



Ansøgning om arrangementsstøtte (musik)

Arrangementet	
Genrer	Klassisk
Yderlig beskrivelse af genrer	Musik fra barokken (år 1600-1750) samt evt. nykomponeret musik og renæssance-musik som mod/medspil til barokken.
Arrangementets titel:	Stenbroens Barokdage 2026
Startdato:	13-06-2026
Slutdato:	20-06-2026
Antal koncerter:	16

Sted Festivalen er ikke tilknyttet en fast lokalitet. I 2026 afholder vi koncerter i alle fire brokvarterer, herunder kirker, barer, kulturhuse m.m. Vedbækgade 12, 1., 2200 København N	
Foregår arrangementet flere steder? (Hvis ja, se bilag):	Ja

Baggrundsinformationer	
Ønsket støttebeløb i kroner:	50000 kr.
Navne på deltagende kunstnere/grupper:	I Fagiolini Baroksolisterne Dame Emma Kirkby Stenbroens Festivalkor Cantus Avium CPH Quarto Tom Ensemble Høxbro Duo Gilbert Martinez Stenbroens Festivalensemble Ensemble Geist Blåregn Ensemble Zimmermann
Evt. relevant link til projektet:	www.stenbroensbarok.dk

Kort projektbeskrivelse
Stenbroens Barokdage er en non-profit festival med fokus på lokalmiljø, fællesskaber og udbredelsen af barokmusik til et bredt publikum. Vi arbejder for at højne trivsel i de københavnske brokvarterer ved at tilbyde mindeværdige, fællesskabsstyrkende kulturelle oplevelser. Med festivalen sætter vi fokus på lokale initiativer og faciliteter som måske ikke er kendt for vores faste publikum, samtidig med at vi krydser veje med publikumsgrupper, der ellers ikke har barokmusik som en del af deres kulturforbrug. Vi tror på at fælles kulturelle oplevelser er med til at nedbryde barriere og skabe sammenhold på tværs af vores forskellige målgrupper. Stenbroens Barokdage er en turnerende festival og er ikke tilknyttet en fast lokalitet. I de fire forgangne år har festivalen fundet sted i et nyt brokvarter, hvert år. I anledning af festivalens fem



års jubilæum finder Stenbroens Barokdage 2026 dog sted i samtlige fire brokvarterer og festivalen spredes således, for første gang, ud over hele byen.

I 2026 præsenterer vi hele 16 koncerter, som er henvendt til forskellige målgrupper, herunder børn.

Vi arbejder aktivt for at alle, uanset baggrund, kan føle sig velkomne og favnet af festivalen.

Formidling af projektet

Festivalen markedsføres via sociale medier og online kulturkalendere, samt fysisk i gadebilledet med plakater og flyers. Vi arbejder med professionelle distributører, grafikere og content-creators om udbredelsen af festivalen.

Udover at blive markedsført som samlet festival, markedsføres de individuelle koncerter særskilt. Dette giver os mulighed for at markedsføre hver enkelt koncert direkte til den ønskede målgruppe.

Overordnet markedsføringsplan:

Primo marts:

Lancering af Festivalkor og de første hovednavne

Indsats på sociale medier med betalte annoncer og konkurrencer. Især brug af video og lydmateriale med de medvirkende

Medio april:

Lancering af flere koncerter

Indsats på sociale medier, hvor hver koncert målrettes et specifikt publikum

Primo maj:

Kampagne for at hverve frivillige til afvikling af festivalen; fokus på sammenhold og fællesskab og festivalens grundprincipper

Medio maj:

Lancering af fuldt festivalprogram

Indsats på sociale medier, kontakt til P2, annoncering i eventkalendre

Plakater og flyers i gadebilledet

Juni:

Løbende opdateringer; behind-the-scenes indslag; hilsner fra og interviews med optrædende kunstnere, fotos fra arrangementer

Information om ansøger

Ansøgers navn	
---------------	--