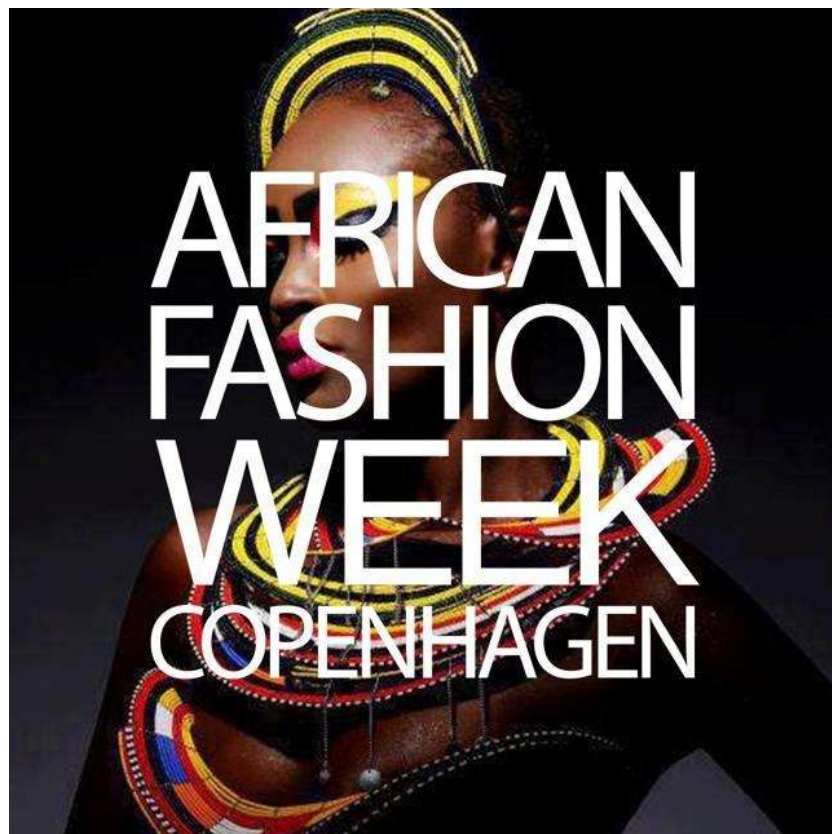


**Ansøger:**

**Forening:**  
**African fashion week Copenhagen**  
**CVR NR: 39775565**

Cynthia Deogracias  
Rentemestervej 9 B  
København N

**Formål:**

At skabe en årlig festival for afrikansk inspireret beklædningsdesign og kultur. Præsentere udvalgte afrikanske designere i Danmark til gensidig inspiration og samarbejde og samhandel. Bidrage til at skabe positivitet og inspiration og glæde for mangfoldighedens goder og den etniske modescene i Danmark. Arbejde med problematikkerne omkring skønhedsidealere i samfundet på forskellige måder.

**Baggrund:**

Tekstilbranchen og modebranchen stormer frem i Afrika, og det vil være en stor fordel for Danmark og danske designere at være med i væksten. Afrikanske designere afspejler den udvikling som hele kontinentet gennemgår i disse år, og giver pejlemærker, hvor de er på vej hen. At lave en årlig afrikansk mode festival i København, vil være til stor gavn for de danske virksomheder, der har interesser i samhandlen med Afrika. Vi anser det som meget vigtigt, at den anerkendelse Afrikansk mode har fået på verdensplan også får mulighed for at blomstre i København.

## **Ansøgning:**

### **Projektbeskrivelse:**

**" African Fashion Week Copenhagen 2020 ".**

#### **Facts:**

#### **Location:**

Festivalen arrangeres på et større indendørs sted i København med udendørs areal tilknyttet eller to separate locations.

Potentielle locations:

1. KBH Volume Vesterbro, Sønder Boulevard
2. Rådhuset Vesterbro/Café Mandela/Københavns Hovedbanegård
3. Islands Brygge Kulturhus, Islands Brygge
4. Københavns. Rådhus, Rådhuspladsen/Strøget

- Indendørs/Udendørs (København)
- Udendørs på strøget med storskærm og særlige modeperformance.

#### **Tid:**

Arrangementet foregår over en weekend fra fredag-søndag. Maj måned sommer 2020.

#### **Festivalprogram overblik**

Programmet vil bestå af syv hovedbegivenheder, som vil være omdrejningspunktet for festivalen og det er de tiltag der vil blive søgt penge til i denne ansøgning.

- 1 modeshow - Afrikansk mode/designere**
- 2 modeshow - "We blend in" koncept**
- 3 modeshow -The young generation**
- Workshop - Modelling & photo shooting**
- Foredrag - afrikansk mode & tekstil**
- Åbnings event - Tale & networking**
- Afslutnings event - Live musik og fest**

### **Beskrivelse af hoved events**

#### **1. modeshow - afrikansk mode/designere**

Designerne udvælges ud fra deres originalitet og kvalitet, og at det har sit udspring i afrikansk tekstil/ mode.

Vi vil få samarbejdsaftaler på plads med nogle af de bedste designere på området. Dertil er der arrangeret en rejse i 2019 til Kigali, Rwanda med støtte fra Akademirådet og Hygum Kunstmuseum. Hvor Lisbeth Hermansen og Cynthia Deogracias, formand for AFCPH, rejser afsted sammen til Rwanda og Etiopien.

De udvalgte designere vil naturligvis være med til at præge udtrykket i modeshowet, og det er deres design og kvalitet der er i centrum.

Der vil være særlig fokus på at invitere lokale aktører og virksomheder, der påtænker, eller kan se sig selv i et samarbejde med afrikanske kunstnere og designere, samt

tekstilindustri.

Designerne udvælges ud fra deres design talent samt deres kreationer og samarbejdsvillighed.

**Modeshowet har særligt relevans:**

- Som kulturelt indslag, udveksling og inspiration
- Samhandel i forhold til tekstil og design
- Udveksling af ydelser og knowhow
- København som international by
- Afrika som marked for danske designere.
- Udvikling af samhandel med Afrika

Vi ønsker at være med som kulturformidler og være med til at udbrede kendskabet og udbygge netværker imellem danske og afrikanske designere.



## **2 modeshow - "We blend in" koncept**

Konceptet går ud på at modeshowet foregår på en udendørs location med mange forbigående mennesker. Modellerne går catwalk mellem folk og blander ind i mængden med de forskellige tøjkollektioner, samt interagere på en passende måde. Der er musik set-up med DJ og tilskuere på begge sider. Vi vil forsøge at inddrage modellerne på kreative måder og bruge omgivelserne til "urban sculpturing", hvor der lægges vægt på live performance og kunstnerisk udtryk.

Sidste år afholdte vi et pilotprojekt på Blågårdsgade, med stor succes. Vi ønsker at videreudvikle konceptet skalere det op og få mere presseopmærksomhed.



## **3 modeshow -The young generation**

Ideen er at fremvise kollektioner af modedesign til unge med spor af afrikansk tekstil og kulturel crossover mode. Projektet vil blive gennemført med 4-6 klasses elever fra udvalgte skoler i KBH i samarbejde med Playonkids og Couleur café. Elever som gerne vil medvirke til modeopvisningen og interessere sig for design. Scenen åbner også op for muligheden for at unge designere kan medvirke. Til KBH. Couleur café sidste år på Skt. Hans Torv, afprøvede vi konceptet og tre unge piger fra Tagensbo skole i Nordvest fremviste tøjkollektioner på scenen og fik store klapsalver. Vi vil afprøve at gennemføre et gennemført crossover modeshow for den unge generation, til den unge generation.

## **Workshop - Modelling & photo shooting**

Hvordan går man catwalk og poserer? Kropsholdning og udtryk samt rytme og puls og timing. "Stage coaching" og video analyse.

Varighed: 1,5 time.

(Event for alle interesserede).



## **Foredrag - afrikansk mode & tekstil**

Foredrag om den afrikanske modescene og de trends og tendenser der sker for tiden ?  
Hvad sker der i Afrikansk tekstilindustri og modebranche for tiden, hvordan kan vi  
udbygge samarbejdet i Danmark ?

## **Åbnings event - Tale & networking**

Vi håber på at få Zendzi Mandela, Nilson Mandela's yngste datter, til at holde  
åbningstalen. Hun er ambassadør for Sydafrikas ambassade i Danmark. Vi er allerede i  
forbindelse med hende og hun er meget optaget af social entreprenørskab, som vi  
håber hun vil dele budskabet med os. Hvis hun ikke har mulighed for at komme, har vi  
en række af højtstående mennesker vi gerne vil have til at holde åbningstalen. Pia  
Allerslev er også højt på vores liste.

Desuden vil det være soft drinks og lette etniske anretninger.

## **Afslutnings event - Live musik og fest**

Afrunding og afrundingstaler og performances.  
Live musik og DJ's samt bar og networking og godnat.

**Publikum:**

Forventet antal deltagere 55 frivillige og honorerede. Forventet tilskuere: 750 samt et ukendt antal forbipasserende.

- Alle med interesse for design og mode
- Designere
- Kunstnere
- Tekstilindustrien
- Designskoler og kunsthøjskoler
- Erhvervslivet, som har interesser i Afrika.
- Formidlere, kuratorer.
- Alle med interesse for afrikansk kunst og kultur
- Alle der ønsker inspiration og fornyelse
- Turister

**AFCPH's baggrund for projektet:**

**Motivation og erfaring:**

Cynthia Deogracias er drivkraften bag foreningen og har arbejdet med international mode og tøj og formidling siden 2012:

- **Formand for African fashion Copenhagen(AFCPH).**
- **Projektleder**
- **Model**
- **kurator og formidler imellem Danmark og Rwanda**
- **Performer**
- **Konceptudvikler**
- **Designer**
- **Arrangør**

I 2012 var hun kurator, model og formidler i forbindelse med Kigali Fashion Week i Rwanda. Rose Kabuye og John Bunyeshuli, som er founder af Kigali modehus, henvendte og inviterede mig til at deltage deres modefestival med to danske designere, som hun skulle udvælge og præsentere til Kigali Fashion show i 2012.

Projektet var 100 % finansieret af den Rwandanesiske regering. Det var starten af en række tiltag og opstarten af det netværk og den forening jeg driver idag.

Seneste tiltag og event foregik på Nørrebro på Blågårdgade i hjertet af Nørrebro sidste sommer. Hvor vi iværksatte projektet "We blend in". Det var et pilotprojekt i samarbejde med en række danske aktører. Det er et projekt som vi stadigvæk er utrolig optaget af at videreudvikle og folde ud. Foreningen har mange tilhængere der har medvirket og bidraget til en række events gennem årene.

**Baggrund:** Cynthia Deogracias

Oprindeligt kommer hun fra Rwanda og Uganda, oprindelig Masai.

Hun kom til Danmark efter folkekræbet i Rwanda, og har boet i Danmark gennem de sidste 18 år. Hun har stiftet familie her og arbejder med mode og iværksætteri gennem foreningen, hun har medvirket til mange events og opbygget et stort netværk.

### **Samarbejdspartnere, netværk:**

#### **Rose Kabuye og John Bunyeshuli, Kigali modehus,**

Lis Fornæs: Københavns Designakademi, Andre designskoler der endnu ikke er kontaktet.

Lisbeth Hermansen, Hygum Kunstmuseum (er aftalt)

Designere: [www.asfalt.dk](http://www.asfalt.dk) ved/ Hanna Zachariassen, samt designer, Lina Hvass [www.vitavass.com](http://www.vitavass.com) .

Designer Paco Ndiouly, Fashion filosofier designer dressmaker (Owner – of BUUKYHOUSE clothing Brand)

Ida Bergkvist Poulsen (Founder and Creative Director her: IDA DAKAR) Anna Mia Christiansen, tekstil designer og grundlægger af VangDesignStudio, samt studeret Europæisk Etnologi på Københavns Universitet.

Modeller. Rosanna Pang, Simone Guerra Skovgaard, Nicoline Biehl, Terese Helgogaard, Faith Lukes, Francesca Nielsen, Claude Nkurunziza, Marie Lowe. Make up : Jevgenija Tafteeva ( ejer af firmaet Beautify.nu )

Helle Fuglsang (scenekunstner)

Jacob Crawford ( Couleur Cafe – Dk ) KAREN

MUKUPA, (designer)

Martin Hermansen (Playonkids – DK)

I 2020 skal der være en afrikansk udstilling i Hygum Kunstmuseum.

Lisbeth Hermansen, der er museumsleder, kurator og kunstner fik et rejselegat af Akademirådet i Danmark, til at foretage en rejse til Afrika, sammen med mig.

Ud over at være kulturformidler i projektet, skal jeg forberede et mindre modeshow i Hygum Kunstmuseum i forbindelse med udstillingen " Afrika i Hygum ".

### **Referencer:**

Hjemmesider: <http://www.afcph.dk>

FB:

[African fashion week Copenhagen/ we blend in.](#)

[www.vitavass.com](http://www.vitavass.com)

[www.tommypage.dk](http://www.tommypage.dk)

[www.wilmaversion.dk](http://www.wilmaversion.dk)

[www.union.kk.dk](http://www.union.kk.dk)

[www.playonkids.dk](http://www.playonkids.dk)

[www.asfalt.dk](http://www.asfalt.dk)



## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projektilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet kan indsendes i andre formater så længe det afspejler skabelonens opbygning. Budgettet skal godkendes af Kultur- og Fritidsforvaltningen.

Aflyses eller ændres væsentlige dele af projektet skal budgettet revideres og sendes til Kultur- og Fritidsforvaltningen med en forklaring på ændringerne. Ændringerne og det reviderede budget skal godkendes af Kultur- og Fritidsforvaltningen.

*Tekst i kursiv er vejledningstekst.*

<b>Tilskudsmodtagers navn: African Fashion Week Copenhagen v/ Cynthia Deograsias</b>
<b>CVR: (OBS: dette felt må ikke anvendes til CPR-nr., da skemaet offentliggøres på <a href="http://www.kk.dk">www.kk.dk</a>) 39775565</b>
<b>Festivalens/eventets navn: African Fashion Week Copenhagen 2020</b>

<b>Projektperiode:</b> <i>Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt. Fredag – Søndag, maj mdr 2020</i>
---

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>	<b>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</b>
Tilskud fra Københavns Kommune	276000		ansøger
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a)Privat	30000		ansøger
b)Ambassade Rwanda, Etiopien	40000		ansøger
c)Fonde	200000		Ansøger
d) private virksomheder, sponsorat	60000		Ansøger
e)Hygum kunstmuseum	5000		Bevilliget
Honorarer			
Billetindtægter	120000		forventet
Øvrige indtægter, specificeret			
a)Akademirådet	24000		Bevilliget
b)			
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>621000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>
Løn og honorarer	322000	
Konsulentudgifter	12000	



Materialeudgifter	25000	
Transportudgifter	25000	
Opholdsudgifter	30000	
Fortæring, herunder møder	10000	
Diverse repræsentation	5000	
PR og markedsføring	70000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	15000	
Revisionshonorar	15000	
Øvrige udgifter, specificeret		
a)make-up, frisør,påklæder	45000	
b)leje af udstyr	65000	
c)lokaleleje	60000	
d) dokumentation	62000	
e)musik, band	15000	
f)medhjælper, tekniker	23000	
g)rettigheder	35000	
h)workshop	20000	
i)diverse	20000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>621000</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>477000</b>	
-----------------	---------------	--

**Kommentarer/forbehold:**

**Udgifter i alt 621000**

**Indtægter 144000**

**Ansøgning Københavns kommune      276000 Kr.**

## **Cynthia Deogracias:**

Født og opvokset i Rwanda og Uganda  
Været bosiddende i Danmark siden 1998

Igennem de sidste 5 år har jeg i min fritid arbejdet med mode og design.  
Jeg har været engageret i modeshows, både i Danmark og i Afrika.

2012

Mode show i Rwanda: Kigali - modeuge, " Kigali fashion week "

Min opgave var at udvælge to danske modedesignere( Hanne Zachariassen , Line Hvass ), der skulle præsentere deres kollektion til et stort modeshow. Min rolle var: Kurator, model, formidler.  
[www.vitavass.com](http://www.vitavass.com) , [www.asfaldt.com](http://www.asfaldt.com)

2013

Glocal art i Ålborg /CKU, mode udstilling i samarbejde med Stelle Atel fra Uganda /  
<http://glocalart.dk>.

2015

Etableringen af African Fashion organisation i Danmark.

2017 Københavns Designers Academy: Model til modeshow for kronprinsesse Mary I Valbyparken

2017:

Deltager i en Fransk/ Afrikansk Teater, mode, performance og teater, hvor jeg var med som " kjole designer" til direkte opførelse på scenen.

[www.wilmaversion.dk](http://www.wilmaversion.dk)

2017

Performance, happening i Thorsminde

Performance på Strandingsmuseet St. Georges i Thorsminde, samt på fiskerikajen. (opgaven var bestilt af Lisbeth Hermansen i forbindelse med et kunstprojekt fra Statens Kunstfond)

2018 :

Deltager i festivalen Couleur festival : Verdens Kulturcentret

Min rolle: Arrangør af Afrikansk modeshow

Designer, med egen kollektion. Tilrettelægger, model.

2018

I 2018 tog jeg personligt Initiativet til en Afrikansk Modeshow på Blågårdsgade på Nørrebro.

Min rolle var desuden:

Designer, model, tilrettelægger, kurator, formidler, projektleder.

artFREQ. Nyrnberggade 29, 2300 København S, artfreq.com  
Søren Høy, 2129 7019, hoy@artfreq.com / CVR: 3112 0187

**Til:** Københavns Kommunes Festivalpulje / Kulturarrangementer, att: Maria Ørsted

**Vedrørende:** Ansøgning om tilskud i 2020 til Kulturforeningen artFREQ.

**Ansøgt beløb:** Kroner 250.000,-

Vi har i 5 år modtaget 250.000 kroner årligt i tilskud.

Det er et passende beløb til at drive vores non-profit-forening og del-finansiere vores koncertrække og festival. artFREQ. laver hvert år 8-12 events samt en todages festival. Det er indlysende, at det koster mere end det ansøgte beløb, men via egenfinansiering og andre tilskud lykkes det mod alle odds at få verdensklasse-kunstnere til København. artFREQ. fylder i 2020 12 år, hvilket vidner om, at vi har slidstyrken til fortsat at levere på højeste niveau.

**Moms:** artFREQ er fuldt momsregistreret.

**Titel:** Koncertrække samt en festival.

**Periode:** Vores koncertrække dækker hele kalenderåret 2020 med 8-12 events.  
Festivalen afvikles i første kvartal af 2020.

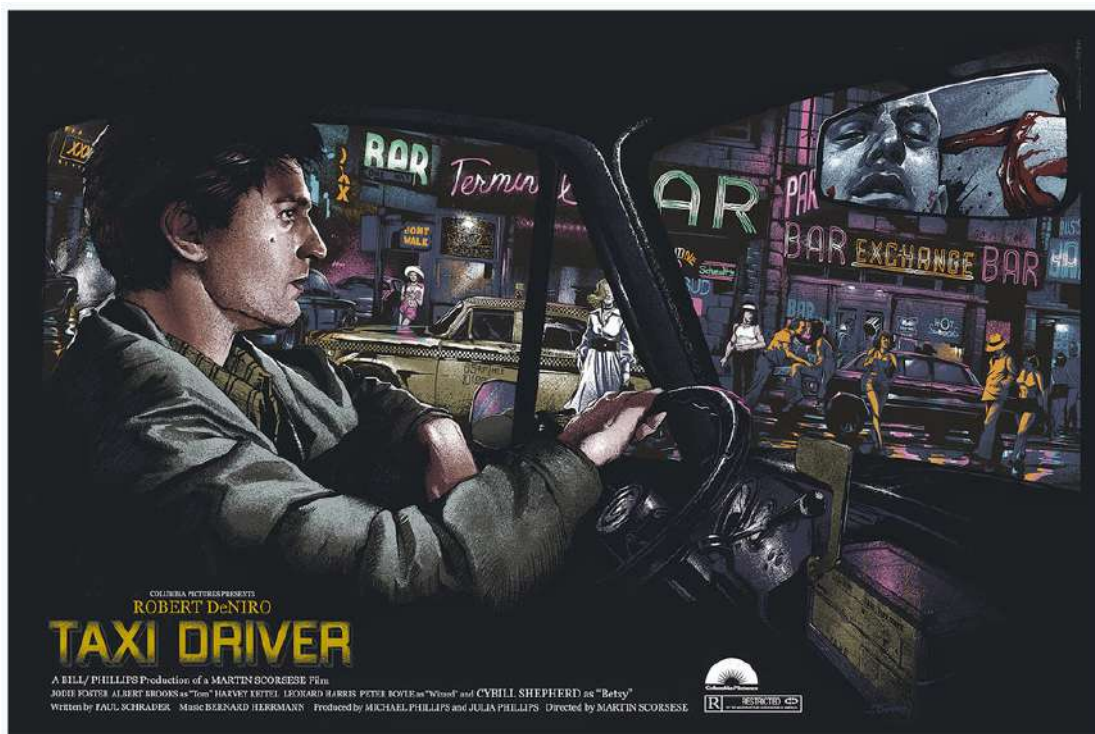
**Events 2020:** 4 events er beskrevet. Vi regner med at præsentere yderligere 4-6 events.

**Taxi Driver: Live koncert + film + masterclass + symposium i DRs Koncertsal (i dialog)**

I samarbejde med DRs symfoniorkester, Columbia Pictures (US) og Southbank (UK) har vi fået rettigheden til at opføre scoren til Martin Scorseses klassiker Taxi Driver (1976). Scorseses hovedværk er en af de væsentligste film de seneste 50 år, og har inspireret en hel generation af instruktører og skuespillere. Scoren er komponeret af Bernard Hermann, der bliver betegnet som en afgørende pioner indenfor genren. Filmen vises i ny-restaureret version.

I forbindelse med opførelsen laver vi to gratis arrangementer i form af en masterclass med filmens forfatter, Paul Schrader, og et symposium om filmens og musikkens betydning. Opførelsen rummer dermed 3 events.

Forventede deltagere: 1200 (koncert) + 400 (samlet til masterclass & symposium)



### **Diamanda Galás & Patty Waters i Marmorkirken**

Det er intet mindre end en verdenssensation, at vi har fået Galás og Waters til at optræde på samme scene. Græsk-amerikanske Diamanda Galás (f. 1955) er pianist og vokalvirtuos af mytiske dimensioner. Hun er klassisk uddannet operasangerinde, pianist og cellist.

Amerikanske Patty Waters (f. 1946) er legendernes legende. Ikoner som Patti Smith, Yoko Ono og ikke mindst Galás nævner Waters som deres afgørende inspiration. I Marmorkirkens imponante arkitektur opfører Galás og Waters et særligt udvalgte koncertprogram udført bl.a. på Steinway Model-D flygel. Galás har krævet at optræde i Marmorkirken, som hun kalder det bedste koncertrum i Europa. Denne koncert vil tiltrække publikum fra hele Europa, da det med sikkerhed er første og eneste gang, at denne unikke konstellation optræder sammen.

Forventede deltagere: 900

### **Adrian Utley & Fred Frith & Thurston Moore i Marmorkirken**

Vi har skabt en tæt personlig relation til det store britiske band Portishead, der ændrede den moderne musikhistorie med deres trip-hop lyd i 1990'erne. Vores relation betyder, at vi får mulighed for at præsentere deres projekter, der ligger på det mere eksperimenterede spektrum. Hovedkomponisten i Portishead, Adrian Utley, er guitarist, og vi har bedt ham sammensætte og kuratere en særegent koncert. Utley har valgt at hylde den banebrydende No Wave-periode fra 1970'erne i New York, hvor man for første gang så guitarer i en symfoniske kontekst. Utley har komponeret med legenderne Fred Frith og Thurston Moore, der begge medvirker i ensemblet og som solister. En aften i legendernes tegn.

Forventede deltagere: 500

### **Christian Marclay: Investigations: Composition for 20 pianos i Cph Comporary (i dialog)**

Christian Marclay skabte sig et stort navn på installationen 'The Clock' – en film på 24 timer, der rejste rundt til verdens fornemme kunsthistorier og -museer. Hans nyeste værk er en koncert, der opføres på 20 pianoer. Han har udviklet konceptet og koncerten sammen med Huddersfield University. Det er et spektakulært værk, der skaber en hel unik lydmur og –univers, der uden tvivl vil tiltrække et publikum fra alle kunstuddannelser og -retninger, da det inkarnerer både avantgarde eksperimentet og klassisk opførelse.

Forventede deltagere: 300





### **Festival 2020: Radikale Deutsche Pioniere**

I anledning af det dansk-tyske kultur-venskabs-år har vi sat et ambitiøst og mangfoldigt program sammen, der følger vores tidligere festivaler, som hver gang indrammer et radikalt udtryk, der har været med til at udvikle og inspirere kunstnere og publikum.

Denne gang laver vi to store koncerter med fire afgørende tyske kunstnere, der indenfor industrial punk, synth og vokal har brudt grænserne ned mellem det sekteriske, finkulturelle og mainstream. De er gået fra at være anarkismens toner til at være pensum på konservatorierne. Vi forventer, at vi kan fylde DRs Koncertsal to dage i træk med et virtuost og diverst musikalsk program, der indeholder følgende elementer:

**Einstürzende Neubauten:** 40-års jubilæums koncert med Tysklands største og vigtigste industrial punk-band.

**Neu / Michael Rother:** Tysk legendarisk Krautrock med synth-linjer til Kraftwerk.

**Alva Noto:** Det tyske wunderkind på den globale elektroniske scene. Han er blevet et verdensnavn, der bl.a. har lavet musik til Oscar-vinderen 'The Revenant'.

**Anika:** Med en gennemsyrende vokal har Anika skabt sig en stor fanskare, der ser hende optræde med flere store avantgarde-navne. Lige nu er hendes musik aktuell i Netflix-serien 'Russian Doll'. Programmet vil indeholde to gratis artist talks, som vi laver i samarbejde med Rytmeconservatoriet.

Forventet deltagerantal: 3.500 til koncerterne og 400 til artist talks.

### **Internationalt samarbejde skal gavne København**

Vi har de seneste år brugt meget krudt på at udvikle vores relationer, netværk og opbygge vores gruppe af følgere, da de er vores primære ambassadører. Det har resulteret i mange nye kontakter, som hele Københavns kulturmiljø får glæde af. Et eksempel er et samarbejde med to store engelske komponister har betydet, at de nu er i samarbejde med flere københavnske kunstnere. Vi vil fortsætte den udvikling, og det gør vi med dedikerede samarbejder med etablerede og velrenommerede europæiske institutioner, der kan bringe os i kontakt med nye kunstnere. I 2020 vil vi indlede et samarbejde med kunstmuseet Victoria & Albert i London ([www.vam.ac.uk](http://www.vam.ac.uk)), London Design Museum ([www.designmuseum.org](http://www.designmuseum.org)), der besluttede sig for at investere i Stanley Kubrick udstillingen efter at have set vores version i København, samt Atelier Lumieres i Paris ([www.atelier-lumieres.com](http://www.atelier-lumieres.com)). Det skal etableres sparring, samtaler og mulighed for, at vi sammen kan kuratere værker. I samme internationale perspektiv er et af vores værker, der er lavet i samarbejde med Christian Lemmerz, Ghost Ship, i spil til at deltage på årets Biennale i Venedig. Det vil ligeledes give mulighed for at møde og vurdere nye værker og kunstnere. Vi har før bevist, at vi kan tiltrække store attraktive publikumsgrupper fra udlandet til vores arrangementer. I 2017/2018 havde Kubrick udstillingen 8.000 besøgende fra det meste af verden, som alle bidrog til generel omsætning og mangfoldighed ved deres besøg i København. For at tiltrække det publikum, skal vi have mulighed for at præsentere verdensklasse.

