

Minh Dynasty

Præsenterer:

Unearth



Københavns eventserie for futuristisk, global musik.

OM MINH DYNASTY

Minh Dynasty er et eventproduktionsselskab og kreativt bureau, der skaber kulturelle projekter for nyskabende kunst og musik. Minh Dynasty blev grundlagt i 2020 af Thinh T Petrus Nguyen. Til dags dato har Minh Dynasty bl.a lavet events, creative directed modeshows og produceret musikvideoer.



HVEM STÅR BAG MINH DYNASTY?



THINH T PETRUS NGUYEN

Thinh har 9 års erfaring i medie- og modebranchen, hvor han har skabt international omtale ved at rebrande det anerkendte danske modehus Han Kjøbenhavn, været Senior Creative hos VICE i Danmark og London, instrueret talrige musikvideoer for danske og internationale artister og creative dirket globale kampagner for brands såsom Coca Cola, Dove, Apple, Ralph Lauren, Desigual og Prada.



SEBASTIAN GABE

Sebastian har 9 års erfaring i medie- og musikbranchen, hvor han har produceret talrige musikarrangementer i København og London, skabt prisvindende kampagner, været musikredaktør for det internationale ungdomsmedie VICE og været projekt- og afdelingsleder for teams af 20+ ansatte arbejdende med events, journalistisk og markedsføring.

Sebastian har arrangeret og kurateret musikarrangementer på spillesteder som Pumpehuset, VEGA, Fabric i London samt lavet partnerskaber med festivaler som Roskilde Festival, Lovebox og Field Day.



MÅL OG VISION

Vi vil bruge vores erfaring til at løfte andre.

Minh Dynastys mål er at skabe forandring i samfundet ved at fremme minoriteters og vækstlagets repræsentation i København samt udvekslingen af kunst og musik mellem Danmark og udlandet.



UNEARTH 2024

I 2024 vil Uneath fortsætte sin positive udvikling fra 2023 med at skabe unikke og mindeværdige kulturoplevelser ved at gå fra ny aktør på markedet til kulturel drivkraft inden for koncertarrangementer i København.

Uneath udvider fra 3 til 4 arrangementer årligt med 6 i stedet for 4 koncerter til hver - en 60% stigning med i alt 24 årlige koncerter.

Det nye venue Motopol på Amagerbro tages i brug.

Uneath præsenterer endnu større navne relevante for målgruppen og flere artister uden for den vestlige verden for at fortsætte vores vision om progressivitet, diversitet og global repræsentation.

Derudover er målet at komme ud til flere nye publikumsgrupper, få omtale i flere danske og international medier samt få udfoldet marketingstiltag som merchandise og mere digitalt indhold.



INTRODUKTION TIL UNEARTH

I 2020'erne udvikler den elektroniske musik sig som aldrig før.

Med genrer som *deconstructed club*, *gqom*, *hyperpop* og *reggaeton* tager musikere soniske eksperimenter til nye grænsesøgende højder, som lytternes ører aldrig har hørt før.

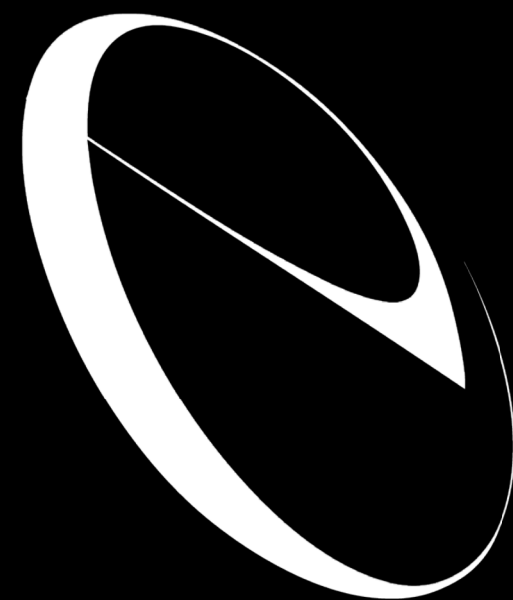
Og disse nye musikalske formsprog formerer sig i alle verdens hjørner - især udenfor den vestlige verden. Pladeselskaberne NAAFI i Mexico, Nyege Nyege Tapes i Uganda og Svbkvlt i Shanghai er bannerførere for progressive musikalske tendenser, hvor latinamerikanske, afrikanske og asiatiske rytmer fusioneres med futuristisk elektronisk musik.



Den moderne elektroniske lyd har fået jublende fans og rosende musikanmeldere over hele verden til at lytte nysgerrigt med. Også i Danmark.

Men selvom der er en enorm efterspørgsel for disse toneangivende nye artister blandt den unge danske målgruppe har de fleste af disse musikere aldrig sat fod på dansk jord.

Indtil nu.



EN EVENTSERIE, DER SKABER DANMARKSHISTORIE

I en serie af københavnske arrangementer ved navn Uneath præsenterer Minh Dynasty den nye bølge af danske og internationale musikere, der definerer lyden af i morgen og - i skrivende stund - ændrer den elektroniske musiks spilleregler for altid.

Med et fokus på originalitet, aktualitet og diversitet i forhold til kønsidentitet og race skaber vi et fælleskab hvor gæsterne bliver taget på en rejse i krydsfeltet mellem kunst og musik, der udfordrer koncertformatet i Danmark.

Vi identificerer innovative strømninger, der ikke følger typiske genrebegrænsninger og giver vækstlaget af nye talenter og minoriteter i Danmark en platform til at blive hørt side om side med internationale navne.

Ud over at bringe banebrydende musik til gæsternes ører er arrangementerne interdisciplinære audiovisuelle oplevelser bestående af installationer og visuals fra vækstlaget af danske og internationale visuelle kunstnere, der på elegant vis akkompagnerer lyduniverset.



