BROSTENFEST

BROSTENFEST er et uafhængigt koncertformat, hvor vi transformerer byens alternative rum til spillesteder for én aften initieret af artisten såforsatan. Til Brostenfest bliver publikum til deltagere og medskabere - de finder og udvælger locations, foreslår artister og leger “skattejagt” efter lokationen.

DD. har vi afholdt fire events i København og Aarhus - bl.a. i en skatepark under Bispebjerg St. og ved DLG Fabrikken på Aarhus Havn med samlet ca. 2000 deltagere.

Nu videreudvikler vi formatet: 4 koncertaftener over hele landet hvor vi forstærker de lokale scener og skaber en platform til endnu flere kunstnere - bl.a. støttet af Statens Kunstfond.

Formålet med denne ansøgning er at søge støtte til koncerten i København, som vil blive den største af de fire koncerter.

Konceptet er:
- Koncerter og DJs på en alternativ, rå location i tidsrummet 18-22
- Eventet er åbent og gratis - alle skal have mulighed for at deltage
- Eventet bliver offentliggjort én uge før - deltagere skal selv finde præcis location gennem SoMe-posts og word of mouth
- Eventet er lokalt forankret i samarbejde med byens kulturaktører
- Formål om at forstærke det alternative, lokale musikmiljø og skabe oplevelser der huskes

Brostenfest udfordrer det traditionelle koncertformat ved at invitere publikum helt ind i maskinrummet og blive medskabere en unik aften i et byrum man normalt ikke befinder sig i. Vi booker lokale, aktuelle artister med fokus på repræsentativitet og diversitet. Vi læner os opad rave-kulturen med en kunstnerisk profil af alternative, uafhængige livenavne, der kan skabe energi og fest, men samtidig også udfordrer deres kunstneriske samtid - musikalsk, æstetisk og lyrisk. Hovedsagligt i subgenre af elektronisk, rap og rock.

Kunstnere, der overvejes engageret

Vi prioriterer kunstnere fra det alternative, uafhængige vækstlag med fokus på repræsentavitet og aktualitet. Vi vil hovedsagligt booke dansk og lokalt fra byerne, men ser også ind i muligheden for enkelte nordiske bookings.

Kunstnere der overvejes i København: såforsatan, SYL, Cevil, Alice AI, Lunaa (SE), Danjoo, Paydar, Spawner, Afskum, lille fucker, Masiv, legobygger123, Jakobe, Miaw, Smooch, SCAM (IS), Pleaser, 100%WET

Nuværende lokale samarbejdspartnere i København:
Køter Productions - København
Love Your Connections - Aarhus

Publikumsudvikling og markedsføring

Brostenfest henvender sig primært til Gen Z målgruppen 15-30 år, hvor den største indsats er på TikTok. Vi har udviklet et stramt koncept, af simpel, gentagende kommunikation som indtil i dag har givet os et organisk resultat med over 2 mio visninger og 80k interaktioner. Alt uden betalt marketing, men skabt for og med et voksende community.

Fællesskabet er blevet dannet på baggrund af følgende observationer og tiltag om målgruppen og kulturevents.

Unge vil opdage - ikke sælges til
Gen Z er vokset op med konstant digital marketing. Når noget føles planlagt eller reklameagtigt mister det sin autenticitet. Når publikum selv opdager bliver engagementet stærkere og de får ejerskab over det. Konceptet skal forstås på få ord og publikum skal selv få en følelse af at opdage det. Det undersøgte vi ved vores Tiktok-kampagne, hvor man kan se et udsnit af et opslag nedenunder.

Fællesskab opstår gennem deltagelse
Publikum bliver deltagere og ikke tilskuere. Når publikum selv finder location og hjælper hinanden bliver de medskabere af oplevelsen. Det giver stolthed og et stærkt tilknytningsforhold til Brostenfest - og i publikums egen viderefortælling.

Location som storytelling - Det "forbudte" skaber minder og sammenhold
Historisk har ungdomskultur været tæt knyttet til uofficielle steder: tunnelfester, warehouse parties og ravekultur. Ved at bruge rå, urbane locations bliver koncerten en historie i sig selv der huskes og deles - virtuelt og virkeligheden.

