

Mardi Gras Copenhagen 2023

Projektresumé

Søndag d. 9. juli 2023 kl. 14.00 – 22.00 indtager Mardi Gras Copenhagen Nørrebro i KBH. Festivalen foregår på Den Røde Plads i samarbejde med Jazz På Nørrebro, og der er tale om en unik helhedsoplevelse af New Orleans kultur med udgangspunkt i det legendariske Mardi Gras karneval i New Orleans.

Mardi Gras Copenhagen blev afholdt for første gang i 2022 - og det med stor succes. Festivalen var et af de bedst besøgte jazz events under årets Copenhagen Jazz Festival med 4000 publikummer på festivalpladsen samt 2000 deltagere til street parade på Nørrebrogade.

Se video fra Mardi Gras Copenhagen 2022 her: <https://www.youtube.com/watch?v=Fg6sPZEqkgl&t=4s>

Mardi Gras Copenhagen er først og fremmest bygget op om et stærkt musikprogram på festivalpladsen med to internationale topnavne; De amerikanske grammy vindere fra Ranky Tanky og Hot 8 Brass Band. Dertil kommer "cremen" af den danske New Orleans scene med navne som Tuesday Night Brass Band, Dusty Rag Jazz Band og SP-JUST-FROST feat. legendariske Poul Halberg. Som optakt indtages Nørrebros byrum af en streetparade med mobile bands, artister og oppyntede vogne.

Mardi Gras Copenhagen arbejder med et skarpt defineret univers, hvor kultur, historie og traditioner fra New Orleans står klart og stærkt. Derfor præsenteres soul-food fra sydstatene (www.bigeasy.dk) og publikumsinvolverende side-events som New Orleans cooking-class og artist talk. For at runde helhedsoplevelsen af, pyntes pladsen op med grønne, lilla og gule farver i en kulisser ala New Orleans. Alt sammen inspireret af Mardi Gras karnevallet i "The Big Easy".

PROGRAM FOR MARDI GRAS COPENHAGEN 2023

STREETPARADE (Nørrebros gader)

14.00 – 16.00: Tuesday Night Brass Band, Zirkus, Sweet Burlesque, Bjarke & The Beerbellies, The Wild Troublemakers, Charlies Blåhval, Dusty Rag Jazz Band, Danseforeningerne Swing Shows og Hep Cat, Drag Queens, indslag fra CPH Pride og lokale aktører

PARTY GRAS STAGE (stor scene)

16.00 – 17.30: SP-JUST-FROST feat. Poul Halberg

18.30 – 20.00: Ranky Tanky (US)

20.00 – 22.00: Hot 8 Brass Band (US)

BIG EASY STAGE (lille scene)

15.00 – 16.00: New Orleans artist talk med amerikanske og danske musikere v. Ivan Rod (US/DK)

17.30 – 18.00: New Orleans cooking class (www.bigeasy.dk)

Vision og målsætning

JBL Music er arrangør og producent på Mardi Gras Copenhagen. Festivalen overtager Ruby & Friends Festivalen på Den Røde Plads for en dag, og målet er at skabe Københavns hidtil største event indenfor New Orleans kultur. JBL Music er specialister i New Orleans kultur gennem 10 års arbejde med kulturudveksling og events som bl.a. Fringe Jazz Fest, New Orleans New Year Jazz Event og Copenhagen Harbour Parade.

Firmaet modtog i 2020 en Danish Music Award Jazz for bedste innovative koncertoplevelse kaldet "JazzDanmark Prisen".

Visionen er at skabe et stærkt New Orleans jazz miljø i Danmark, lave kulturudveksling med New Orleans og videreudvikle genren i Danmark. Gennem dette får publikum og kunstnere store kulturelle oplevelser og et indblik i en helt unik kultur.

Mardi Gras Copenhagen har overordnet disse mål:

- *At præsentere et program af meget høj kunstnerisk kvalitet med det ypperste af dansk og international musik med rødder i New Orleans*
- *At ramme et bredt publikum hvad angår alder, etnicitet og kulturel orientering*
- *At festival bygger kulturel bro mellem Danmark og New Orleans gennem musikalske samarbejder, kulturudveksling og gensidig inspiration*

Festival på Den Røde Plads

JBL Music har indgået partnerskab med Jazz På Nørrebros nye festival Ruby & Friends (tidligere Roots & Jazz), der foregår på Den Røde Plads under Copenhagen Jazz Festival. Dermed står to af Københavns musikmiljøets stærkeste uafhængige jazzarrangører bag Mardi Gras Copenhagen. Mardi Gras Copenhagen kommer til at indgå i Ruby & Friends samlede program som en separat event og takeover.

Ruby & Friends har fokus på musikalske rødder i et bredt spekter af musikstilarter og har nu et ønske om at præsentere musikken fra New Orleans med JBL Music som kurator, for at sikre en høj kunstnerisk kvalitet.

Mardi Gras Copenhagen er en bredt favnende festival for alle alders- og samfundsgrupper. For at være så inkluderende som muligt og skabe den ønskede folkefest, er festivalen er åben og gratis at deltage i for publikum.

