

MAJ 2010



FESTIVALS- KONCEPT TIL GOLDEN DAYS

- Koblingen mellem klassisk musik og samtidskunst.

Sammen med "Musik i Syd" fra Sverige skal Golden Days organisere en kulturfestival i oktober 2010. Festivalen inviterer publikum på en rundrejse til 15 af de største kulturinstitutioner i Øresund under overskriften: Music and Art Around. Golden Days rolle i festivalen er at kommunikere og markedsføre festivalen som et interessant møde mellem de to meget forskellige kunstoplevelser klassisk musik og samtidskunst.

Udfordringen er at skabe konkrete aktiviteter der, som en del af festivalens markedsføringskoncept 'Around', tydeliggør det at komme rundt i de(t) mulighedsrum, som mødet mellem klassisk musik, samtidskunst og festivalgæsterne skaber.

RESULTATET

De studerende leverede en alternativ markedsføringsstrategi til Golden Days. Et koncept baseret på det sansende menneske og den uforpligtende kunstoplevelse baseret på at komme rundt om sanserne og ikke teori. Et uforpligtende og sansebetonet møde. I løsningen omsættes dette til konceptet at blive fragtet rundt i bus til steder, hvor man kan høre, lytte, smage, føle og dufte kunsten. Netop mobiliteten og det geografiske område blev visuelt illustreret af den røde prik – "her er du" – som markerer festivalen i byrummet såvel som på kulturinstitutionerne.

OM PROCESSEN

Problemstillingen blev behandlet i en innovationsworkshop. De studerende arbejdede i grupper og blev guidet af professionelle innovationskonsulenter fra Katalyst. Processen var baseret på en humanistisk innovationsmetode, hvor mennesket og dets behov er afgørende for succesfuld innovativ tænkning. De studerende blev introduceret for teorier og praktiske øvelser inden for brugerinnovation, markedsføring, oplevelsesøkonomi og strategisk konceptudvikling.

FAKTA

Form: Fagtematisk Workshop
Kursus: Kandidatkursus, Mediekunst og Kropslighed
Institutt: Institut for Nordiske Sprog og Studier, Det Humanistiske Fakultet
Kursusansvarlig: Ph.d.-studerende Merete Carlson
Deltagere: Kandidatstuderende ved kurset
Varighed: 1 dag
Opdragsgiver: Golden Days, Lise Korsgaard, Kommunikationschef,
Facilitatorer: Katalyst ved Marjanne Kurth og Jesper Lee Jyderup