### **Baggrund:**

artFREQ. præsenterer radikal finkultur. Koncerter, udstillinger, artist talks med verdensklasse kunstnere. Foreningen drives non-profit, hvor ingen af de involverede får løn for det daglige arbejde. Alle pengene går til arrangementer og drift af foreningen.

### **Relevans & branding-værdi for København:**

artFREQ. tilbyder København verdensklasse og uforudsigelighed – vi udfordrer publikum med kunstnere, udtryk og scenografi, de færreste andre arrangører tør præsentere. Vi vil gerne bidrage til, at København fremstår cool, avantgarde og modig. Det sker gennem events, hvor vi er alt andet, end publikum kan finde på de etablerede spillesteder. Vi mener, det er vigtigt, da al mainstream udspringer af den smalle kunst og den kompromisløse kulturforståelse. De værdier som artFREQ.s kunstnere repræsenterer vil med sikkerhed øge byens *brand value*. Vi kan gennem billetsalget konstatere, at vi konstant øger tilstrømningen af publikum fra Skandinavien, England og Tyskland. Dermed bidrager vi til kulturturismen og anerkendelsen af Københavns position som en afgørende kulturby.

### **Faste samarbejdspartnere:**

I mange år har vi arbejdet tæt sammen med festivaler, udstillingssteder, koncertsale, kirker og kuratorer om events, afvikling, frivillige og projektering af koncepter. Det er ofte langvarige affærer at få vores kunstnere til landet, så det kræver tit flere gode navne på samme henvendelse. Vores principper om samarbejde og udvikling af fælles ånd og styrke kan mærkes i vores projekter, hvor vi også arbejder med et fast team af frivillige og produktionsfolk. Det giver en afviklingsikkerhed, der igen giver tryghed hos kunstnerne og dermed top-events for publikum.

### **Erfaring med afvikling af lignende projekter:**

Lars Top-Galia og Søren Høy står bag artFREQ., der på 12. år henvender sig til et publikum, der ønsker unikke oplevelser i unikke omgivelser. Oplevelsen bliver genereret gennem kunst, arkitektur og stemning. Vores store internationale netværk betyder, at vi hele tiden kan opgradere vores ambitioner og dermed give byens koncertgængere og kulturfeinsmækkere ekstraordinære oplevelser. Vi har fået tillid hos det kræsne publikum, da vi konstant har leveret koncerter gennem alle årene.

### **artFREQ. i tal 2008-2019:**

- 165 kunstnere på 93 events.
- Samarbejde med +55 organisationer, partnere, institutioner.
- Stærkt organiseret netværk og social medie community.
- Relationer til kunstnere og bureauer internationalt.
- Kontinuitet for og dedikation til publikum.

### **Kulturel kontinuitet:**

Ligeledes har vi bygget partnerskaber op med over 50 forskellige institutioner, organisationer, foreninger og festivaler. Det betyder, at vores samarbejde på tværs af kunstformer giver vores publikum uforudsigelige oplevelser med verdensklasse-kunstnere. Vores støtte fra Københavns Kommune (og Statens Kunstfond) gør, at vi kan præsentere grænsesøgende kunst, der ikke svømmer i den mainstream, som er rigeligt repræsenteret i København. Vi planlægger vores events til primært at foregå i starten af året og i slutningen af året da vores erfaring er, at publikum på de tidspunkter trænger til inspiration og oplevelser. Samtidig vil disse særlige events ikke kollidere med byens andre mere kommercielle tilbud.

### **Tilskud fra Københavns Kommune**

- 2019: 250.000 (11 kunstnere på 9 events)
- 2018: 250.000 (10 kunstnere på 8 events)
- 2017: 250.000 (9 kunstnere på 8 events)
- 2016: 250.000 (11 kunstnere på 8 events)
- 2015: 250.000 (12 kunstnere på 8 events)

**Bestyrelse (udvalgte):**

- Michael Kvium, kunstner
- Peter Stenbæk, reklamebureau-direktør
- Jesper Elg, gallerist
- Kim Foss, biograf-direktør
- Lena Bredlund, Akademiet for talentfulde unge

Med venlig hilsen



Søren Høy, Administrativ leder

Lars Top-Galia, Kunstnerisk leder



Fra opførelsen af Jeanne d'Arc i DRs Koncertsal, oktober 2018.

I anledning af filmens 90-års jubilæum og 50-året for Carl Th. Dreyers død opførte Adrian Utley (Portishead) og Will Gregory (Goldfrapp) sammen dirigenten Charles Hazelwood (BBC), 12 klassiske musikere, det danske Ars Nova-kor samt seks danske blæsere et nyt score til filmen.

En perfekt kombination og gensidig inspiration mellem verdensklasse og national klasse.

Dagen inden koncerten inviterede vi på gratis artist talk på Rytmekonservatoriet, hvor Pernille og Christina Rosendahl interviewede Utley og Gregory.

Vi solgte 900 billetter i DRs Koncertsal og 300 mødte op til artist talk.

Koncerten blev honoreret med 5 hjerter af Politiken anmelder.

Samarbejdspartnerne inkluderede DR, DFI, SNYK, Rytmekonservatoriet, bureauet Volume og HIFI-klubben.

Budget 2020

## BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

<b>Tilskudsmodtagers navn: Kulturforeningen artFREQ</b>
<b>CVR/CPR: 31120187</b>
<b>Projektets navn: artFREQ</b>

### Projektperiode: 2020

Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget 2020</b>	<b>Budget 2019</b>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	250.000	250.000	Ansøgt 1.4.19
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )			
a) Statens Kunstfond	150.000	150.000	Søges august 19
b) Sponsorer	50.000	50.000	
c)			
Honorarer			
Billetindtægter	500.000	400.000	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Overført overskud	100.000	185.371	fremgår ikke af udgifts budget nedenfor
b)			
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>1.050.000</b>	<b>1.035.371</b>	

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget 2020</b>	<b>Budget 2019</b>
Løn og honorarer	200.000	250.000
Konsulentudgifter		
Materialeudgifter		
Transportudgifter	100.000	150.000



Opholdsudgifter	150.000	100.000
Fortæring, herunder møder	50.000	50.000
Diverse repræsentation	25.000	5.000
PR og markedsføring	100.000	50.000
Kontorhold (telefon, husleje, porto, revisor.)	120.000	120.000
Leje af venues og produktionsomkostninger	75.000	50.000
Øvrige udgifter, specificeret		
a) løn teknikkere	100.000	150.000
b) Koda	30.000	25.000
c) Diverse teknik	100.000	50.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>		

<b>RESULTAT</b>	<b>1.050.000</b>	<b>850.000</b>
-----------------	------------------	----------------

**Kommentarer/forbehold:**

Vores indtægter ud udgifter hænger uløseligt sammen.  
Hvis vi har billetindtægten, har vi også diverse udgifter i forbindelse med afviklingen.  
Hvis vi samarbejder med en organisation eller institution, der har billetsalg, har partneren også det primære udgiftsniveau.  
Dermed kan vores indtægt og vores udgift på et år variere meget.

## Ansøgning til Kultur- og Fritidsudvalgets Festivalpulje, Københavns Kommune

Afsender: **COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVAL (CAFx)**

**Projekt:** Vi søger hermed Kultur- og Fritidsudvalget om en bevilling til udvikling og afvikling af Copenhagen Architecture Festival (CAFx) i 2020 på 800.000 kroner ud af et samlet budget på 2.670.000 kroner.

Overordnet arbejder CAFx for at understøtte og styrke sammenhængskraften i Danmark gennem målrettede aktiviteter, der tager udgangspunkt i tesen om den brede arkitekturforståelse som forandringsdrivende. Det gør vi gennem en lang række publikumsrettede aktiviteter, såsom filmvisninger, byvandring, seminarer, debatter, udstillinger, workshops, konferencer, mm., som afvikles i løbet af 11 dage hvert forår i København, Aarhus, Aalborg og Odense og alle er med til at vise spændvidden i det arkitektoniske felt og uddybe dets relevans for den brede befolkning. Hertil kommer drypvise aktiviteter spredt ud over året i form af sommerskoler og film+debatarrangementer rundt omkring. Allerede nu har vi opnået resultater for vores kortsigtede impact-målsætning om adfærdsændring gennem bevidstliggørelse blandt borgerne om arkitekturens relevans og rolle i samfundsudviklingen. Med vores internationale netværk og fælles tværfaglige kompetencer rummer vores organisation både modenheten og ekspertisen til at videreudvikle og forøge disse resultater til gavn for byen og dens borgere som et uformelt og borgernært fora for diskussioner om arkitektur og byudvikling. Hos CAFx er vi overbeviste om, at en målrettet indsats, med udgangspunkt i arkitekturens rolle i det fællesskabte samfund, kan bidrage til en styrkelse og forøgelse af sammenhængskraften gennem bevidstliggørelse og langsigtet adfærdsændring. Vi har således meget på hjerte – ikke mindst i lyset af mange nye tiltag der sker i byens udvikling - og føler os inspirerede til at fortsætte succesen med afholdelsen af Copenhagen Architecture Festival i 2020, som vi har givet en tentativ overskrift med "Velfærdsbyen under ombygning".

Denne ansøgning indeholder: "Om Copenhagen Architecture Festival" - "Copenhagen Architecture Festival x 2020" - "Samarbejder" - "Kommunikation / markedsføring" - "Målgruppe / tilskuerestimat" - "Organisation" i nævnte rækkefølge. Til sidst findes "Budget og finansieringsplan 2020 + 2021".

Der er ingen tvivl om, at udvalgets bevillinger er af stor betydning for gennemførelsen af festivalen, og vi håber derfor, at I vil se velvilligt på vores ansøgning. Vi står til rådighed for yderligere spørgsmål.

Med venlig hilsen

**Josephine Michau**

Festivaldirektør + grundlægger

josephine@cafx.dk

CVR: 30543947

Festivalen er momsregistreret.



COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVAL (CAFx) - VESTERGADE 12 - 1456 KBH K - INFO@CAFX.DK - +4560664842

## OM COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVAL

Copenhagen Architecture Festival blev etableret i 2014, og står nu som Nordens førende årlige arkitekturfestival og verdens største arkitekturfilmfestival målt på publikumstal og antallet af afholdte aktiviteter med mere end 100 årlige aktiviteter i København, og 200 på landsdækkende plan.

Gennem en flerspektret formidling af arkitekturen med dens relevans for borgerne, byen og samfundet kan vi skabe en større forståelse for, hvorfor og hvordan de fysiske omgivelser påvirker os, som de gør, hvorfor de ser ud, som de gør, og dermed udvide publikums oplevelse af deres omverden og især rummene i og omkring deres bolig. Målet er at gøre mødet med arkitekturen nærværende for borgerne/brugerne ved at skabe forståelse for det byggede miljø som identitetsskaber, adfærdsregulator og æstetisk fænomen.

Siden festivalens start i 2014 har det således været ambitionen at formidle arkitektur til et bredt publikum ved at være uhøjtidelige, nysgerrige og bringe nye perspektiver på arkitekturen. Gennem arkitekturens prisme får vi således både diskuteret og formidlet sociale, grønne –og økonomiske bæredygtighedsmodeller for, hvordan vi bygger og indretter vores by, skaber livskvalitet, fællesskab og øget demokrati. Ligeledes får vi gennem arkitekturen og vores frie, anderledes og til tider eksperimenterende tilgang til formidlingen af den, aktiveret meget forskellige byrum samt får blandet og engageret nye målgrupper, der ellers ikke findes blandt det gængse kulturpublikum. CAFx er en formidlende, faciliterende og forbindende organisation. Vores strategi er at skabe nye og større kontaktflader på tværs af skel – fra Hellerup til Gellerup, på tværs af fagligheder og discipliner, på tværs af det offentlige og det private, på tværs af bydele, landsdele og transnationale geografier med fokus på videns- og erfaringsudveksling som understøttende for vores målsætning om bevidstliggørelse og adfærdsændring.

Arkitektur kendetegnes først og fremmest ved sin fysiske udformning af vores hjem, institutioner, offentlige rum osv., men forbinder sig samtidig til en række spørgsmål om værdier, idealer og nødvendigheder for vores sameksistens i relation til f.eks. klimaforandringer, demografi, migration, kulturmøder, boligmasse, tryghed, sundhed m.m. Spørgsmål med fundamental betydning for samfundsudviklingen såvel som for den enkeltes nære liv, og spørgsmål som vi alle, fagudøvere, medborgere og beslutningstagere kan være løsningsbidragende til på forskellig vis. Kort sagt: Arkitektur er ikke kun for arkitekter, arkitektur er for alle.

I 2015 blev CAFx verdens største festival af sin art med sit ekstraordinære fokus på arkitektur og film og er Skandinaviens største årlige arkitekturbegivenhed. I løbet af festivalens levetid er efterspørgslen steget, og festivalen har derfor gennem årene valgt at udvide aktiviteterne til Aarhus (2015) og Aalborg (2016) og Odense (2018) - alle byer, der ligesom København har en stærk arkitektonisk identitet. København forbliver festivalens hovedfokus med knapt 120 events i 2019.

Siden 2015 har festivalen været en del af det EU-finansierede pan-europæiske netværk 'Future Architecture Platform', som tæller 18 arkitekturelaterede organisationer og institutioner i 15 lande i Europa, og som via et årligt 'open call' inviterer nye stemmer fra arkitekturens verden til at lave projekter, der peger på fremtidens arkitektur. Et initiative, der også er med til at sætte fokus på København ved både at have ansøgere derfra og få nye talenter til byen.

Siden 2016 har festivalen yderligere været med til at formidle Københavns årlige bygningspræmering til offentligheden, bl.a. via offentlige debatter og guidede cykel- og gåture med byens stadsarkitekt.

CAFx 2019: Hvert år tilrettelægger vi vores program ud fra en særlig tematik. I 2019 er temaet 'Skiftende idealer: 1919 – 2019 – 2119'. I anledning af det dobbelte 100-års jubilæum for det modernistiske fyrtårn Bauhaus-Skolens åbning i Weimar i 1919 og BL Danmarks Almene Boligers stiftelse samme år vil vi dykke ned i, hvordan idealer for boliger og byudvikling har ændret sig igennem det sidste århundrede. Vi vil se på værdigrundlaget for at bebo, bevare, transformere og gentænke eksisterende boliger og samlivet mellem husene. I disse år er der igen en tilstrømning til storbyerne og mangel på billige boliger, og vi vil derfor undersøge, hvad nutidig bolig- og byudvikling kan lære af erfaringerne fra efterkrigstidens velfærdsby. Således har nogle af det 20 årh.s fremmeste arkitekter tegnet innovative boligkvarterer, der har afprøvet nye designløsninger, og opgraderet komfort og livskvalitet for almindelige mennesker. Det gør vi via guidede ture til almene boligområder som Bispeparken, Tingbjerg og Bellahøj samt via debatter, konferencer, filmvisninger, mm. hvor vi sætter velfærdsbyen under lup, ligesom vi viser film fra almene boligområder lavet af lokale beboere i forbindelse med vores åbne filmkonkurrence Almene Hjem, der bl.a. vises på DAC.

Vi kigger ligeledes frem i tiden og får i den forbindelse bl.a. debatteret Fingerplanens fremtid, Lynetteholmen, planlægningen og udviklingen af byen og forvaltningen af vores kulturarv, med deltagelse af både overborgmesteren og stadsarkitekten. Med udstillingen Housing the Human får vi ligeledes internationale talenter bud på prototyper for, hvordan vi skal bo sammen i fremtiden. Samtidig udstiller og publicerer vi en samling manifeste fra landets arkitekturstand angående arkitekturens rolle i samfundet anno 2019 med de udfordringer, vi står overfor klimamæssigt, socialt og økonomisk. Publikationen overdrages til beslutningstagere og byudviklere som Anne Skovbro, By & Havn, Nina Kovsted Helk, Realdania og Mia Manghezi, PensionDanmark. De 49 manifesters indhold debatteres ved forskellige arrangementer under festivalen. Dette er blot et udsnit af mange arrangementer, der løber af stablen i april i år.

Læs mere om festivalen her: [www.cafx.dk](http://www.cafx.dk)



## COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVAL x 2020

Under den tentative overskrift "Velfærdsbyen under ombygning" ønsker vi næste år at fortsætte og videreudvikle på vore erfaringer og levere en endnu mere ambitiøs arkitekturfestival i 2020, der vil manifestere København som en central national, nordisk, europæisk og global scene (ny)tænkning med en perlerække af vedkommende oplevelser med indholdsmæssig tyngde knyttet til det brede arkitektoniske felt. En festival, der er med til at sætte dagsordenen i byen ved at tage aktuelle emner op i forhold til klimamæssige, urbane og samfundsmæssige udfordringer og som kan komme med anbefalinger til beslutningstagerne indenfor feltet og engagere borgerne omkring bolig- og byudvikling på nye måder.

Vi vil fortsætte vores fokus på boliger og fællesskab i relation til klima- og samfundsmæssige ændringer, undersøge arkitektoniske og urbane fænomener fra forskellige, tværfaglige vinkler og med en undersøgelse af lokale danske forhold, der inddrager stemmer og erfaringer fra andre dele af verden. Vi vil højne vores indsats overfor børn og unge gennem et fokuseret indsats over udskolingen med henblik på at integrere arkitektur i undervisningen. Bæredygtighed står højt på CAFx' dagsorden både i vores afvikling og i vores indhold. Det betyder bl.a., at vi ikke bruger engangsglas, at vi skærer ned på merchandise og pynt, og at vi producerer eller benytter os af genbrugelige produkter. I forhold til festivalens indhold er det også et fokus, at vi får diskuteret bæredygtighedsprincipper i byggeriet og planlægningen af vore byer generelt. Arkitektstanden er generelt meget bevidst om FNs verdensmål, og det er derfor nærliggende, at vi fortsætter med at diskutere strategier for at optimere en bæredygtig udvikling indenfor faget.

Også den sociale bæredygtighed er et stort fokus for os. Således tænker vi at fortsætte vores fokus på almene boliger, som blev planlagt med gode intentioner som fysiske rammer for almindelige menneskers liv på tværs af diverse skel – en unik egalitær arv, som mange udlændinge beundrer. Den almene sektor har været et tilbagevendende fokus for festivalen, og da almene boliger danner ramme for ca. 1 million danskeres hjem og løbende befinder sig på den politiske dagsorden, finder vi dem relevante at beskæftige os med på forskellig vis i takt med nybyggerier som Urbania og regeringens ghettoplaner. Dette fokus betyder også, at vi åbner op for dele af byen, som en stor del af det gængse kulturpublikum normalt ikke besøger og omvendt får vi gæster til vore arrangementer, der ikke er en del af det gængse kulturpublikum. Dermed opfylder vi også vores egen ambition om at nedbryde skel på tværs af geografier og demografier.

Vi arbejder også videre med etableringen af en international platform for forskning og praksis indenfor film og arkitektur. Idéen er udsprunget af festivalens fortsatte fokus på filmmediet som formidler af arkitektur og de to faggrenes fælles egenskaber af begge at være rumlige og komplekse, operere i stemninger, sekvenser og beskæringer, og begge agere i et affektivt og æstetisk felt af følelser, association, rum, lys og stof. Vi vil gerne undersøge mulighederne for at etablere en international platform for udveksling og produktion af viden på feltet, herunder især filmmediets evne til at formidle atmosfære og rumlige kvaliteter indenfor arkitekturen. Vi regner således med at få en erhvervs-ph.d. under festivalen, som pt. har fundet halvdelen af sin finansiering hos Innovationsfonden, og som afventer den anden halvdel fra forskellige fonde.

## SAMARBEJDER

Festivalen samarbejder med en lang række partnere, hvor viden hentes, skabes, deles og viderefremmes i internationale og nationale netværk og partnerskaber.

Siden festivalens opstart har vi gjort meget ud af at skabe nye og større kontaktflader på tværs af skel – fra Hellerup til Gellerup, på tværs af fagligheder og discipliner, på tværs af det offentlige og det private, på tværs af bydele, landsdele og transnationale geografier ud fra tanken – og nu erfaringen – om, at vores program således bliver mere interessant og relevant. Globale problemstillinger får et lokalt perspektiv og omvendt, og forskellige tematikker bliver diskuteret fra flere vinkler. Det er ligeledes en måde at udbrede kendskabet til festivalens aktiviteter, når andre institutioners publikummer inviteres ind, spare ressourcer og således blive mere økonomisk bæredygtig.

Udover de mere faste foreninger, organisationer og institutioner, der er spredt udover byen (37 venues i København i 2019) fra Tingbjerg til Louisiana, Dansk Arkitektur Center til Nørrebro-biografen Videomøllen, Cinemateket til Bellahøj, osv., samarbejder vi også med flere af byens andre festivalaktører som Chart, Golden Days, G((o))ng og Radiobiografen om enten indhold og/eller gensidig formidling. DR K har også været fast samarbejdspartner fra starten med både en parallel arkitekturfestival på kanalen og flere arrangementer ude i 'den virkelige verden' i festivalperioden, så vi via dem hidtil har nået bredt ud med vores budskab. I år er samarbejdet på kanalen desværre sat midlertidigt på hold pga. omrokeringer på kanalen. Vi fortsætter dog med live-arrangementer med kanalen. Til gengæld har vi siden 2018 haft et stærkt samarbejde med Dagbladet Politiken, som både trykker og distribuerer vores festivalavis, og som vi laver en masse arrangementer med i øvrigt.

Kendskabet til festivalen er over årene vokset langt udover landets grænser, og vi bliver kontaktet af mange aktører, der gerne vil samarbejde. Siden 2017 har vi samarbejdet med VisitDenmark om at sprede budskabet, at København er interessant for sin arkitektur og har med dem også inviteret internationale pressedelegationer til festivalen. Vi møder publikum og frivillige, der er rejst fra ind- og udland til festivalen udover de gæster, vi selv har inviteret og i det hele taget oplever vi en rigtig stor interesse for festivalens program og byens arkitektur. Vi samarbejder også med Wonderful Copenhagen og World Congress of Architecture (WCA) om publikumsaktiviteter mod 2023, hvor en stor verdenskongres for arkitektur finder sted i København.

## KOMMUNIKATION / MARKEDSFØRING

Vore mediasamarbejder med hhv. Politiken, DR K, Architonic og Dezeen sikrer os medieomtale på deres platforme i månederne, ugerne og dagene op til samt under festivalen både nationalt og internationalt. Ligeledes får vi altid en bred national pressedækning op til og under festivalen og siden 2017 med vores international pressedelegationer, også en bredere international opmærksomhed.

Festivalen benytter sig også af sociale medier, hvor Facebook pt er den mest effektive med over 11000 følgere, af strategisk placerede annoncer både online og trykte, bannere, standere og plakater fordelt i København, 100.000 programaviser distribueret bredt via Politiken (90.000 eksemplarer) og egne kanaler (10.000 eksemplarer), trailerdistribution i biografen og online, nyhedsbreve, små film, elektroniske flyers, mv. udsendt via egne og samarbejdspartneres netværk.

## MÅLGRUPPE OG TILSKUERESTIMAT

Festivalen er en publikumsfestival, der også er interessant for branchen. Dens primære publikum er et kultur- og fagpublikum med en særlig interesse for film og arkitektur. De stiller sig ofte engagerede, kritiske og nysgerrige overfor kultur og samfund. De er højtuddannede i alderen 20-35 år og kommer hovedsageligt fra København og omegn, men rejser også fra resten af Danmark, Europa og verden for at besøge festivalen. Fra vores mediesamarbejde med Politiken har vi også fået godt fat i det modnere publikum. Festivalen står ligeledes hvert år for at invitere et internationalt netværk af relevante folk indenfor filmens og arkitekturens verden.

Festivalens tilskuertal er vokset gennem årene siden sin opstart i 2014, hvor festivalen havde 4.000 besøgende + ca. 200.000 på DR K til 2015, hvor den havde 9.000 + ca. 200.000 på DR K til 2016, hvor den havde 13.000 besøgende samt estimerede 41.000 til at se udvalgte københavnerarkivfilm i S-togene samt 211.000 publikummer på den parallelt kørende arkitekturfestival på DR K, som co-tilrettelægges i samarbejde med CAFx under et af festivalen givent tema. I 2017 havde festivalen mere end 500.000 publikummer, når DR K og S-togs-skærmene tælles med. Hertil kommer ca. 60.000 online-visninger af de film, der blev produceret til filmkonkurrencen MIT KØBENHAVN (se: <http://cafx.dk/mitkbh/>) samt på festivalens sommerskole (se: <http://cafx.dk/summer-schools/>) - tal taget fra de platforme vi har adgang til. I 2018 blev vi ramt af høj solskin og eksamensperiode, hvilket vi led under mht. vores publikumstal, så vi 'kun' ramte 9.000 gæster i København, men med visningerne af arkivfilm på s-togsskærmene og med visningerne på DR Ks sendeflade, kom vi igen over 500.000 publikummer og med Politikens brede distribution af programavis + presseomtalen generelt kommer vi op på en berøringsflade på over 1.000.000, der har stiftet bekendtskab med festivalen på den ene eller anden måde. I 2019 samarbejder vi hverken med s-togene eller DR K pga. omrokeringer og omprioriteringer, men Politiken estimerer, at vi er ude hos 500.000 med vores programavis, der udover arrangementerne også indeholder en mindre udfoldelse af de tematikker, vi beskæftiger os med i 2019. Hertil kommer presseomtalen nationalt og internationalt, som vi ikke har nogle instrumenter til at måle effekten af, men vi er både i Aftenshowet, Go'morgen Danmark, Weekendavisen, Politiken, Soundvenue, Berlingske, Børsen, mv., så vi rammer bredt! I 2019 lancerede vi ligeledes filmkonkurrencen 'Almene Hjem', hvor hele Danmarks befolkning blev opfordret til at indsende max 60 sekunders film ude fra de forskellige almene boligområder for at vise både den æstetiske og sociale variation fra den almene sektor i forskellige kontekster og få nogle andre historier end dem vi sædvanligvis introduceres for gennem medierne. De har ligget til afstemning på vores hjemmeside i nu tre uger og på Soundvenue og Dansk Arkitektur Centers udstilling 'Fælleskaber mellem murene' - hvilket tilsammen har haft en bred berøringsflade med indtil videre min. 50.000 visninger (se bl.a. <http://cafx.dk/filmkonkurrence/>)

## ORGANISATION

Festivalen blev startet af de tre grundlæggere, Peter Møller Rasmussen, Mads Farsø og Josephine Michau. Sidstnævnte har fra start drevet og ledet festivalen på daglig basis og Peter og Mads stoppede hver især deres løserer tilknytning hhv. sommeren 2015, hhv. sommeren 2017. Festivalen udvikles og afvikles herudover af et dedikeret hold af programlæggere, markedsførings- og kommunikationsfolk og produktionsfolk. Løse og faste ansættelser udgør omkring 4 fuldtidsansættelser. Nedenfor kort biografi på festivalens direktør Josephine Michau:

Festivaldirektør og medstifter af Copenhagen Architecture Festival i 2014 og den danske distributionsplatform DOXBIO i 2010.

