

Copenhagen Jazz festival 2026

Feast For The Ears

Projektbeskrivelse





Til Københavns Kommune Musikudvalg

Feast For The Ears (FFTE) er et samarbejde mellem flere af byens aktører (Barefoot Records, The Community, Movement Shaped like a Heart og CRRNT Collective) inden for den eksperimenterende jazzscene og Onkel Dannys Plads, som sammen etablerede med stor succes et midlertidigt venue for den eksperimenterende jazz under Copenhagen Jazz Festival 2025. Derfor vil vi gerne fortsætte dette samarbejde under Copenhagen Jazz Festival 2026.

I løbet af 7 dage præsenteres genrehybrider, fri improvisation, eksperimenter, elektroakustisk musik, nykompositionsmusik, støj og elektroniske nybrud på Råhusets scene og på førstesalen. Fem af byens centrale aktører inden for eksperimenterende jazz står bag programmet.

Formålet er at samle vores ressourcer under ét tag for at skabe mere livemusik for pengene, koordinere vores markedsføring og undgå intern konkurrence om et publikum, der i forvejen er relativt beskedent, samt at opdyrke nye publikummer. Vi skaber et center for grænsesøgende jazzmusik på Vesterbro – i krydsfeltet mellem scenerne H15 og 5e, som allerede tiltrækker en stor del af det relevante publikum.

Målet er at etablere et pop-up venue på festivalen, hvor de forskellige aktører kan støtte og lære af hinanden, dele publikum og markedsføre sig under en fælles identitet. Dette skal styrke den eksperimenterende jazzscene under Europas største jazzfestival.

Vi håber, I vil støtte dette initiativ, som alene har til formål at skabe mere musik for pengene og opdyrke et større publikum til den smukke, smalle musik, der fortjener at blive italesat og rammesat på lige fod med resten af jazzfestivalens program.

Skulle I have spørgsmål til denne ansøgning, sidder jeg klar til at besvare dem.

Med venlig hilsen
Halym Aabo-Kim
klangvorstellung@gmail.com
+45 5029 4607

Formål & Leverancer

Feast For The Ears (herefter FFTE) har som mål at skabe et midlertidigt pop-up venue for byens arrangører, musikere og publikum med interesse for eksperimenterende jazz, ny kompositionsmusik, elektronisk musik og improvisationsmusik under Copenhagen Jazz Festival 2026.

Formålet er både at give de involverede aktører mulighed for at dele nogle af de udgifter, som de normalt står med individuelt, og at øge publikums opmærksomhed på tværs af arrangørernes koncertprogrammer gennem en fælles markedsføringsindsats.

Projektet er opstået gennem en dialog mellem de involverede aktører, hvor vi har forsøgt at adressere de udfordringer, der følger med at konkurrere om et relativt lille publikum, samt hvordan vores individuelle budgetter ofte belastes af administrative og produktionsmæssige omkostninger.

På baggrund af disse fælles udfordringer inviterede vi til en dialog, hvor vi identificerede et ønske om at samle os under ét tag på Vesterbro – et område, som vi ved tiltrækker en stor del af vores publikum.

Hvad og hvordan?

Projektet er et pop-up venue i Råhuset på Vesterbro, kurateret og koordineret af arrangørgrupperne Barefoot Records, The Community, Movement Shaped Like a Heart og CRRNT Collective – med mulighed for løbende at inkludere flere. Formålet er at reducere de produktions- og markedsføringsudgifter, som hver arrangør normalt står med individuelt. Over 7 dage under Copenhagen Jazz Festival samles vi på Råhuset for at præsentere vores programmer. Disse programmer ville under normale omstændigheder blive afviklet på 6-8 forskellige venues rundt omkring i byen. De individuelle arrangører håndterer selv udgifter til aflønning af musikere, hotel, transport, forplejning m.m. FFTE bidrager med en række fælles faciliteter og services, herunder:

- Scene
- Nystemt klaver
- Lyd- og lystekniker
- Backstageforplejning
- Fotograf
- KODA-afgift
- Markedsføring
- Tilmeldingsgebyr til Copenhagen Jazz Festival

Denne fælles indsats medfører en besparelse på cirka 5.500 kr. pr. koncert for de enkelte arrangører. Med 3-4 koncerter om dagen resulterer det i betydelige økonomiske lettelser, som hver arrangør i stedet kan bruge på musikerhonorarer.

