

**Minh Dynasty**

Præsenterer:

# TMR

*TMR - Københavns nye festival for futuristisk, global musik.*

# INTRODUKTION

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. Pladeselskaberne NAAFI i Mexico, Nyege Nyege Tapes i Uganda og Svbklt i Shanghai er bannerførere for progressive musikalske tendenser, hvor latinamerikanske, afrikanske og asiatiske rytmer fusioneres med futuristisk elektronisk musik.



T  
M  
R

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.



**T**  
**M**  
**R**

# EN FESTIVAL, DER SKABER DANMARKSHISTORIE

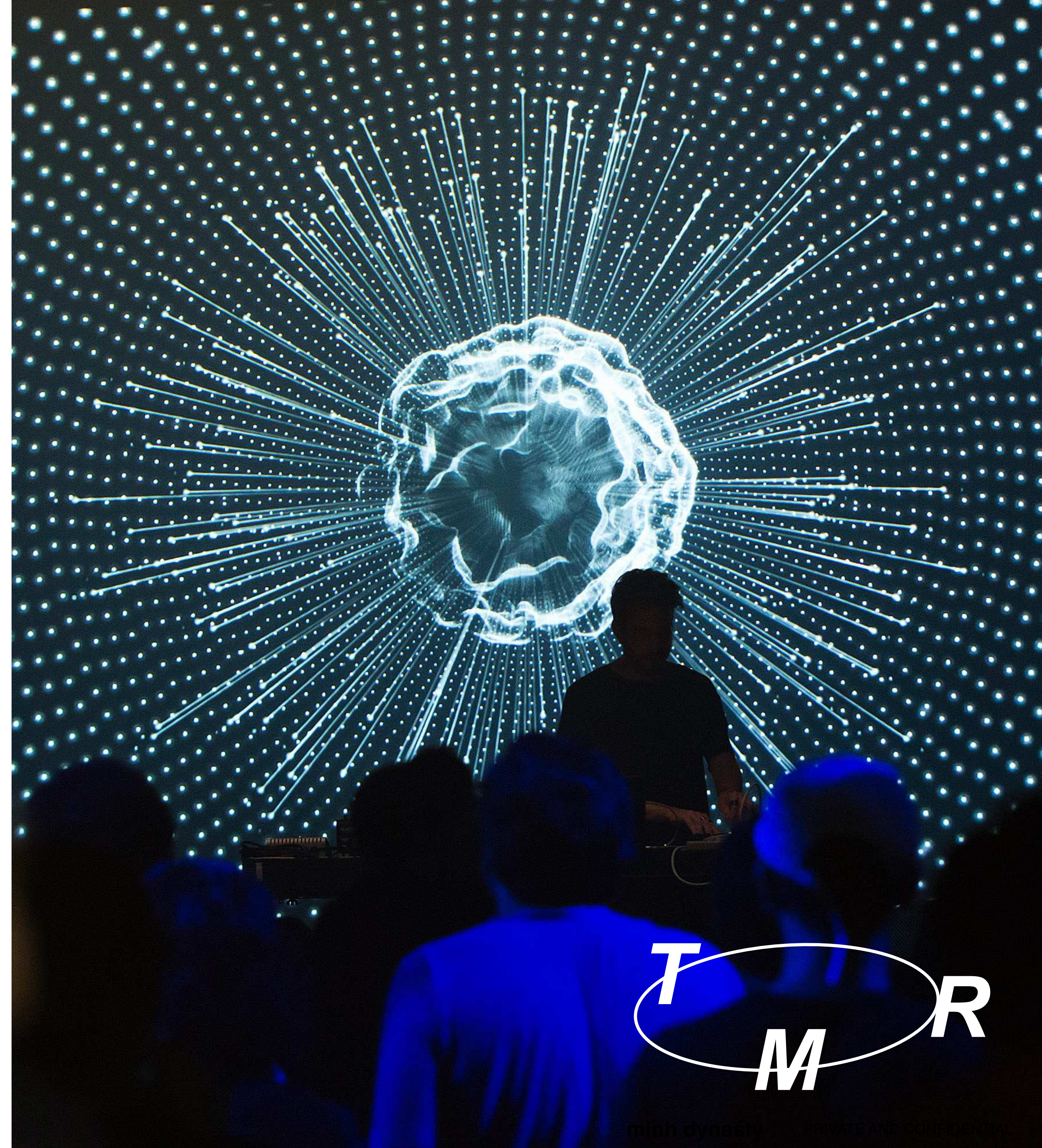
I en serie af københavnske endagsfestivaler TMR (Tomorrow) præsenterer Minh Dynasty den nye bølge af danske og internationale musikere, der definerer lyden af i morgen og - i skrivende stund - ændrer den elektroniske musiks spilleregler for altid.