Har en mastergrad i erhvervsøkonomi og filosofi fra Copenhagen Business School fra 2002. Har i mere end 15 år arbejdet som kulturel entreprenør med filmdistribution, kuratering og udstillinger rundt i hele verden.

Copenhagen Architecture Festival er momsregistreret og tilknyttet CVR-nummer 30543947, under det juridiske navn: MICHAU+ APS

## BUDGET & FINANSIERINGSPLAN 2020

### Budget

Afvikling af events:	<u>520.000</u>
- rejse + ophold, gæster + presse:	80.000
- produktioner (udstyr, honorarer, filmlejer, etc.):	440.000
Markedsføring + kommunikation:	<u>380.000</u>
- multimedia- produktion (grafik, videoer, website, mv.):	120.000
- annoncering:	100.000
- tryk:	80.000
- distribution:	80.000
Administration:	<u>1.770.000</u>
- Lønninger, internt + eksternt:	1.450.000
- Kontorhold:	260.000
- Besøg samarbejdspartnere, udland:	60.000
<b>Total:</b>	<b>2.670.000</b>

### Finansiering

<b>Københavns Kommune:</b>	<b>800.000</b>
Andre fonde (Realdania, GI, Dreyers Fond, DFI, m.fl.)	1.500.000
Sponsorer:	170.000
Billetindtægter:	200.000
<b>Total:</b>	<b>2.670.000</b>

Hertil kommer byerne Aarhus, Odense og Aalborg. De kører med deres egne budgetter og lokale finansieringskilder.

## BEVLLINGER TIDLIGERE ÅR FRA KØBENHAVNS KULTUR- OG FRITIDSUDVALG

Bevilgede beløb / budgetter

2014: 250.000 kr. / 1.523.500 kr.  
2015: 575.000 kr. / 1.678.600 kr.  
2016: 950.000 kr. / 1.709.000 kr.

2017: 600.000 kr. / 2.565.000 kr.  
2018: 600.000 kr. / 2.084.000 kr.  
2019: 600.000 kr. / 2.450.000 kr.



**Til: Københavns Kommune**

Kultur- og Fritidsforvaltningen  
Planlægning & Tilskud  
Nyropsgade 1, 3. sal  
1602 København V

**Ansøger:**

Foreningen Copenhagen Carnival  
Stolpegårdsvej 39 st. tv, 2820 Gentofte  
CVR: 34159289  
E-mail: info@cphcarnival.dk  
Web: cphcarnival.dk

**Ansøgning til Festivalpuljen om økonomisk tilskud til Copenhagen Carnival 2020**

På vegne af Foreningen Copenhagen Carnival ansøges hermed om økonomisk støtte til afholdelse af Copenhagen Carnival i pinsen den 29., 30. og 31. maj 2020.

De sidste 4 år har Karnevallet været produceret af andre end de samba- og dansegrupper i København, der lige siden karnevallets start har dannet grundlaget for afholdelsen. Det har været en beslutning om at lade andre om at tage sig af det praktiske og organisatoriske af selve afholdelsen af karnevallet - truffet af daværende bestyrelser i samba- og dansegrupperne. I 2018 besluttede sambagrupperne selv at tage styringen af karnevallet, så fokus igen kom på det folkelige tilbud om en stor glad danse og musikfest for Københavns borgere - med udgangspunkt i et rigt foreningsliv.

Efter et meget lille, men vellykket karneval i 2018, er vi klar til at gå et skridt op ad stien. Vi er i fuld gang med planlægningen af dette års karneval for 2019, som kun strækker sig over en dag i år, da det er hvad vi realistisk kan stable på benene - både produktionsmæssigt og økonomisk, for at det kan blive en succes. Planlægningen af 2020 kommer til at strække sig over tre dage, hvoraf den ene om fredagen er dagen, hvor sambagrupperne traditionelt varmer op i indre by og gør opmærksom på det kommende karneval i Fælledparken. Det betyder, at Karneval 2020 vil vare to dage i Fælledparken, både lørdag og søndag, og afholdes med stor frivillig hjælp, samt med aktiv deltagelse af gode venner af karnevallet, der har stor erfaring både kunstnerisk og praktisk omkring afholdelse af større events, festivaler etc.

Karnevallet kommer til at have 5 forskellige scener i telte, af hensyn til vejret - alle mindre og overskuelige (både i omfang og økonomi), der serviceres, køres og kurteres af forskellige samarbejdspartnere. Caribisk scene som STRØM står for med hjælp fra Team Black Out - en meget stærk organisatorisk dansegruppe omkring det afrikanske miljø i Danmark (bl.a. Sort Distortion). Og Elektronisk scene med udgangspunkt i den elektroniske musik som STRØM også kører. America Latina, som Club Mambo står for og også finansierer størstedelen af. Børnescenen, som frivillige fra karnevalsmiljøet kører og endelig Hovedscenen med samba, som folk i det brasilianske miljø står for.

Fredag 29. juni optræder sambagrupper fra ind- og udland på forskellige offentlige pladser i København - det betyder en stor synlighed og markedsføringsmæssig værdifuld opmærksomhed, og samtidig en ikke særlig produktionsdag for selve teamet omkring produktionen af karnevallet, da grupperne selv står for det meste. Denne opvarmningsdag er en årlig tradition for de mange grupper, som deltager i karnevallet.

Lørdag 30. maj bliver paradedagen med den årlige traditionsrige store parade gennem indre by på Strøget - med stor finale i Fælledparken med kommentatorer. Masser af musik, dans og workshops i parken.

Søndag 31. maj bliver børnekarnevalsdagen (med tilbud fra 2 til 14 år), hvor der fra formiddag til ud på eftermiddagen er børneparade, masser af danse-, musik- og capoeira workshops, mulighed for at prøve kostumer fra de forskellige sambaskoler etc. Sideløbende er der program på de 5 scener.

Alle cirka 2000-3000 artister fra ind- og udland optræder vederlagsfrit som støtte til Copenhagen Carnival - for at hjælpe karnevallet med at finde fast grund under fødderne igen.

Med samarbejdspartnerne og karnevallets gode venner som udgangspunkt, er Copenhagen Carnival planlagt i mindre målestok uden så mange svinkeærinder. Således, at karnevallet kan gennemføres så det bliver en god oplevelse for alle - både besøgende og deltagende. Det er vigtigt at Copenhagen Carnival er gratis at deltage i for publikum, at der er plads til så mange foreningers/dansegrupper deltagelse som muligt, og at målet om at gøre det hele enkelt og gennemførligt hele tiden er for øje. Udefrakommende revision vil økonomistyre karnevallet.

### **Opfyldelse af økonomisk tilskud for Festivalpuljen**

Idet Festivalpuljen yder støtte til "*større kultur- og idrætsbegivenheder*" og "*til kulturaktører der ønsker at vise forestillinger på pladser og i parker*" samt til "*musik og scenekunst*" mener vi, at Copenhagen Carnival er kvalificeret til at ansøge om støtte ved Festivalpuljen. Karnevallet er en kulturel begivenhed for alle Københavns borgere, hvor glæden ved musik og dans er i fokus. Aktiviteter, som alle aktivt kan deltage i ganske gratis, hvorved vi mener, at vi fremmer det musikalske idrætsfællesskab med et initiativ, som giver alle uanset alder, køn, etnicitet, kulturbaggrund eller økonomisk formåen, adgang til en oplevelse for livet.

Da vi søger at sikre karnevallets fremtid på en sund og fornuftig måde, og bygger karnevallet op over de kommende år, har vi valgt at indsende det mindst mulige budget for en realistisk afholdelse af festen, der strækker sig over tre dage. Ved eventuel ekstra finansiering fra andre støttegivere, vil vi bibeholde karnevallets størrelse - og dermed forblive tro mod, at målet er ét skridt ad gangen og en realistisk gennemførelse - og bruge evt. ekstra midler til at sørge for bedre forhold (sandwich, vand etc.) til de ubetalte 2000-3000 optrædende artister fra ind- og udland, samt flere aktiviteter til børnene under Børnekarnevallet.

Foreningen Copenhagen Carnival har i 2018 ikke modtaget den bevilgede støtte fra Festivalpuljen på DKK 250.000. I 2019 har vi fået omstødt afslag på støtte og modtager derfor i år 156.000. For at sikre en god start på at få opbygget fundamentet for karnevallet igen, samt genopbygge tilliden til samarbejdspartnerne og aktører som leverer materiel til karnevallet, ønsker vi at ansøge Festivalpuljen om DKK 500.000 til posteringerne der bl.a. vedrører produktion, drift, sikkerhed, sanitetsforhold, og børnekarnevallet (jf. vedlagte budget).

Det samlede udgør DKK 1.601.483 med et finansieringsbehov på DKK 501.483.

### **Bilag**

1. Fakta ark (*baggrund, formål- og succeskriterier, usikkerhedsfaktorer, evaluering mm.*)
2. Budget

Med venlig hilsen

Louise Kubert

Formand og karnevalsleder  
Foreningen Copenhagen Carnival

## BILAG 1. FAKTAARK

---

1. Om Copenhagen Carnival
2. Baggrund
3. Præsentation af karnevallets nye ledelse
4. Formål og succeskriterier
5. Struktur & indhold
6. Målgruppe
7. Interessenter
8. Usikkerhedsfaktorer
11. Formidling
10. Evaluering
11. Økonomi



## 1. OM COPENHAGEN CARNIVAL

---

Karnevallet har siden 1982 været en del af årets gang i København. En stor farverig fest, hvor glæden ved dans og musik er samlingspunktet, og hvor alle er velkomne. Publikum har igennem de mange år været fra alle samfundslag, religioner og etniciteter – karnevallet er kendt for at kunne rumme alle, med sin meget inkluderende og involverende tilgang til dets publikum. De håndgribelige og sunde værdier bringes i 2019 til live igen, og vil i 2020 imødekomme sit publikum med aktiv deltagelse i musik og dans, igen med gratis adgang.

## 2. BAGGRUND

---

Eventbureauet Momentum CPH har i de seneste år været medarrangør af karnevallet, som fik udbetalt et økonomisk tilskud af Københavns Kommune til driften. Efter eventbureauets konkurs i foråret 2018, mistede karnevallet alle bevilgede midler. For at undgå en historisk aflysning, fandt vi en akut løsning med fokus på alle vores mange børn, som vi ikke kunne bære at måtte skuffe.

Med hjælp fra sambamiljøet, Club Mambo og et hav af gode frivillige, lykkedes det heldigvis at stable et mini-karneval på benene i 2018, og siden har vi arbejdet på at stabilisere fremtiden, hvor flere interessenter er kommet med.

Sambamiljøet består af et stærkt sammentømret fællesskab, hvor alle, uanset baggrund, kan føle sig velkomne. De stærke værdier forankres i inkluderende tilgang på tværs af skoler og foreninger, hvor samarbejde og dét at være fælles om at skabe en helhed i vores aktiviteter som musik, dans, kostumer og vognbygning, er altafgørende for det færdige resultat; karnevallet.

Master Fatman/ Morten Lindberg har siden 2006 være Protektor og god ven af karnevallet, som vores skoler samarbejdede med professionelt og mange også kendte privat. Han stoppede ved eventbureauets inddragelse, men involverede sig igen i sommeren 2018, da han ønskede at hjælpe karnevallet på benene igen. Morten var meget opsat på vigtigheden af, at det skulle blive en succes og lagde derfor al sit arbejde vederlagsfrit. Morten havde en særlig viden og forståelse for karnevallets ånd og rummelighed, som han også selv besad og var kendt for. Mortens arbejde i og med karnevallet kan derfor ikke erstattes, men vi vil i det kommende år arbejde på andre muligheder for fremtiden.

### **3. PRÆSENTATION AF KARNEVALLETS NYE LEDELSE**

Karnevallet er nu igen på sambagruppernes hænder. Det vil sige, at det er den forening som sambagrupperne har stiftet der driver Copenhagen Carnival. Altså folk med udgangspunkt i kerneværdierne i karnevallet.

Bestyrelsen har valgt Louise Kubert som ansvarlig leder for karnevallet, der er en af ildsjælene bag projektet og har været i karnevalsmiljøet i snart 12 år. Hun har arbejdet med ledelse og kommunikation hvor hun tilsvarende har akkumuleret erfaring med virksomhedsopbygning, hjulpet start-up virksomheder i gang og afholdt større events. På karnevallets vegne, har hun fokus på mere inkluderende samarbejde på tværs af skoler, foreninger og virksomheder i Danmark, hvilket gav stor positiv feedback og ledte til succes for et ellers kriseramet karneval i 2018.

Louise har teamet op med gode venner af karnevallet der har erfaring med events, kommunikation etc. - bl.a. Frederik Birket fra STRØM, der efter Master Fatmans pludselige død i tirsdags nu hjælper med praktisk planlægning af karnevallet, ligesom Distortion, Team Black Out, Club Mambo etc. - har meldt sig på banen med praktisk hjælp omkring gennemførelse og fremtidigt samarbejde. Derudover er Cph Volunteers også med i den praktiske planlægning til at hjælpe karnevallet.

### **4. FORMÅL OG SUCCESKRITERIER**

Formålet med Copenhagen Carnival er at bevare og videreudvikle den danske multikulturelle folkekultur, som over de forgangne snart 40 år har udviklet sig til at blive en unik del af den danske kulturhistorie.

#### **Formål:**

- Bevare og fremme den danske folkekultur, hvor musik og dans ikke er noget man kun ser på en scene, men aktivt selv deltager i.
- Give alle uanset baggrund og økonomisk formåen mulighed for at deltage i et kunstnerisk, musikalsk, kulturelt og inspirerende København.
- Give skoler og foreninger mulighed for at tiltrække nye medlemmer, samt oparbejde og styrke et godt samarbejde med hinanden.

- Fremme turismen i hovedstadsområdet, nationalt og internationalt.
- Promovere Danmark og vores imødekommende og inkluderende danske folkekultur internationalt.

#### **Succeskriterier:**

I forbindelse med afholdelsen af karnevallet, er følgende succeskriterier opsat:

- At skabe en glædesfyldt musik- og dansefest for Københavns borgere.
- At give børn mulighed for at møde musik og dans på en inkluderende, aktiv og festlig måde, og udfolde deres nysgerrighed og kreativitet.
- At sikre gratis deltagelse for alle besøgende og karnevalsdeltagere.
- At have omkring 10.000+ fremmødte publikumsdeltagere.
- At have 5 scener med live verdensmusik, DJ's, artister, undervisning mv.
- At sikre at udenlandske grupper også deltager i kommende år.

### **5. STRUKTUR & INDHOLD**

Karnevallet er inspireret af brasiliansk fastelavn og afholdes på Strøget og i Fælledparken den 29-31. maj 2020. I Fælledparken vil 5 scener opsættes med livemusik, undervisning og artistoptrædere med genrerne samba, latin/salsa, caribisk/afro/soca, elektronisk musik, børnemusik og underholdning mfl.

#### **Struktur:**

- Fredag den 29. maj optræder en række sambagrupper fra Danmark og udlandet på offentlige pladser i indre by som PR optakt til karnevallet.
- Lørdag den 30. maj afholdes den store traditionelle strøgparade om formiddagen. Paraden varer omkring 4 timer og bevæger sig ned igennem Strøget i indre by, hvor overdådige paradevogne, livemusik og dansegrupper fra både ind- og udland optræder.
- Lørdag den 30. maj og søndag den 31. maj afholdes karnevallets festival i Fælledparken. Her vil være 5 scener med optræden og livemusik, børnekarneval og aktiviteter, danse- og trommeundervisning, foodmarket og shoppingboder. Børnekarnevallet indeholder også en børneparade, hvor alle børn har mulighed for at lave kostumer i en af vores workshops og gå med i paraden gennem Fælledparken.

## 6. MÅLGRUPPE

---

Målgruppen for Karnevallet udgør følgende grupper:

- Børnefamilier (ca. 54.000 i Københavns Kommune)<sup>1</sup>
- Turister i Region Hovedstaden (ca. 91.000 i perioden 7. - 9. juni)<sup>2</sup>
- Foreninger og skoler i Region Hovedstaden og Region Sjælland
- Sambagrupper, cuba-, latin- og afromiljøet - også internationalt

## 7. INTERESSETER

---

Copenhagen Carnival samarbejder med en række interessenter, herunder Københavns Kommune, Cph Volunteers, Kultur Østerbro, STRØM, Team Black Out, Club Mambo, Copenhagen Event, mfl. samt en lang række skoler og foreninger med både børn og voksne.

Interessenter bidrager med promovning, markedsføring, know-how og artister. Vi arbejder med flere lokale samarbejdspartnere, aktører og forhandlere, der kan bidrage med sunde værdier og miljøbevidsthed.

## 8. USIKKERHEDSFAKTORER

---

Grundet Momentum CPH's konkurs er karnevallets væsentligste usikkerhedsfaktor manglende finansiering, idet karnevallet ikke modtog sin bevilgede støtte i 2018, og økonomien for pinsen 2019 er presset.

Selvom store dele af karnevallet afholdes med hjælp fra frivillige, så er bidrag fra fonde og legater essentielt. Der mangler særligt støtte til produktionen, herunder telte, scener, lyd & lys, sikkerhed, afspærringer, sanitære forhold, forsikringer, samt til børnekarnevallet. Med henblik på at give projektet de bedste forudsætninger for succes, inddrages flere andre Københavnske festivals i planlægning og afvikling. Vi har valgt at fokusere kraftigt på anvendelsen af salgsboder til at dække nogle af udgifterne. I tilfælde af mangelfuld finansiering vil vi realisere så mange dele muligt, hvorfor karnevallet vil finde sted på trods af delfinansiering.

---

<sup>1</sup> [https://www.kk.dk/sites/default/files/uploaded-files/befolkningsprognose\\_faktaark.pdf](https://www.kk.dk/sites/default/files/uploaded-files/befolkningsprognose_faktaark.pdf)

<sup>2</sup> Antallet af turister er beregnet med udgangspunkt i data fra <http://www.oresundsinstittet.dk/turisme/>

## 9. FORMIDLING

---

Fokus vil ligge på visuel marketing i det urbane rum, men også PR-happenings i løbet af året og særligt op til karnevallet. PR er af højeste prioritet, da det spiller en helt afgørende rolle ift. både det enkeltstående karneval 2020, men i høj grad ift. at reetablere og forankre Copenhagen Carnival i folks bevidsthed igen, som årets største og festligste folkefest for hele familien.

Karnevallet har en helt særlig formidlingsmæssig styrke, fordi det også er et årligt gensyn for tidligere deltagende artister, der nu har travlt med karriere og familie. Det er især en særlig vigtig begivenhed for de skoler og foreninger som optræder, der bruger karnevallet til at tiltrække nye medlemmer. Der er også stor gensynsglæde når de udenlandske grupper årligt deltager, fordi karnevallet bruges som den største samarbejdsbegivenhed for de danske skoler. De udenlandske grupper promoverer samtidigt både et kulturvenligt København, de danske grupper og giver de danske grupper udenlandske jobs.

Vi ønsker at forankre karnevallet fremad rettet ved at udvide med flere gode samarbejdspartnere, som kan berige den sunde og positive energi, som Foreningen, sambamiljøet, latinmiljøet og dele af afromiljøet allerede samarbejder omkring både nationalt og internationalt. Ved en eventuel bevilling, forudsat at det også har interesse, kan Copenhagen Carnival tilbyde forskellige former for eksponering som støttegiver, herunder ved promovning på hjemmeside, Sociale Medier, plakater, flyers og lignende.

## 10. EVALUERING

---

Efter afsluttet projektforløb vil Copenhagen Carnival evaluere afholdelsen, både i henhold til de opstillede succeskriterier samt overholdelse af budgetter. Resultatet af denne undersøgelse kan ved interesse gøres tilgængelig.

## 11. ØKONOMI

---

Egen medfinansiering vil vi sikre med boder, og derudover afholde løbende mindre events i løbet af året. Revisorer vil hjælpe med økonomistyring.

# Planlagt budget for Copenhagen Carnival 2020

<u>Planlagte indtægter</u>	<u>Antal</u>	<u>Enhed</u>	<u>Prisantal</u>	<u>Estimeret Budget</u>		<u>Kommentar</u>
Boder, lejeindtægt (streetfood & nonfood, kaffe, juice) i 2 dage	45	stk	kr. 6.000	kr.	270.000	Estimeret
Drikkeboder (5 drinksboder i 2 dage)	5	stk	kr. 14.000	kr.	70.000	Estimeret
Indtægt fra øl boder	8	stk	kr. 30.000	kr.	240.000	Estimeret
Egenfinansiering (events: Vinterkarneval, Sambalavn, Preparty, Afterparty mv.)				kr.	200.000	Estimeret
Overskud fra karneval 2019 (estimat)				kr.	100.000	Estimeret
<b>Indtægter i alt</b>				<b>kr.</b>	<b>880.000</b>	

<u>Planlagte udgifter</u>	<u>Antal</u>	<u>Enhed</u>	<u>Prisantal eksl moms</u>	<u>Estimeret eksl. moms</u>		<u>Estimeret inkl. moms</u>		<u>Kommentar</u>
Arbejdsskadeforsikring og arrangementsansvarsforsikring				kr.	10.000	kr.	10.000	Tryk forsikring
Forplejning til frivillige, artister + teknikere (50 arbejdsvagter x 2 dage)	1500	persone	kr. 80	kr.	120.000	kr.	150.000	Estimeret
Frivillig arbejds t-shirts med tryk	100	stk	kr. 100	kr.	5.248	kr.	6.560	Trykkertosen
KODA&Gramex afgift for weekenden inkl. parade 3,31 pr tilhører	10000	persone	3,31	kr.	41.375	kr.	41.375	koda.dk
Security, samaritter og brandvagt (autoriseret vagtselskab)	4	persone	225	kr.	44.550	kr.	59.400	<a href="https://kliksecurity.dk">https://kliksecurity.dk</a> , estimat fra tilbud
Leje af afspærringsmateriel, lift, truck, kassevogn				kr.	40.000	kr.	50.000	Estimeret (vejskilte ca 1500 ex moms)
Leje af Dankort maskiner, walkie talkie, microfoner				kr.	10.000	kr.	12.500	Estimeret
Renovation (Københavns Kommune affald mv.)				kr.	80.000	kr.	100.000	Renhold skal selv håndteres
Leje af toiletkabine med tank	60	stk	800	kr.	48.000	kr.	60.000	<a href="https://festudlejning.com">https://festudlejning.com</a>
Leje af urinal 4 personer	10	stk	1100	kr.	11.000	kr.	13.750	<a href="https://festudlejning.com">https://festudlejning.com</a>
Forbrugsvarer til toiletter				kr.	5.000	kr.	6.250	Estimeret <a href="https://festudlejning.com">https://festudlejning.com</a>

Leje af 72 m2 meter telt med gulv, ekskl. Fragt (omklædningstelt)	1 stk	7150	kr.	5.720	kr.	7.150	www.handyudlejning.dk
Leje af 27 m2 meter telt med gulv, ekskl. Fragt (omklædningstelt)	4 stk	3560	kr.	11.392	kr.	14.240	www.handyudlejning.dk
Cirkus telte med scener ekskl. Opsætning og nedtagning			kr.	156.354	kr.	195.442	www.cirkuspanik.dk
Lyd og lys inkl tekniker	5 stk	17000	kr.	85.000	kr.	106.250	Estimat
Leje af borde/bænke sæt m/klapben	100 stk	140	kr.	14.000	kr.	17.500	www.handyudlejning.dk
Udendørs lyskæder til telte, inkl LED pærer (indkøb)	30 stk	1381,42	kr.	41.443	kr.	51.803	https://detled.dk/lynkasse
Leje af informationsvogn m. 4 luger til kontor	1 stk	1800	kr.	1.800	kr.	2.250	https://festudlejning.com
Leje af hegn m. hvid hegnsdug	315 stk	70	kr.	22.050	kr.	27.563	https://festudlejning.com
Leje af el i Fælledparken			kr.	30.000	kr.	37.500	Teknik & Miljø
Eventarrangør årlig løn og projektansvarlige honorar			kr.	336.000	kr.	336.000	Estimeret
Strømkabler, strips, snor, klude, handsker, grabbere, affaldssække mv.			kr.	24.000	kr.	30.000	Estimeret
Deco og scenebeklædning af 5 scener inkl. Fælledparken			kr.	40.000	kr.	50.000	Estimeret
Materialer til kreative værksteder - børnekarneval			kr.	60.000	kr.	75.000	Estimeret
Øvrig drift			kr.	16.000	kr.	20.000	Estimeret

### Markedsføring

Scene baggrundsbanner	5 stk	kr.	869	kr.	4.345	kr.	5.431	https://letusprint.com
Forhængsbanner over scenetoppens front	5 stk	kr.	323	kr.	1.615	kr.	2.019	https://letusprint.com
SoMe reklamering				kr.	50.000	kr.	62.500	Estimeret max beløb
Plakater, flyers og ophæng i indre by				kr.	15.000	kr.	18.750	Estimeret max beløb
Webside, emails, internet, bankkonto mv. (vedligehold)				kr.	5.800	kr.	7.250	Årlig udgift
Merchandise, backstagearmbånd, reklamemærker mv.				kr.	20.000	kr.	25.000	Estimeret minimumsbeløb

### Udgifter i alt

**kr. 1.601.483**

### Difference

**kr. -501.483**

*Buffer bør holdes på minimum 20.000 kr.*

*til uforudsete udgifter*

Til Kultur- og Fritidsudvalget, Københavns Kommune

## Ansøgning om støtte til Copenhagen Light festival 2020

4. april 2019

### Resultaterne af Copenhagen Light Festival 2019

Anden udgave af Copenhagen Light Festival blev afviklet med stor succes i februar 2019. År 3 venter, og dermed også mulighed for at støtte et initiativ med et stort potentiale, og som har vist sit værd.

For et meget beskedent opstartsbudget på 1,2 mio. kr. lykkedes det i februar 2019 at skabe mere end 60 værker og events (primært udendørs og gratis) med skønnet 150.000 gæster – heraf ca. halvdelen turister. Over 6.000 gæster deltog i guidede ture. Særligt på markedsføringen af byen København kan festivalen noget helt særligt: Ca. 250 mio. mennesker verden over (heraf over 3 mio. danskere) så videoklip fra København i vintertøjet og med smukke lysoplevelser, og over 620.000 fulgte med via Facebook. Pressearbejdet genererede alene 300 presseklip primært i europæiske topaviser og netaviser. Denne omtale er helt ekstraordinær – se eksempler i denne korte [video](#).

