



Ansøgning om arrangementsstøtte (musik)

Arrangementet	
Genrer	Klassisk
Yderlig beskrivelse af genrer	
Arrangementets titel:	I kraft af tiden
Startdato:	20-06-2026
Slutdato:	20-06-2026
Antal koncerter:	1

Sted Xenon, Huset KBH Rådhusstræde 13, 1466 København K	
Foregår arrangementet flere steder? (Hvis ja, se bilag):	Nej

Baggrundsinformationer	
Ønsket støttebeløb i kroner:	15000 kr.
Navne på deltagende kunstnere/grupper:	AKELA strygekvartet: Clara Glasdam (violin), Gustav Ranum (violin), Kirsten Wilbrandt Kjær (bratsch) og Oskar Reuben Friis-Hansen (cello) Laurits Dragsted (klaver) Peder Lyngsø (videokunstner og filmfotograf)
Evt. relevant link til projektet:	

Kort projektbeskrivelse
Tiden går med faste skridt; solen står op, hjertet slår. Men hvad sker, når de markører, der indstifter vores forståelse af tidens gang, ophæves eller manipuleres? Koncerten I kraft af tiden bearbejder den kropslige erfaring af tid gennem musik og video, der kommenterer og dekonstruerer den lydlige og visuelle oplevelse af tid. Projektets kerne er en stramt iscenesat koncert hvor strygekvartetten Different Trains og konceptkunstværket Pendulum Music, begge af Steve Reich, spejles i et nyskabt videoværk af Peder Lyngsø – ledsaget af femte sats fra Olivier Messiaens Kvartet til tidens ende, som en musikalsk kontrast til Reichs musik. Medvirkende er den prisbelønnede AKELA strygekvartet og pianist Laurits Dragsted. Koncerten spilles 20. juni 2026 i Xenon, Huset KBH, og efterfølges af et uformelt Nachspiel med DJ Felix Arthur, hvor publikum og musikere kan mødes. Gennem koncertens forløb står Peder Lyngsøs nyskabte videoværk som det visuelle centrum. Værket beskæftiger sig med menneskets billedlige forståelse af tid og manipulerer de visuelle tidsmarkører, vi forholder os til – som en spejling af og refleksion over Reichs og Messiaens musik.



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 Indre By. 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 pressemeddelelser også er en del af vores markedsføringsstrategi.

Information om ansøger

Ansøgers navn	
---------------	--