Streetparade – gadefest med forankring og Community Building

Street paraden er et vigtigt indslag i Mardi Gras Copenhagen. Her kommer kulturen helt ud på gaden, indtager byrummet og møder folk, der hvor de allerede befinder sig. Det lokale foreningsliv skal aktiveres og deltage i paraden. Det kunne f.eks. være swingdansforeningerne Swing Shows og Hep Cat, Spillestedet Stengade eller 48 timer Festivalen. Der til kommer en lang række musikalske indslag, optræden af artister og mobile shows af forskellig karakter. JBL Music er tovholder og sørger bl.a. andet for et samlet kunstnerisk udtryk samt praktisk koordinering. Optøget er planlagt til at starte ved Dr. Louises Bro og slutte på Den Røde Plads. Det er målet at optøget med tiden skal blive en tilbagevendende event ala Copenhagen Pride paraden og vokse år for år.

Paraden udvikles i tæt samarbejde med Nørrebros virksomheder og foreninger, der tager medejerskab og er med til at udvikle og markedsføre paraden. Caféer, restauranter og kulturhuse laver deres egne events i tilknytning til paraden. Det kan f.eks. være at Spillestedet Stengade præsenterer ung up-coming musik på en truck eller at restauranter laver særlige arrangementer for publikum til paraden. Vi ønsker at være et inddragende tiltag i byen, og derfor vil vi satse meget på at bygge et community op omkring paraden, som vil være med til at gøre paraden tilgængelig for så mange typer publikum som muligt.

Markedsføringsstrategi

Der er lagt en klar og struktureret markedsføringsstrategi med fokus på både online PR, SoMe, Community Building, trykte medier og fysisk distribution af flyers og plakater. Der er udarbejdet en stærk grafisk identitet samt platforme til markedsføring, herunder website og SoMe profiler. Derudover indeholder alle indgåede aftaler med samarbejdspartnere en fælles forpligtelse ifht. markedsføring.

En anden vigtig del af strategien beror på Community Building, som tidligere beskrevet. Gennem engagementet fra de lokale aktører langs havnen, vil vi opbygge en stærk formidlingskanal til deres netværk og brugere - den lokale befolkning i København. Fokus i markedsføringsstrategien vil hele tiden ligge på, at nå de tiltænkte målgrupper som tidligere beskrevet. Fokuspunkterne er:

- **Identitet:** Den visuelle identitet skal implementeres og brandes gennem alle benyttede kanaler.
- **Online platforme:** Website (www.mardigrascopenhagen.dk) og SoMe profiler.
- **SoMe:** Med et ønske om at nå et ungt publikum, er der stort fokus på sociale medier i markedsføringsstrategien. Der vil blive planlagt PR-kampagne med relevante indlæg og annoncering (facebook og instagram) af udvalgte opslag. Der produceres passende "content" til disse medier.
- **Community Building:** Gennem det community der opbygges lokalt, når vi videre ud til befolkningen, gennem deres markedsføringskanaler som f.eks. SoMe og fysisk reklame.

- **Trykte medier:** Mardi Gras Copenhagen bliver en del af Copenhagen Jazz Festival trykte festival avis, der trykkes i 60.000 eks. Mardi Gras Copenhagen trykker 2000 stk. A5 flyers og 300 plakater, som distribueres i København i løbet af vinter og forår 2023 til jazzklubber, spillesteder, hoteller mv.
- **Pressearbejde:** Der udsendes pressemeddelelser til relevante medier fra start marts og følges op løbende via mail og telefon.
- **Samarbejdspartnere:** I alle samarbejdsaftaler der indgås ligger en gensidig markedsførings forpligtelse. Dvs. at projektet når langt ud blandt alle de involverede samarbejdspartners brugere og kunder.

Tidsplan 2023

Tidsplanen forløber i 3 faser med fokus på forskellige områder. Her er de overordnede strukturer:

- **FASE 1: september 2022 - januar 2023**
Udvikling, fundraising, grafisk profil, kontakte samarbejdspartnere og sponsorer, etablering af facebook og planlægning af møder med partnere og sponsorer.
- **FASE 2: januar - marts 2023**
Fundraising (fortsat), ansættelse af PR-medarbejder, udarbejde markedsføringsstrategi, igangsætte Community Building, udarbejde presseliste, møder med partnere og sponsorer, udarbejde programtekster og udformning af produktionsplan.
- **FASE 3: april - juli 2023**
Markedsføring, koordinering af frivillige, produktion og afvikling.
- **FASE 4: august - november 2023**
Regnskab, afrapportering, evaluering, udvikling, opstart Mardi Gras Copenhagen 2024

Generel info:

<http://www.mardigrascopenhagen.dk/>

<http://www.jblmusic.dk/>

<https://www.jazz-norrebro.dk/>

SOME:

<https://www.facebook.com/MardiGrasCopenhagen>

Media JBL Music events

Mardi Gras Copenhagen 2022 - slutvideo

<https://www.youtube.com/watch?v=Fg6sPZEqkI&t=4s>

Fringe Jazz Fest 2019 – Indslag fra TV2 Lorry

<https://www.tv2lorry.dk/sommerjazz-i-kobenhavn/sommerjazz-optog-gennem-byen-med-dans-og-mardi-gras-indians>

Fringe Jazz Fest 2018 - Slutvideo

<https://www.youtube.com/watch?v=ScNm5aPwX-c>

Anmeldelse af Fringe Jazz Feat 2019 (All About Jazz 2019)

<https://www.allaboutjazz.com/summer-jazz-and-fringe-jazz-fest-2019-by-jakob-baekgaard.php>

Omtale af Fringe Jazz Fest og Roots & Jazz (Ivan Rod, gaffa.dk 2018)

<https://gaffa.dk/artikel/130269/sa-er-copenhagen-jazz-festival-i-fuld-gang>