TID, STED OG DATO

Unearths 4 arrangementer i 2024 vil finde sted på Basement Kbh på Vesterbro og Københavns nye venue Motopol på Amagerbro.

- 2. februar Motopol
- 27. april Basement
- 10. august Motopol
- 29. november Basement

Hvert arrangement har 6 koncerter i tidsrummet 20-04.

Der vil være 3 internationale navne samt 3 lokale til hvert arrangement.



2024 MUSIK-LINEUP



INTERNATIONALE NAVNE

Violent Magic Orchestra (Japan) (hun/hende), DJ Znobia (Angola) (han/ham), Scintii (Taiwan) (hun/hende), Elysia Crampton (Bolivia) (de/dem), Dj Travella (Sydafrika) (han/ham), Pvssy (Ecuador) (hun/hende), Thaiboy Digital (Thailand) (han/ham), Nkisi (UK/DR Congo) (hun/hende), Hyph11e (Kina) (hun/hende), Van Boom (Kuwait) (han/ham), Slikback (Kenya) (han/ham), DJ Lag (Sydafrika) (han/ham).



LOKALE NAVNE

Deb Foam (hun/hende), Dj Bl00d5port (de/dem), abji_hypersun (de/dem), Lovers Revenge (hun/hende), jjjacob (han/ham), Cynnamon (hun/hende), hexelectronix (de/dem), Tonser (han/ham), Suzie the Cockroach (hun/hende), Kuchulu (de/dem), Saddreng og Berstuk (han/ham), Dragongirl (hun/hende).



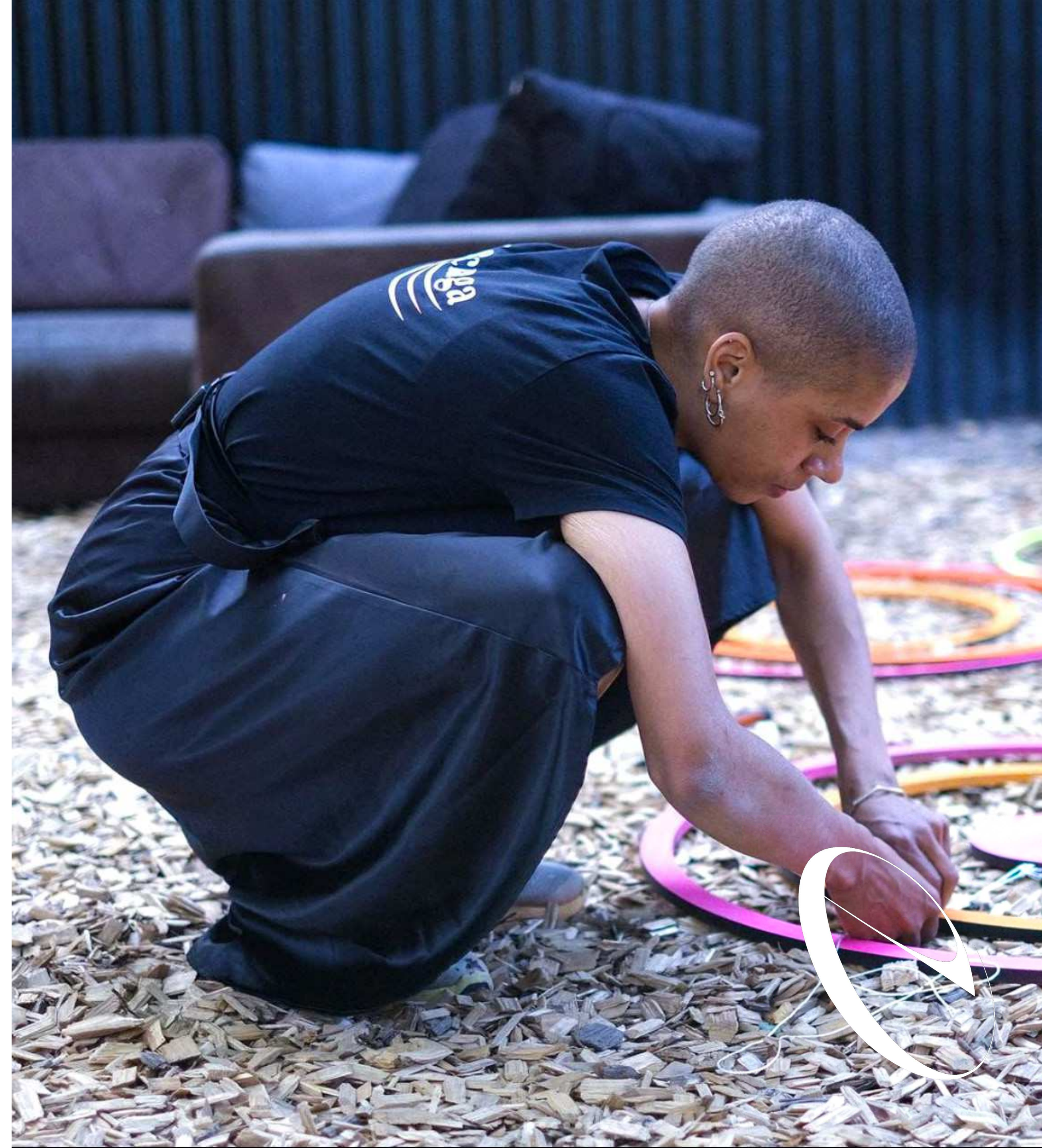
SOCIAL BÆREDYGTIGHED FOR UNEARTH TEAMET

Social bæredygtig er en kerneværdi for Uneath.

Det er vigtigt for os, at vi skaber et community-drevet fælleskab, hvor unge underrepræsenterede grupper og minoriteter er med til at få Uneath til at ske - fra afvikling og dør til teknikere.

