival of Endless Gratitude som en væsentlig del af et nyskabende og genreoverskridende musikmiljø i Danmark.

Publikumssegmenter

Koncertforeningens arrangementer målrettes mod fire publikumssegmenter: 1) Et 'kernepublikum' (25-50 år), som er kendetegnet ved at være meget musikinteresserede og allerede kender til festivalen og dermed allerede følger den på nogle af vores kanaler 2) Et 'bonuspublikum' (23-65 år), som er kendetegnet ved at være kulturelt nysgerrige, men ikke nødvendigvis kender festivalen, kunstnerne eller den type musik, som præsenteres. 3) 'Det unge publikum' (16-23 år), som er kendetegnet ved at være musikalsk nysgerrige, men uden at have den store baggrundsviden om/erfaring med at navigere i det musikalske landskab, der præsenteres på festivalen. 4) 'Lokalmiljøet' (alle aldre), som er kendetegnet ved, at de hverken kender festivalen eller har kendskab til den type musik, som præsenteres, men som primært er interesserede i at deltage i aktiviteter i nabolaget.

Kommunikationen til **kernepublikummet** foregår primært via vores egne kanaler og fokuserer på præsentation og omtale af musikere/kunstnere gennem platform-specifikt indhold, som animerer til interaktion. Kommunikationen til **bonuspublikummet** foregår primært via pressen og annoncering på sociale medier gennem målrettede reklamer og kampagner baseret på interesser. Derudover får bonuspublikummet kendskab til festivalen og Koncertforeningens enkeltstående arrangementer, når deres netværk interagerer med indhold på vores kanaler.

I kommunikationen til **det unge publikum** lægges der vægt på en formidlende indsats i øjenhøjde med de unge. Markedsføringen består primært af distribution af flyers på uddannelsessteder i forbindelse med studiestart og målrettede annoncer og kampagner på Instagram. I 2023 er der blevet indført en studierabat på billetpriserne for at gøre festivalen mere attraktiv for de unge. Koncertforeningen gør desuden en indsats for at styrke de lokale vækstlag og skabe et fællesskab omkring musikken. Vi arbejder målrettet med at udvide og forny vores netværk af frivillige med unge kræfter. På den måde sikrer vi ikke kun, at Koncertforeningen også fremover kan eksistere, men at vi spreder ordet om festivalen og de enkeltstående koncerter blandt det unge publikum gennem private netværk.

Fællesskabet på festivalen er også omdrejningspunktet for kommunikationen til det 4. publikumssegment, **lokalmiljøet**. Ved at inddrage lokalmiljøet til de venues, som festivalen afholdes i, når vi ud til et segment, som i meget lav grad har kendskab til den type musik, som præsenteres. Det drejer sig om en forholdsvis lille gruppe af gæster, men den er til gengæld meget relevant, da Koncertforeningen her kan være med til at udvide musikalske horisonter ved at præsentere ny musik i øjenhøjde. Kommunikationen til dette segment foregår for det første ved at være på stedet og informere om festivalen, for det andet ved at inddrage lokale initiativer i festivalens aktiviteter, fx madlavning, workshops, gennem den lokale presse og ved at uddele flyers og plakater i nabolaget.

Frivilligt engagement

Koncertforeningen er et non-profit foretagende og drives udelukkende af frivillige. Det overordnede ansvar for Koncertforeningens aktiviteter ligger hos foreningens bestyrelse, som består af fem musikentusiaster. Derudover tæller Koncertforeningen yderligere 12-14 kontingentbetalende medlemmer. I forbindelse med afholdelsen af Koncertforeningens hovedaktivitet, Festival of Endless Gratitude, engagerer Koncertforeningen yderligere 30-40 frivillige til afvikling af festivalen.

Bæredygtighed

Koncertforeningen ønsker med sine aktiviteter at tage samfundsmæssigt ansvar og dermed agere så miljømæssigt forsvarligt og socialt bæredygtigt som muligt.

I 2024 er det et fokuspunkt for Koncertforeningen at arbejde med de områder af festivalen, hvor vi kan agere mest bæredygtigt i forhold til miljøet. Det gør vi ved bl.a. ved at genbruge og nytænke mange af de materialer, som Koncertforeningen har samlet gennem årene, og som opbevares på et lager mellem festivalaktiviteterne. Hvis der er brug for at købe nye materialer, er det en prioritet at købe brugt, hvis det kan lade sig gøre. Vi fokuserer også på at mindske papirforbrug og købe lokalt og økologisk ift. bar og mad - vi tilbyder altid publikum at købe mad under festivalen, og fremadrettet vil menuen der serveres som udgangspunkt være vegetarisk. Vi er klar over, at den rejseaktivitet, festivalen giver anledning til, medvirker til øget CO₂-udledning, og her forsøges det at mindske flyrejser så vidt muligt, og ellers at købe klimakompensation.

Det er også en indlejret værdi i Koncertforeningen, at den skal være inkluderende, åben og socialt bæredygtig. Det gælder både for dem, der er medlem af foreningen, såvel som dem, der deltager i dens arrangementer, at det skal være *for alle*, uanset baggrund, køn, seksuel orientering m.v., og at det skal være et trygt og sikkert sted, hvor der er respekt for hinanden. Det er et værdisæt, vi kommunikerer på hjemmeside og på vores kanaler, bl.a. som et sæt *safe space principles*. Derudover er det en central værdi i Koncertforeningens virke, at dens arrangementer altid er blevet prissat på et niveau, hvor langt de fleste kan være med, så længe det er økonomisk forsvarligt, så publikum i bred udstrækning har mulighed for at deltage. Derfor vil vi igen i 2024 også tilbyde rabat for studerende og unge. Det sker ud fra et ønske om at gøre festivalens arrangementer så tilgængelige som muligt for alle, uanset økonomisk baggrund, om man ung eller gammel, på SU eller har fast arbejde osv.

Historien bag Festival of Endless Gratitude

Den første FoEG blev afholdt i 2007 i Brattleboro, Vermont i USA. Den var centreret omkring områdets toneangivende og eksperimenterende musikmiljø, der under tiden kaldes *New Weird America*, og som for 10-15 siden nød stor international bevågenhed. En række stærke dansk-amerikanske forbindelser gjorde, at festivalen i 2009 emigrerede til København sammen med en ambition om at præsentere det danske koncertpublikum for musik, som ellers ikke ville finde vej til hovedstadens scener.