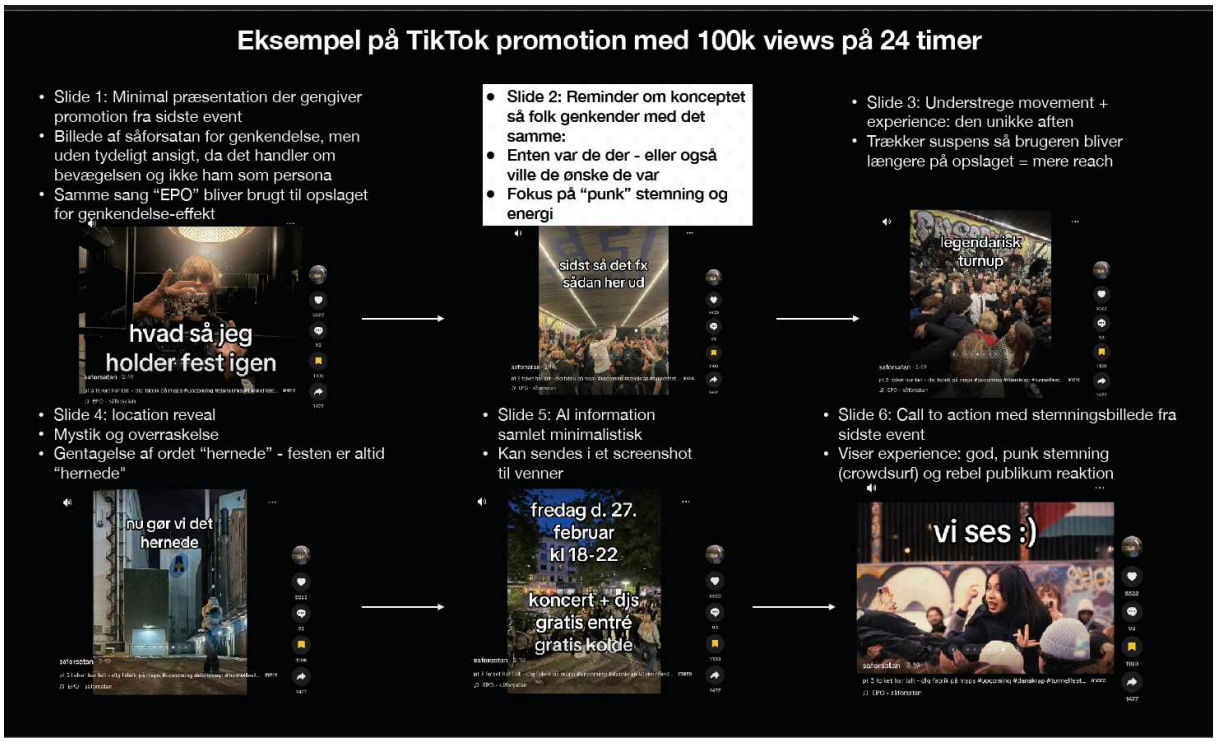
FOMO - Sker det her igen? Fællesskab og inklusion i det eksklusive
Ved at afholde det med én uges varsel, giver vi publikum en følelse af, at det er noget unikt, som man ikke vil misse - specielt hvis det er i en ny by (og en lokal stolthed, ved ens egen by).

Med den rå location og DIY marketing vækker vi den indre rebel i publikum. Er det en piratfest? Er det egentlig lovligt at deltage? Det giver en fællesskabsfølelse i at vi *sammen* gør "noget ekstraordinært (måske forbudt?)" - og slipper os selv løs i festen. Vi skaber fællesskab og inklusion i det eksklusive.

For en god ordens skyld: Vi har selvfølgelig altid alle tilladelser.

For at aktivere eventet og dets tilhørende marketing-kampagne, har vi skabt et "experience loop" der gentager sig selv. Det forklarer jeg her og nedenunder vises et eksempel på hvordan den simple Tik-Tok promovering fungerer fra såforsatans kanal.
Udover dette, arbejder vi også mod nye publikumsgrupper på andre måder: vi samarbejder altid med lokale aktører, som også trækker på deres netværk og kanaler. Derudover er koncertserien som turné i hele landet også en mulighed for at møde et publikum, som vi ikke ville møde, hvis vi blot blev i København og Aarhus.

Eventet skal være gratis at deltage i af flere årsager:
- Det giver alle unge, specielt de yngre 15-19, bedre mulighed for at deltage. Vi værdsætter inklusion og retfærdighed højt
- Det forstærker fællesskabet og den samlede skabertrang at vi ikke kræver et gebyr
- Samtidig letter det et pres om billetsalg for vækstlagsartisterne på programmet - som endnu ikke selv vil være i stand til at sætte en headliner-koncert op for så stort et publikum.



Beskriv hvordan flere af koncerterne er fornyende med hensyn til form, repertoire og/ eller musikere

Koncerterne er fornyende i deres valg af lokationer. Vi omdanner byens forladte rum og giver dem nyt liv, mens publikum får en unik oplevelse i at være til koncert i uvante rammer. Vi bruger den forladte, ofte industrielle, æstetik til iscenesættelsen af koncerterne og skaber en total oplevelse, der ikke er muligt på et regulært spillested.

Koncertserien er i konstant udvikling, da vi skifter lokation og by hver gang med publikum som medbestemmer. Oplevelsen skabes altså med publikum som en ligeså stor aktør som arrangører og kunstnere.