Thinh er selv vokset op som etnisk minoritet i Danmark og både ham og Sebastian identificerer sig som queer.

Det er en stor prioritet for os, at kvinder, nonbinære og transpersoner er en del af teamet.



SOCIAL BÆREDYGTIGHED PÅ LINEUPPET

Ikke kun operationelt men også på scenen er diversitet og ligestilling i forhold til kønsidentitet og race essentielt for Uneath.

Dette kommer til udtryk i de foreslåede navne til 2024 hvor 75% er BIPOC og over 60% er nonbinære, transkønnede eller kvinder.



UNEARTH-MÅLGRUPPEN

Uearth er målrettet nye publikummer af unge, der for første gang i danmarkshistorien får mulighed for at se indflydelsesrige musikere fra hele verden live i København, som de hidtil har måtte streame i soveværelset.

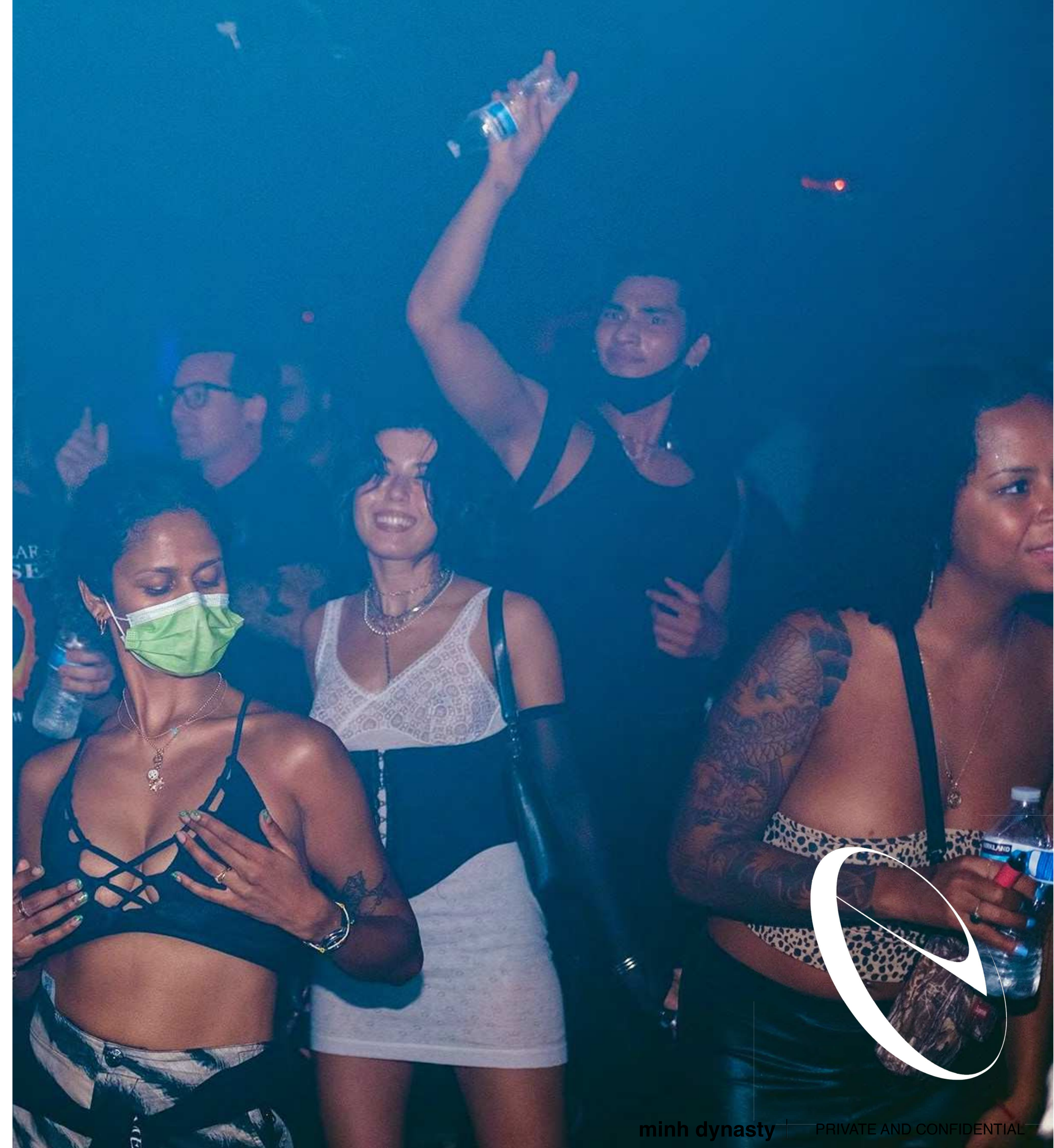
Uearth-målgruppen er fra generation Z og Y mellem 18-35 år og bosat i Hovedstadsområdet og andre større danske byer.

Grundet vores tilgang til internationale navne og diversitet i programmet er en stor del af publikum især LGBTQ2S+ og BIPOC.

Målgruppen er interesserede i kunst og kultur og læser medier som Politiken, Soundvenue og internationale medier som Resident Advisor, Fact Magazine og Dazed.

De er eventyrlystne i deres tilgang til livet, og selvom især de yngste af målgruppen ikke er just købestærke, så prioriterer de koncerter og festivaler i deres budget.

De følger med i hvad, der sker inden for nye kulturtrends og er enten fans af optrædende navne til Uearth-arrangementerne eller nysgerrige på at høre musik, de ikke har hørt før.