Med et fokus på originalitet, aktualitet og diversitet i forhold til kønsidentitet og race vil vi tage gæsterne 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 store internationale stjerner.

Ud over at bringe banebrydende musik til gæsternes ører er endagsfestivalerne audiovisuelle oplevelser bestående af installationer, skulpturer og visuals fra toneangivende kunstnere, der på elegant vis akkompagnerer lyduniverset. Vi indgår et tæt samarbejde med musikerne, hvor vi i fællesskab skaber et unikt visuelt udtryk til hver enkelt koncert.

Med musikprogrammet samt vores PR- og markedsføringsstrategi vil vi fremme udvekslingen af elektronisk musik mellem Danmark og udlandet og sætte København på verdenskortet i globale kultur- og musikmedier.



# VORES MÅLGRUPPE

TMR-serien er målrettet nye publikummer af unge, der for første gang i danmarkshistorien får mulighed for at se indflydelsesrige musikere live, som de hidtil har måtte streame i soveværelset.

TMR-målgruppen er fra Generation Z og Y mellem 20-35 år og bosat i eller omkring Hovedstadsregionen.

Grundet vores tilgang til internationale navne og diversitet i programmet er en stor del af publikum især LGBTQ+ og BIPOC. De er interesserede i kunst og kultur og læser medier som Politiken, Soundvenue og internationale medier som Fact Magazine, Pitchfork 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 TMR-arrangementerne eller nysgerrige på at høre musik, de ikke har hørt før.

Med vores PR- og markedsføringsstrategi er målet på sigt at udvide målgruppen til internationale publikummer som vil rejse til København for at deltage i arrangementerne.



T  
M  
R

# TMR Lanceringsfestival

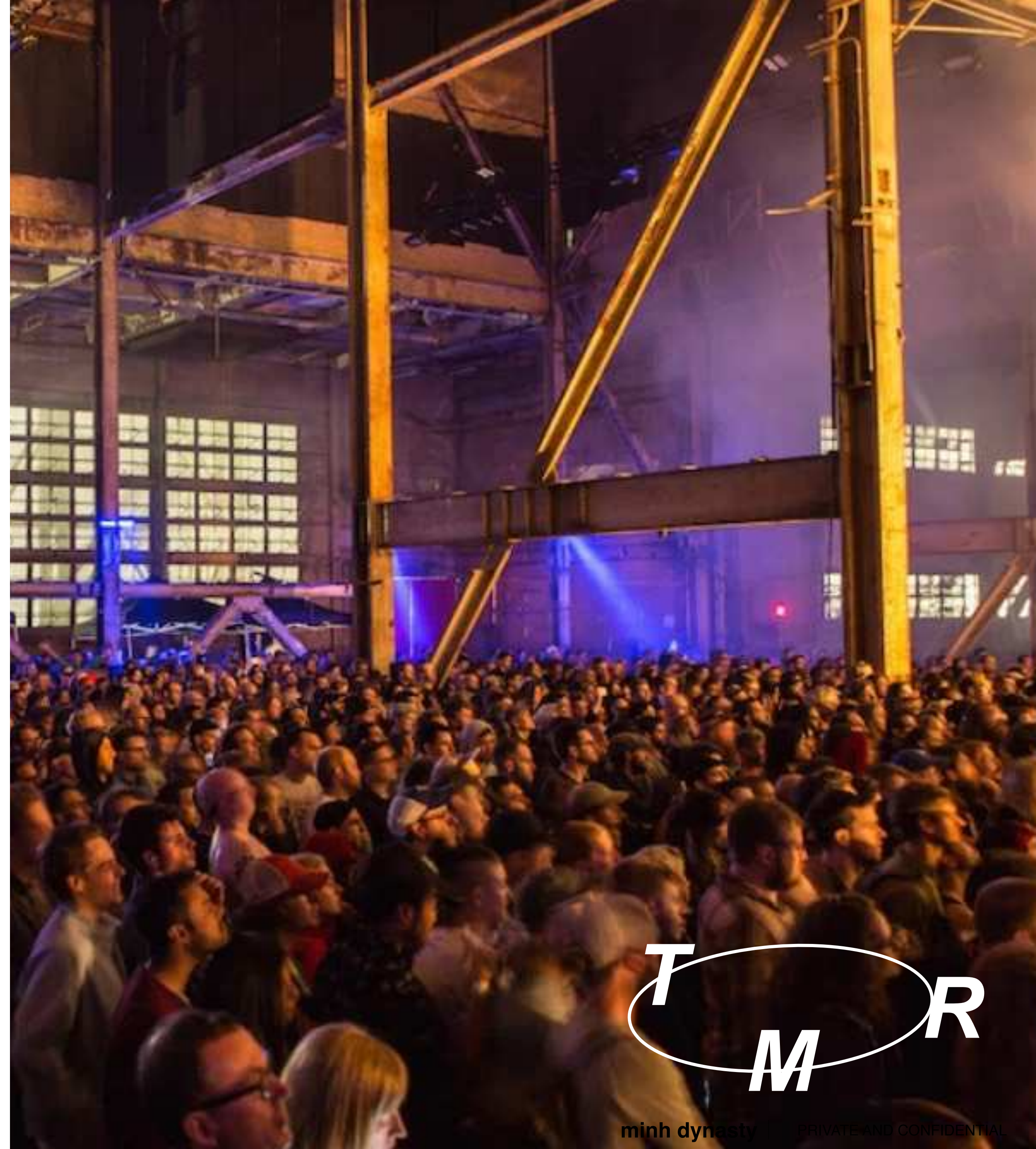
Beløbet ansøgt hos Musikudvalget og uddybet i den vedlagte budgetskabelon er til første endagsfestival i TMR-serien.

