



WE'RE PLEASED

TO MEET US

Tilgængelighed, markedsføring og videreførelse

Målgruppe

Vi forventer, at den primære målgruppe vil være involveret i den klassiske og eksperimenterende musikscene i København, men vi søger også at tiltrække nye publikummer, som er nysgerrige på de frugtbare krydsninger mellem forskellige kunstneriske medier. Ved en work-in-progress-delning af nogle dele af værket i slutningen af et residency på IAC i Malmø havde vi et mangfoldigt publikum af koreografer, musikere, billedkunstnere og forskere med mindre kunstnerisk baggrund. Den enstemmige tilbagemelding var, at værket føltes originalt og nyt for dem, men at det stadig var relaterbart og fik dem til at tænke kritisk over temaerne. For at lette dette har vi indgået et samarbejde med **Xenon** (Huset i Magstræde). De er et knudepunkt i byen for forskellige kunstneriske udtryk, såsom teater, bandorienteret musik og visuel kunst. Ved at udnytte deres netværk og PR-metoder håber vi at kunne udvide vores projekts rækkevidde. Xenon har en kapacitet på 120 pladser. Vi forventer at få udsolgt til premieren gennem de kombinerede markedsføringsbidrag fra vores egen SoMe, plakatindsatser og audiovisuelle trailere samt Xenons online og fysiske markedsføring.

Miljø

Selv om projektet tematisk set ikke er centreret om miljøspørgsmål, har trio'en forpligtet sig til en socialt bæredygtig arbejdsmetode. Dette omfatter, men er ikke begrænset til, at sikre fair løn til alle deltagere i projektet og at opføre premieren lokalt for at undgå internationale flyrejser og de dermed forbundne CO2-emissioner i projektets tidlige levetid.

Social bæredygtighed og temaer

Selv om det æstetiske og musikalske indhold er eksperimentelt og kompromisløst, mener vi, at det tematiske fokus på "sårbarhed" og "autenticitet" (i forhold til emner som balance mellem arbejdsliv og privatliv, identitet og gruppemagtdynamik) kan give en tilgængelig indgangsvinkel for publikum, der har mindre erfaring med at overvære koncerter med moderne musik og tværfaglige arrangementer.

Under et ophold midt i processen indsamlede vi publikumsfeedback i løbet af en work-en-progress deling for at se, om stykkets primære temaer kommunikeres direkte og på en engagerende måde. Dette er et eksempel på at sikre et vedvarende og regelmæssigt engagement med vores publikum for at fremme en fællesskabsfølelse. I selve forestillingen ønsker vi at aktivere publikums rolle yderligere. Interaktionen mellem publikum og musikere er drevet af ambitionen om at skabe legende og performative oplevelser, der har en mindeværdig betydning, efter at publikummer har forladt koncertsalen.

Markedsføring

Ved at kontakte PR-folk på publikationer som *Seismograf*, *Politiken* og *Passive/Aggressive* vil vi bestræbe os på at sikre, at anmeldere deltager i premieren, for at skabe spænding omkring projektet. Anmeldelser kan legitimere et værk i potentielle partnerses øjne (festivaldirektører og producenter) med henblik på fremtidige opførelser.

Fremadrettet

Vi ønsker også at gøre resultatet tilgængeligt uden for koncertsalen, og derfor samarbejder vi med et professionelt produktionsteam under ledelse af *Niklas Ottander* om at producere en fyldig dokumentation af værket, som vil blive gjort tilgængelig digitalt og bruges til at pitche projektet videre ud i verden. For at sikre et fremtidigt liv for projektet, er vi allerede i dialog med *MINU Festival* (Kbh) om opførelsesmuligheder i 2024 og har til hensigt at præsentere værket for Europæiske festivaler som f.eks. *SPOR* (DK), *HCMF* (UK) og *Darmstadt* (DE) for at sikre projektet et turnéliv. Ved alle internationale turnéer vil vi sikre, at de er så bæredygtige som muligt.