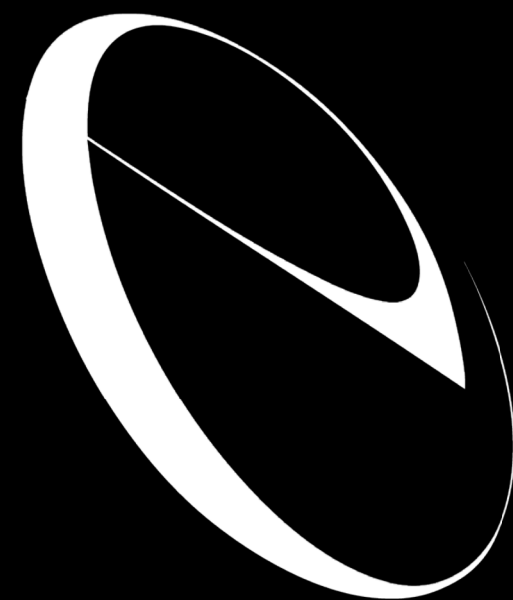
MARKEDSFØRING & PR
OWNED MEDIA



Vi tror på, at samfundsforandring sker både offline og online.

Unearths markedsføring og PR-strategi har til mål at fremme minoriteters og vækstlagets repræsentation i Danmark samt udvekslingen af kunst og musik mellem Danmark og udlandet ved at give artisterne omtale og styrke deres egne sociale medie.

Derudover er det vigtigt for os, at fælleskabet ikke stopper, når musikken slukker. Vi skaber et rum online for at starte en dialog og øge fælleskabsfølelsen mellem vores publikum og artister.

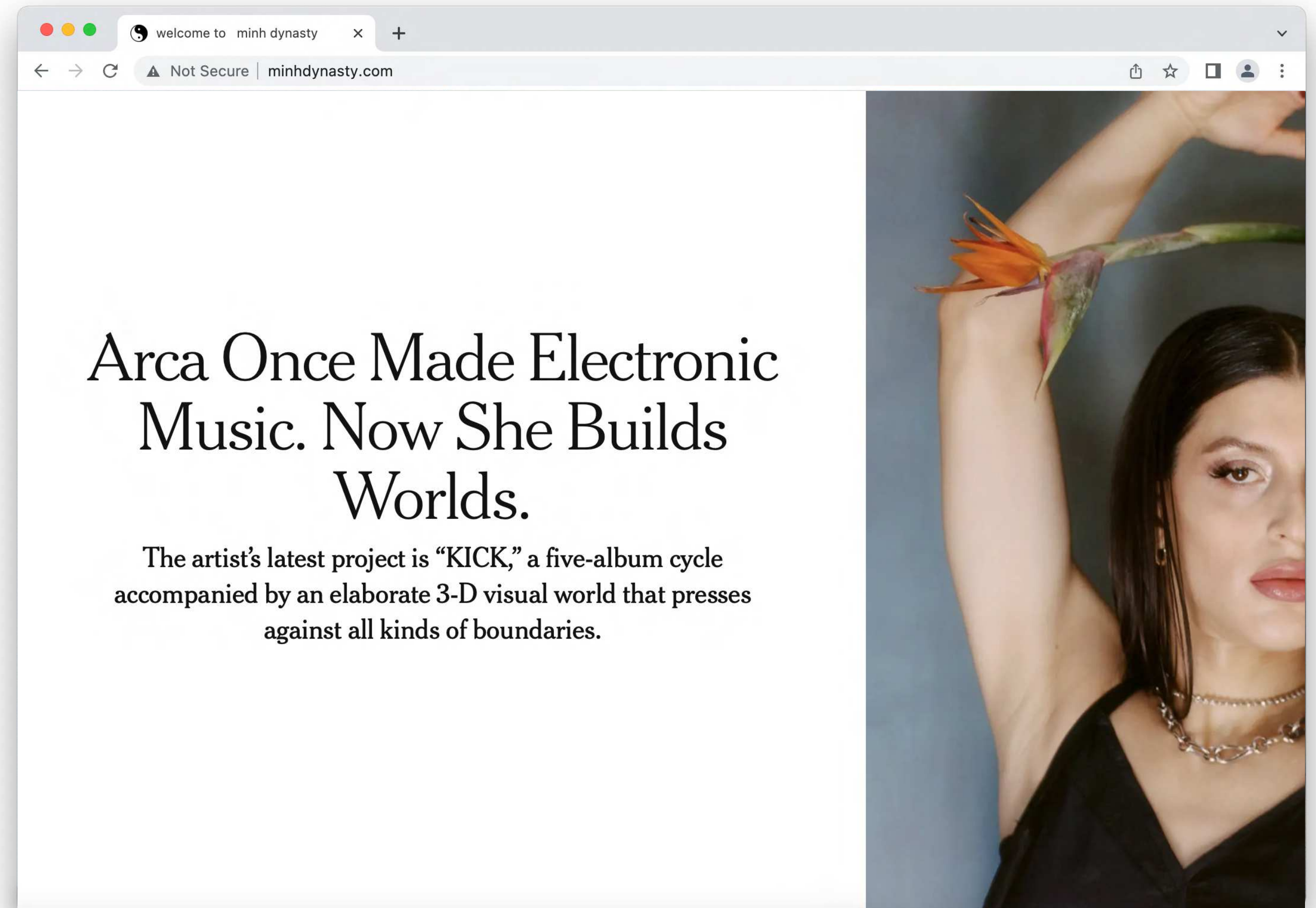


UNEARTH ONLINE

INDHOLD

Der vil være praktisk information om hvert event samt biografier med tekst, foto og musik player embeds for hver artist.

Mellem hvert arrangement, opdaterer vi vores website og sociale medier med nyheder omkring vækstlaget af futuristisk elektronisk musik og inviterer vores publikum i dialog ved f.eks. at stemme og kommentere på deres yndlingsudgivelser hver måned, som øger fællesskabsfølelsen.