Lanceringsfestivalen finder sted **lørdag d. 12. november. 2022 i Pumpehuset.**

TMR vil derefter finde sted fire gange årligt (februar 2023, maj 2023, august 2023, november 2023).

Lanceringsfestivalen tager brug af Pumpehusets to indendørs sale, Kransalen og Sort sal samt Byhaven.

Der vil være 28 live koncerter/DJ-sets fordelt på de tre scener i løbet af dags, aften og nattetimerne.



T  
M  
R

# OPTRÆDENDE NAVNE

*T* *M* *R*

## INTERNATIONALE

Arca (Venezuela), 33EMYBW (Kina), Ecco2k (Sverige), Fatima Al Qadiri (Senegal) Slikback (Kenya), Meuko!  
Meuko! (Taiwan), Dinamarca (Chile), BbyMutha (USA), ZULI (Egypten), Swan Meat (USA), Lil Asaf (Jordan),  
Iceboy Violet (UK), Gabber Eleganza (Italien), Kampire (Uganda), Lorraine James (UK).

Fra mega popstjerner med millioner af streams som Arca og Ecco2k til rapperen BbyMuther og  
undergrundsnavne som Iceboy Violet og Lil Asaf har de alle til fælles at de er skelsættende, progressive og  
unikke i deres tilgang til produktion, form og udtryk.





# LOKALE DANSKE

DJ G2G, Malika Mahmoud, Kuchulu, HVAD, Hedø Hydr8, Cynnamon, DJ Cunt, Ryoung, Sgabe, Tiquita, Age Coin, Final Planet, DJ Naahcare.