Festivalen har derfor nogle væsentlige potentialer:

- Skaber øget liveability i hovedstaden i hele 3 meget stille vinteruger (byen "summer")
- Appellerer til alle borgere og turister uanset alder og baggrund
- Tager afsæt i det danske mørke samt dansk lysdesign og lystraditioner
- Arrangøren Dansk Center for Lys er en ukommerciel organisation (der derved kan søge brede fondsmidler og rumme mange interessenter)
- Festivalen er nu veletableret med et godt brand, kæmpe netværk, hjemmeside, SoMe og app

### Copenhagen Light Festival 2020

Overskriften er professionalisering inklusive både dansk- og engelsksproget hjemmeside. Vi vil fokusere på nye, store sponsorer, så festivalens økonomi på sigt kan blive selv bærende. Desuden skal festivalen også selv drive "signaturværker" frem centralt i byen. Disse initiativer kræver flere ressourcer i sekretariatet, og festivalens budget skal øges væsentligt til ca. 3 mio. kr.:

INDTÆGTER		UDGIFTER	
5 hovedsponsorer	1.250.000	Værker og events	700.000
Andre sponsorer	100.000	Kommunikation og presse	250.000
Markedsføringsbidrag	150.000	Hjemmeside og App	250.000
Kunsthøje og puljer (inkl. KFU)	1.400.000	Diverse	100.000
Bidrag fra guidede ture	100.000	Lønomsomkostninger	1.700.000
	<b>3.000.000</b>		<b>3.000.000</b>

Værket "The Ice is Melting on the Pøules" af Martin Ersted illustrerede de globale temperaturforandringer i de sidste 150 år. CLF19. Foto: Kim Matthai Leland





Festivalen 2019 støttedes af Københavns Kommune (350 kDKK), Sophusfonden (250 kDKK), Dansk Center for Lys (200 kDKK), Statens Kunstfond (75 kDKK), Louis Poulsen, Strømme, Tivoli, Dansk Erhverv og Indre By Lokaludvalg.

Til året 2020 søges nye, væsentlige støtter, der kan se det overordnede potentiale for Danmark og byen København i en årlig, hele 3 uger lang vinterfestival til gavn for både borgere og turister.

### **Denne ansøgning til Kultur- og Fritidsudvalget**

Kultur- og Fritidsudvalget søges om 850.000 DKK. Heraf anvendes ca. 200.000 direkte til at etablere specifikke (signatur-)værker, som ikke kan realiseres uden støtte. Værkmidlerne fordeles af festivalens kuratorer. De øvrige midler anvendes til sekretariatets udvikling af festivalen og den meget vigtige markedsføring af denne.

### **Copenhagen Light Festival tapper ind i mange af kommunens politiske agendaer ("[Fællesskab København, Vision for 2025](#)" etc.)**

Festivalen hjælper borgerne til at benytte byens uderum om vinteren, og dermed komme nærmere de 20%, som vi helst skulle opholde os mere i byens rum i 2025.

- Festivalen er med til at give byen "kant" for både borgere og turister, og skabe liveability i den kolde vinterby.
- Festivalen gør opmærksom på byens smukke, stjerneklare mørke – som sagtens kan sameksistere med lysoplevelser. Festivalen skal arbejde målrettet med bæredygtighed og energiforbrug, og fungere som fyrtårn for, hvordan lys, mørke og belysning anvendes i et gennemtænkt og ansvarligt samspil med byen.
- Festivalen er muligvis den eneste udendørs vinterfestival og er med til at skabe bæredygtig turisme ved at sprede turismen til vintersæsonen.
- Festivalen samarbejder med områdefornyelsesprojekterne – i 2019 var det Indre By, Nordvest og Sundby og skaber inddragelse og oplevelser af og for lokale københavnere.
- Festivalen giver mulighed for, at frivillige kan involvere sig i udviklingen af byen
- Festivalen trodser vinterkulden og udbyder attraktive aktive oplevelsesformer såsom guidede cykelture, kajakture, gå- og løbeture samt ture på segway.

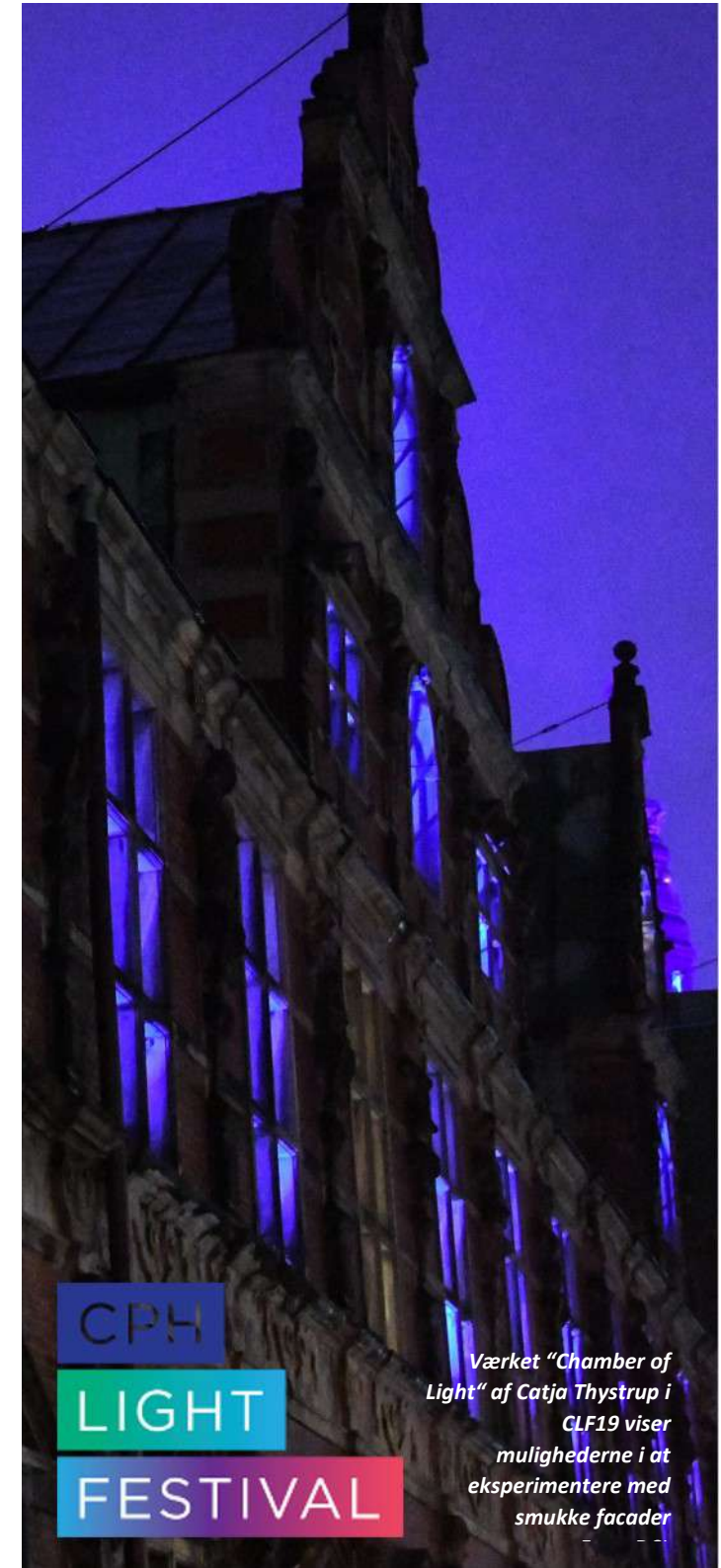
Vi forventer, at lysfestivalen efter ca. 5 år tiltrækker mindst 500.000 gæster (heraf 300.000 turister). Til sammenligning besøger 3-4 millioner "Fêtes des Lumières" i Lyon i løbet af fire dage og Amsterdams lysfestival har ca. 900.000 gæster. Festivalen skal på sigt være helt selv bærende økonomisk.

Vi glæder os til at høre nærmere.

Med venlig hilsen



Anne Bay  
Direktør, Dansk Center for Lys



Værket "Chamber of Light" af Catja Thystrup i CLF19 viser mulighederne i at eksperimentere med smukke facader

## Festivalens idé og potentiale

Copenhagen Light Festival viser byen frem anden gang i februar 2020 i form af en lysfest med både international og lokal appel til københavnere i alle aldre.

Vi venter minimum 200.000 gæster. Copenhagen Light Festival hæver sig med sit særligt danske islæt over lysfestivaler i andre storbyer. Copenhagen Light Festival samler alle gode kræfter – lyskunstnere og -designere, studerende, kultur-, turisme-, og erhvervsliv samt andre relevante aktører – omkring et stort, fælles projekt.

I sekretariatet har vi været meget privilegerede med den brede opbakning, som projektet har mødt både fra Københavns Kommune og fra vægtige spillere i det københavnske kulturliv.

Festivalen har potentiale til også at udbrede kendskabet til København og Danmark i hele verden. Debuten har vist, at fantastiske billeder og videoer fra festivalen har kastet rekordhøje mængder af positiv omtale af København og Danmark af sig i nyhedsudsendelser verden over.

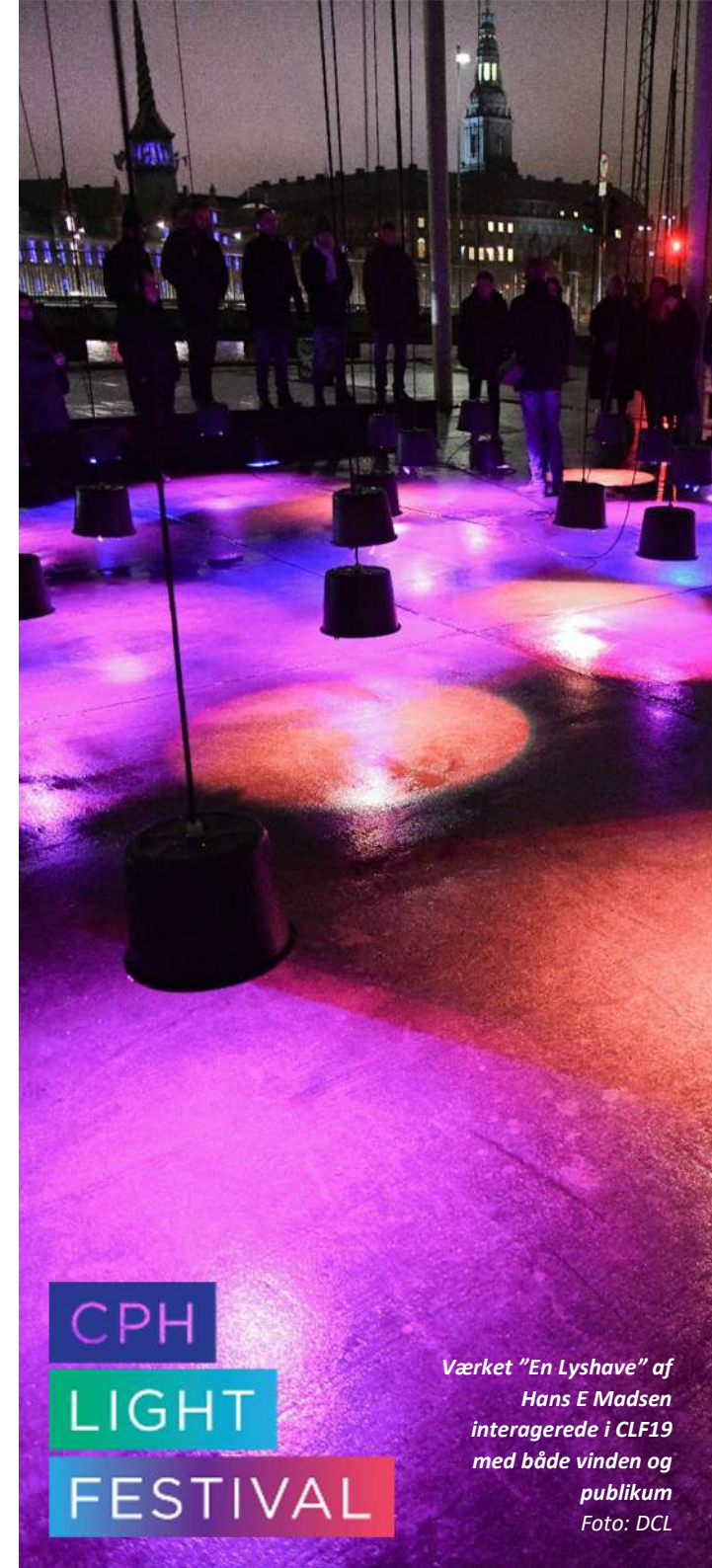
Lyskunst er ekstremt ekspressivt, men tyst, og efterlader et rum til meditativ oplevelse og fælles kontemplation. Den, som har besøgt en lysfestival, ved, at lys bearbejder byens rum på overraskende måder, eksponerer og eksperimenterer med farver, bevægelser og indimellem i sammenhæng med lydoplevelser.

Copenhagen Light Festival tager udgangspunkt i et frodigt og kompetent lysdesignmiljø med stærke traditioner, giver rum til vækstlaget og skaber aktiviteter, der øger begejstringen for byens rum. Festivalen skaber og samler lysoplevelser i byrum og utraditionelle steder for et stort og bredt publikum – med øje for det skæve og overraskende og på et internationalt højt niveau. Copenhagen Light Festival er nysgerrig, mangfoldig, i øjenhøjde og ude på gaden med lyskunst af højeste kvalitet.

Oplevelserne, som koncentrerer langs en rute i indre by og langs havnen, er unikke og relevante for alle alderstrin. Festivalen åbner borgere og turisternes øjne for byens mange særlige steder, præsenterer nye værker og kultiverer talenter.

Realiseringen af disse visioner sikres gennem en kunstnerisk strategi, der prioriterer høj, international kvalitet og lægger vægt på at:

- rumme alt fra det let fordøjelige over det eksperimenterende til det professionelle.
- yde målrettede indsatser for at nå ud til nye publikumsgrupper.
- være ambassadører for en stærk, dansk lyskultur.



CPH  
LIGHT  
FESTIVAL

*Værket "En Lyshave" af  
Hans E Madsen  
interagerede i CLF19  
med både vinden og  
publikum  
Foto: DCL*

## Fremhæver andre kulturoplevelser i februar med lys

Copenhagen Light Festival 2020 finder sted 31. januar - 23. februar hovedsagelig i uderummene i indre by og havn samt omegnskvartererne. Det har i 2018 og 2019 vist sig, at lys og lysoplevelser har potentiale til at binde mange andre kulturoplevelser sammen til et større hele. Således har Storm20, Thorvaldsen, Glyptoteket, Den Frie, Nikolaj Kunsthal, Copenhagen Contemporary, Fokus Festival og Tivoli ønsket at udnytte festivalens momentum og med en lysdimension i deres egne aktiviteter skabt yderligere interesse for deres institutioner – nationalt og internationalt.

På denne måde kan februar måned i København blive noget ganske særligt med en slagkraftig appel til alle slags københavnere og til byens gæster. Gratis udendørs oplevelser skal lokke borgerne til at tilbringe mere tid ude på byens pladser og i gaderne - også når det er vinter. Og lysfestivalens udbud kan inspirere til at benytte byens mange andre tilbud, når man alligevel er taget afsted.

## Nyt i festivalen 2020

To hårde, men effektive opstartsår er overstået, og Copenhagen Light Festival er nu et etableret brand med et stort interessenetværk på ca. 700 personer. I etableringsperioden har deltagere, kunstnere og leverandører i udstrakt grad arbejdet meget billigt eller gratis.

En væsentlig og bekostelig professionalisering er nu nødvendig. Den tredje udgave vil derfor indeholde:

- Flere og betydeligere værker langs med definerede sejl, cykel, gå- og løberuter
- En parallel hjemmeside på dansk (har hidtil kun været på engelsk)
- Ca. 250.000 gæster – heraf minimum halvdelen borgere
- Involvering af større sponsorer med interesse i Danmarks og Københavns image internationalt
- Øgning af sekretariatsressourcerne fra 1,3 mandeår til 2,5 mandeår.
- Endnu stærke fokus på markedsføring via SoMe (600.000 nået via Facebook i 2019), app (ny app med festivalkort lanceret i januar 2019), videoer i tog, busser og presse, herunder forsat udsendelse af videopressemeddelelser til nyhedsmedier verden over.

*Lyset fremhæver  
særlige ornamenters  
og skaber en natlig safari i  
Glyptotekets have i  
CLF19.*

*Foto: DCL*



## Karakteristisk københavnsk lyskunst

Lysfestivaler findes i flere europæiske byer, og København er i gang med at finde sit eget, særegne udtryk. Bæredygtighed, grøn mobilitet, ligestilling og mangfoldighed er bærende elementer i kreativt/kunstnerisk samspil med de stærke danske traditioner og kompetencer indenfor lys (og mørke!).

Festivalens kuratorudvalg består af

- Lysdesigner Jesper Kongshaug
- Kunstnerisk leder af Hotel Pro Forma Kirsten Dehlholm

Kuratorudvalget har opstillet følgende kriterier for det ideelle værk/den ideelle lysoplevelse

- Værket skal skabe en kunstnerisk oplevelse med lyset som medie
- Det fremhæver byen eller havnens rum på en uventet eller spektakulær måde
- Værket har en særlig følsomhed for det københavnske lys, mørke og overgangene herimellem
- Det evner at inkorporere sig i konteksten
- Værket udnytter de nye teknologiers potentialer med omtanke
- Det appellerer umiddelbart og visuelt til publikum på tværs af alder og kulturel baggrund uden at tabe den kunstneriske integritet
- Værket har en nyhedsværdi – det vil sige er skabt specielt til festivalen
- Det har en opmærksomhed på bæredygtighed i flere betydninger

I festivalens opstart 2018-19 har der helt naturligt været behov for at fokusere både på kvantitet og kvalitet. Et væsentligt volumen har været en nødvendig komponent i en succesfuld start. I 2020 er der etableret erfaring med byens lys og borgenes reaktioner, og med tilførsel af flere ressourcer, vil der være bedre mulighed for at indarbejde ovenstående mål i værkerne for således at skærpe festivalens kuratoriske greb.

Værket "Pyramid" ved Blox var udført af elever fra Next Cph i samarbejde med Jesper Kongshaug i CLF19. Foto: DCL



CPH  
LIGHT  
FESTIVAL

# Organisering

Den viste organisering er identisk med organiseringen i 2018-19, og har vist sig at være hensigtsmæssig og med relativt enkle grænseflader mod de mange interessenter.

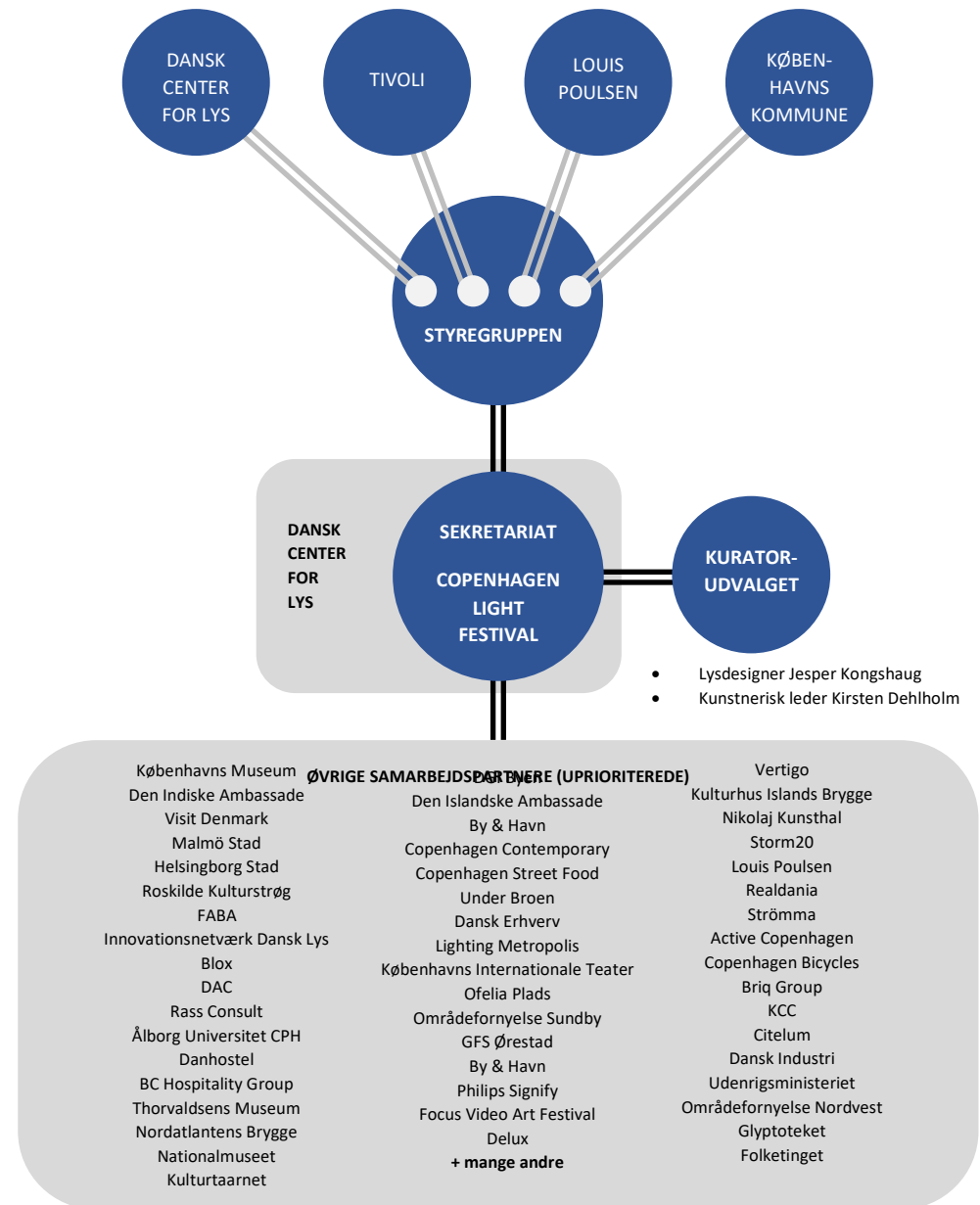
En meget stor gruppe af organisationer og kunstnere deltog i Copenhagen Light Festival 2018 og ønsker også at deltage i 2019. Se vedlagte interessetilkendegivelser. Antallet af deltagere og interesserede har rundet 700 i 2019.

**Sekretariatet** er opbygget i regi af den ukommercielle forening [Dansk Center for Lys](#). Sekretariatsfunktionen er ret smal, koordinerede og faciliterende.

Der er nedsat en **styregruppe** bestående af repræsentanter for nøgleaktørerne. På længere sigt skal sekretariatsfunktionen i stort omfang blive selvkørende gennem sponsorater, abonnement på rettigheder og lignende. Styregruppen tænkes udvidet med mindst to medlemmer i forsommeren 2019: Dansk Erhverv har vist stor interesse ligesom det vil være naturligt at knytte en repræsentant fra Kulturkvarteret til Styregruppen.

De **øvrige samarbejdspartnere** leverer ligesom nøgleaktørerne festivalens konkrete indhold. Hver lysoplevelse har sin egen økonomi, og er et selvstændigt lille projekt i festivalen. Hver 'værk-vært' tegner en samarbejdsaftale med sekretariatet, og er ansvarlig for at levere billedmaterialer, tekster og andre beskrivelser, således at sekretariatet kan forestå markedsføringen.

Det er vigtigt, at Københavns Kommune (Kultur- og Fritidsforvaltningen) også på længere sigt påtager sig en overordnet styrende, og praktisk/økonomisk støttende rolle sådan som det også er tilfældet i andre europæiske byer.




## Om Dansk Center for Lys

DCL er en ukommerciel forening og et kompetencenetværk for alle, der har med lys at gøre i Danmark. DCL er landet største og ældste lysorganisation (1948), og de ca. 700 medlemmer tæller alle slags lysinteresserede: Lysdesignere, arkitekter, rådgivere, ingeniører, forskere, studerende og branchefolk.

DCL modtager ingen offentlig støtte til driften. Ca. 60 medlemmer arbejder frivilligt for DCL og medvirker aktivt til at bevare foreningen som et levende og nødvendigt samlingspunkt og en solid faglig støtte.

[www.centerforlys.dk](http://www.centerforlys.dk)



*Blågårds Plads forvandlet stemningsmæssigt i forbindelse med området egen lysfest og indvielsen af værket "Tracks" under CLF19. Foto:*



København 27.marts 2019

Til Kultur- og Fritidsudvalget

### **Ansøgning om videreførelse af bevilling til Copenhagen Pride i 2020.**

Copenhagen Pride søger udvalget om videreførelse af foreningens tilskud på 1,25 mio kr pr. år i 2020.

Beløbet skal understøtte, at den udvikling, Copenhagen Pride har undergået de sidste 5 år, fortsætter.

Desuden skal midlerne medvirke til yderligere at udbygge Copenhagen Pride Weeks brand, så det professionelt kan understøtte promoveringen af Copenhagen 2021 – WorldPride og EuroGames i Region Greater Copenhagen. Copenhagen Pride Week er det bedste og mest potente salgsvindue for eventen og et øget aktivitetsniveau og branding er afgørende for at tiltrække gæster til 2021.

Copenhagen Pride Week er nu landets største gratis event. Festivalen er nået en størrelse, hvor det er vanskeligt at drive den udelukkende med frivillige kræfter, og manglen på sekretariatsbistand til vore frivillige, har forhindret os i at udnytte de potentialer for vækst og kvalitetsudvikling, som vi ønsker. Bevillingen til en medarbejder i 2019 vil forhåbentlig skabe helt nye muligheder for vækst og udvikling, og vi håber på forståelse for vigtigheden af at dette videreføres i 2020, så vi står bedst og stærkest rustede til WorldPride 2021

Der er behov for strategisk arbejde med at udvikle festivalen, udbygge Københavns mangfoldighedsprofil og sikre målrettet presse og kommunikationsindsats, så både festivalen og byen kapitaliserer maksimalt på investeringen.

På baggrund af bevillingen til 2019 er vi i proces med at ansætte en sekretariatsmedarbejder, hvis ansvar det bliver at koordinere Copenhagen Prides aktiviteter og assistere bestyrelsen, assistere med presse og kommunikation, den strategiske kommunikation om festivalen, samt arbejde med indsamling af dokumentation og udarbejdelse af medieanalyser mv. Medarbejderen forventes at tiltræde den 15.5. 2019 og en fortsættelse af bevillingen er forudsætningen for, at medarbejderen kan fortsætte sin ansættelse udover det år, 2019-bevillingen har givet mulighed for.

Siden 2013 er Copenhagen Prides aktivitetsniveau steget eksplosivt. Status ser pt. sådan ud:

- Copenhagen Pride er udpeget til en af Københavns 5 signaturfestivaler.
- LGBT-liv er udpeget som en af Wonderful Copenhagen's 5 kernefortællinger om København.
- Copenhagen Pride engagerer 450.000 mennesker i byen i løbet af Copenhagen Pride Week og arrangerer desuden ca 15 andre events i og omkring hovedstaden hvert år.
- Copenhagen Pride Week er dermed Københavns største festival og Danmarks største menneskerettighedsfestival med mere end 100 programsatte gratis events – koncentreret om politisk engagement og menneskerettigheder.
- Siden 2013 er antallet af direkte aktivitetsdage, hvor der skabes aktiviteter med borgerinddragelse øget fra 9 til 53
- Copenhagen Pride Week er Københavns største gratis event, for alle byens borgere, med 5 store udendørs



- koncerter på Rådhuspladsen i København med fri og lige adgang i forbindelse med Copenhagen Pride Week.
- Copenhagen Pride har pt. ingen ansatte (men en sekretariatsmedarbejder forventes ansat pr. 15.5.) - alt drives og skabes af frivillig kræfter - til byens bedste.
  - Copenhagen Prides medieomtale i landsdækkende medier og webmedier har en værdi af godt 32 mio kr og når en potentiel læserskare på over 100 mio. læsere. Hertil kan lægges omtale i periodeudgivelser, regionale og internationale medier samt broadcasts (TV, radio mv.).