FASHION MERCH

Med Thinhs erfaring og netværk i modebranchen skaber vi en kollektion i samarbejde med det danske modebrand Han Kjøbenhavn af t-shirts, hatte og bæltespænder, der fungerer som merchandise til at promovere eventserien.

T-shirtene vil have Uearth-logoet på fronten og musikprogrammet på ryggen og komme i forskellige farver.

Målet med kollektionen er at indrage modebevidste unge inden for målgruppen og brande Uearth i perioderne mellem arrangementerne, når musikken er slukket.

Vi vil give 50 stks. gratis til kulturelevante personligheder med mange følgere på sociale medier, som fungerer som brand ambassadører for Uearth.



SOCIALE MEDIER



PRÆ-PROMO

Op til hvert arrangement promoverer vi på tværs af de sociale medier Instagram, Facebook og Tiktok samt email.

Vi producerer specifikt indhold tilrettelagt de forskellige platforme i forhold til billede, video, længde og formidling af information:

- Facebookevent. Selvom størstedelen af vores målgruppe bruger mere tid på Instagram og Tiktok er Facebook stadig et effektivt promoveringsværktøj med deres eventfunktion.
- Flyer: IG feed + Stories. Vi producerer fire forskellige versioner af eventflyeren med forskellige farver og layout til at skabe variation.
- Promovideo med lineup: Instagram Reels. Reels har en større rækkevidde end andre dele af IG og når typisk ud til 60% flere brugere som ikke er følgere, så er en effektiv måde at promovere på Instagram.
- Posts om hver artist: Vi annoncerer programmet løbende og laver IG Feed + Story posts med foto og tekst om hver enkelt optrædende.



PRÆ-PROMO

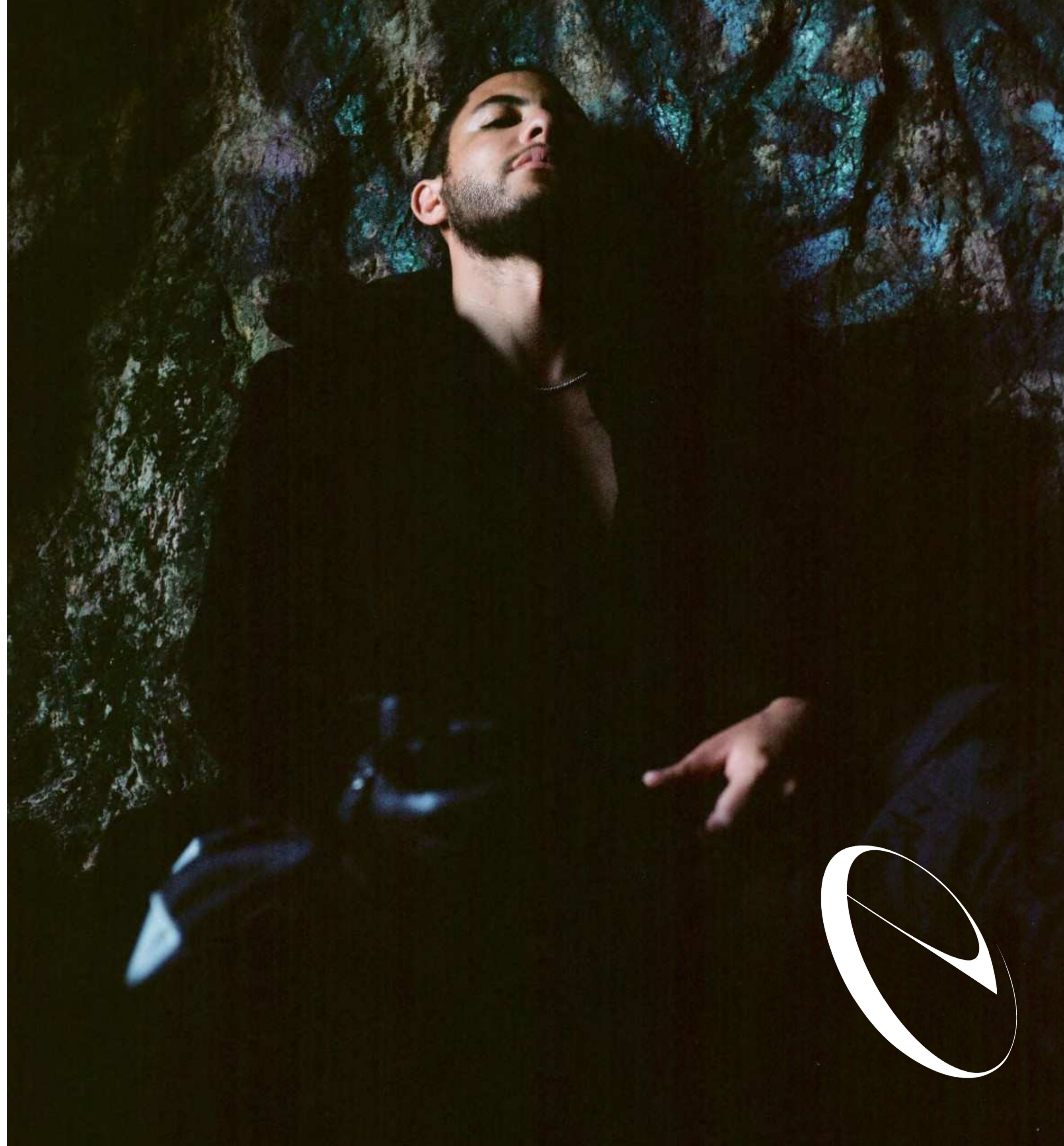
- Promovideo med artister: Tiktok + IG Stories. For at ramme den yngste del af vores målgruppe af generation Z vil vi lave videoer tilrettelagt TikTok, hvor indhold formidlet af en person er mere effektivt.