# MARKEDSFØRING & PR

OWNED MEDIA

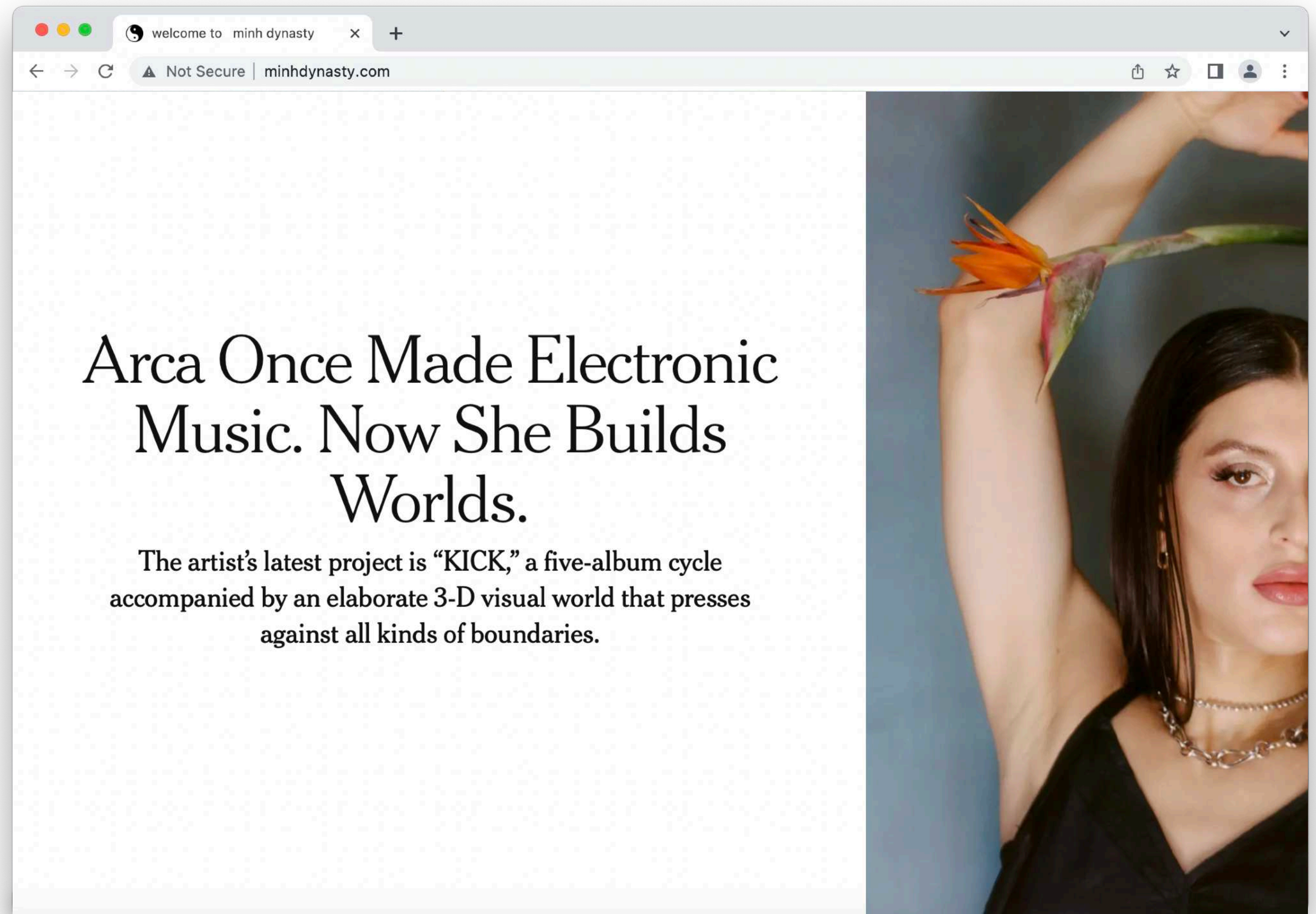


# MINH DYNASTY WEB

## INDHOLD

Interviews: Vi laver interviews med udvalgte lokale og internationale musikere som bliver udgivet i optakt til festivalen.

Derudover vil der være praktisk information om festivalen samt biografier med tekst, foto og musik player embeds for hver artist.



# 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 festivalen.

T-shirtesene vil have festivalens logo paa fronten og musikprogrammet paa ryggen og komme i forskellige farver.

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

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



# OOH KAMPAGNE

Vi trykker store plakater, flyers og klistermærker der bliver distribueret i Hovedstadsområdet.

Printene fokuserer paa:

- Fotos af de største artister med info om festival og programmet
- Programmet i sit fulde som fokus



# Sociale Medier



# PRÆ-PROMO

Op til festivalen 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 BbyMutha and I’ll be playing at Minh Dynasty in Copenhagen on November 4th, looking forward to seeing y’all”

- Interviews fra minhdynasty.com vil blive promoveret på Instagram som carousel posts på IG Feed samt Stories.
- Promo til artisters egne kanaler: IG Feed og Stories - vi laver specifikt indhold til hver enkelt artists egne sociale medier.

Hver post paa 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 Minh Dynastys Instagram med følgere fra artisternes kontoer.

- Derudover vil der også være både IG carousels og Tiktok videoer til at promovere merchandise kollektionen.