Jeg tillader mig i henhold til ovenstående, at søge om at:

- Tilskuddet til Copenhagen Pride for årene 2020 fastsættes til 1.250.000 kr. om året, som dels skal dække sekretariatsmedarbejderens fortsatte ansættelse, dels kontorhold (vi driver, for at holde udgifterne nede, et kontorfællesskab med Homotropolis og Happy Copenhagen), og dels imødegå de voldsomt stigende sikkerheds- og renholdsudgifter.  
Desværre er arrangementer af vores type i stigende grad mål for mennesker, som ikke vil os det godt, hvorfor det generelle sikkerhedshensyn er skærpet med øgede udgifter til følge. Desuden er renholdsudgifterne til TMF steget fra 7500 kr i 2009 til 131.000 kr i 2018.

Copenhagen Pride er frivilligt drevet og vil fra maj 2019 have en enkelt medarbejder til at forestå den daglige drift af foreningen og vore aktiviteter. Det betyder imidlertid, at vi har nået den absolutte grænse for vores formåen inden for den økonomiske ramme, vi har, og at aktivitetsniveauet vil skulle beskæres, dersom bevillingen ikke fortsættes. Som en direkte konsekvens, vil sekretariatsmedarbejderen skulle afskediges.

### **Kvalitet og originalitet**

Copenhagen Pride er drevet af frivillige, men vi har lang og stor erfaring med at skabe events for LGBTQIA+ personer. For at sikre maksimal kvalitet i det, vi laver, arbejder vi sammen med nogle af branchens bedste leverandører og producenter for at sikre, at vi kan levere høj kvalitet.

På indholdssiden følger vi konstant den internationale udvikling og ser ud i verden for at finde talent og aktivister, ligesom de temaer, vi sætter fokus på er inspireret af de tendenser, der rører sig internationalt og de diskurser, der dominerer. Vi er i løbende kontakt med det internationale pridesamfund og udveksler ideer og best practice med andre på alle kontinenter.

Vi har en åben organisationsstruktur og -kultur, som sikrer, at det er let for nye stemmer at få indflydelse og bidrage med ideer og formater. Desuden evaluerer vi løbende vore koncepter og indgår i ideudviklingsforløb for at kvalificere, forbedre og udvikle vores festival og andre aktiviteter. Senest har vi underkastet vores afvikling af Paraden et eftersyn, som har medført en række forandringer, som skal implementeres og afprøves i årene frem mod 2021, så de kan rulles fuldt ud og fungere under WorldPride 2021.

### **Relevans for København**

Copenhagen Pride er Københavns største festival og Danmarks største årligt tilbagevendende menneskerettighedsmarkering målt i antal deltagere. Det betyder, at vi involverer alle borgere i byen og når meget bredt ud. Vi understøtter således direkte Københavns bestræbelse på at være *en by, præget af vækst og*





*livskvalitet, og hvor det skal være rart for alle københavnere at leve. Vort mål om at arbejde for en verden, hvor enhver kan leve og elske frit og i tryghed er således direkte i overensstemmelse med byens egen målsætning.*

Vi arbejder konstant med at sikre bedre og større inklusion af minoriteter og udfordrede grupper i vores festival og arbejder bevidst med intersektionelle perspektiver som f.eks. seksuel orientering, køn, kønsidentitet, kønsudtryk, kropskapabilitet, etnicitet, religion, alder, socio-økonomisk baggrund m.fl. for at sikre tryk og lige deltagelse for alle.

Copenhagen Pride forsøger at hæve barren for, hvordan vi skaber kultur- og fælles oplevelser for alle byens borgere og stå som eksempel til efterfølgelse for, hvordan man selv i meget store events kan sætte respekten for medmennesket og medborgeren i byen i fokus i planlægningen og skabe tryggere deltagelsesrum for udsatte og minoritetsgjorte. Vi har konstant for øje, at et stort event som vort, skal tage alle skyldige hensyn og i det hele taget forsøge at være til så lidt ulejlighed for byen som muligt, når vi indtager den med vore aktiviteter. Det er vores fornemmelse, at vi opnår dette, al den stund, at vi ikke modtager klager fra borgere og ikke har gjort det i årevis. Tværtimod nyder Copenhagen Pride godt af positiv omtale og generel opbakning om det, vi laver.

### **Samarbejde**

Copenhagen Pride arbejder, i årets løb og under vore festivaler, sammen med utallige andre LGBTI+ organisationer og andre festivaler. Lad os i flæng nævne: LGBT Danmark, LGBT+ Ungdom, Sabaah, LGBT Asylum, Transpolitisk Front, Intersex Danmark, DARE, Foreningen af Asexuelle i Danmark, AIDS-fondet, PanIdræt, Transaktion, Aalborg og Århus Prides, Malmö Pride m.fl. Blandt byens øvrige festivaler har vi bla.samarbejder med Cph Stage, Copenhagen Half Marathon, Color Run, Golden Days, Ungdommens Folkemøde, Distortion og Cph Dox. Vi samarbejder desuden med en lang række kulturinstitutioner fra Det Kgl Teater, over Kunstforeningen Gammel Strand, Revymuseet, Bakkehusmuseet, Glyptoteket, Nationalmuseet, Arbejdermuseet, Warehouse9 og mange flere.

Vi er i en konstant bestræbelse på at opdyrke nye samarbejdsrelationer og sender to gange årligt henvendelser ud til hundredevis af kulturproducenter med opfordring til at bidrage til vores programmer eller samarbejde med os. Pt. arbejder vi f.eks. på at udvikle et projekt i samarbejde med Designskolen i Kolding

I det forløbne år har Copenhagen Pride desuden været blandt initiativtagerne til stiftelsen af en Brancheforening af Oplevelsesproducenter i Hovedstadsområdet, som skal være Kulturproducentbranchens fælles talerør, og for hvilken forening Copenhagen Prides forperson er forperson.

Herudover har vi tætte samarbejder med pridefestivalerne i Oslo, Stockholm, Malmö, Göteborg, Reykjavik og flere andre, ligesom vi har bestyrelsesposter i de internationale pridesammenslutninger.

### **Eksperimenterende indhold og form.**

Vi har konstant fokus på, hvordan vi sikrer sikrere rum for flere at deltage i. Der arbejdes med nye inklusionspolitikker, antifobipolitikker og der skabes nye former for dialogfora. Særligt i vores menneskerettighedsprogram har der været opmærksomhed om at få grupper, som ellers er underrepræsenterede stemmer til at træde tydeligere frem og få mere taletid. Vi arbejder også bevidst med



kvotering af kunstnere, talere og i udvalg og styrende organer, så vi sikrer at flest muligt forskellige baggrunde og erfaringer er involverede i at tage beslutninger og skabe vore aktiviteter, samt tegne foreningen og kreere vores indhold. I de sidste halvandet år har krops- og sexpositivisme været et særligt spor i vores programmer for at forbedre LGBTI+ personers selvværdsfølelse og for at kompensere for det fravær af seksualundervisning af ordentlig kvalitet, LGBTI+ personer oplever.

### **Aktivering**

Copenhagen Pride arbejder, som ovenfor beskrevet, i årets løb og under vore festivaler sammen med utallige andre LGBTI+ organisationer og andre foreninger: LGBT Danmark, LGBT+ Ungdom, Sabaah, LGBT Asylum, Transpolitisk Front, Intersex Danmark, DARE, Foreningen af Asexuelle i Danmark, AIDS-fondet, PanIdræt, Transaktion, Aalborg og Århus Prides, Malmö Pride m.fl. Vi har desuden etableret samarbejder med Hverdagsaktivisterne, LGBT Handi, Foreningen af Polyamourøse, flere politiske ungdomsorganisationer, fagforbund, samt Amnesty International og Institut for Menneskerettigheder m.fl. Over 100 grupper og organisationer gik derudover med i Copenhagen Pride March 2018. Vi har desuden en stærk tiltrækning af københavnske borgere til vores arrangementer, som på tværs af byen involverede mere end 450.000 borgere i 2018.

Endvidere trykkes vores program i betydeligt antal og gennem vores mediasamarbejde med Berlingske, som optrykker programmet i et særligt tillæg, rækker vi ud til hele Danmarks befolkning med en invitation om at deltage og bakke op.

### **Mangfoldighed**

Mangfoldighed er hele vores eksistens. Vores mission er at: *"Arbejde for en verden, hvor enhver kan elske frit og i tryghed."* Vi arbejder konstant for at mindske sociale barrierer, forhindre diskrimination pga. seksuel orientering, køn, kønsidentitet, kønsudtryk, etnicitet, alder, kropskapabilitet, uddannelsesmæssig ulighed, socio-økonomisk status eller anden minoritetsstatus. Vi skaber aktiviteter for, af, med og om LGBTQIA+ personer, og som sætter fokus på vores særlige udfordringer, historie, kultur, samfundsbidrag og liv. Alle københavnere er velkomne til vore aktiviteter, når de slutter op om vore mål og værdier og er med til at skabe positiv forandring og sikrere og tryggere rum. At over halvdelen af byens befolkning deltager under denne parole, vidner om den mangfoldighed, vi står for.

### **Tidsmæssig og geografisk spredning**

Copenhagen Pride har aktiviteter året rundt, Hver måned er der en Pride Talk, I februar, Winter Pride Week, og så kører det ellers arrangement efter arrangement året igennem frem til jul, hvor vi arrangerer gratis jul for mennesker, som ellers ville skulle tilbringe julen alene. LGBTI+ personer, viser undersøgelser, er særligt ramt af følelse af ensomhed og isolation og under højtider forstærkes denne følelse. Derfor samler vi ind og finder støtte, så vi kan invitere (i 2018) 70 personer til jul i foreningens lokaler. Alt arrangeret af frivillige aktivister.

Vi har aktiviteter gennem året i de fleste områder i byen, fra indre by over broerne til Frederiksberg og Amager. Vi udvider stadigt med ny tiltag og søger at aktivere kulturinstitutioner og organisationer over hele byen til at bidrage til festivalen og til vore øvrige aktiviteter.



## Udvikling og fornyelse

Vi eksperimenterer konstant med nye elementer såvel i festivalen, som i vore øvrige aktiviteter. I 2019 og 2020 har festivalen fokus på at afprøve formater, som skal fungere i 2021 – anderledes plan for Pride Square, ændret og udvidet paraderute, fokus på bæredygtighed og involvering af internationale aktivister. Desuden sker der en stadig udvikling af vores menneskerettighedsprogram, som nu omfatter 7 venues i Copenhagen Pride Week. Her har fornyelsen særligt været et fokus på intersektionelle perspektiver og kropspositivisme. Winter Pride Week er ved at udvikle nyt koncept i samarbejde med Huset og vi har desuden, med Brøchner Hotels som partner, udviklet formatet "Pride Talks", som finder sted hver den første onsdag i måneden. Copenhagen Pride har på 5 år fordoblet vores økonomi to en halv gang samtidig med at deltagerantallet er næsten 5-doblet.

## Bæredygtighed

**Den sociale bæredygtighed** er i højsædet hos Copenhagen Pride gennem fællesskaber, som foreningen skaber rum til gennem aktiviteter, der har til formål at sætte fokus på seksuelle – og kønsmæssige minoriteters levevilkår, historie, kultur og udfordringer. Vores hele omdrejningspunkt, er menneskelig bæredygtighed. Dette kan udtrykkes gennem:

**Det frivillige fællesskab**, som skabes når +300 frivillige ildsjæle sammen planlægger og udarbejder projekter som bl.a. Copenhagen Pride Week, løfter både personlige relationer, danner basis for venskaber og skaber et rum, hvor man, som seksuel og/eller kønsmæssig minoritet, kan føle sig tryk og få en rolle. Foreningen tager vores sociale ansvar alvorligt og indgår inkluderende, forpligtende partnerskaber med foreninger som arbejder for at styrke og forbedre minoritetsgrupperes levevilkår herunder Hverdagsaktivisterne, Sabaah, LGBT Danmark, LGBT+ Ungdom, LGBT+ Asyl, LGBT Handi, og mange flere.

**Det brede inkluderende fællesskab**, der skabes, som resultat af *det frivillige fællesskab*, skaber et rum i København hvor diversitet og inklusion er fællesnævner. Fri for socio-økonomiske faktorer bakker Copenhagen Pride op om de brede fællesskab for seksuelle – og kønsmæssige minoriteter gennem deres +100 årlige gratis events og skaber et rum for positive oplevelser og følelsen af at tilhøre et fællesskab, som vil komme nuværende og nye generationer til gode gennem synlighed og oplysning af og om seksuelle – og kønsmæssige minoriteter.

**Den økonomiske bæredygtighed** arbejder vi med gennem vores konstante bestræbelse på at sikre lige og ens deltagelsesmuligheder for alle borgere ved at sikre, at alle Copenhagen Prides aktiviteter er gratis og åbne for alle. Vi arbejder gennem vores sponsorprogram med at sikre, at vi, efter en "Robin Hood model", får fra de "rige" (kommercielle sponsorer) og giver tilbage til de mindre rige. Vores politik er at vi kun arbejder sammen med virksomheder, som har en dansk overenskomst og overholder et sæt af etiske retningslinjer. Vi udbetaler desuden som minimum overenskomstmæssigt honorar til alle optrædende.

**Den miljømæssige bæredygtighed** er noget, vi tager yderst alvorligt, og som står højt på vores agenda.

Copenhagen Pride vælger samarbejdspartnere og produktleverandører, som tager del i festivalen og den daglige drift efter en grundig vurdering af deres indstilling til og engagement i at begrænse miljøaftrykket af vore aktiviteter.

Copenhagen Pride arbejder fokuseret på anvendelse af bæredygtig emballage og produkter i genbrugsmaterialer, og hvor muligt sikrer vi genbrug og upcycling af eksisterende materialer benyttet under vores arrangementer. Vi har gennem halvandet år arbejdet med Bæredygtig Bundlinje på at finde en løsning, som kan fjerne eller minimere forbruget af plastickrus i festivalen, og vi har bandlyst sugerør, unødige plastemballage og opfordrer til at man benytter bionedbrydelig glimmer.

Vi trykker programmer i så begrænset oplag, som muligt og altid på genbrugspapir.

# COPENHAGEN PRIDE

Køretøjerne i vores parade skal gennemgå et miljøsyn før de må deltage i paraden og leve op til Euro-norm 5, som det fremgår af denne vejledning til dem, som deltager med et køretøj:

[https://www.paradetilmelding.dk/dl/Krav\\_til\\_Koeretøjer\\_-\\_Vehicle\\_Requirements.pdf](https://www.paradetilmelding.dk/dl/Krav_til_Koeretøjer_-_Vehicle_Requirements.pdf)

Desuden er vi netop i dialog med Københavns Madhus og Carlsberg om muligheden for udelukkende at udskænke økologisk øl under festivalen.

Vi håber på KFUs og Borgerrepræsentationens forståelse for den værdi, vi skaber for København, og dermed for behovet for at styrke vores organisation. Det er fuldstændig nødvendigt for os, hvis vi skal opretholde og meget gerne udbygge vore aktiviteter til gavn for et endnu mere mangfoldigt, trygtere og mere inkluderende København, at vi opretholder vores tilskud.

- Det vil betyde, at vi har mulighed for at udbygge vores position i forhold til de øvrige større nordiske Prides: Stockholm, Oslo, Malmö og Göteborg og sikre vores position som Nordeuropas mest inkluderende og mest indflydelsesrige Pridefestival.
- Det vil medvirke til en sikrere hovedstad - iflg. Justitsministeriets offeropgørelse er 20 % af al voldskriminalitet begrundet i offerets seksualitet eller kønsidentitet
- Det vil øge vores arbejdsmarkedsindsats - 40% af alle LGBT-personer er iflg. undersøgelser fortsat ikke åbne om sig selv på deres arbejdsplads
- Vi kan øge vores informationsindsatser om regnbuefamilier – iflg. Undersøgelser er 25% af danskerne af den opfattelse, at børn trivselsmæssigt er ringere stillet, når de vokser på med samkønnede forældre.
- Det vil styrke vores outreachprogrammer til skoler og uddannelsesinstitutioner
- Det vil kvalificere vores indsats overfor LGBT-turister og vores arbejde for at tiltrække flere udenlandske LGBT-gæster til København og Greater Copenhagen Region.
- Det vil give os mulighed for yderligere at udbygge vores samarbejde med Malmö Pride, som er det eneste flerårige festivalsamarbejde, som er etableret på tværs af Øresund, og som kulminerer i samarbejdet om Copenhagen 2021 – WorldPride og EuroGames i Region Greater Copenhagen.

Med venlig hilsen



Lars Henriksen

Forperson

Copenhagen Pride



## Bilag 1

### Budget for Copenhagen Pride 2020

	2020
<b>Indtægter</b>	
Kontingenter	1000
Sponsorater	1.500.000
Barindtægter	1.100.000
Billetter/Støttearmbånd	500.000
Projektstøtte (Kbh's komm.)	1.250.000
andre indtægter	50.000
<b>Indtægter i alt</b>	<b>4.401.000</b>
<b>Omkostninger</b>	
Foreningen	
lokaleomk.	90.000
rejser og repræsentation	50.000
administration	250.000
lønomkostninger	300.000
andre personaleomk	180.000
Foreningen i alt	870.000
Internationalt arbejde	100.000
Copenhagen Pride Week	2.775.000
heraf sikkerhed	-300.000
heraf renhold	-175.000
Copenhagen Winter Pride Week	150.000
Øvrige aktiviteter (Se bilag 1)	250.000
Uforudsete omkostninger (3%)	81.300
<b>Omkostninger i alt</b>	<b>121.950</b>



**Resultat**

**114.050**

Bilag 2 - Copenhagen Prides renholdsudgifter til Renhold København fra 2009 – 2016

År	Pris eks moms	% stigning/fald
2009	7,500.00	-
2010	12,000.00	60.00
2011	19,000.00	58.33
2012	32,080.00	68.84
2013	47,765.00	48.89
2014	91,000.00	90.52
2015	122,313,75	34,41
2016	93.505,63	- 23,66

I perioden 2009–2018 har Copenhagen Pride Week anvendt de samme arealer i København.

I 2018 blev udgiften til Renhold København på ca 130.000 kr.

Desuden er vore udgifter til sikkerhed i forbindelse med Copenhagen Pride Week steget betydeligt over årene og andrager nu i omegnen af 250.000 kr årligt.

# Nyt techevent skal klæde den næste generation på til fremtiden.

**Ny teknologi rummer et hav af nye muligheder både for den enkelte og for vores samfund. Men der er også masser af udfordringer, der skal håndteres på den bedst mulige måde. Vi kan kun få det bedste ud af teknologien, hvis så mange som muligt bliver inddraget i udviklingen.**

**Derfor har TAP1 LIVE initieret projektet FutureX i samarbejde med CopenX og techkonferencen NextM med en vision om at formidle teknologiens muligheder og konsekvenser for både offentligheden og erhvervsverden samt forsøge at bygge bro derimellem.**

*FutureX er en 2-strengt satsning, der arbejder for (1) at give unge mellem 13-30 år indsigt i ny teknologi, så de kan forholde sig til den på et oplyst grundlag og være med til at påvirke morgendagens teknologiske løsninger og (2) bygge bro mellem den danske techbranche og de fremtidige talenter på arbejdsmarkedet.*

*FutureX er en 3-dages event, der afholdes i TAP1, København fra d. 17. – 19. april 2020. Eventen består af FutureX Summit (B2B) d. 17. april og den offentlige festival FutureX d. 17. – 19. april 2020.*

## **DANMARK SOM DIGITAL FØRERNATION**

Danskerne er generelt meget åbne overfor ny teknologi, og Danmark er da også det mest digitale samfund i EU ifølge EU-Kommissionen, men den teknologiske udvikling går så stærkt lige nu, at vi kan miste denne førerposition indenfor få år\*, hvilket i sidste ende kan udfordre virksomhedernes konkurrenceevne og på sigt job og velstand. Som ung, kan det være svært at følge med og forstå hvad mulighederne og udfordringerne med ny teknologi egentlig er. Flere og flere børn undervises i teknologiforståelse i skolerne, men der er fortsat behov for at stille de kritiske spørgsmål, gøre den næste generation bevidste omkring teknologien – både foran og bag skærmen – og ikke mindst sikre at vores unge ser en fremtid inden for det tekniske og naturvidenskabelige, hvis vi fortsat skal bevare en førerposition på det teknologiske verdenskort.

Vi mener, at den bedste måde at sikre dette, er igennem attraktive oplevelser, hvor teknologien pirrer nysgerrigheden, giver viden på nye kreative måder og inspirerer folk til at udvikle morgendagens teknologier selv.

Derfor vil vi skabe en techevent, hvor unge kan prøve, føle, se og lære sig til en bedre forståelse for, hvad nye teknologier kommer til at betyde for deres fremtid. Samtidig skal eventen vise dem, hvordan de selv kan tage aktivt del i udviklingen ved at invitere branchen indenfor og bygge bro mellem det professionelle og det offentlige.

## **FUTUREX & KØBENHAVNS KOMMUNES FESTIVALPULJE**

Med FutureX ser vi en kobling til Københavns Kommunes Festivalpulje under KFU fordi eventen er med til at skabe et varieret kulturtilbud for byens borgere samtidig med at bidrage til København som en innovativ storby, der samarbejder med internationale aktører i form af projektets internationale samarbejdende events. FutureX tilbyder Københavns borgere at udforske og lege med fremtidens teknologi og derigennem bidrager projektet ligeledes til et mere teknologisk oplyst samfund.

## **BYGGER PÅ ERFARING OG SUCCESFULDT SAMARBEJDE**

FutureX er en videreudvikling af samarbejdet mellem NextM og CopenX, der har resulteret i marketing- og techkonferencen NextM/CopenX Realitise i TAP1 i 2018, hvor CopenX faciliterede et område med særligt fokus på XR-teknologier. FutureX udvider konceptet i form af samarbejde med TAP1 LIVE som facilitator og eventpartner. Yderligere samarbejder FutureX med universiteter, bl.a. AAU samt regeringens Teknologipagt (se evt. vedlagte hensigtserklæringer), for at støtte op om målsætningen om at gøre de såkaldte STEM-uddannelser (Science, Technology, Engineering, Mathematics) attraktive og populære. Med det nye koncept vil vi nå en bredere målgruppe, bygge bro til erhvervslivet og give deltagerne en endnu mere helhedsorienteret og inspirerende oplevelse.

\*Mange landes digitale niveauer vokser hurtigere i dag end Danmarks og vi er på World Economics Forums digitaliseringsindeks faldet fra en 4. til en 11. plads på blot 5 år, hvor fx. Finland og Sverige har fastholdt deres placering i toppen. Vi er bl.a. mindre gode til at bruge teknologien og digitaliseringen til at skabe nye forretningsmodeller og anvende de nyeste digitale teknologier. (Kilde: "Danmark som digital frontløber". Anbefalinger til regeringen fra Digitalt Vækstpanel, Maj 2017)

# FORMÅL & BAGGRUND

**MED FUTUREX ØNSKER VI** at afholde Danmarks næste store hands-on techevent og dermed give den almene borgere mulighed for at få større indsigt i anvendelse af den nyeste teknologi indenfor bl.a. XR og kunstig intelligens. Dertil ønsker vi med Summit-delen at skabe en platform for viden, inspiration og dialog på tværs af virksomheder, iværksættere, uddannelser og det politiske niveau med særligt fokus på et bæredygtigt teknologisk Danmark. På sigt ønsker vi at skabe en større bevidsthed omkring den teknologiske udvikling, set fra et humanistisk perspektiv, i tæt relation til techbranchen og bidrage til øget begejstring for de digitale muligheder – både privat og professionelt.

I samarbejde med bl.a. CopenX og konferencen NextM, er det formålet at skabe et rum, som giver alle mulighed for at diskutere og afprøve de nyeste teknologier samt at deltage i samtaler om anvendelsesmuligheder og potentielle udfordringer. Hensigten er at skabe en oplevelsesplatform, der designes til at facilitere samtale på tværs af baggrund, alder og varieret kendskab til teknologien. Vi tror, at samtalen kan opstå via anvendelse samt afprøvning og dermed skabe øget forståelse på tværs af professionelle, borgere og generationer.

I en tid, hvor den teknologiske udvikling, især indenfor kommunikation og dataindsamling, diskuteres heftigt, ønsker vi ligeledes med FutureX at bygge bro mellem markedet og brugerne og derigennem afmystificere og simplificere de konsekvenser vores digitale adfærd har.

Ved at koble et folkeligt ben på marketing- og techkonferencen NextM qua festival-delen, er det vores ønske at skabe en øget forståelse og indsigt i markedets brug af den moderne teknologi med henblik på at skabe et mere bevidst og uddannet digitalt samfund.

På baggrund af de inspirerende oplæg, aktiviteter og talks, er det ønsket at motivere den næste generation til at involvere sig mere i den teknologiske og naturvidenskabelige verden. Her vil vi sammen med udvalgte uddannelsesinstitutioner arbejde for at bidrage til en stigning i tilslutningen på STEM\*-uddannelserne og via vores kommercielle partnerskaber og udstillere skabe netværk og motivation til en fremtidig karriere inden for teknologien.

\*STEM = Science, Technology, Engineering, Mathematics

## BAGGRUND

FutureX er en videreudvikling af samarbejdet NextM og CopenX, som sidste år resulterede i en succesfuld udvidelse af den internationale techkonference NextM i TAP1 med særlig fokus på XR-teknologierne og som gentages i foråret 2019. Med videreudviklingen af samarbejdet omkring FutureX, udvides samarbejdet til at inkludere TAP1 LIVE som har initeret projektet på baggrund af erfaringerne fra sidste års konference og som fungerer som overordnet facilitator. Dertil indgår Teknologipagten (se evt. bilag) som projektpartner for at skabe større indsigt i at udvikle kulturelle og populære aktiviteter med et teknologisk fokus til unge.

Det eksisterende samarbejde mellem CopenX og NextM udsprang af et fælles ønske om at eksponere og understøtte de kreative teknologiske aktører (særligt indenfor XR), der eksisterer i Danmark. Hertil blev der på baggrund af en succesfuld afvikling i TAP1 skabt grobund for et samarbejde med TAP1 LIVE med et kulturelt og offentligt fokus. Her blev det tydeligt at der var ønske og behov for at skabe en tilbagevendende platform, der giver deltagere i alle aldre mulighed for at interagere og skabe med de nyeste teknologier og ikke mindst skabe en større synergi mellem borgere og selve branchen. Dette ønske vil være grundstenen for samarbejdet omkring FutureX.

Ifølge Undervisningsministeriet viser forskning at anvendelses- og praksisorienteret læring skaber øget motivation og faglighed, hvor brugen af teknologi ligeledes øger det faglige udbytte. Dertil har Digitaliseringsstyrelsen med deres digitaliseringsstrategi nedsat et fokusområde for at sikre digitale kompetencer hos børn og unge som en del af den digitale dannelse. Ydermere kan vi komme til at mangle 19.000 it-specialister i 2030 ifølge Erhvervsstyrelsens analyser og Dansk Industri foreslår i deres Nationale Handlingsplan for Digitale Kompetencer bl.a. at skærpe kommende generationers digitale ejerskab, uddanne flere IT-kandidater og løfte arbejdsstyrken solidt i digitale kompetencer. Med andre ord: hands on-involvering samt uddannelse og forståelse for teknologi er en nødvendighed for de fremtidige generationer, og en nødvendighed vi med FutureX understøtter gennem leg, læring og underholdning i fællesskabet mellem børn og voksne samt uddannelsesinstitutioner, producenter og brugere.

