

Projektbeskrivelse

Introduktion til Process Podcast

I en verden af konstant bombardement af stimuli, muligheder og hurtige online-kalorier har mange glemmt, hvad musikkens funktion egentlig er til syvende og sidst. Som Pilfinger på et tidspunkt sagde, så er musik blevet som en vandhane; vi tænder og slukker for det efter forgodtbefindende, uden egentlig at tænke over, hvor det stammer fra og den artistiske og kreative vision, som ligger til grund for det.

Efter mange år som musikjournalist og udøvende musiker blev jeg virkelig ramt af den apati, jeg oplevede mange steder i genren. Numrene blev stadig kortere og de uendelige muligheder i den digitaliserede tidsalder skabte et strømlinet udtryk, hvor kort og enslydende musik blev målet. Lagt sammen med algoritmernes enorme magt på streaming, og pludselig er vi et sted, hvor mange ikke længere ser musik som kunst, en måde at udtrykke sig eller en måde at sætte ord på følelserne. Det fandt jeg forstemmende, og derfor stiftede jeg Process Podcast 1. april 2024.

Siden da har podcasten opnået mere end 10.000 downloads, og der har været besøg fra prominente navne i dansk musik som Wafande, Karen Mukupa, Per Vers og Clara Sofie, ligeså vel som nye, unge og spændende navne som Flammen, Berg, Nøx og Barejegvarmig.

Processions

Som overbygning på min ugentlige Process Podcast, som snart går ind i sit andet leveår, skal der i 2025 afholdes to livesessions under navnet Processions, hvor 2-3 kuraterede musikere spiller en showcase pr gang efterfulgt af en talk om deres kreative processer. Det skal ske på nyopstartede Nordhus, hvor der er indledende dialog i gang med stifter Felicia Nørgaard om eventet.

Det er essentielt, at der sker en inddragelse af husets nye 18 til 25-årige beboere – de aspirerende kulturskabere – hvor jeg i tilgift vil kunne lære fra mig om podcasting, hosting og kulturskabelse som følge af mine 15 år som rapper, koncertarrangør og vært. Samtidig foreligger der en klar bookingstrategi, om at køn, alder og etnicitet skal være bredt repræsenteret over de to aftener. Alle på scenen aflønnes med en tarif, og på forhånd vil man via Instagram kunne stille spørgsmål til aftenens gæster, så der sker en brugerinddragelse af podcastens lytterskare.

Jeg er selv Østerbrodreng på 14 år, og jeg vil gerne give tilbage til byen, hvis primære kultur fortsat er det fodboldstadion, jeg har stående i min baghave. Det er fantastisk, at der er så mange gode sportstilbud på Østerbro, men jeg vil gerne have at musikken og særligt fordybelsen derom flytter ind i Østerbro og – som det er tilfældet her – Nordhavn. Den nye bydel har kæmpe potentiale, men der skal selvfølgelig skabes noget åndelig næring, og her føler jeg, at Processions kan være med til at gøre sin lille del af arbejdet med at trække folk ud "på den forkerte side af skinnerne" så og sige.

På forhånd testkøres alternative versioner af formatet, når der laves "album breakdown" med Pede B i Sydhavnen til marts og podcasten sender live fra Storms Pakhus i Odense til april. Det er

målsætningen, at Processions skal lede til den overordnede PROCESSFEST i marts 2026, når podcasten rammer 100 episoder.

Østerbropuljen har bevilget 25.000 kroner til Processions 1 & 2.

Målgruppe

Alle er hjerteligt velkomne til at deltage i Processions, så længe de overholder aldersgrænsen på Nordhus. Målgruppen for podcasten såvel som arrangementerne er defineret som M/K i aldersgruppen 20-40 bosat i Storkøbenhavn med præference for kultur, fordybelse, livemusik og kreative processer.

Billetsalg

Billetter sættes til salg til 100 kroner stykket, og det forventes, at der bliver solgt 200 billetter henover de to aftener. Billetterne prissættes lavt i håb om at trække flere ind. Koncerterne afholdes desuden altid torsdag aften, som er den ugedag, podcasten udkommer.

Mission

Den helt store drøm er at skabe det rum for fordybelse og kreativ dannelse, som jeg personligt har savnet på den danske musikscene generelt og den københavnske specifikt. Den store drøm er at skabe en platform, der udgør en naturlig forlængelse af det eksisterende lydformat, som kan gentages andre steder i kommunen i kommende år. Næste års kulmination bliver forhåbentlig en stor festival, hvor kreativiteten for alvor kan hyldes på et større københavnsk venue. Selvfølgelig er håbet i sidste ende at få engageret en masse unge, skaffe nye lyttere og ultimativt få flere til at interessere sig for kreativitet og den medskaberrevolution, som vi forhåbentlig står overfor.

Samarbejder

Nordhus indregnes som den væsentligste samarbejdspartner på stående fod med håb om at Royal Unibrew kan landes som sponsor på nogle drikkevarer og derved fjerne den omkostningspost. Ligeledes ønsker jeg at tilkoble andre lokale aktører efter bedste evne.

Sandsynlige artister og reach

Herunder følger en oversigt over reach, på profiler (Instagram, TikTok og Spotify) på mulige gæster.

	Instagram	TikTok	Spotify
Kaka	20.700	14.500	16,3K/md
Flammen	5.300	10.200	10,7K/md
Karen Mukupa	13.000	1300	92,4K/md
Nøx	6.811	1100	2,8K/md