# PROMO UNDER OG EFTER FESTIVALERNE

- **Under arrangementet:**

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

Vi optager de tre scener fra start til slut på video, så alle optrædende kan blive streamet paa Minh Dynastys hjemmeside.

- **Efter arrangementet:** Vil vi udgive alle de optrædendes sæt på video på vores hjemmeside og som lydmixes på Soundcloud.

Derudover lægger vi udvalgte korte videoklip ud som IG Reels og Tiktoks.



# SAMMENLAGT INDFLYDELSE PÅ SOCIALE MEDIER

Egne sociale medier til rådighed for promovering:

[Minh Dynasty's](#) Instagram (3.8K følgere)

[Thinhs](#) Instagram (2.4K følgere)

[Thinhs](#) Facebook (2.1K følgere)

[Sebastians](#) Instagram (1.7K følgere)

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

= 11.800 følgere

Eksempler på artisters sociale medier:

[Arcas](#) Instagram (590K følgere)

[Ecco2Ks](#) Instagram (194K følgere)

Sammenlagt med egne kanaler og artisters kanaler rammer vi **1M+ følgere på tværs af Facebook, Instagram og TikTok.**



minh\_\_dynasty



6  
Opslag

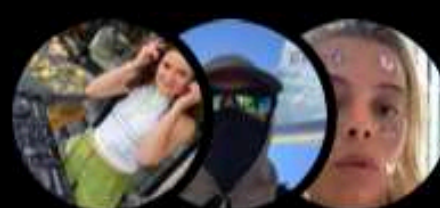
3.790  
Følgere

0  
Følger

minh dynasty

A magic agency working on culture related projects in the fields of art, film, music and fashion.

Se oversættelse



Følges af emma5dollar, karlo\_klint og 71 andre

Følger v

Besked

E-mail



Published

# PAID MEDIA



Vi fokuserer vores annoncering på Instagram og Facebook.

Vi undgår betalt annoncering på TikTok, da platformen har en dyr CPM (cost per thousand impressions) i forhold til Instagram/Facebook.

Vi A/B-tester foto, video og tekst, der fokuserer på forskellige vinkler:

- Den overordnede festival og programmet
- Individuelle annoncer med specifikke større artister
- Facebookeventet

Annonceringen er målrettet personer indenfor den definerede målgruppe beskrevet i Målgruppe-sektionen i forhold til alder, lokation og interesser.

Vi har to formål med annonceringen: 1. At promovere festivalen til så mange mennesker indenfor målgruppen som muligt (reach) og 2. At øge billetsalget (klik til billetsalgssiden).



T  
M  
R

**SATURDAY.12.11.2022**  
**PUMEPEHUSET**

# EARNED MEDIA

*T* *M* *R*

A white oval is centered on the page. Inside the oval, the letter 'T' is positioned at the top left, 'M' is at the bottom center, and 'R' is at the right edge. The letters are in a bold, italicized sans-serif font.

# 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 festival med et exceptionelt nyskabende og globalt program, som er af højere kvalitet end andre festivaler 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.

