

Ansøgning om arrangementstøtte (musik, billedkunst, scenekunst)



Arrangementets titel:	Dødsdansen 3.0
Startdato:	05-02-2019
Slutdato:	16-02-2019
Antal opførelser:	11

Navn på stedet:	Christianshavns beboerhus
Vejnavn:	Dronningensgade
Husnr.:	34
Postnr.:	1420
By:	København K

Navn på stedet:	Litteraturhaus
Vejnavn:	Møllegade
Husnr.:	7
Postnr.:	2200
By:	København N

Navn på stedet:	H15
Vejnavn:	Halmtorvet
Husnr.:	15
Postnr.:	1700
By:	København V

Ønsket støttebeløb i kroner:	22000
Angiv navne på deltagende kunstnere/grupper (max 1.200 karakterer):	Dødsdansen 3.0 er en nordisk nordisk co.- produktion mellem svenske Teater InSite og Teater TVAZZ fra Færøerne og Københavnske Teatergrad. Instruktør: Pelle Nordhøj Kann (Dk) Dramaturg / Manuskriptbearbejder: Sosha Teparowska Kreativ producent: Christine Worre Kann Medvirkende: Gunnvá Zachariassen (Fo), Ulver Skuli Abildgaard (Dk), Matthias Thorbjörnsson (Sv) Rumdesigner: Ilka Häikiö Maddesigner: Mia Suhonen

Angiv en kort projektbeskrivelse (max 1.200 karakterer):	I Dødsdansen 3.0 har Alice og Edgar inviteret 40 gæster til sølvbryllup. 25 år i medgang og modgang skal fejres i forsamlingshuset, hvor parret tager imod de festklædte gæster sammen med aftenens mesterkok. Der er lagt op til et helt traditionelt sølvbryllup med festmiddag afbrudt af lejlighedssange, taler, og fællesdans, men langsomt og næsten umærkeligt siver sølvbrudeparrets livslange og gensidige tyranni ud i rummet og åbenbarer et ægteskab, hvor forliste ambitioner om karriere, børn og kærlighed har frosset ægteskabet til is. Sølvbryllupsfesten er pludselig omdannet til en skueplads, hvor kærlighedshadet får frit spil for åbent tæppe. Tre skuespillere og en kok tager sammen med publikum afsæt i August Strindbergs »Dødsdansen«. Publikum er forestillingens gæster og skal medbringe en grønssag fra sæsonen til aftenens middag samt nysgerrighed til at blive inddraget i Alice og Edgars spil om ægteskabet som livets mening.
--	---

Hvordan formidles projektet? (max 1.200 karakterer):	Forestillingens billetter formidles og sælges gennem Teatergrads vanlige kanaler Formidlingen sker gennem sociale medier, presse, plakater og kort. Markedsføringen tager udgangspunkt i en Sølvbryllupsinvitation. Som det er altid er en del af strategien for Teatergrad kommunikere vi direkte med målgrupper som ikke nødvendigvis er vant til at opsøge teater. Det gør vi i dette tilfælde gennem de forsamlingshuse hvor forestillingen skal spille. OBS: Ikke alle spillesteder er 100% lukkede aftaler, men forestillingen vil spille 3 - 4 steder i forskellige områder af København for netop at nå bredt ud.
--	---

Ansøgers navn (person, organisation,	Teatergrad
--------------------------------------	------------

forening):	
Momsregistreret:	Ja
Delvis momsregistreret/ikke momsregistreret:	Nej
Hjemmeside:	www.teatergrad.dk