Ligeledes skal FutureX afsøge potentialer for samarbejder med øvrige fagevents såsom techkonferencer med henblik på at skabe større gennemsigtighed mellem marked og forbrugere og dermed skabe et mere uddannet og bevidst digitalt samfund. I partnerskabet med CopenX og NextM vil det netop være muligt at opnå store besparelser på både produktion og indhold, da begivenhederne rækker ind i hinanden. På baggrund af dette, har vi valgt følgende målsætninger og dermed fokusområder for eventen:

**FutureX skal skabe** synergi og merværdi mellem erhverv og kultur indenfor emnet teknologi ved at bringe flere forskellige begivenheder sammen i samproduktion.

**FutureX skal vække** unges interesse for de tekniske og naturvidenskabelige uddannelser og give dem indsigt i de konkrete job, som findes i virksomhederne i fremtiden.

**FutureX skal invitere** unge indenfor i den teknologiske udvikling via underholdning, hands on-læring og samtale og derigennem styrke dem i et progressivt teknologisk samfund.

**FutureX skal nedbryde** den grænse, der eksisterer mellem virksomheder og forbrugere, for at simplificere de konsekvenser teknologien har for vores dagligdag.



# AKTIVITETER

FutureX er et todelt event bestående af FutureX Summit og FutureX Festival.

**FUTUREX SUMMIT** består af en række udvalgte og prominente speakere, der bl.a. kurateres i samarbejde med projektets samarbejdspartner NextM og CopenX med det overordnede fokus: "Fremtidens teknologi i det danske landskab - væksten, velfærden og kompetencerne".

Fokus vil dagen igennem blive behandlet fra flere forskellige vinkler:

- Hvordan anvendes og implementeres de nye teknologier og digitale løsninger i fremtidens velfærdssamfund med borgeren i centrum?
- Hvordan kan fremtidens teknologi understøtte den grønne omstilling og gøre væksten bæredygtig?
- Hvilke konsekvenser har den teknologiske udvikling for det danske arbejdsmarked og hvilke kompetencer vil blive efterspurgt? Og hvad betyder det for virksomhederne, demokratiet og den enkelte?

FutureX Summit finder sted i Hal 2 i TAP1 med en hovedscene, hvor programmets talks og debatter vil foregå. Dertil vil der være break out-scener placeret i Hal 1 som en del af FutureX Festival, hvor kortere oplæg vil blive afviklet. Programmet planlægges med fokus på at skabe mulighed for et personligt varieret program, hvor der er rig mulighed for at skabe dialoger og netværk blandt deltagere imellem og ikke mindst mellem brancherne og de studerende.

Sideløbende med FutureX Summit, vil selve **FUTUREX FESTIVAL** åbne i Hal 1 i TAP1, hvor festivalens første dag (17. april) vil være dedikeret udvalgte uddannelsesinstitutioner, erhvervsskoler og studerende, der har mulighed for at få et kig ind i fremtiden samt indgå dialog med erhvervslivet. Den samlede festival vil bestå af en lang række aktiviteter såsom talks, workshops og shows, hvor det netop er vigtigt at tilbyde både velkendte navne samt fagligt anerkendt indhold, så vi trækker nye målgrupper ind og faciliterer samtaler på tværs af generationer og ikke mindst mellem teknologisk vidende og uvidende.

## Eksempler på indslag i FutureX Festival-programmet:

Samtale med Rasmus Brohave omkring influencers virkemidler og hvorvidt influencers anno 2019 har større indflydelse og magt end de traditionelle medier?

Foredrag med Jakob Stegelmann – den legendariske tv-vært fra Troldspejlet – om bl.a. computerspillets rejse gennem tiderne, ift. den teknologiske udvikling og ikke mindst den samfundsmæssige opfattelse af brugen og konsekvenserne af gaming.

Test: Kan du genneskue AI? Undersøgelse af, hvor menneskelig fremtidens digitale assistenter bliver. Deltagerne får mulighed for at gå ind i et rum, og føre en samtale med en ikke-synlig person, der enten er en skuespiller eller digital assistent. Kan deltagere afgøre om samtalen har været med en skuespiller eller en digital assistent?

Future of Food: Hvad spiser vi i 2030? I et evt. samarbejde med folkene bag eventen MAD Symposium. En samtale om hvad vi spiser og hvordan teknologien påvirker fremtidens madvaner med bl.a. oplæg fra Jinsoo An (CEO af Kokiri Lab, der har udviklet Project Nourished med fokus på at imødekomme fremtidens madmangel vha. VR og AR). Ligeledes vil der være mulighed for at smage på fremtidens mad såsom 3D-printet kød, pulvermad og insekter.

Marketing vs. mennesket: Samtale om, hvordan marketingsbureauer anvender moderne teknologi og især sociale medier i markedsføring og hvilke konsekvenser det har for vores forbrugermønstre og ikke mindst trivsel. Foruden samtale om konsekvenser, vil der være introduktioner og oplæg om, hvordan algoritmer virker og hvordan man som almindelig borger kan få større kontrol over, hvad man bliver eksponeret for.

Få målt din hjerneaktivitet via neuro science og video caption sammen med psykolog og neuroscientist Alexander Loopera. I et virtuelt rum bliver gæsterne eksponeret for forskellige scenarier, hvor man er udstyret med elektroder, der kan vise, hvordan ens hjerne reagerer. Er du mest tiltrukket af mænd eller kvinder, lysthårede eller mørkhårede? Hvordan reagerer din hjerne på konfliktefyldte situationer, og kan du bedst lide duften af nybagt kage eller friskbrygget kaffe? Få svaret på FutureX, hvis du altså tør at blive tankeløst?

Paneldebat på den store scene: Hvad kan jeg blive i 2030 - hvilke discipliner og kompetencer efterspørges der i fremtiden? En samtale om hvilke discipliner og kompetencer der efterspørges i 2030 set i lyset af den teknologiske udvikling og ankomsten af AI og robotter. Debatten er baseret på en tidligere afholdt samtale på CopenX i 2018 med et panel bestående af Ida Auken (Det Radikale Venstre), Christine Sørensen (Kommunikations og Public Affairs Manager i Google Danmark) og Bo Grave (Chef for digital udvikling i Rambøll).

Dertil vil der være et særligt dedikeret område til uddannelses-institutioner, hvor gæster kan gå på opdagelse i de forskellige muligheder der eksisterer for at videreudanne sig inden for bl.a. de tekniske videnskaber samt indgå i dialog med repræsentanter fra de respektive institutioner.

Udvalgte samarbejdende institutioner vil også facilitere workshops og aktiviteter, hvor gæsterne kan få en lille forsmag på, hvad det vil sige at arbejde og forske med teknologi. Her er der på nuværende tidspunkt allerede indgået aftale med The Multisensory Experience Lab under Aalborg Universitet om af fremvise og facilitere aktiviteter på FutureX (se evt. vedlagte hensigtserklæring).

# MÅLGRUPPE

FutureX henvender sig til den brede offentlige befolkning med en primær målgruppe som er unge mellem 13 og 30 år, der interesserer sig for den teknologiske udvikling og mulighederne for deres fremadrettede virke. Denne gruppe er interessant, da de kommer til at være med til at definere den teknologiske udvikling og derigennem aktiveringen af den i fremtidens dagligdag. Derudover har de en væsentlig rolle ift. fremtidens arbejdsmarked, hvor der på nuværende tidspunkt er udsigt til en stor mangel på både ingeniører/naturvidenskabelige kandidater (13.500) og teknisk faglærte (30.000) i 2030 og hvor vi håber at kunne fungere som et attraktivt supplement til uddannelsernes rekrutteringskampagner, så vi i fremtiden ser et større andel ansøgere på STEM-uddannelserne.

Sekundært henvender FutureX sig til ressourcestærke og vante brugere af kultur- og fritidstilbud mellem 30 og 50 år, der ofte kan have svært ved at forstå og forene sig med den primære målgruppes digitale forbrug og involvering. Den sekundære målgruppe er i dag storforbruger af teknologien, men er ikke født ind i en digital virkelighed. Dog har de været påvirket af den teknologiske udvikling i deres arbejdsliv og deres børns opvækst.

FutureX Summit er primært et B2B-event, der er henvendt til professionelle (virksomheder, startups, iværksættere m.fl.) fra medie- og techindustrien samt brancheorganisationer og relevante politiske organisationer med særligt fokus på FutureXs samarbejdspartnere og støttestivere.

Endvidere fokuseres der på uddannelsesinstitutioner, herunder gymnasier, erhvervsskoler og universiteter. Her vil vi invitere undervisere samt studerende ind som en del af programmet for d. 17. april, hvor man har mulighed for at deltage i både summit og festival-delen samt interagere og netværke med branchen og det professionelle segment.

# TIDSPLAN

(TENTATIV)

2020

17. april

FutureX Summit

17. - 19.  
april

Afvikling af  
FutureX Festival

20. april

Omstilling fra  
FutureX til NextM

21. - 22.  
april

Afvikling af NextM og  
CopenX Realities

23. april

Danish Digital Awards  
(TBC)

Future X løber over 3 dage, fra d. 17. - 19. april 2020 og foregår i TAP1 på Amager i København.

FutureX Summit vil blive afviklet i Hal 2 i TAP1 d. 17. april i dagstimerne, hvor der er inviterede gæster (primært studerende og uddannelsesinstitutioner) til selve festival-delen i Hal 1. Herefter åbner FutureX for offentligheden fra d. 18. - 19. april i hele TAP1.

Derefter omstilles TAP1 til den internationale marketing- og techkonference NextM som afvikles fra d. 21. - 22. april. XR-konferencen CopenX Realities overlapper med NextM og Danish Digital Awards afslutter perioden med afvikling d. 23. april.

I programlægningen af techkonferencerne og FutureX, er det muligt at forlænge bl.a. ophold af speakere og udstillere, der så har mulighed for at være en del af FutureX for en lille omkostning i modsætning til, hvis FutureX blev afviklet selvstændigt på andet tidspunkt af året. Dertil åbner samarbejdet op for et stort kommercielt netværk, hvor der er mulighed for at tiltrække store techproducenter og derigennem fremvise de nyeste tendenser og produkter på FutureX.

# RESULTATER & SUCCESKRITERIER

## ØGET KENDSKAB

Gennem tidligere beskrevet aktiviteter, er det forventningen af FutureXs publikum opnår forøget kendskab til anvendelse af moderne teknologi. Det er vores forventning at min. 70 % af festivalens gæster efterfølgende har opnået en forståelse og indsigt i fremtidens teknologier som de ikke havde før de besøgte FutureX.

Dertil kurteres programmet med et højt fagligt indhold i samarbejde med bl.a. NextM, techeksperten David Guldager og tidligere redaktør fra DR-programmet So Ein Ding – Marie Høst. Det faglige program vil blive suppleret med populære og folkelige indslag, der vil appellere til en bred målgruppe og derigennem øge et generelt kendskab til teknologien hos den almene borger.

## MOTIVATION FOR TEKNIK OG NATURVIDENSKAB

Via samarbejde med bl.a. universiteter og erhvervsskoler forventer vi en øget motivation og interesse i STEM-uddannelser med op til 35 % blandt det relevante segment på FutureX. I samarbejde med udvalgte uddannelser, der vil være tilstede på FutureX og deltage i forskellige talks og aktiviteter, er det målsætningen af FutureX skal fungere som en inspirationsplatform for unge og derigennem være med til at påvirke deres uddannelsesvalg i retning af især de naturvidenskabelige og tekniske uddannelser.

Herved er det forventningen at FutureX vil fungere som et attraktivt og frivilligt tilvalg for målgruppen i form af de populære indslag og fremvisning af nyeste produkter og tendenser, hvor de derigennem opnår inspiration og motivation for bl.a. de tekniske videnskaber. Her er det ambitionen at FutureX i sidste ende har en positiv effekt på andel af studerende på STEM-uddannelserne i Danmark. Som sideeffekt, forventes FutureX at bidrage med inspiration og netværk blandt undervisere i form af deres tilstedeværelse som repræsentanter for deres respektive uddannelsesinstitution på selve FutureX og deltagelse i FutureX Summit.

## MEDIEDÆKNING AF FUTUREX

FutureX er i dialog med et større dansk mediehus om en mediepartneraftale som betyder, at FutureX bliver dækket med både udsendelser og digitale artikler før og under selve eventen. Her forventer vi, at der som en del af mediepartneraftalen bliver sendt op til 7 indslag om FutureX. Mediepartneraftalen med et større nationalt medie betyder, at FutureX kommer ud til et meget bredt publikum med god mulighed for eksponering overfor målgruppen. Foruden den nationale brede dækning, vil vi fortsætte vores eksisterende samarbejde med internationale medier inden for branchen såsom vrfocus.com og vrtodaymagazine.com, der er to internationale nyhedssite, der samler den internationale VR- og AR-scene og udbreder kendskabet til de nyeste teknologier. Det forventes at der vil være daglige nyheder under selve eventen og løbende indslag i perioden op til afvikling. Dertil har samarbejdspartner CopenX en tidligere dokumenteret dækning i en bred vifte af medier såsom Politiken, Berlingske, dr.dk, Jyllands-Posten, The Copenhagen Post og radioprogrammet P1, hvor der forventes en fortsat omtale og dækning i forbindelse med FutureX.

Ligeledes vil samarbejdet med NextM betyde en yderligere eksponering i forbindelse med pressedækning af Nordens største marketing- og techkonference, hvor FutureX netop vil være en del af den fælles fortælling.

## SAMARBEJDE

FutureX har allerede resulteret i en stærk relation mellem NextM og CopenX, i form af to succesfulde samarbejder i henholdsvis 2018 og 2019. Denne relation vil gennem videreudvikling til FutureX styrkes markant i kraft af partnerskabet med TAP1 LIVE. Her forventer vi at denne relation vil resultere i flere samarbejder i årene der kommer med særligt fokus på synergi mellem erhverv og kultur og ikke mindst optimal udnyttelse af ressourcer gennem samproduktion og storproduktionsfordele.

# RESULTATER & SUCCESKRITERIER

(FORTSAT)

## EVALUERING

Der vil i forbindelse med projektet blive udarbejdet en afsluttende evalueringsrapport med fremadrettede anbefalinger til det videre arbejde med FutureX, da projektet vil være en årligt tilbagevendende event. Rapporten vil blive tilgængelig digitalt og fremsendes alle involverede parter. Dertil vil der være en tæt løbende evaluering med Teknologipagten.

## OVERORDNET EFFEKT I TAL:

- 5000+ deltagere
- 50 frivillige aktiveres i forbindelse med eventperioden
- 45 aktiviteter
- 20 speakere (internationale og nationale)
- Samarbejde med min. 3 universiteter (etableret samarbejde med AAU og dialog med 2 andre. Se evt. vedlagte hensigterklæring)
- 2 erhvervsskoler aktiveres i forbindelse med eventen
- Min. 500 studerende inviteres til Festival Summit
  
- 35 artikler i nationale medier (trykte og digitale)
- 5-10 indslag på tv-medier (bl.a. i form af medieaftale)
- 10 podcast indslag.
- 15 artikler i internationale medier (trykte og digitale)
- 40 omtaler i nyhedsbreve og eksterne sociale medie-platforme
- 500.000 eksponeringer på Facebook
- 5000 engagements på Instagram
- 10.000 eksponeringer på Twitter
- 30.000 besøg på event-website

# FORANKRING

FutureX vil være en årligt tilbagevendende begivenhed, der dermed fastholder fokus på den teknologiske udvikling set fra et humanistisk perspektiv med en særlig tiltrækning på unge. Indhold og partnere vil udvikles forskelligt hvert år og hvert event vil være foranderligt fra hinanden, da det er essentielt for eventen at program og udstillere er up-to-date med de nyeste produkter og tendenser, så gæster kan få en lille forsmag på fremtiden. Formen vil altid være den samme, så der skabes genkendelighed blandt målgruppen, hvor FutureX bliver et etableret brand med en stærk profil og vi derved fastholder ambitionen om at øge begejstringen for det digitale og ikke mindst de tekniske og naturvidenskabelige uddannelser.

Efter afvikling af FutureX i 2019, er det ligeledes planen at etablere en online platform som er aktiv hele året rundt, hvor målgruppen kan følge med i udviklingen indenfor bl.a. Virtual og Augmented Reality, roboteknik, Artificial Intelligence, IoT og alt det fremtiden ellers byder på. Platformen vil bestå af diverse podcasts, youtube-videoer, opgaver og nyheder fra teknologiens verden. Platformen er tiltænkt som et uafhængigt medie, som målgruppen kan tilgå helt frivilligt som inspirationskilde, da det er essentielt for FutureX at det ikke bliver formynderisk eller obligatorisk, men kan fungere som et supplement til andre tech-initiativer på uddannelsesniveau. Via platformen er det ligeledes målsætningen af fokus fastholdes hele året rundt og løbende bidrager til et øget kendskab og ikke mindst begejstring for teknologien og dets muligheder.

På længere sigt er målet at lave mindre FutureX-events rundt i landet foruden selve den 3-dages festival. Disse events vil tage udgangspunkt i det store setup, men i mindre skala og laves i samarbejde med aktører inden for den lokale/regionale tech-branche samt uddannelsesinstitutioner/skoler foruden kommunesamarbejde. Her er det ønsket at formilde de muligheder og potentialer, der eksisterer inden for teknologi i ens nærområde og styrke netværket heriblandt.

# ORGANISATION

TAP1 LIVE er initiativtagere af FutureX, hvor selve omdrejningspunktet for arbejdet med at sikre synergi til techbranchen, sker i et tæt samarbejde med CopenX og NextM. Projektet forvaltes i daglig drift af et selvstændigt FutureX-sekretariat.

## TAP1 LIVE

Foreningen TAP1 LIVE blev etableret i 2018 med formål at udvikle, planlægge og gennemføre offentligt tilgængelige kulturelle arrangementer i København, som tiltrækker lokale, nationale og internationale aktører indenfor musik, kunst og kultur. Foreningen arbejder med at integrere kulturelle aktiviteter både i etablerede og nye samarbejdsformer med fokus på at kunne bringe foreningens kompetencer og netværk i spil. Bag foreningen står folkene bag oplevelsesvenuet TAP1, der siden 2009 har arbejdet indgående med eventproduktion, hvor holdet bag har været gennemgående siden starten. TAP1 LIVE består dermed af et stærkt event-team med mere end 15 års erfaring. TAP1 LIVE arbejder endvidere for at invitere kreative kulturinitiativer og ildsjæle indenfor og i samarbejde skabe unikke konstellationer samt udvikle egne kulturformater inden for tech, miljø, ernæring & sundhed, hvilket vil sikre København et mangfoldigt kulturbed.

## NextM

NextM er en af de største marketing og tech-events i Norden og arrangeres af GroupM, der er Danmarks største mediabureaugruppe bestående af nogle af landets dygtigste medie-, kommunikations- og marketingspecialister, der arbejder for at bidrage aktivt til udviklingen af mediepartnerskaber samt nye digitale, sociale og databaserede kommunikationsplatforme. NextM er en konference, der fokuserer særligt på den nyeste teknologi indenfor bl.a. kreativitet og tilbyder et rum, der giver mulighed for at tænke tanker, som rækker ud over den nutidens dagligdag og sigter mod vores virkelighed om 3-5 år.

## CopenX

CopenX står bag konferencen CopenX Realities, der fokuserer på de kreative techmiljøer med et særligt fokus på XR-teknologier. Konferencen har eksisteret siden 2016 og er koncentreret omkring et særligt fokus på eksisterende og fremtidige former for teknologi, herunder primært brug af Virtual, Augmented og Mixed Reality, hvor der har vist sig en stor interesse for emnet. CopenX har gennem innovative oplevelsesformater og koncepter skabt samtaler om, hvordan teknologien ændrer nutiden og fremtiden ud fra et værdiskabende og menneskeligt perspektiv. Dertil arbejder CopenX med rådgivning og udvikling af koncepter, for eksterne partnere, hvor CopenX tidligere har leveret opgaver for Techfestival og CPH:DOX. Dertil afholdte CopenX i efteråret 2018 et Hackathon i samarbejde med Børneriget med fokus på at udvikle VR/AR-oplevelser for kronisk syge børn.

Foruden ovenstående partnere, vil projektet involvere omkring 50 frivillige fra primært uddannelsesinstitutioner og relaterende foreninger. Hertil vil der etableres samarbejder med uddannelsesinstitutioner, der fokuserer på teknologi og naturvidenskab med henblik på at skabe relevant og inspirerende indhold (talks, workshops), samt løbende sparring og netværk. Samarbejdende uddannelsesinstitutioner vil ligeledes være repræsenteret under selve eventen.

*Se vedlagte hensigtserklæringer for uddybning af samarbejdspartnere samt bidrag til projektet FutureX.*

# ØKONOMI

FutureXs samlede budget er bygget op omkring planlægning og afvikling af FutureX Summit og Festival, som samlet set vurderes at beløbe sig til ca. 3,4 mio. kr. og som dækker følgende hovedudgiftsposter:

- Sekretariat	891.280 kr.
- Kampagne og indhold	580.000 kr.
- Produktion	1.951.719 kr.

Ud af det samlede budget forventes egenfinansieringen at være på 1.048.000 kr. fordelt på kontant egenfinansiering fra TAP1 LIVE til en samlet værdi af 480.000 kr. og forventede billetindtægter på i alt 568.000 kr. Dertil forventes salg af stande samt kommercielle partnerskaber til en samlet værdi af 800.000 kr.

Det samlede finansieringsbehov er således 1.575.000 kr., hvoraf 100.000 kr. er bevilget fra Ellehammerfonden og 75.000 kr. er bevilget fra Oticon Fonden. Dertil er 250.000 kr. ansøgt hos COWI-fonden pr. 1. april 2019 og 650.000 kr. forventes at søges hos TuborgFondet i 1. halvår af 2019. De resterende 500.000 kr. ansøges hermed hos Kultur- og Fritidsudvalgets Festivalpulje for Københavns Kommune.

Der henvises til vedhæftede budgetskabelon for detaljer og såfremt der er behov for udspecificering af poster samt indsigt i samproduktionsfordelene, fremsendes gerne et detaljeret projektbudget. Alle beløb er eks. moms og FutureX er momsregistreret.

# KONTAKT

## PROJEKTLEDER

Maria Jeppesen, + 45 22 99 93 45, mj@futurex.dk

FutureX-sekretariat @ TAP1, Raffinaderivej 10, 2300 København S

CVR: 35829253

**BUDGETSKABELON – FESTIVALPULJEN**

Tilskudsmodtagers navn: FutureX
CVR: 35829253
Festivalens/eventets navn: FutureX

Projektperiode: 1. september 2019 – 30. juni 2020
---

Indtægter	Budget	Budget året før	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune	500.000		Ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )			
a) Ellehammerfonden	100.000		Bevilget
b) Oticon Fonden	75.000		Bevilget
c) TuborgFondet	650.000		Ansøges
d) COWI Fonden	250.000		Ansøgt
Billetindtægter	568.000		
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Sponsorater	600.000		
b) Standsalg	200.000		
c) Egenfinansiering	480.000		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>3.423.000</b>		

Udgifter	Budget	Budget året før
Sekretariat (løn, honorar, konsulent)	729.080	
Salg og Markedsføring	210.000	
Indhold (artist/speaker-honorar, materialer til aktiviteter/workshops m.m.)	370.000	
Transport og opholdsudgifter*	55.000	
Produktionsteam	75.000	
Venueløje (5 dage inkl. op og nedtagning)*	245.000	
Teknik inkl. afvikling*	980.000	
Catering (crew og frivillige)	80.625	
Kontorhold (telefon, porto mv.) + frokostordning	67.200	
Bogholder, revision, administration	95.000	
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Forbrug, rengøring, renovation, sikkerhed, vagter	170.802	
b) Indretning/scenografi*	99.825	
c) Branding og print	98.500	
d) Uforudsete udgifter (5%)	146.968	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>3.423.000</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>
<b>Kommentarer/forbehold:</b>	
<p>* Grundet samproduktion med NextM og CopenX, er der følgende besparelser som storproduktionsfordele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transport og opholdsudgifter: 62.625 kr. i besparelse</li> <li>- Venueløje: 195.000 kr. i besparelse</li> <li>- Teknik: 765.000 kr. i besparelse</li> <li>- Indretning: 30.250 kr. i besparelse</li> </ul> <p>Total besparelse grundet samproduktion med partnere: 1.052.875 kr. Der fremsendes gerne et udspecificeret projektbudget med detaljer omkring besparelser og enhedspriser.</p> <p>Alle beløb er eks. moms og FutureX er momsregistreret.</p>	

## Kontakt

Mikkel Hagedorn  
mikkel.hagedorn@groupm.com  
M +45 3166 7341

## INTERESSETILKENDEGIVELSE VEDR. "FutureX" (ARBEJDSITTEL)

**DATO: 26. SEPTEMBER 2018**

## Information

www.nextm.io

### HVAD ER NEXTM?

NextM er en af de største marketing og tech-events i Norden, og arrangeres af GroupM, der er Danmarks største mediabureau-gruppe bestående af nogle af landets dygtigste medie-, kommunikations- og marketingspecialister, der arbejder for at bidrage aktivt til udviklingen af mediepartnerskaber samt nye digitale, sociale og databaserede kommunikationsplatforme. NextM er en konference, der fokuserer særligt på den nyeste teknologi indenfor bl.a. kreativitet og tilbyder et rum, der giver mulighed for at tænke tanker, som rækker ud over den nutidens dagligdag og sigter mod vores virkelighed om 3-5 år.

### HVORFOR FutureX?

GroupM finder FutureX interessant, da projektet inviterer offentligheden og nye målgrupper indenfor i teknologiens verden og understøtter den samhørighed vi gerne ser mellem teknologi og mennesker. Med FutureX har vi mulighed for at møde og indgå dialog med slutbrugere, som er til stor værdi for ikke kun os som GroupM, men hele samfundet, for at kunne forstå konsekvenserne for den teknologiske udvikling og hvordan vi anvender den i en marketing og forretningsmæssig sammenhæng. Vi ser et stort potentiale og ikke mindst behov for FutureX for både markedet og borgerne, så dynamikkerne blive mere gennemsigtige og vi derigennem er med til at styrke vores samfund i en progressiv teknologisk verden.

GroupM ser følgende udbytte ved realisering af FutureX: øget awareness blandt slutbrugere og borgere omkring anvendelse af teknologien, styrket profil af København som en innovativ teknologisk metropol og udvidet spredning af teknologiens muligheder indenfor kommunikation. Hos GroupM jager vi udvikling, så vi i sidste ende formår at levere de bedste budskaber mest præcist. Gennem Techland opnår vi en større kontaktflade med modtageren af vores budskaber og opnår derved en større forståelse og ikke mindst et fællesskab med dem vi taler til.

GroupM støtter op om FutureX ved at inkludere FutureX som en forlængelse af NextM og dermed opnå stor synergi til den faglighed der eksisterer på konferencen og mulighed for samproduktion (fx omkring booking af speakere, produktion, indhold m.m.) Dertil bidrager GroupM med et stort netværk til partnere, der har stor interesse i at indgå kommercielle partnerskaber omkring FutureX og derigennem bidrage med finansiering til projektet.

