

Projektbeskrivelse

GLØD søger 50.000kr i støtte til 5 koncerter med vækstlags kunstnere i 2024 på Lygten Station. GLØD er en kulturforening, der har til formål at skabe flere relevante og fede kulturtilbud for lokale unge på ydre Nørrebro og i Nordvest.

Fremme vækstlaget i lokalområdet

I kombination med nyere, men også mere etablerede navne, ønsker GLØD at satse på lokale- og regionale artister i vækstlaget, som står og mangler en platform, hvor de kan præsentere deres musik og kunstneriske arbejde. Kulturforeningen GLØD er et projekt, der i høj grad er med til at bidrage til at fremme vækstlaget inden for den danske musikscene. Ved først og fremmest at have fokus på at afholde koncerter af høj kvalitet med nye spændende vækstlags kunstnere, bidrager GLØD ligeledes til en positiv udvikling af områdets kulturmiljø.

Vi mener, det er vigtigt, at alle får lige muligheder for at deltage i og lige adgang til forskellige niveauer af musikbranchen, og derfor er visionen at formidle et diversitetsudsnit af artister. Vi går meget op i, at der skal være en bred repræsentation på scenen, når det kommer til køn, seksuelle præferencer og etnicitet. Ved at skabe et øget kendskab til det danske vækst- og mellemlags interessante nye artister forventes det, at publikum vil have stiftet bekendtskab med nye og horisontudvidende kunstnere, artister og deres musik.

Arrangementsbeskrivelse

Vores format lyder på 2 artister pr. arrangement og så booker vi ind imellem også en dj, hvis vi mener, at det passer godt ind i aftenens tema. Et program plejer at se således ud:

20.00 Døre
21.00 Act 1
22.00 Act 2

Vi arbejder ikke med support og main act, da vi ikke ønsker at det ene band bliver promoveret mere end det andet. Vi vil gerne ligestille koncerterne, så de bliver ligeværdige på scenen og i mødet med gæsterne. I årets løb har vi haft Afskum, Spring & I, Jonathan Schultz, Siné, KTPIV og mange andre up-coming artister fra vækstlaget til at spille på Lygten Station, Urban13 og Brus (se bilag for beskrivelser af alle artister i 2023). Næste år ønsker vi koncertarrangementer ca. hver anden måned, dvs. vi kommer til at have koncert i februar, april, maj (samarbejde med bycentret), september, november. Da vi tilbyder vores scenen til forskellige vækstlags- og upcoming artister, vil de fremtidige koncerter være forskellige og byde på nye former.

Fokus på samarbejder

Vi har stort fokus på at få inddraget de lokale aktører i området. Derved har vi indgået relevante samarbejder med områdets øvrige kulturelle tilbud, herunder Urban 13, Villa Kultur og Nørrebro Bycenter etc. Vi ønsker at bidrage til en grundlæggende udvikling af de lokale kulturtilbud, og bidrage til at sikre og ikke mindst øge den generelle musikalske bredde og aktivitet i byens rum, særligt til gavn for områdets unge. Som en mindre kulturforening, ser vi et stort potentiale i at indgå disse samarbejder, da vi tror på at vi gennem sparring og vidensdeling kan tage del i hinandens styrker, og dermed tage ved læring og sammen stå stærkere. Ved at indgå disse samarbejder, engagerer vi ligeledes områdets øvrige kulturelle tilbud og bidrager til en generel udvikling af de tiltag, der allerede findes i området. Vi har indtil videre haft stor glæde og succes ved at indgå diverse samarbejder, bl.a. da vi tilbage i januar 2023 holdt oplæg til Villa Kultur's nytårskur på Københavns

Rådhus og skabte dialog om kulturelt iværksætteri, samt da vi juni 2023 afholdt en dobbeltkoncert med artisterne Afskum og Jonathan Shultz i samarbejde med Urban13, som gik ud over alle forventninger og bragte et bredt ungt publikum til. Det er vores plan at fortsætte med at indgå interessante og udvidende samarbejder i 2024, hvor vi er i dialog med Nørrebro Bycenter, Nørrebro Steet Food, Urban 13, Villa Kultur, KBH+, Nørrebro Bibliotek, Low Press, lokale skoler og ungdomsklubber og mange andre aktører på ydre Nørrebro.

PR & Kommunikation

Det lokale publikum fra området omkring Lygten Station er vigtig for os at ramme, og dermed har vi også fokus på lokal markedsføring omkring Lygten Station. Vi er repræsenteret i bybilledet gennem plakater på biblioteket, lokale barer og cafeer, såsom Friheden, samt ude foran Lygten Station. For at promovere eventet til publikum og blive ved med at udvikle, bruger vi sociale medier som en platform til at ramme vores kernepublikum, fordi særligt unge bruger Instagram og facebook til at orientere sig i kulturtilbud. Derudover fungerer de forskellige samarbejder ligeledes som en oplagt måde at skabe en yderligere opmærksomhed og interesse, da vi derigennem har mulighed for at tage del i vores samarbejdspartneres allerede etablerede målgrupper, som går ind under vores egen målgruppe.

En del af vores pr-strategi er også at skabe relation og kontakt til vores gæster, dette gøres bl.a. ved selv at være i baren og stå i døren til vores koncerter. Dette gør, at vi får snakket med vores gæster om deres behov, og ved lidt mere om hvad vores gæster ønsker for GLØD. Det relationelle arbejde er både vigtigt i forhold til at skabe et inkluderende sted, men det er også vores måling på om vi har gang i noget, som de lokale unge har lyst til at deltage i og kan se sig selv i.

I forhold til nye publikumsgrupper sørger vi for diversitet i musikudvalget, så der tilbydes et bredt udvalg af genrer inden for vækstlaget, der taler til forskellige typer og aldre. Et udvalg som vores publikum kan spejle sig selv i. Derudover har vi også samarbejder udenfor Lygten Station for at ramme nye publikummer.

Målgruppen

Målgruppen er de lokale unge, 20-30 år, fra København N og NV. Det er både til den kulturinteresserede lokale unge, men også til de unge, som normalt ikke bruger kultur. For at ramme og vedligeholde vores målgruppe forsøger vi at være let tilgængelige samt som nævnt at være i kontakt med dem, fx. under koncerter, hvor vi altid er til stede i baren/døren og klar til at snakke med dem, som kommer forbi i løbet af dagen, hvor vi sætter op samt dem som bruger og kommer til koncerterne. Desuden består vores bestyrelse af unge med forskellig baggrund, som både er fra kulturlivet og fra området, fordi for at nå de lokale unge eller vores målgruppe, er vi nødt til at forsøge at høre og forstå vores målgruppes behov.

Tilgængelighed

Vi ønsker at koncerterne og fællesskabet opleves tilgængelige for unge, der ønsker at deltage og være en del af fællesskabet. Vi vægter det derfor højt, ikke at have en for høj enterpris, ca. 50-100 kr, til de forskellige koncerter. Dette er for at mindske barriererne for deltagelse, og øge oplevelsen af tilgængelighed og inklusion.

Med støtte fra Københavns Musikudvalg vil vi kunne holde GLØD i live og give lokale unge et kulturelt samlingspunkt og vækstlags artister en platform. Drømmen er, at vi med jeres hjælp kan blive ved med at udvikle og udvide Glød.