Vi prioriterer uafhængige, udgivelses-aktuelle kunstnere der udfordrer genrer og deres kunstneriske samtid. Vi holder os ikke til en bestemt genre, men kuraterer et lokalt lineup, hvor fællesnævneren er energiske live-koncerter, mod i udførelsen og et generelt godt håndværk - med input fra publikum selv via Tiktok. Det skal være fandenivoldsk.

Vi giver kunstnere, der er på nippet til gennembrud, en gratis platform og unik mulighed for at møde publikum i øjenhøjde uvante, men stadig professionelle rammer.

BROSTENFEST et modsvar til den etablerede musikbranche anno 2026, der i dag drives af algoritmer, volumen og betalt reach. Resultatet deraf er, at nye artister i dag kæmper om opmærksomhed, men sjældent bygger en reel forbindelse med publikum. Det vil vi ændre. Gennem mennesker og oplevelser, hvor lokationen indgår aktivt i historiefortællingen, skaber vi en langvarig forbindelse og et nyt fælleskab centreret omkring livemusik.

Afholdte koncerter i 2026

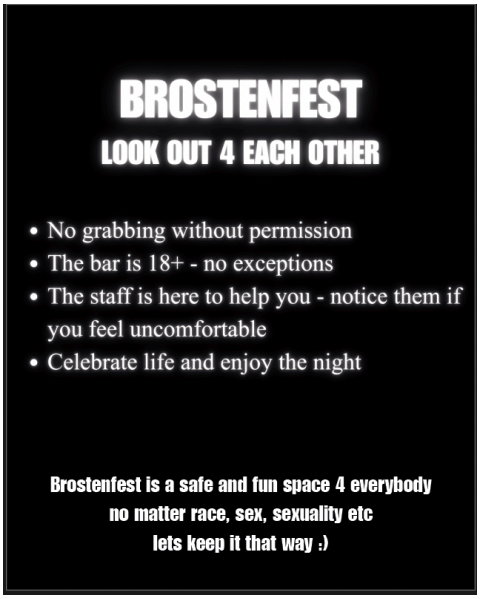
- København, Sortedam Dossering Tunellen, Livekoncert og 2 djs, 500 gæster
- København, Skatepark under Bispebjerg St - Livekoncert og 3 djs, 700 gæster
- Aarhus Havn - DLG Fabrikken - Livekoncert og 3 djs, 400 gæster
- København, Nørrebro “Himlen” - 1 livekoncert, 3 djs, 600 gæster

Nu søger vi om mulighed for at udvikle formatet og invitere flere kunstnere ind.

Arbejde med social bæredygtigtighed

Vi arbejder med social bæredygtighed internt i gruppen, i vores bookingprocess og til vores events.

Til vores koncerter har vi både autoriserede vagter, samt frivillige tryghedsvagter, som sørger for at alle har en god oplevelse, og som altid står til rådighed. Vi har en safe-space-policy, som både bliver kommunikeret på SoMe-opslag inden og op til koncerterne og ophængt flere steder på venue på selve aftenen. Her er vores safe space policy:



Vi er et gratis, uforpligtende kulturtilbud, der giver alle, uanset social, økonomisk eller etnisk baggrund mulighed for at deltage. Vi opfordrer alle, uanset køn, seksualitet, alder mm. at deltage og have en positiv, inkluderende og empatisk indstilling til at gå til koncerter. Da vi arbejder med en ung målgruppe, er vi også bevidste om et ansvar, “om at lære” deltagerne at gå til koncerter.

Samtidig er BROSTENFEST socialt bæredygtigt og til gavn for byernes kulturliv i hele landet, ved at give forladte stedern nyt liv og styrke den alternative musikscene, udenfor store pladeselskaber, med en gratis platform. Vi kan kun muliggøres gennem et stort frivilligtarbejde og derfor er den sociale trivsel generelt et stort fokus for os.

I bookingproccesen, har vi fokus på diversitet og repræsentation af køn, race og seksualitet i vores kuratering af line-up på hver enkelt koncertaften. Vi opfordrer publikum til at foreslå navne, som kan spille, og udvælger de bedste og mest kunstnerisk udfordrende i vores bookinggruppe.

Miljømæssig bæredygtighed
Da vi arrangerer koncerter på “ikke-koncert”-steder kræver det en ekstra hånd i både opsætning og oprydning. Vi arbejder altid med lokale leverandører af lyd, strøm, elektricitet og sanitet og har med dem, dialog om hvordan vi kan passe på miljøet bedst muligt.

Vi skraldesorterer på pladsen med genanvendelige skraldespande og vi har et hold af frivillige som hjælper med oprydningen.
Vores scenedele er genanvendelige og vi vil oftest foretrække at bruge lokationens eksisterende infrastruktur, for at undgå at sætte nye scener op - og også skabe en unik oplevelse.