Disse videoer vil være optaget af 5 udvalgte artister på deres egne telefoner, hvor vi giver dem nogle guidelines semi-scriptet. Eksempel: "Hey everyone, this is Nkisi and I'll be playing at Uneath in Copenhagen on February 2nd, looking forward to seeing y'all."

- Promo til artisters egne kanaler: IG Feed og Stories - vi laver specifikt indhold til hver enkelt artists egne sociale medier.

Hver post på artisternes Instagram Feed vil være collaboration posts med Minh Dynastys Instagram, hvilket gør at vi når flere mennesker med hver enkelt post, og vi vokser artisternes kontoer med følgere fra Minh Dynasty.

- Promovering i FB-grupper med fans af eksperimenterende elektronisk musik.
- Seeding af promoveringsmateriale til netværk af pladeselskaber og promotere i Kbh.



PROMO UNDER OG EFTER ARRANGEMENTERNE

- **Under arrangementerne:**

Vi laver en Instagram Story video, der følger et narrativ, hvor gæsterne bliver taget med på en rejse fra opsætning til performances, hvor vi dokumenterer koncerterne og laver videointerviews med udvalgte artister. Vi laver collab posts og tagger alle artister for at aktivere deres følgere.

- **Efter arrangementerne:**

Vi optager koncerterne, som efterfølgende vil blive udgivet som lydmixes på vores hjemmeside og Soundcloud.

- Derudover lægger vi udvalgte korte videoklip ud som IG Reels og Tiktoks som overskydende materiale fra IG Story videoen.

- Vi har en fotograf til Uneath, som tager billeder i lægger op efterfølgende.



SAMMENLAGT INDFLYDELSE PÅ SOCIALE MEDIER

Egne sociale medier til rådighed for promovring:

[Minh Dynastys](#) Instagram (3.8K følgere)

[Thinhs](#) Instagram (2.5K følgere)

[Thinhs](#) Facebook (2.1K følgere)

[Sebastians](#) Instagram (2.2K følgere)

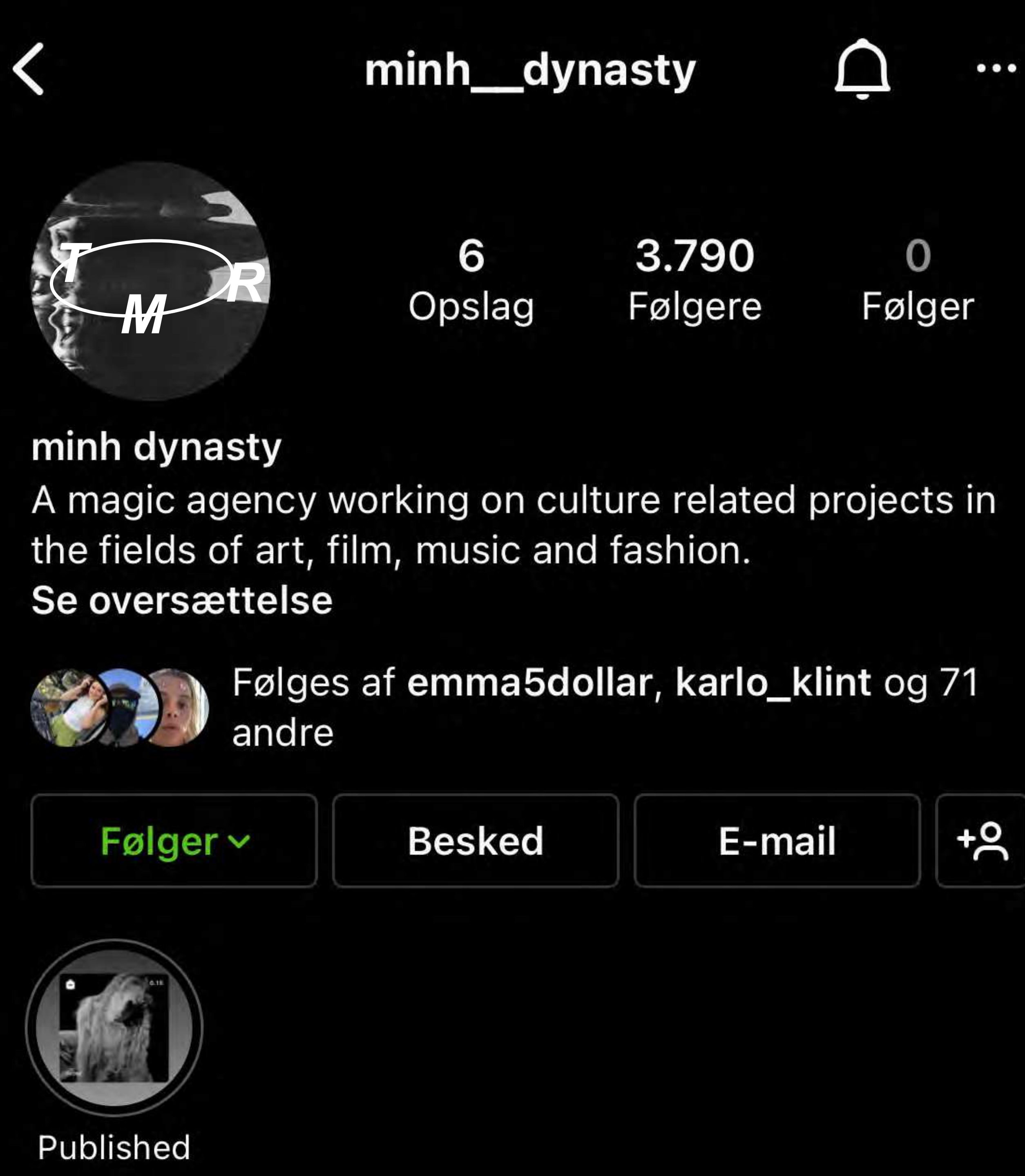
[Sebastians](#) Facebook (1.8K følgere)

= 12.000 følgere

Eksempler på artisters sociale medier:

[Thaiboy Digital's](#) Instagram (226K følgere)

Sammenlagt med egne kanaler og artisters kanaler rammer vi over en halv million følgere på tværs af Facebook, Instagram og TikTok.