På baggrund af ovenstående giver jeg FutureX mine varmeste anbefalinger.

Med venlig hilsen



Mikkel Hagedorn, Head of Innovation, GroupM Nordic

København 29. marts 2019

### Interessetilkendegivelse vedr. "FutureX"

CopenX er en organisation, der har arbejdet indgående med XR-teknologier siden 2016 indenfor både rådgivning, sparring og udvikling samt afvikling af konferencen CopenX Realities. CopenX Realities giver avanceret indsigt i de seneste udviklinger i XR-industrien med talks, workshops og et expo-område fyldt med first-movers, erhvervsledere og opinionsdannere fra branchen. CopenX konceptualiserer forskellige formater for at kvalificere samtalen om nutidens og fremtidens brug af immersive teknologier.

CopenX finder FutureX interessant, da projektet netop forsøger at formidle den teknologiske udvikling til et bredt publikum og breder viden bredere ud end blot til branchen og professionelle. Dertil ser CopenX en stærk værdi i at skabe synergi til industrien i form af FutureX Summit, da en positiv effekt af dette kan bevirke en større gennemsigtighed for borgerne og en større forståelse og ansvarlighed fra branchen. Overordnet understøtter et event som FutureX visionen bag CopenX, hvor det at facilitere en samtale omkring teknologi og brugen deraf, er et centralt omdrejningspunkt.

For CopenX vil realiseringen af FutureX bidrage med viden omkring formilning af den teknologiske udvikling til den almene borger samt skabe en større bevidsthed omkring dens konsekvenser for vores liv og samfund. Dertil vil projektet bidrage med øget samarbejds muligheder i branchen på baggrund af netværksplatformen FutureX Summit.

CopenX støtter op om FutureX ved at indgå som sparring- og indholdspartner for selve udvikling af program til både summit- og festivaldelen. Dertil bidrager CopenX med netværk til både potentielle partnere, speakere og ambassadører.

På baggrund af ovenstående giver jeg FutureX mine varmeste anbefalinger.

DocuSigned by:  
  
19778C2370E94CF...

Therkel Sand Therkelsen, CEO CopenX

My name is Stefania Serafin and I am professor of Sonic Interaction Design at Aalborg University in Copenhagen, as well as head of the multisensory experience lab together with Rolf Nordahl.

We are part of the Department of Architecture, Design, and Media Technology is a multi campus department with branches in Aalborg, Copenhagen and Esbjerg. The department holds 140 researchers and PhD students and participates in a wide range of national and international projects. It provides teaching to over 1500 students at the three branches. The department is unique in the Danish context as it constitute disciplines within architecture, design, media and technology under one roof providing the foundation for a powerful new field of research and development of competence within the field of technology and design with a human focus.

The Department finds FutureX interesting since it supports the debate around the future society in a progressive technological world and present tech in a fun and approachable way, but still dare to ask the critical and complex questions. Thereto it works to support an increase in young people applying for educations in tech science by making technology and the science behind it accessible, understandable and last but no least: enjoyable, which are crucial factors for raising the motivation amongst the youth for them to pursue an education and further professional life in the industry of tech.

We see great potential in the project to brand AAU and especially the Department of Architecture,

Design, and Media Technology to potential future students and finds the platform very unique in terms of presenting our educations and opportunities in an interactive, attractive and relevant form.

The department supports FutureX with our network, knowledge and participation during the festival.

Best regards,



Stefania Serafin

Professor in sonic interaction design  
Department of Architecture, Design and Media Technology  
Aalborg University Copenhagen  
Phone: (+45)99402475  
Email: [sts@create.aau.dk](mailto:sts@create.aau.dk)

## **ERKLÆRING OM DELTAGELSE I TEKNOLOGIPAGTEN MED PROJEKT**

### *Teknologipagterklæring*

Vi, deltagere i Teknologipagten, vil sammen arbejde for at styrke kompetencerne i samfundet til en teknologisk og digital fremtid.

Det skal understøtte vækst og velstand ved

- at virksomheder kan ansætte den arbejdskraft, de har brug for til at anvende eller udvikle ny teknologi og digitale løsninger til nye produkter og forretningsudvikling
- at borgerne har kompetencerne til at deltage i og være med til at udvikle fremtidens digitale samfund.

Det gør vi i fællesskab ved


- at drive eller understøtte projekter, der skal få flere til at interessere sig for STEM\*, uddanne sig inden for STEM – enten som faglært, på de videregående uddannelser eller via efteruddannelse – og arbejde med STEM
- at evaluere og dele erfaringer fra egne projekter, så succesfulde projekter kan udbredes og nye projekter udvikles
- at sprede kendskabet til Teknologipagten og få flere engageret i at deltage.

\*STEM er en engelsk forkortelse for teknologi, IT, ingeniørkundskab, naturvidenskab og matematik.

**Konkret vil CopenX gennemføre projektet FutureX samt dele erfaringerne derfra og samarbejde om videreudvikling:**

FutureX er en 3-dages festival i København, hvor primært unge (13 - 30 år) kan prøve, føle, se og lære sig til en bedre forståelse for, hvad nye teknologier kommer til at betyde for deres fremtid i form af workshops, talks, debatter og et større udstillingsområde. Overordnet har projektet til formål at skabe teknologisk begejstring blandt unge, en begejstring der skal give afsæt for at flere interesserer sig for teknologi, uddanner sig indenfor teknologi og i sidste ende arbejder med nye teknologier. FutureX er et partnerskab mellem CopenX og TAP1 i sæt samarbejde med techkonferencen NextM og vil være et årligt tilbagevendende og underholdende kulturtilbud, der skal fungere som en lærerende inspirationsplatform for unge.

### *Underskrift*

DocuSigned by:  
  
19778C2370E94CE...

*Therkel Sand Therkelsen, CEO CopenX*



# Ansøgning Golden Days Festival 2020

Ansøger:  
Golden Days Sekretariat  
Nørregade 6,1  
1165 København K

Att. Direktør  
Svante Lindeburg  
svante@goldendays.dk  
Tlf. 3542 1432

CVR-nr. 32776191  
Fuldt momsregistreret



# Det naturlige knudepunkt

Golden Days Festival understøtter Københavns Kommunes vision om at være en levende by, hvor kultur og byrum er i vedvarende udvikling og bygger bro mellem borgere på tværs af generationer og demografi.

Den kulturhistoriske festival Golden Days er en institution i det københavnske kulturliv og udgør et naturligt mødested for kultur- og videbegærlige borgere på tværs af alder og interesser. Med sin netværkskarakter skaber festivalen et fyrtårn, hvor museer, formidlingsinstitutioner, biblioteker, foreninger, søster-festivaler og andre kulturaktører i fællesskab skaber en små tre ugers festival, hvis samlede program overstiger, hvad enkeltaktører kan skabe på egen hånd.

Med afsæt i Københavns kulturelle landskab afvikler Golden Days en markant og nærværende formidlingsfestival, der gennem skiftende historiske emner forbinder kendskab til historien med en nuanceret forståelse af samtiden og en idérig tænkning om fremtiden. Resultatet er nye alliancer og partnerskaber mellem samarbejdspartnere, unikke og tankevækkende oplevelser for kulturpublikummet samt en stærk mediemæssig gennemslagskraft.

Festivalen afvikles hvert år i september – i 2020 fra d. 4. til d. 20. september – og præsenterer 150+ arrangementer i hovedstadsområdet i samarbejde med mere end 100 partnere. Det samlede publikumstal varierer mellem 30.000 – 55.000 om året. Festivalen så dagens lys i 1996 og har således eksisteret i 25 år.

## Kulturhistorien skal tæt på

Som strategisk udviklingspunkt arbejder Golden Days med at kombinere live-formidling med digitalt nærvær. Derfor har festivalen arbejdet med at udvide og udvikle sin digitale tilstedeværelse til at spænde over 8 – 10 måneder om året bl.a. gennem underholdende og informative digitale kampagner. Foruden det digitale fremstød er det en vedvarende målsætning for Golden Days at vedblive med at fremme publikumsdiversiteten, således at festivalen fastholder og udbygger et publikumsmix på tværs af alder og køn, der skaber møder mellem målgrupper og segmenter, der ikke normalt er i kontakt med hinanden.

## Samarbejder på tværs og udvidet aktivitetsperiode

Det har alle dage været en central del af festivalen at være arnested for nye formidlings- og oplevelsesformater. Netop dette er et af festivalens værditilbud til samarbejdspartnere, der ofte inspireres af de arrangementer, der udvikles under festivalen, og sidenhen arbejder videre med dem i eget regi, hvilket i sidste ende bidrager til institutionernes strategiske og kunstneriske udvikling. Golden Days samarbejder også med byens andre festivaler – fx ved at krydsformidle indhold på tværs af festivalerne og derved skabe synergi på forskellige formidlingsplatforme. Det drejer sig bl.a. om CPH:DOX, Copenhagen Architecture Festival, Copenhagen Pride, CPH Stage, Distortion og Strøm Festival. For at bevare en vedvarende dialog med Golden Days' voksende publikum samt for løbende at afprøve og udfordre formidlingsformater afholder festivalen en række enkeltstående arrangementer i løbet af året under formatet 'Breaking Festival'.

Ved at støtte Golden Days Festival i 2020 på samme niveau som i 2019 sikrer Københavns Kommune byen en festival, der skaber samarbejde på tværs af det kulturelle landskab i København, og som skaber et naturligt samlingspunkt for kultur- og historieformidling i hele hovedstadsregionen. Med afsæt i støtte fra kommunen skaffer festivalen selv yderligere finansiering. Festivalens samlede budget ligger mellem 3 og 4,5 mio. kr. om året.

Ansøgning



# Forever Young – Golden Days Festival 2020

I 2020 undersøger Golden Days ungdom som fænomen, følelse, tilstand og troldspejl. Festivalen spørger, om ungdomsdyrkelsen egentlig er unik for vor tid, eller om mennesket altid har stræbt efter evig ungdom.

Idealiseret, foragtet og evig eftertragtet. Den forbandede og fortryllende mellemstation mellem barndom og voksenliv. En dannelsesproces med hormoner galore, weltschmerz, forelskelser og oprør mod tidligere tiders traditioner og autoriteter. Ungdommen har altid været et centralt fænomen, selvom begrebet først kom til i midten af forrige århundrede, hvor livsfasen blev en ideologisk værdimærke.

I dag vil alle være unge. Alle vil have fat i de unge. Men hvad er det, der gør ungdommen så tillokkende? Og er det overhovedet sandt, at de værdier, vi knytter til ungdommen, er tidens mest eftertragtede? Topper vi virkelig i de unge år? Eller er vi allerede blevet overhalet af tidsånden. Er visdom på ny lige så vigtig, eller vigtigere, end omstillingsparathed? Er erfaring igen lige så vigtigt, eller vigtigere, end ballade? Bliver 2020 året for et nyt ungdomsoprør, denne gang med omvendt fortegn, mod det evigt dynamiske menneske? Eller bliver det året, hvor ungdommen slår ring om deres ret til at være unge og tager tiden tilbage fra de 'evigt unge'?

Golden Days træder et skridt tilbage og giver ungdomsdyrkelsen et kulturhistorisk eftersyn. For er det enestående, at vi i dag hylder ungdommen, eller har denne særlige livsfase i alle tider været efterstræbt på tværs af generationer? "Mange er aldrig rigtig jævnaldrende med sig selv", sagde Tove Ditlevsen. Men hvem har egentlig magten til at definere, hvad der er ungt, og hvad der er gammelt? Når det 97-årige stilikon Iris Apfel aldrig har sluppet hverken punkfrisur og fluebriller, er det så fordi, hun holder fast i sig selv? Eller er det fordi, hun forsøger at mime ungdommen?

Granvoksne, hættetrøjkledte mænd styrer uden om voksenlivets forpligtelser på løbehjul, mens den kun 16-årige svenske klimaaktivist Greta Thunberg er blevet en moden politisk stemme på linje med de voksne politikere. Betyder det, at generationerne er blevet forbyttet? Eller er de en gang så skarpe skel mellem generationer

blevet gedulgte? Har ungdomsbegrebet som tidsbegrænset epoke overlevet sig selv?

Da ungdommen fik vokseværk

Fra tidligere at blive bestemt af alder og livsbegivenheder, som dimission, arbejde og ægteskab, synes skillelinjerne mellem ungdoms- og voksenlivet at være mere eller mindre ophævede. Flere udskyder barn og bryllup til langt op i trediverne og lader i stigende grad kosmetiske korrektioner udviske de fysiske tegn på aldring. Golden Days tager fat i tendensens nælde og undersøger, hvorfor de evigt unge er skræmte af at træde ind i de voksnes rækker? Er det fordi, det strukturelt er blevet muligt at forblive unge og ansvarsfrie? Lider vores samfund at et Peter Pan-kompleks, hvor vi ligesom Peter og Wendy forsøger voksenlivets modenhed og myndighed for evigt liv på ønskeøen?

Golden Days ser på, hvad forskellige tiders ungdomsidealer fortæller om vores samfund. Afspejler samtidens dyrkelse af ungdommen og dens associationer til et frit og omskifteligt liv blot et samfund, hvor al udvikling og forandring er positivt, og hvor man for alt i verden ikke må gå i stå? Og hvilken betydning får dette for fremtidens samfund, byrum, boligmarked, sundhedsvæsen? Ja, for hele det politiske system?

Gennem kunsten, kulturen og videnskaben

Hvis ungdom ikke længere betinges af alder – hvad er den så overhovedet? I 2020 undersøger Golden Days ungdomsbegrebet samtidig med, at vi udfordrer idealet, drømmen, illusionen om at være ung. Festivalen går på jagt i historien, i kunsten og i videnskaben og søger at belyse årets tema på tværs af forskellige fagligheder, æstetikker og discipliner. Fra Den unge Werthers lidelser, over Generation X til de norske hverdagshelte fra SKAM. Fra mælketænder til gebis. Fra Elvis Presley til Justin Bieber. Fra 68'erne til folkeskoleelever, der i dag pjækker fra skole for at klimamarchere i fælles flok til de voksnes Christiansborg.

Festivalens arrangementer udvikles og afvikles i samarbejde med mere end 100 samarbejdspartnere i Hovedstaden. Af centrale partnere for festivalen i 2020 kan nævnes: Roskilde Festival, Ældresagen, DSB, Københavns Biblioteker, Ungdomsbureauet, Ungdommens Folkemøde, SMK ULK, Københavns Universitet (Center for Sund Aldring), Strøm Festival, Børns Vilkår, Ny Carlsberg Glyptoteket, Arbejdermuseet, CPH:DOX, Copenhagen Pride, Nationalmuseet, Roskilde Festival Højskole, Ungdommens Ø, Borups Højskole, Højskolerne, Ragnarock - Museet for pop rock og ungdomskultur, Vega, Atlas magasin, Folkehuset Absalon, SEINmag samt festivalens øvrige ca. 100 samarbejdspartnere.

#### Aktivering af temaet hele året

Gennem hele 2020 arbejder Golden Days Sekretariatet eksplorativt med ungdom som tematik, genstandsfelt og spørgsmål – bl.a. gennem følgende indsatser:

#### Festival og formidlingsindsatser

I 2019 præsenterer Golden Days et festivalformat, der består af en festival, to udviklings- og fyrtårnsprojekter, samt en gennemgående kommunikations- og PR-kampagne. Disse elementer udgør tilsammen festivalens indholds- og formidlingsprogram.

#### Advisory board: Generationsmøder

Festivalen i 2020 udvikles i tæt samarbejde med et særlig

advisory board, der skal sikre at tematikken belyses fra flest mulige perspektiver. Advisory boardet kommer derfor til at bestå af minimum syv personer, der er eksperter i hvert deres faglige felt og i en særlig form for ungdom – nemlig deres egen. Ved at engagere en person i 20'erne, én i 30'erne, 40'erne, og hele vejen op til 80'erne undersøger vi, hvad ungdom har været gennem historien og hvilke narrativer og forståelser, der gennem tiden har bestemt vores forståelse af og relation til 'ungdom' og 'de unge'.

#### Mobiliseringskampagne

En digital og brugerinteragerende kampagne, der løber fra januar til august på festivalens sociale platforme. Kampagnen sætter fokus på årets tema tidligt på festivalåret og mobiliserer både publikum og partnere til interaktion og deltagelse.

#### Ungdomskort til Københavns kultur

Festivalen arbejder årligt sammen med mere end 150 partnere på tværs af kulturbranchen. En tilbagevendende udfordring for festivalens partnere er at få fat i 'de unge' kulturbrugere. I løbet af 2020 vil Golden Days derfor – sideløbende med festivalen – arbejde for at understøtte unges tilknytning til byens kulturinstitutioner. Der arbejdes i øjeblikket på en undersøgelse, der skal udmunde i et potentielt kultur-ungdomskort, som lanceres under festivalen. Projektet udvikles i samarbejde med Roskilde Festival og DSB.



# Værdiskabelse

Golden Days arbejder på at skabe bred og blivende værdi på tværs af kulturbranchen og til gavn for byens borgere. Her fremhæves nogle af festivalens fokusområder.

## Nye møder mellem målgrupper og kulturinstitutioner

Festivalen tilbyder i kraft af sin netværkskarakter kulturinstitutioner nye indgange til andre brugere end deres sædvanlige publikum. Via festivalens indsatser får museer, aktører og formidlingsinstitutioner adgang til brugergrupper, de ikke når gennem egne platforme. Samtidig arbejder festivalen målrettet med at tiltrække brugere, der nok har interesse for det historiske, men som måske ikke føler sig hjemme på museerne eller på forhånd er storforbrugere af kulturtilbud. Fx mænd, der ofte ikke går på museum eller unge, hvis kulturforbrug ikke er så højt.

## Forpligtende samarbejder på tværs af festivaler

Golden Days arbejder tæt sammen med Københavns øvrige festivaler. I 2018 samarbejdede festivalen bl.a. med Strøm Festival, CPH Stage, Copenhagen Pride, Distortion, CPH:DOX og Copenhagen Architecture Festival. Disse samarbejder skete dels ved at præsentere søsterfestivalerne i eget program, og dels gennem fælles mobiliseringskampagner. Ydermere styrkes synergien mellem festivalerne ved brugen af en fast gruppe freelancere, der flytter fra festival til festival i løbet af året.

*”Jeg ville ønske, at Golden Days kunne foregå flere gange om året. Vi samarbejder med mange, men vi kan se, at når vi er del af festivalens program, så får vi mange flere besøgende.”* (Ny Carlsberg Glyptotek)

## Laboratorium for nye formidlings- og forretningsformater

Det har alle dage været en central del af festivalens DNA at være arnested for nye formidlings- og oplevelsesformater, der overrasker publikum, kombinerer discipliner på

tværs og i sig selv udgør seriøse og betagende oplevelser. Dette er endvidere et af festivalens værditilbud til samarbejdspartnere, der ofte inspireres af de arrangementer, der udvikles under festivalen og arbejder videre med dem i eget regi efterfølgende, hvilket i sidste ende bidrager til institutionernes strategiske, forretningsmæssige og kunstneriske udvikling.

## Markante kommunikationsresultater og agendasættende PR

Golden Days har opbygget en stærk position inden for markedsføring- og PR. Dette sikrer årligt markant omtale af festivalens tema og samarbejdspartnere. I 2018 opnåede festivalens videokampagne et resultat på 64.875 visninger. Gennem intensive presseindsatser formår Golden Days desuden at skabe debat om aktuelle tematikker samt om samarbejdspartneres udfordring. Fx fik festivalens PR-strategi i 2018 skabt offentlig debat om Facebooks censur af nøgne statuer, der udgør en daglig udfordring for flere af byens udstillingssteder.

## Høj økonomisk gearing

Festivalens økonomi er præget af høj gearing i forhold til de bevilligede midler. Gennem stærke fondssamarbejder har festivalen formået at rejse midler, der styrker værdiskabelsen for de enkelte sponsorer og partnere.

## Rækkevidde på tværs af hovedstadsregionen

Festivalen har bred rækkevidde på tværs af hovedstadsregionen. I 2018 aktiverede festivalen hele 18 sjællandske kommuner, og i 2019 bliver festivalen for første gang landsdækkende med en omrejsende udstillings- og arrangementsrække. Dette er med til at styrke kulturprofilen i hele landet og sikre stærkt fokus på kulturens potentialer for både fællesskab og viden.

## Resultater og succeskriterier for 2020

- Realisering af pilotprojekt: Ungdomskortet
- 2-4 Breaking Festival-arrangementer
- 30.000 deltagende publikummer
- 250 presseklip
- 150+ arrangementer til publikum
- 100 samarbejdspartnere blandt kultur- og formidlingsinstitutioner i og omkring hovedstaden

# Løbende udvikling

## Fra udvikling af særligt ungdomskort og nytænkende pop up-formater til spredning af festivalperiode og øget publikumsdiversitet.

### Pilotprojekt: udviklingen af 'Ungdomskortet'

En tilbagevendende udfordring for mange festivalens partnere er at få fat i 'de unge' kulturbrugere. Årets tematik om ungdom er en gylden mulighed for at undersøge denne udfordring. I 2020 lancerer Golden Days derfor et testforløb, der skal afsøge og udvikle et særligt ungdomskort, der skal give lettere adgang for de unge til Københavns kulturinstitutioner. Ambitionen er, at festivalen fungerer som testlaboratorium for udvikling af ungdomskortet - og ydermere en kommunikativ platform til at skabe en større fortælling og kampagne om kortet. Projektet trækker på viden og erfaring fra sekretariatet Museer i København (MIK) og vil finde sted i samarbejde med en række partnere, der, udover Københavns kulturaktører, bl.a. tæller Roskilde Festival og konstruktiv indledende dialog med DSB.

### Formidling og mobilisering hele året

Golden Days Festival finder sted i små tre uger i september måned. Her afvikles festivalens hovedprogram, der omfatter mellem 150-200 arrangementer. I 2018 og 2019 har Golden Days som noget nyt aktiveret årets tema langt tidligere, således at festivalen reelt set er aktiv fra starten af året til primo oktober. Gennem aktive mobiliseringskampagner, primært på sociale medier, har festivalen udvidet formidlingen af årets tema. Målet er dobbeltsigtet: At udbrede kendskab til festivalen hos publikum samt skabe værdi og synergi for de mange samarbejdspartnere. Denne udvidede kampagneindsats har fordoblet antal følgere på Golden Days Facebook-profil – fra 6.456 i 2015 til 12.379 følgere i 2019. Det har desuden været med til at øge deltagelsen blandt særligt unge kulturbrugere til festivalens arrangementer i september.

### Øget publikumsdiversitet

Golden Days Festival har gennem årene opdyrket en styrkeposition som en festival, der tiltrækker publikum på tværs af aldersgrupper og køn. Med mindre variationer er ca. 40% af publikum under 35 år, 30% mellem 36 og 55

og 30% over 56 år. Den største målgruppe er mellem 26-35 år. Samtidig har festivalen en kønsfordeling på ca. 60% kvinder og 40 % mænd.

Festivalen ser det som et demokratisk bidrag til København at vedblive med at lave aktiviteter, der samler publikum på tværs af alder og køn; herunder også at stimulere møder mellem brugergrupper, der ikke normalt er i kontakt med hinanden. I forbindelse med valget af de årlige teamtikker arbejder festivalen på at skabe relevans for flere generationer og målgrupper. Et stort udviklingspotentiale for festivalen i 2020 er i vid udstrækning at tiltrække endnu flere unge til festivalen.

- I 2018 var det en erklæret målsætning af tiltrække flere unge. Hele 46% var under 36 år

### Pop-up events hele året

Under navnet 'Breaking Festival' har Golden Days udviklet et pop-up format, der afvikles spontant, når der sker noget vigtigt og epokegørende i kulturhistorisk øjemed. Formatet er et forsøg på at tilføre en kulturel og social dimension til det aktuelle nyhedsbillede og komme tættere på de begivenheder, der berør og rør mange mennesker, og som i øjeblikket kalder på refleksion. Udgangspunktet er de definitive begivenheder i vores omverden, der sætter det sidste punktum for en æra, epoke eller en stor personligheds liv. Golden Days har fx afholdt disse Breaking Festival-arrangementer i forbindelse med bortgangen af Prince, Muhammed Ali og Leonard Cohen, og senest blev radio-programmet Det Elektriske Barometer som blev hyldet og mindet. Festivalen er 'breaking', da konceptet tilskriver, at arrangementet skal kommunikeres, produceres og afholdes få dage efter, at noget stort er sket, og mens det stadig er aktuelt.

# Økonomi og samarbejdspartnere

## Københavns Kommune ansøges om at støtte Golden Days Festival med 1,7 mio. kr. i 2020.

Golden Days Festival har et årligt budget på mellem 3 og 4.5 mio. kr. Af dette beløb udgør bevillingerne fra Københavns Kommune den afgørende grundstøtte, som muliggør, at festivalen efterfølgende kan rejse de resterende midler via fonde, samarbejdspartnere og sponsorer.

Københavns Kommune ansøges om at støtte Golden Days Festival med kr. 1,7 mio. i 2020. For at sikre størst mulig relevans og synergi med samarbejdspartnere, arbejder Golden Days Festival med en udviklingshorisont op til 1 – 1,5 år ved hver festival.

En flerårig bevilling fra Københavns Kommune ville muliggøre, at Golden Days Festival kan udvikle mere langsigtede strategiske projekter og indsatser både i forhold til festivalen men også i forbindelse med at etablere og udvikle solide og bæredygtige samarbejder med partnere og aktører i det københavnske kulturliv.

Budget og finansieringsplan forefindes sidst i ansøgningen.