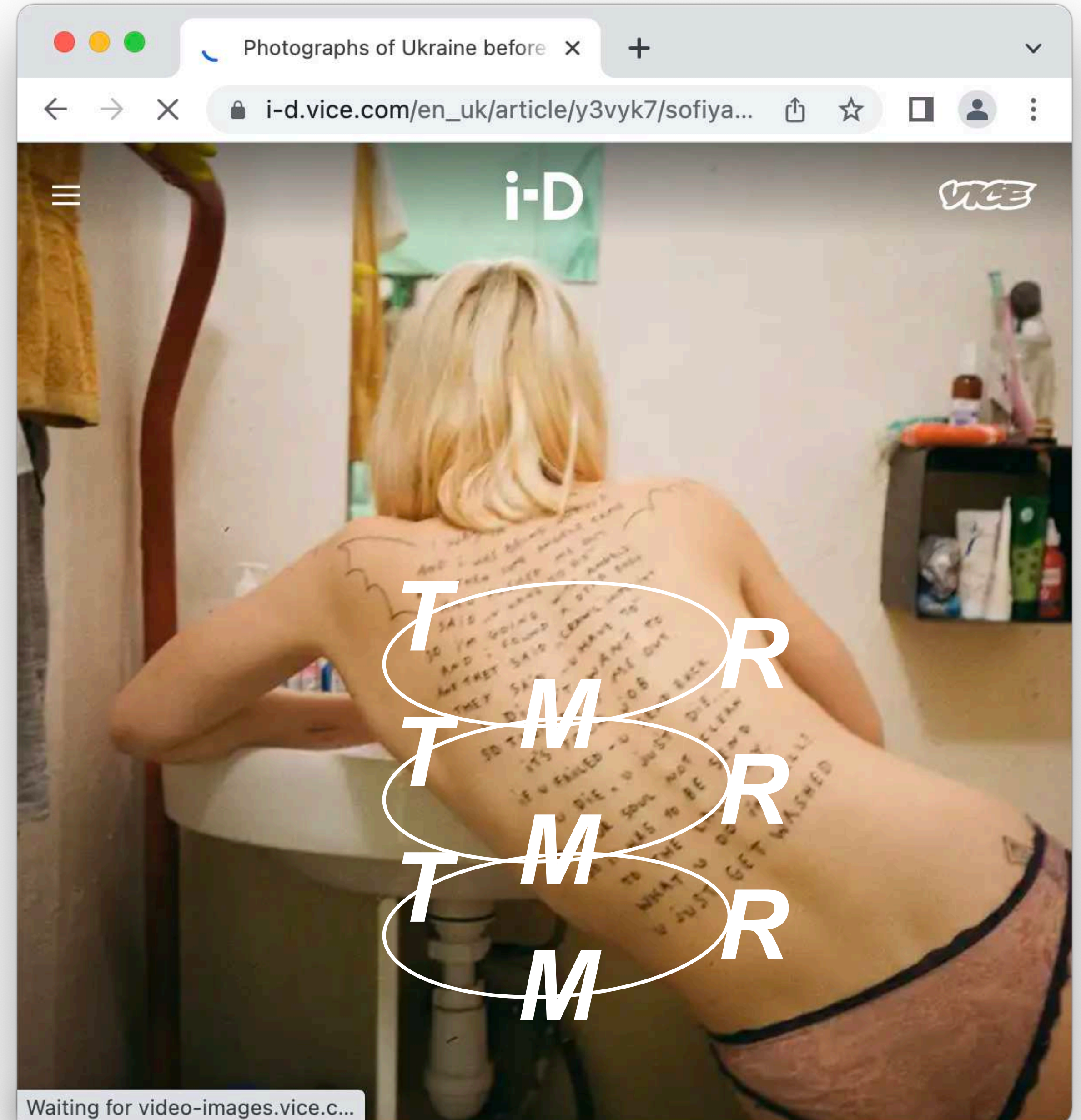
## Eksempler på overskrifter:

*RA: New Festival In Copenhagen Focuses on the Global Fringes of Electronic Music*

*Pitchfork: Arca, Ecco2K and More to Play at Newly Launched Copenhagen-Based Festival*

*i-D: This Copenhagen Festival 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 sælge ind til journalister:

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

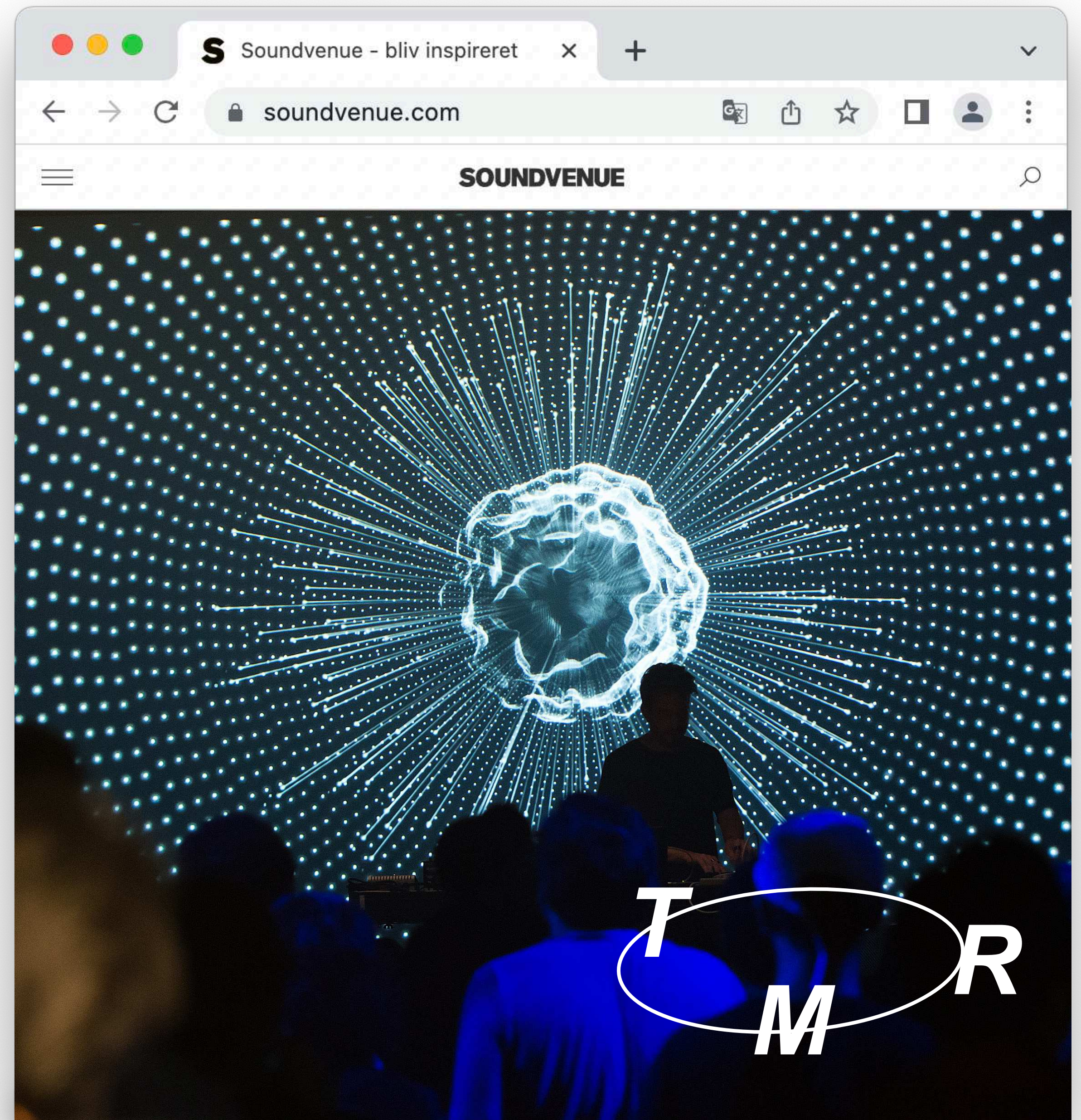
## Eksempler på overskrifter:

*Weekendavisen: Københavns Nye Festival Sætter Fokus På Diversitet, Originalitet og Global Musik*

*Information: Lyden af I Morgen: Ny Dansk Grænsesøgende Festival Udfordrer Koncertformatet*

*Soundvenue: Fra Arca til BbyMutha og Ecco2k - Ny Dansk Festival Imponerer Med Første Lineup*

*IByen: På Ny Dansk Festival Kan Du Gå På Opdagelse i Futuristisk Musik Fra Kenya, Venezuela og Kina*



# NTS Radio

Vi har en aftale med programmet [Body Motion](#) som præsenterer ny musik på den toneangivende britiske radiokanal [NTS](#), hvor vi vil spille musik fra TMR festivalprogrammet i optakt til festivalen.



*T*  
*M* *R*



# ARBEJDSFORDELING OG TEAM

Pumpehuset står for driften af festivalerne, vi samarbejder om produktionen af lyd og lys og Minh Dynasty står for videoproduktion, installationer og promovring.

Det er vigtigt for os, at dem vi ansætter er repræsenteret fra alle baggrunde af køn, identitet og race, og vi giver underrepræsenterede grupper og minoriteter en mulighed for at blive ansat. Især da vi er to mænd bag Minh Dynasty, er det en stor prioritet for os, at hyre kvinder og nonbinære personer til at være en del af teamet.



## OM MINH DYNASTY

Minh Dynasty er et eventproduktionselskab og kreativt bureau, der skaber kulturelle oplevelser for nyskabende kunst og musik. Vores mål er at fremme minoriteters repræsentation i København og udvekslingen af musik mellem Danmark og udlandet.