The screenshot shows the Instagram profile for 'minh_dynasty'. At the top, there is a back arrow, the username 'minh_dynasty', a notification bell, and a menu icon. Below this is a circular profile picture featuring a globe with the letters 'T', 'M', and 'R' overlaid. To the right of the profile picture, the statistics are displayed: 6 Opslag, 3.790 Følgere, and 0 Følger. The name 'minh dynasty' is shown in bold, followed by a bio: 'A magic agency working on culture related projects in the fields of art, film, music and fashion.' Below the bio is a link to 'Se oversættelse'. A row of three small circular profile pictures is shown, followed by the text 'Følges af emma5dollar, karlo_klint og 71 andre'. At the bottom, there are four buttons: 'Følger' (with a dropdown arrow), 'Besked', 'E-mail', and a plus sign with a person icon. Below the buttons is a post thumbnail showing a dog, with the word 'Published' underneath it.

EARNED MEDIA



INTERNATIONAL PRESSE

Vi arbejder sammen med musik PR-bureauet **Modern Matters** for at få omtale i udvalgte internationale musikmedier. Modern Matters har stor succes med at promovere artister og events indenfor samme kulturområde som Minh Dynasty med festivalerne Unsound, Atonal og Mutek.

Vinklen, der bliver skubbet til journalisterne er:

København for første gang har en eventserie med et exceptionelt nyskabende og globalt program, som er af højere kvalitet end andre events af samme størrelse for elektronisk musik i Europa.

Medierne vi fokuserer på er: The Guardian, Resident Advisor, Dazed, i-D, Fact Magazine, The Fader, Pitchfork, hvor Modern Matters har gode kontakter til journalister.

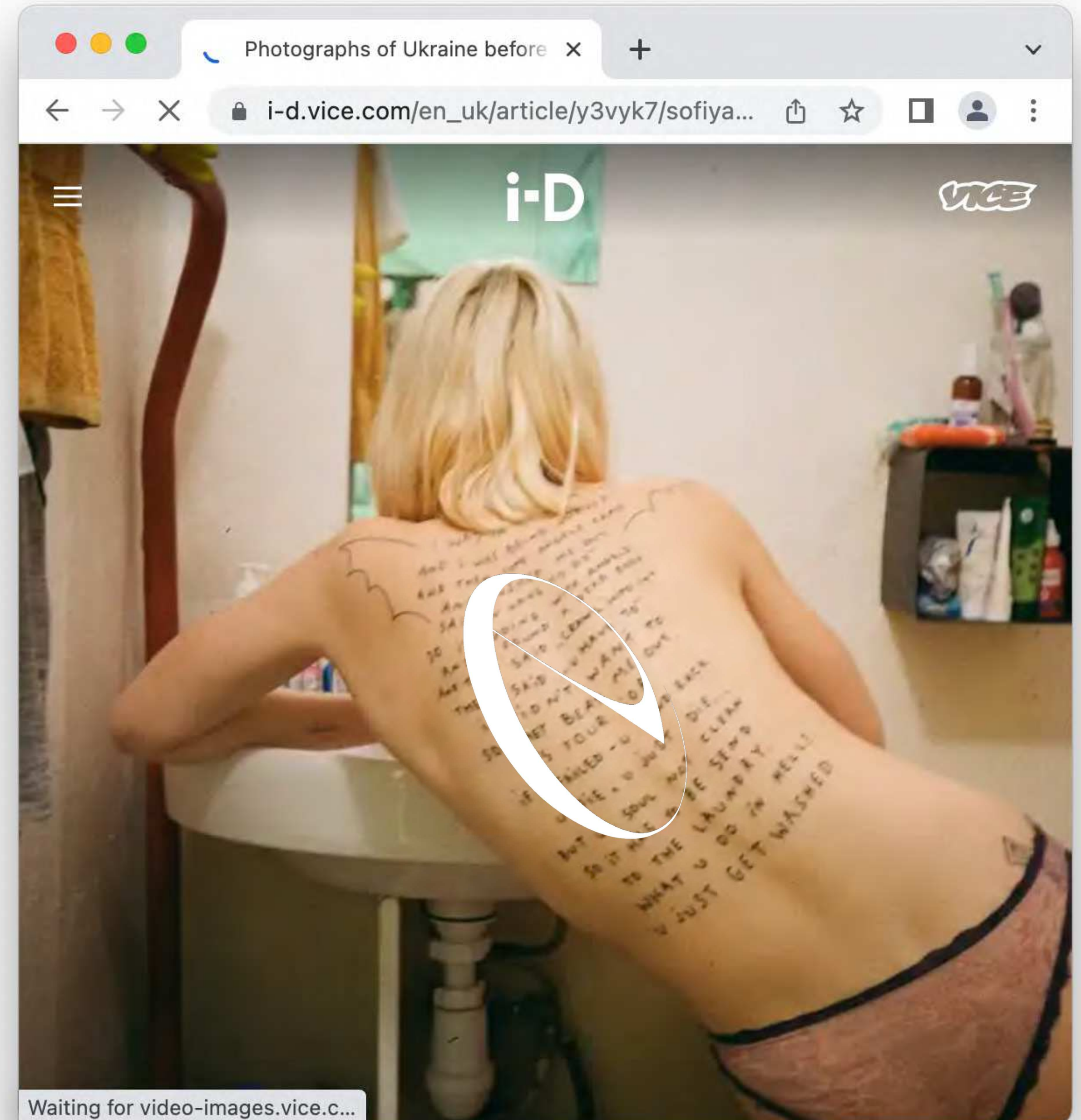
Eksempler på overskrifter:

RA: New Event Series In Copenhagen Focuses on the Global Fringes of Electronic Music

Pitchfork: Scintii, Dj Travella and More to Play at Newly Launched Copenhagen-Based Event Series

i-D: This Copenhagen Event Series Is Showcasing the Sound and Art of Tomorrow

Fact: Why All Electronic Music Lovers Need to Visit Copenhagen



DANSK PRESSE

For dansk presse bruger vi Sebastians medieerfaring og netværk til at få omtale i Politiken/iByen, Soundvenue, Information og Weekendavisen.

Vinkler at skubbe til journalister:

- Exceptionelt nyskabende, global musik og kunst for første gang i København
- Udveksling af elektronisk musik mellem Danmark og udlandet
- Vækstlaget og minoriteter får en ny platform til at blive hørt
- København bliver sat på verdenskortet med en eventserie, der udfordrer udenlandske events for eksperimenterende elektronisk musik
- International presse har øjne på eventserien

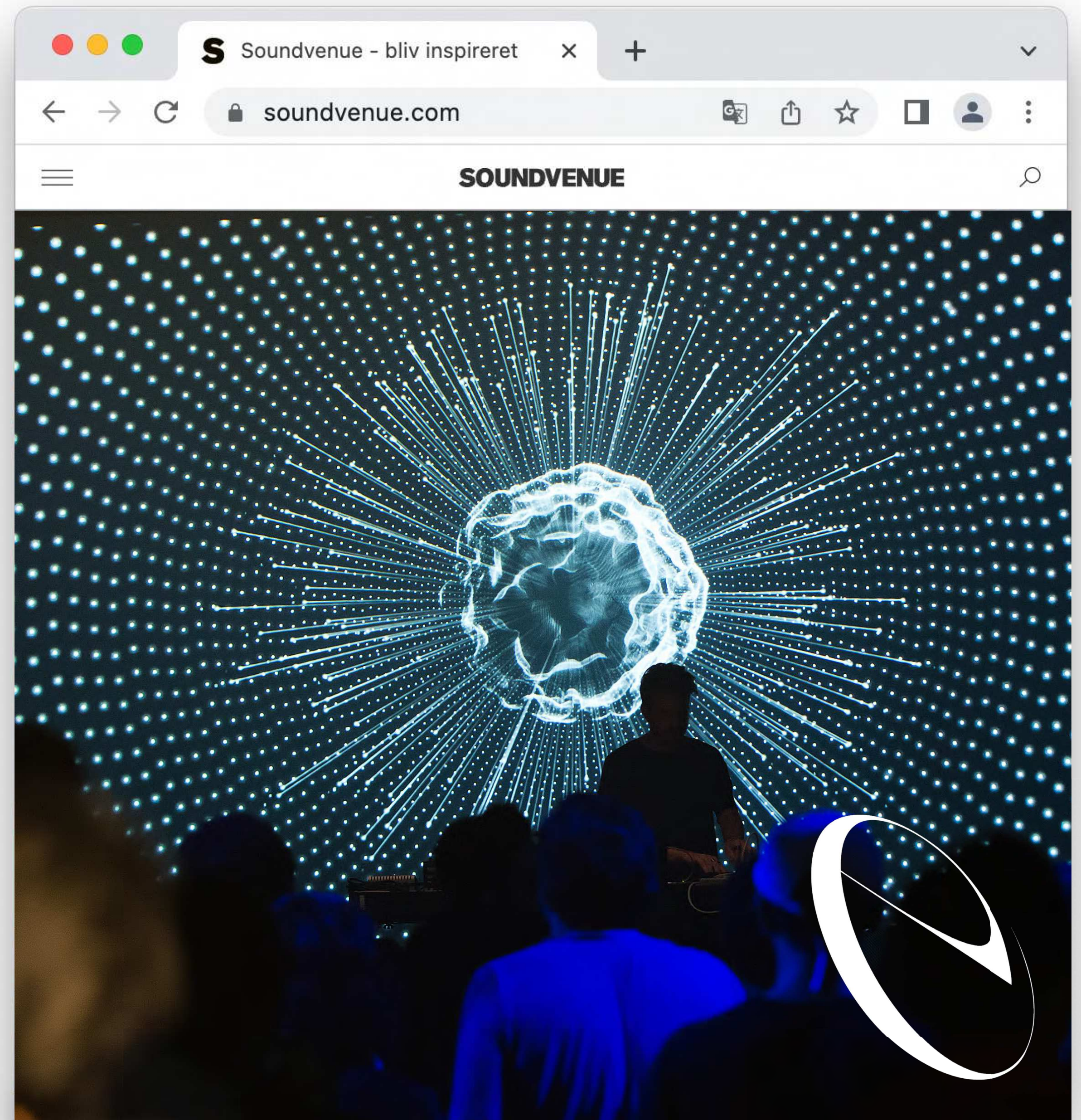
Eksempler på overskrifter:

Weekendavisen: Københavns Nye Eventserie Sætter Fokus På Diversitet, Vækstlaget og Global Musik

Information: Lyden af I Morgen: Ny Grænsesøgende Eventserie Sætter Fokus på Diversitet og Futuristisk Musik

Soundvenue: Fra Scintii til Nkisi og Dj Travella - Ny Dansk Eventserie Imponerer Med Lineup

iByen: Hos Ny Dansk Eventserie Kan Du Gå På Opdagelse i Musik Fra Afrika og Østasien





TAK