Leverancer

FFTE vil danne ramme om cirka 4 koncerter dagligt over 7 dage under Copenhagen Jazz Festival. Det er de individuelle arrangører, der står for afviklingen af deres egne koncerter, men der vil også være en eventkoordinator fra Onkel Dannys Plads til stede med det store overblik. En arrangør kan tage ansvar for en hel dag, eller dagen kan bestå af koncerter fra flere arrangører. Det puslespil lægger vi først, når vi begynder at booke.

Fælles Markedsføring

FFTE vil markedsføre programmet som et samlet hele med bidrag fra de forskellige arrangører. Det betyder én plakat og ét program, som distribueres rundt i København – både som plakater på gaden og flyers på byens caféer, pladeforretninger, barer og biblioteker. Vi har fokus på, at projektet dokumenteres grundigt, så alle involverede arrangører og musikere får kvalitetsmateriale i form af billeder og video.

Fælles tilmelding

FFTE bliver tilmeldt som arrangør på Copenhagen Jazz Festival, så arrangørerne ikke skal tilmelde sig individuelt. På den måde sparer vi på tilmeldingsgebyret, og alle vores koncerter samles under én arrangørprofil i festivalens program-app.

Centrum for scenen

Udover at FFTE bliver et nyt centrum for koncerter med eksperimenterende musik under Copenhagen Jazz Festival, ser vi også stedet som et samlingspunkt og hæng-ud-sted for byens aktører på den eksperimenterende scene. De solbeskinnede bænke på Onkel Dannys Plads kommer til at summe af musikere og arrangører med en fælles kærlighed til den skæve og genreudfordrende musik. Vi forventer, at projektet vil afføde nye samarbejder og projekter – både mellem aktører og musikere – og fungere som en katalysator for en stærkere musikscene i fremtiden.



Kuratering

Det er de enkelte arrangører, der sammen kuraterer programmet i huset. Ser vi på vores individuelle profiler, vil huset præsentere fri improvisation, free jazz, ny kompositionsmusik, performances, eksperimenterende elektronisk musik, free folk, spirituel jazz, lydkunst, noise, ambient, drone, solooptrædener og store ensembler, spoken word – og stort set alt, hvad man kan forestille sig derimellem.

Repertoiret vil inkludere bidrag fra både ind- og udland af højeste kvalitet.

Aflønning

Det ligger samtlige aktører på sinde, at aflønne musikerne på så professionelle vilkår som det er muligt for den enkelte arrangør. Vi opfordrer til, at alle sigter efter at aflønne med som minimum DMFs standardtarif.

Diversitet og inklusion

De enkelte arrangører har i forvejen fokus på at arbejde med diversitet og inklusion. Dette vil afspejle sig både i musikprogrammet, hvor særligt genrediversitet er en stor prioritet, og i øvrige diversitetsparametre som alder, køn og geografisk oprindelse, der er fuldt implementerede kurateringsprincipper.

Adfærdskodeks

I huset vil der være ophængt et code of conduct, der skal sikre, at FFTE er et inkluderende og trygt sted for alle. Overtrædelse af denne adfærdskodeks vil medføre bortvisning, uanset om man er gæst, arrangør eller optrædende.

Markedsføring & PR

En vigtig motivation for dette projekt er behovet for en fælles markedsføring. Vi har tidligere oplevet, at vi konkurrerer om et relativt begrænset publikum og bruger uforholdsmæssigt meget tid på at markedsføre vores koncerter individuelt – ofte uden de bedste forudsætninger for at gøre det, da vi også skal fungere som afviklere, bogholdere, chauffører, kokke, lydteknikere og alt det andet, der følgermed rollen som uafhængig, lille koncertarrangør.

Fælles promovoring

FFTE står for en fælles promovoring af hele programmet i huset. Først og fremmest etablerer vi en Facebook-side og en Instagram-profil, der har til formål at promovere hele programmet på tværs af arrangørerne. Her kan vi lave samarbejdsopslag og på den måde drage fordel af hinandens eksisterende følgere. Der vil naturligvis stadig være incitament for, at hver arrangør fremhæver sine egne koncerter, og FFTEs kanaler hjælper også med dette.

Databaseret targeted marketing

På de sociale medier laver vi betalt annoncering baseret på demografi og data fra hinandens eksisterende profiler. På den måde kan vi udvikle 1-3 personer, som danner grundlag for, hvordan vi fordeler vores markedsføringsbudget.

I dagpressen og de specialiserede medier

Vi gennemfører en målrettet presseindsats for at nå de etablerede jazzmedier, herunder P8 Jazz, Magasinet All That... og bloggen Salt Peanuts, samt de mere specialiserede medier for eksperimenterende musik som Passive/Aggressive og Seismograf. Derudover retter vi os mod dagspressen, herunder Politiken, Kulturmonitor og KøbenhavnLIVs Vesterbro-sektion.