# OM SEBASTIAN OG THINH OG VORES ERFARING



# SEBASTIAN GABE

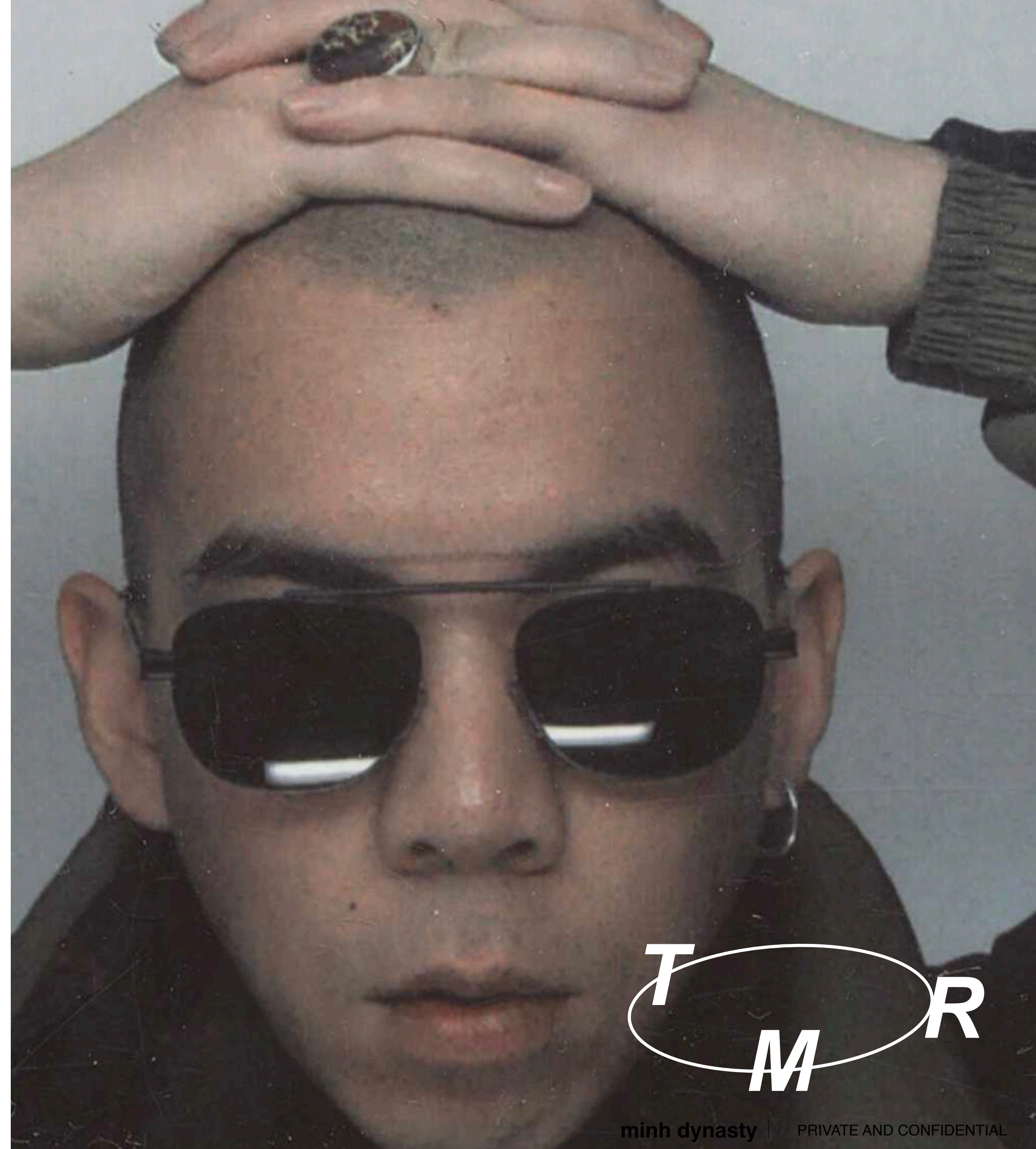
Sebastian har 9 års erfaring i medie- og musikbranchen, hvor han har produceret talrige musikarrangementer i København og London, skabt prisvindende kampagner, været musikredaktør for det internationale ungdomsmedie VICE og været projekt- og afdelingsleder for teams af 20+ ansatte arbejdende med events,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



# THINH T PETRUS NGUYEN

Thinh har 8 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 direktet globale kampagner for brands såsom Coca Cola, Dove, Apple, Ralph Lauren, Desigual og Prada.



**T M R**

**TAK!**

**T M R**