Ansøgning om arrangementsstøtte (musik)

Arrangementet	
Genrer	Ny kompositionsmusik
Yderlig beskrivelse af genrer	Ny og ældre klassisk musik
Arrangementets titel:	PETROSEXUALITY/PETROCATASTROPHE
Startdato:	09-04-2027
Slutdato:	09-04-2027
Antal koncerter:	1

Sted
Koncertkirken
Blågårds Plads 6A, 2200 København N

Baggrundsinformationer	
Ønsket støttebeløb i kroner:	20000 kr.
Navne på deltagende kunstnere/grupper:	absalon string quartet Katrin Mathiesen Madeleine Andersson Copenhagen Lighting Studio Ad Sensum
Evt. relevant link til projektet:	

Kort projektbeskrivelse

Konceptuel klassisk koncert om oliens plads i verden:
Projektets kerne er en stramt iscenesat koncert hvor James MacMillans værk "Tuireadh" sættes op overfor Madeleine Anderssons videoværk "your hole is our goal". "Tuireadh" er skrevet som et mindeværk for ulykken på Piper Alpha olieriggen i 1988, hvor en brand endte med at koste 167 mennesker livet. "your hole is our goal" iscenesætter på kropslig vis produktion og forbrug af olie i en montage af videoklip. Omkring de to værker vil der blive opført orkesteruddrag fra Richard Wagners opera Tristan und Isolde. De tre værker vil i forskellige kombinationer udforske begreberne: olie, kærlighed og død. På scenen står den unge prisbelønnede absalon string quartet. Til at understøtte og forstærke den visuelle oplevelse af olie skaber Copenhagen Lighting Studio en kunstnerisk lysinstallation specielt til koncerten. I udtryk kommer lysinstallationen til, ved hjælp af programmerede LED-slanger, at forene olieproduktionens industrielle udtryk med kroppens bløde og organiske. Koncerten spilles 9. april 2027 i Koncertkirken i København, og efterfølges af et uformelt ‘nachspiel’ med DJ Felix Arthur, hvor publikum og musikere kan mødes.

Formidling af projektet

Vores strategi for markedsføringen af koncerten består i tre dele
digital annoncering
lokal fysisk markedsføring
medieomtale

Koncerten markedsføres med målrettet digital markedsføring på Metas platforme, på koncertstedets og arrangørens egne digitale platforme og hjemmesider, samt med tryksager på udvalgte steder (butikker, biblioteker, beværtninger) i lokalområdet på Nørrebro. Fordi det visuelle aspekt er så centralt i koncerten, har vi rigtig gode muligheder for at promovere koncerten på så visuelle dominerede medier som Instagram og Facebook.

For at kunne formidle koncerten, som den levende kunst den er i video og lyd, er der afsat budget til professionel dokumentation af projektet (bl.a. ifm. prøverne op til koncerten) til brug for videoannoncering.

Vi vægter et professionelt og ensartet visuelt udtryk i vores kommunikation. Derfor udarbejdes der også grafisk materiale, med udgangspunkt i videoværkets æstetik, som bliver den visuelle kerne i den digitale og fysiske markedsføring.

Vi har i tidligere lignende koncertprojekter opnået omtale i bl.a. P2 og lokale medier, hvorfor udarbejdelse og udsendelse af pressemeddelser også er en del af vores markedsføringsstrategi.