Fælles visuel identitet

Hele projektet vil blive samlet under én visuel identitet, der vil præge både sociale medier og vores street marketing med plakater og flyers.



Med støtte fra Copenhagen Jazz Festival

Vi går tidligt i dialog med Copenhagen Jazz Festival for at sikre en dedikeret side i den populære jazzfestival-avis, med særligt fokus på dette fælles projekt. Markedsføringsopgaven vil blive koordineret af de kapaciteter, vi har i styregruppen, som har professionel erfaring med markedsføring.

Det betyder, at vi kan udføre en stor del af arbejdet internt, herunder grafisk design og layout, copywriting, målrettet markedsføring og Google Ads samt videoredigering.

Derudover har vi et allerede eksisterende og omfattende netværk gennem vores sociale medier og nyhedsbreve, som vil gøre det muligt for os at nå bredt ud til vores fælles målgruppe på organisk vis.

En del af den eksperimenterende zone på Vesterbro

Grunden til, at vi har valgt at holde til på Vesterbro, er blandt andet, at vi danner en trekant med H15 og 5e, hvor der også foregår en masse, der bevæger sig i periferien af, hvad man kan kalde konventionel jazz. På den måde regner vi med at skabe en zone på Vesterbro, der er særligt attraktiv for den eventyrlystne koncertgænger.

En del af magien ved Copenhagen Jazz Festival er, at man kan shoppe rundt mellem koncerter. Nu bliver det nemmere at hoppe fra 5e og ned til Råhuset til en koncert, end hvis man skulle tage helt ud til f.eks. Mayhem. Det vil med garanti skabe en masse god synergi mellem arrangørerne i og omkring Kødbyen.

Samarbejdspartnere

- Barefoot Records
- The Community
- CRRNT Collective
- Movement Shaped like a Heart
- Råhuset & Onkel Dannys Plads
- Copenhagen Jazz Festival
- JazzDanmark
- Alle Tiders (catering)

Projektet bliver koordineret og ledet af Halym Aabo-Kim, Laura Zöschg, Halfdan Stefansson, Håkon Berre og Flavia Huarachi på vegne af arrangørnetværket.

Perspektiv

Dette projekt er et forsøg på at undersøge, om vi kan skabe større opmærksomhed omkring vores koncerter og fremme bedre synergi og sammenhæng mellem byens aktører inden for den eksperimenterende musik.

Det giver mening at søsætte projektet under Copenhagen Jazz Festival, hvor vi alle er særligt aktive, men gennem projektet håber vi også at indsamle værdifulde erfaringer, data og indsigter til gavn for musikscenen generelt. Måske har byen faktisk brug for et permanent alternativt jazzhus? Måske kan vi være med til at finde ud af det.

Budget & Økonomi

Projektet er i høj grad afhængigt af, at vi kan fundraise til at dække de vigtigste udgifter. Arrangørerne står selv for at skaffe midler til at aflønne de musikere, de booker, og derfor bliver indtægten fra billetsalget også fordelt mellem arrangørerne.

Som gæst kan man købe billet til en enkelt koncert – hvoraf 80 % går til arrangøren – eller til en hel aften, hvor billetindtægten fordeles mellem de arrangører, der har arrangeret koncerterne. Der tilbageholdes altid 20 % af billetindtægterne til at dække projektets udgifter. Billetprisen er fastsat til 75 kr. for en enkelt koncert og 150 kr. for en hel aften.





Opsumering

Vi håber, I vil være med til at støtte op om at etablere et centrum og kraftcenter for den eksperimenterende jazz under Copenhagen Jazz Festival sammen med Barefoot Records, The Community, CRRNT Collective, Movement Shaped Like a Heart og andre aktører, der måtte melde sig på banen i vores jagt på flere samarbejdspartnere.

Vi arbejder alle til dagligt med små margener, og det kan være en udfordring at få økonomien til at hænge sammen, når man beskæftiger sig med musik, der har vanskelige markedsvilkår. Vi insisterer dog på vigtigheden af den genreudfordrende musik som en essentiel del af Copenhagen Jazz Festivals DNA.

Med dette projekt er vi overbeviste om, at vi kan skabe langt bedre vilkår for at præsentere fantastisk musik i verdensklasse ved at reducere vores individuelle udgifter, det tunge promoveringsarbejde og produktionsomkostningerne.

Et eventuelt tilsagn fra jer vil være et stort skridt på vejen. Projektet har et samlet budget på kr. 176.000, hvoraf vi søger om kr. 50.000 til at dække udgifter til især lokaleleje, markedsføring og dokumentation.