### Samarbejdspartnere

Golden Days Festival samarbejder typisk med mellem 100 – 130 partnere. S sammensætningen af partnere varierer fra år til år afhængig af ressourcer og tematik. Sidste år samarbejdede festivalen med følgende partnere:

AKB København, Albertslund Bibliotek, Alhambra, Amar:litt, Arbejdermuseet, Arktisk Institut, Athelas Sinfonietta, ATLAS, Bakkehuset Ballerup Bibliotek, Ballerup Musikskole, Bastard Café, Bellevue Teatret Bernstorff Slot, Bibliografen, Bip Bip Bar, BK Skjold, Brandts Haves Venner, Brønshøj Kirke, Børnekulturhus Amar, Christiansborg Slot Cinemateket Cisternerne Copenhagen Pride, DAC, Daginstitutionen Saxoly, Danmarks Tekniske Museum, Dansk Pædagogisk Historisk Forening / samling, Den Hirschsprungske Samling, Den Italienske Ambassade i Danmark, Den Kongelige Afstøbnings-samling, Den Sorte Diamant, Designmuseum Danmark, Det Danske Sprog- og Litteraturselskab, Det Kgl. Bibliotek, Det Kongelige Danske Musikkonservatorium, Det Kongelige Teater, Skuespilhuset, Det Nationale Fotomuseum på Det Kgl. Bibliotek, DR, Folkehuset Absalon, Formidlingscenter

Garderhøj, Frederiks Værk, Trækulsbrænderiet, Krudtværksområdet, Frederiksberg Stadsarkiv Frederikssund Musikskole, Furesø Bibliotek og Borgerservice, Furesø Musikskole, Gads Forlag, Gentofte Bibliotekerne, Gentofte musikskole, Gl. Holtegaard, Gladsaxe Bibliotekerne Gladsaxe Musikskole, Grand Teatret, Halsnæs Bibliotekerne, Halsnæs Kommune, Helsingør Ungdomshus, Herlev Bibliotek, Herlev Billedskole, History Tours, Huset-KBH, Husets Biograf, Husum Bibliotek, Institut for Bygningskunst, By & Landskab, KADK, Institut for Veterinær- og Husdyrvidenskab, Københavns Universitet, Institut Français, Ishøj Bibliotek, J. F. Willumsens Museum, Karens Minde Kulturhus, Kgs. Enghave Lokalhistoriske Arkiv, Kontrapunkt, KU.BE, Kultur S, Kulturhus Galaksen, Kulturmetropolen, Kulturstationen Vanløse, Kunsthall Charlottenborg, Kvarterhuset, Københavns Biblioteker, Københavns Hovedbibliotek, Københavns Museum, Københavns Stadsarkiv, Køge Arkiverne Køge Museum, Levende Menneskerettigheder LISE, Litterære Selskaber, Lyngby Musikskole Lyngby-Taarbæk Stadsarkiv, Medicinsk Museion, Mogens Dahl Kammerkor, Møstings Hus, Nationalmuseet, Nikolaj Kunsthall, Ny Carlsberg Glyptotek, Ofelia Plads, Oplevelsescenter Vestvolden, Poesiens Hus, Polarbiblioteket Politikens Boghal, Rigsarkivet, RMC - Rytmsk Musikkonservatorium Rudersdal Kammersolister, Rudersdal Kommune, Kultur, Rudolph Tegnens Museum & Statuepark, Rumpegalleriet, Rundetaarn, SMK, Sophienholm, Sorgenfri Teaterforening, Sort/Hvid, Stadsbiblioteket Lyngby, Stagelab, Rudolph Tteiners Museum, Storm P. Museet, STORM20, Strøm Festival, Studenter Settlementet Vesterbro, Tattoo Ole, Teaterhuset, Telefonfabrikken, Thorvaldsens Museum, Tranen, Udstillingsstedet Sydhavn St., USKIK, VEGA, Vesterbros Lokal Arkiv, Visit Carlsberg, Øregaard Museum

### 2018 — Historiens B-sider:

- 200 arrangementer
- 126 partnere
- 18 partnere er kommunale institutioner i Københavns Kommune
- 59 partnere er ikke kommunale bosat i Københavns Kommune
- 49 partnere er institutioner og aktører fra hele Sjælland

# Baggrund og formål

Ambitionen for Golden Days er at styrke den almene interesse for kultur og historie og skabe nye erkendelser om forholdet mellem vores fælles fortid og det samfund, der og former os som borgere.

## Fremtiden perspektiveret gennem historien

Golden Days er en kulturhistorisk festival, der med afsæt i historiske tematikker begivenheder og problemstillinger arbejder tværfagligt og på tværs af kunstneriske discipliner for at belyse emner, der både kan gøre os klogere på vores fælles fortid og ruste os til at reflektere over vores samtid – og ikke mindst fremtid. Festivalens tilgang er eksperimenterende og undersøgende i forhold til både indhold, form og formidling, og festivalens målsætning er at engagere publikum og partnere til at deltage i at åbne historien op og gøre den relevant og anvendelig i samtiden.

Festivalen sætter historien i spil for at perspektivere og nuancere den aktuelle samtid og vores fælles fremtid. I sidste ende er ønsket, at vi alle bliver klogere på nogle af de udfordringer, vi som samfund og individer står over for her og nu.

## Om Golden Days Sekretariat

Golden Days Sekretariat er et af Danmarks førende huse inden for konceptudvikling og formidling af kultur, historie og videnskab. Sekretariatet har 25 års erfaring med kommunikation og festivaler/events, hvor komplicerede stofområder åbnes op og gøres relevante for et bredere publikum. Hovedproduktet er den historiske Golden Days Festival, og i 2017 lancerede sekretariatet festivalen Bloom, der sætter fokus på formidling af videnskab og natur. Bloom finder sted i Søndermarken på Frederiksberg. Sekretariatet er en projektorganisation og er finansieret fra projekt til projekt. Ingen grundbevilling.

## Bæredygtighed

Golden Days stræber efter miljømæssig og social bæredygtighed - eksempelvis ifm. af tryksager. Derudover er Golden Days naturligvis under særlig indflydelse af Golden Days Sekretariats anden festival Bloom (om natur og videnskab), hvor FN's verdensmål er centrale pejlemærker.

## Mangfoldighed

På Sekretariatet tilsigter vi formidling, som favner bredt og repræsenterer så stor en del af befolkningen som muligt. Det er væsentligt, at arrangementerne afspejler det samfund, som vi ønsker at præge gennem vores arbejde. Derfor er ambitionen hos Golden Days at skabe arrangementer, hvor indholdet demonstrerer diversitet inden for både køn, alder, etnicitet og sociale grupper.

## Golden Days' bestyrelse

Lotte Hansen (Bestyrelsesformand, Direktør, Hansen Agenda), Signe Lopdrup (Næstformand, Adm. Direktør, Roskilde Festival), Ulrik Langen (Professor i Historie, Københavns Universitet), Christine Buhl Andersen (Direktør, Ny Carlsberg Glyptotek), Søren Riis (Lektor i Filosofi, Roskilde Universitet og stifter af GoMore), Rasmus Øhlenschläger (Udviklingsdirektør, Information) og Per Erik Veng (Konsulent, tidl. Direktør for Det Danske Kulturinstitut i Bruxelles)





<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Golden Days Sekretariat
<b>CVR-NR.:</b> 32776191
<b>Projektets navn:</b> Golden Days Festival 2020 - Forever Young
<b>Projektperiode:</b> 1. november 2019-30. oktober 2020

Indtægter	Budget 2020	Budget 2019	
<b>Tilskud fra Københavns Kommune</b>	1.700.000	1.700.000	<i>Bevilliget</i>
<b>Kommunale tilskud:</b>	200.000		
Tilskud Frederiksberg Kommune		200.000	<i>Bevilliget</i>
<b>Statslige tilskud:</b>	200.000		
Tilskud Slots- og Kulturstyrelsen		100.000	<i>Ansøgt</i>
<b>Private fonde:</b>	2.000.000		
Tilskud Spar Nord Fonden		330.000	<i>Bevilliget</i>
Tilskud Louis Hansen		350.000	<i>Ansøgt</i>
Tilskud Kraks		350.000	<i>Ansøgt</i>
Tilskud Knud Højgaard Fonden		250.000	<i>Bevilliget</i>
Tilskud Beckett Fonden		100.000	<i>Bevilliget</i>
Tilskud Dreyers Fond		150.000	<i>Bevilliget</i>
Tilskud Realdania		120.000	<i>Ansøgt</i>
Tilskud FrederiksbergFonden		200.000	<i>Ansøgt</i>
Tilskud Sportgoodsfonden		155.000	<i>Ansøgt</i>

Egenindtjening	100.000	100.000
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>4.200.000</b>	<b>4.105.000</b>

Udgifter	Budget 2020	Budget 2019
Lønninger	1.850.000	1.711.000

<b>Lokaleudgifter:</b>		
Husleje	142.000	141.400
El, vand og varme	19.000	19.100
Vedligeholdelse	22.000	22.100
Rengøring	21.000	21.400
Diverse	5.000	5.700

<b>Personaleudgifter:</b>		
Transport	5.000	5.700
Fortæring	8.000	8.800
Uddannelse	5.000	6.600
Øvrige personaleudg.	15.000	17.700

<b>Kontorholdsudgifter:</b>		
Kontorartikler	5.000	5.400
Telefon, porto og fragt	20.000	24.400
IT-udgifter	50.000	54.300
Anskaffelser og vedligehold af inventar	10.000	13.300
Revision	15.000	22.100
Andre konsulenter (advokat mv.)	20.000	26.500
Abonnementer og kontingenter	7.000	7.900
Forsikringer	11.000	13.400
Diverse kontorhold	15.000	18.200

<b>Fyrtårsaktiviteter 2019</b>		
Mobiliseringskampagne - Jeg var der	0	70.000
Berlinmuren kommer	0	280.000
Happening - Tear down this wall	0	100.000
Kongres: Europa 89/19	0	255.000

<b>Fyrtårsaktiviteter 2020</b>		
Projekt: Generationsmøder	200.000	0
Projekt: Ungdomskort til Københavns kultur	500.000	0

<b>Festival:</b>		
Udvikling og opstart	50.000	50.000
Formidling, programlægning og kuratering	545.000	545.000
Kommunikation og markedsføring	560.000	560.000
Uforudsete udgifter	100.000	100.000

<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>4.200.000</b>	<b>4.105.000</b>
-----------------------	------------------	------------------

<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
-----------------	----------	----------

<b>FINANSIERINGSPLAN FOR BUDGET 2020:</b>	
Københavns Kommune	1.700.000
Frederiksberg Kommune	200.000
Slots- og Kulturstyrelsen	200.000
FrederiksbergFonden	200.000
Tuborgfondet	600.000
Fonden Roskilde Festival	500.000
Realdania	400.000
Øvrige mindre private fonde	300.000
Egenindtjening	100.000
<b>Tilskud i alt</b>	<b>4.200.000</b>

København, 29. marts 2019

Københavns Kommune  
Kultur- og Fritidsudvalget  
Rådhuset

## Ansøgning om støtte til at gennemføre Historiske Dage 2020

**Ansøger:** Historiske Dage, Store Kirkestræde 1, 4., 1073 København K, tlf. 30 91 92 62, CVR-nr. 69 38 65 12

**Kontaktperson:** Festivalleder Henrik Thorvald Rasmussen, henrik@historiske-dage.dk, tlf. 30 91 92 62

**Der søges støtte til:** Gennemførelse af Historiske Dage 2020, Øksnehallen 21.-22. marts 2020

### Projektet er vigtigt fordi:

Historiske Dage gør historien tilgængelig for flere, får flere til at interessere sig for historie og inviterer flere til at blive aktive medskabere af historien ved i en på én gang faglig, underholdende og inspirerende ramme at opleve de mange måder, historien kan formidles og fortolkes på – samlet i én weekends historisk overflødigshorn. Derved skabes i den brede befolkning øget interesse for historien og bevidsthed om, hvem vi er, hvad der har formet os, og hvilke kræfter der påvirker os og skaber forandringer og udvikling.

### 2020-fokus:

Klima og bæredygtighed vil blive sat på dagsordenen i udstillinger og sceneprogram, hvor historiske miljøudfordringer og teknologiske spring vil blive tematiseret. Vi vil etablere samarbejde med én eller flere bæredygtigheds-ngo'er/-organisationer og er på nuværende tidspunkt i dialog med Ingeniørforeningens Selskab for Historisk Teknologi, HITEK, om et samarbejde.

Flere børn (og børnefamilier og bedsteforældre med børnebørn) skal deltage på Historiske Dage. Derfor skal Københavns Kommunes støtte blandt andet muliggøre, at vi i 2020 kan tilbyde gratis adgang for børn under 18 år.

Følgende jubilæer kan være med til at øge interessen for Københavns historie:

- Trykkefriheden - 250 år
- H.C. Ørsteds opdagelse af elektromagnetismen - 200 år
- Københavns Zoologiske Museum - 150 år
- Påskekrisen - 100 år
- Biblioteksloven - 100 år
- Danmarks befrielse - 75 år
- Verdensbankdemonstrationen - 50 år

### Andre ansøgninger:

Vi planlægger også at ansøge de fonde, som har støttet Historiske Dage i 2019. Det drejer sig om Augustinus Fonden og Louis-Hansen Fonden.

**Ansøgt beløb:** 250.000 kr.

**Bilag:** Projektbeskrivelse og budget

# HISTORISKE DAGE 2020

Historien formidlet på en ny og dynamisk måde,  
så endnu flere gør nye erkendelser og får gode oplevelser  
gennem mødet med en levende fortid.



## RESUME AF PROJEKTBEKRIVELSE

Historiske Dage er Københavns nye store historiefestival (afholdt første gang i 2015), som i marts samler over 10.000 historieinteresserede af alle slags og de bedste hjemlige og internationale historieformidlere, som præsenterer historien på nye fascinerende måder. Fra fire scener og flere end 60 stande bliver historieinteresserede i alle aldre inspireret, underholdt og får ny viden, når historiefortællere, reenactere, forskere og forfattere, medier, museer, besøgscentre og arkiver, forlag og foreninger møder og inspirerer publikum på spændende udstillingsstande og deltager i over 100 indsigtfulde, tankevækkende og farvestrålende events på scenerne, på gulvet og på pladsen foran Øksnehallen.

Historiske Dage 2020 afholdes i weekenden 21.- 22. marts 2020 i Øksnehallen i København.

Historiske Dage vil også i 2020 appellere til, tiltrække og levere gode oplevelser til et bredt københavner-publikum, fx børnefamilier og kulturforbrugere med en mere æstetisk og underholdningsorienteret historiebrug, for eksempel gennem reenactments, skønlitteratur, periodefilm og livemusik.

## MÅLET MED PROJEKTET – OG MIDLERNE TIL AT NÅ DET

Målet med Historiske Dage er at øge interessen i den brede befolkning for historien og dermed skabe øget bevidsthed om, hvem vi er, hvad der har formet os, og hvilke kræfter der påvirker os og skaber forandringer og udvikling. Jo mere den enkelte ved om sin egen og samfundets fortid, og hvad grundene er til, at tingene i dag ser ud, som de gør, jo bedre grundlag har den enkelte for at kunne agere som aktiv samfundsborger.

Historiske Dage er et overflødhedshorn af måder at formidle historien og dyrke sin historiske interesse på og en fælles ramme for alle, der interesserer sig for historien, som på Historiske Dage har mulighed for at møde lige-sindede, blive inspireret til at dykke ned i nye historiske epoker og i det hele taget fejre de seneste års voksende interesse for historie.

Historiske Dage er unik i forhold til andre historiefestivaler (som fx middelaldermarkeder, ridderfestivaler og syttenhundredetalsfestivaler) ved, at Historiske Dage ikke handler om én historisk periode, begivenhed eller tematik. Historiske Dage tilbyder det bedste inden for formidlingen af alle tiders historie og i al sin mangfoldighed. Derved appellerer Historiske Dage bredere (også aldersmæssigt) og har mulighed for at nå ud til flere brugere end traditionelle historiefestivaler. Samtidig vil vi dog typisk også have fokus på historiske begivenheder, der er særlig interesse for i kraft af et rundt årstal – i 2020 f.eks. 200-året for H.C. Ørstedes opdagelse af elektromagnetismen, 100-året for Genforeningen og 75-året for afslutningen af 2. verdenskrig.

Historiske Dage er også unik i forhold til andre historiefestivaler (som fx *Golden Days* og *Århundredets Festival*) ved, at de deltagende museer, besøgscentre og arkiver på Historiske Dage samles ét sted uden for deres vante institutionelle rammer. Det skaber en spændende dynamik, hvor de tvinges til at fokusere på den rene, gode formidling skabt i involveringen og interaktionen med brugerne/gæsterne og kan fremme en formidling, som i højere grad tager udgangspunkt i brugerens/gæstens interesser og behov – og potentielt kan ruste institutionerne til at gå nye veje i deres øvrige formidling.

## FORTSÆTTELSE OG UDBYGNING AF EN SUCCES

Historiske Dage blev første gang afholdt i marts 2015. I 2018 deltog 10.000 gæster og 70 udstillere, og der var 130 events på fire scener.

Historiske Dages 2018's tilfredshedsmåling (med 1.100 respondenter) dokumenterer stor tilfredshed:

- 94 % synes, at det var pengene/tiden/umagen værd at besøge Historiske Dage
- 91 % vil anbefale Historiske Dage til deres kolleger, venner og familie
- 50 % af gæsterne deltog i Historiske Dage i over 5 timer
- 81 % af gæsterne deltog i over 3 timer

Alle disse tal er en anelse højere end året før.

Blandt udstillerne (52 respondenter) var der også stor tilfredshed med deltagelsen på Historiske Dage:

- 86% af udstillerne vil anbefale Historiske Dage til deres kolleger og samarbejdspartnere
- Historiske Dage 2018 opnåede en Net Promoter Score på 50 (64 % ambassadører)

Fra Københavns Kommune og Hovedstadsregionen har følgende udstillere deltaget én eller flere gange i perioden 2015-19:

Bogforlaget Frydenlund	Arbejdermuseet	Alt om Historie	Blue & Gray
Bogklubben Gyldendal Historie	Christiansborg Slot	DR Historie	Byvandring.nu
Den Blå Ugle	Det Nationalhistoriske Museum	Illustreret Videnskab Historie	Coop 150 år
Forlaget Columbus	Ejbybunkeren - Oplevelsescenter Vestvolden	Information	CPK Historisk Håndværk
Forlaget Multivers	Esrum Kloster	Polfoto	Dansk Militærhistorisk Køretøjs-Forening
Forlaget Orbis	Falck	Politiken	Dansk Numismatisk Forening
Gads Forlag	Frilandsmuseet	Politiken Historie	Dansk Teknologihistorie
Gyldendal	Furesø Museer	Ræson	Dansk Vestindisk Selskab
Haase Forlag	Garderhøjfort	Trap Danmark	Dansk Ægyptologisk Selskab
Informations Forlag	Greve Museum	Landsf. til bevaring af Foto og Film	DC-3 Vennerne
Kristeligt Dagblads Forlag	Helsingør Kommunes Museer	Lauritz.com	Den Polske Ambassade
Lindhardt og Ringhof	Herregårdsmuseet Selsø Slot	Logic Artists	Den Tyske Ambassade
Museum Tusulanums Forlag	Hovedstadens Beredskab, Brandmuseet	Medicinsk Museion	Falck
People's Press	Kronborg Slot	Permild & Rosengreen	Falihos
Politikens Forlag	Kroppedal Museum - Vikingebro	Polithistorisk Forening	Foreningen De Historiestuderende
Ræson	Københavns Befæstning	Rigsarkivet	Forsvarsakademiet
Vangsgaards Antikvariat	Københavns Museum	Rollespilsauget	Frederiksberg Stadsarkiv
	Magasin du Nord Museum	Sammenslutningen af lokalarkiver i København	Groth Østergaard Animation
	Mosedede Fort	Saxo-Instituttet	Grænsforeningen/Sydslesvigsk Forening
	Museum Amager	Serious Games	Højskolehistorisk Forening
	Nationalmuseet	Sigurd Barrett	Kulturstyrelsen
	Politimuseet	Slægts-Historie	Københavnersalonen
	Post & Tele Museum	Teknologihistorie DTU	Københavns Byvandrerlaug
	Sikringsstyrken på Vestvolden	Westfront 1916	Københavns Historiske Fægteklub
	TFCV Beredskab	ww2yanks	Københavns Stadsarkiv
	Tøjhusmuseet		
	Visit Carlsberg		

## EKSEMPLER PÅ AKTIVITETER

Historiske Dage er rammen for en lang række meget forskellige aktiviteter, bl.a.:

- Udstillinger fra museer og andre institutioner
- Reenactmentgrupper, som levendegør forskellige historiske perioder og tematikker
- Interview, debatter og foredrag med forskere og forfattere
- Historisk drama, musik, våbendemonstrationer og modeshow
- Særlige sceneshow for børn
- Præsentation af historiske dokumentarudsendelser
- Salg af historiebøger, smykker, dragter og historiske varer
- Servering og prøvesmagning af historisk mad og drikke

## NYTÆNKNING

Historiske Dage adskiller sig fra andre historiefestivaler ved dels at samle institutioner og historieinteresserede på tværs af emner og tidsperioder og dels ved, at museer og andre aktører præsenterer deres viden og kunnen uden for vante rammer. Derved afspejler Historiske Dage den store bredde i, hvordan der forskes i historie, og hvordan den formidles. Dette gør det muligt at få indblik i andre emner og tidsperioder, end man ellers har haft som primær interesse, at blive inspireret af nye formidlingsformer og at opleve nye og spændende historiske problemstillinger.

## FORMIDLING OG MARKEDSFØRING

Medierne spiller en vigtig rolle i formidlingen af kulturtilbud inden for historieområdet, og derfor er medierne en vigtig del af markedsføringen af Historiske Dage. Projektets ene mediepartner, DR (DR K og DR Historie), samarbejder om at lave indhold til og producere indhold fra Historiske Dage. Dagbladet Politiken er vores anden mediepartner, som vi forventer at fortsætte samarbejdet med i 2020.

Historiske Dage bliver markedsført via et program, som bliver trykt i et oplag på 150.000 stk. og distribueret som dagbladsindstik og via biblioteker, kulturhuse og museer i Storkøbenhavn og på Sjælland. En storstilet outdoor-markedsføring i samarbejde med Københavns Kommune sikrer stor synlighed i byens strøggader og pladser med

forventet omkring 150 banner-, infostander- og abibus-placeringer. Online markedsføres Historiske Dage gennem hjemmeside, bannerannoncer og sociale medier og på print bla. gennem annoncering i dagblade og magasiner med fokus på historie.

Endelig vil udstillerne og eksterne samarbejdspartnere blive inddraget i markedsføringen, bl.a. ved at distribuere festivalavis, ophænge plakater og sælge billetter via egne salgskanaler. I 2020 forventer vi at have minimum 3.000 nyhedsbrevsabonnenter og 10.000 Facebook-følgere.

## **IKKE-KOMMERCIEL KULTURBEGIVENHED**

Historiske Dage 2020 arrangeres af Folkeuniversitetet i Emdrup. Folkeuniversitetet i Emdrup, Tuborgvej 164, er hjemmehørende i Københavns Kommune og formidler på 12. år viden i form af åbne forelæsninger til alle nysgerrige borgere uanset uddannelsesmæssig baggrund. Folkeuniversitetets formål er ifølge Folkeuniversitetsloven at formidle forskningens resultater og metoder til den danske befolkning og samtidig styrke demokrati og aktivt medborgerskab. Folkeuniversitetet er en nonprofit organisation, hvis mål er at understøtte civilsamfundet. Det selvstændige regnskab for festivalen Historiske Dage revideres af en statsautoriseret revisor, og vi er underlagt Rigsrevisionen. Et eventuelt overskud investeres i at udvikle Historiske Dage og bidrage til at sikre Historiske Dages bæredygtighed.

## **BESKRIVELSE AF ORGANISATIONEN**

Historiske Dages sekretariat består af projektleder, cand.mag. Henrik Thorvald Rasmussen.

Historiske Dages arbejdsgruppe fungerer som rådgiver i forbindelse med forberedelse, gennemførelse og evaluering af Historiske Dage. Gruppen består af følgende personer:

- Folklorist og arkivar Charlotte S.H. Jensen, Nationalmuseet og Rigsarkivet
- Historiker og forfatter Rasmus Dahlberg, lektor, Forsvarsakademiet
- Historiker, forfatter og fortæller Asser Amdisen, direktør for skoleskibet Georg Stage
- Marketingkoordinator, cand.mag. Stinne Hjortlund Kristoffersen, Gyldendal. Stinne er tidl. udstillingsleder og programansvarlig på BogForum
- Tv-producer og tidl. DR3-redaktør Julie Ralund, United Production

Historiske Dage vil i 2020 fortsætte samarbejdet med omkring 70 frivillige fra Copenhagen Volunteers og et tilsvarende antal studerende fra Saxo-Instituttet om afvikling af festivalen.

## **SUCCESKRITERIER**

1. Minimum 12.000 besøgende gæster
2. Minimum 10 pct. besøgende børn og unge under 18 år
3. Minimum 60 pct. besøgende deltager i over 3 timer
4. Minimum 80 pct. overvejende tilfredshed med Historiske Dage hos besøgende
5. Minimum 60 udstillere med egen studeplads
6. Minimum 70 pct. overvejende tilfredshed med Historiske Dage hos udstillere
7. Minimum 15 udstillingsstande på Øksnehallens forplads
8. Minimum 100 debatter, foredrag og events på fire scener
9. Etablere samarbejde med mindst én bæredygtigheds-ngo/-organisation

## **MÅLGRUPPE**

Historiske Dage henvender sig til den almindelige historieinteresserede dansker i bred forstand. Historiske Dage er for hele familien. Blandt udstillerne og på scenerne vil der være noget for alle aldre og særlige tilbud for børn.

Københavns Kommunes støtte skal blandt andet muliggøre, at vi i 2020 kan tilbyde gratis adgang for børn under 18 år, så andelen af deltagende børn kommer op på 10%, og vi får flere børne- og bedsteforældrefamilier til at deltage.

## TIDSPLAN

Historiske Dage ligger i marts måned – i tilpas afstand af Golden Days i september.

- Forår 2019: Fundraising
- Forår 2019: Aftale med mediepartnere
- Forår 2019: Aftaler med udstillere
- Efterår 2019: Fortsat aftaler med udstillere
- Efterår 2019: Aftaler med oplægsholdere
- Efterår 2019: Programlægning og sidste aftaler på plads
- Efterår 2019: Start markedsføring og pr
- Januar-marts 2020: Markedsføring og pr intensiveres
- Marts 2020: Historiske Dage 2020 afholdes (21.-22. marts i Øksnehallen)
- April 2020: Evaluering af forløb og succeskriterier
- Forår 2021: Succesen gentages (Øksnehallen er booket 10.-11. april 2021)

## ØKONOMI

Der er udarbejdet et budget, som balancerer ved indtægter på 2.300.000 kr.

Det samlede eksterne finansieringsbehov er 450.000 kr., som søges dækket via kommunal støtte på 250.000 kr. og støtte fra private fonde på 200.000 kr. Støtten vil gå til dækning af udgifter til oplægsholdere, markedsføringsaktiviteter, leje af udstillingssted og teknisk afvikling af festivalen.



# HISTORISKE DAGE 2020

## Budget

### INDTÆGTER

Tilskud fra Københavns Kommune	250.000
Øvrige tilskud, specificeret	
a) Augustinus Fonden	200.000
b) Louis-Hansens Fond	50.000
Honorarer	0
Billetindtægter	600.000
Øvrige indtægter, specificeret	
a) Annonceindtægter	200.000
b) Salg af stande til udstillere	1.000.000
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>2.300.000</b>

### UDGIFTER

Løn og honorarer	620.000
Konsulentudgifter	120.000
Materialeudgifter	40.000
Transportudgifter	30.000
Opholdsudgifter	15.000
Fortæring, herunder møder	50.000
Diverse repræsentation	12.000
PR og markedsføring	543.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	45.000
Revisionshonorar	25.000
Øvrige udgifter, specificeret	
a) Leje mv. af Øksnehallen	650.000
b) Mad mv. frivillige hjælpere	40.000
c) Husleje	100.000
d) Uddeling af pris	10.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>2.300.000</b>

### RESULTAT

0

Københavns Kommune  
Kultur- og Fritidsforvaltningen  
Rådhuset  
Rådhuspladsen 1  
1599 København V

København, 24. marts 2019

## **Ansøgning vedr. støtte til Københavns 10. Jødiske Kulturfestival 2020**

Jødisk Kulturfestival i København søger hermed Kultur- og Fritidsudvalget om et tilskud på **250.000 kr.** til Jødisk Kulturfestival 2020 som arrangeres for 10. gang i København.

Festivalen afholdes i perioden 31. maj – 7. juni 2020 i Københavns Kommune.

Festivalens frivillige bestyrelse påbegynder arbejdet og forberedelser allerede i marts 2019 og fortsætter til selve festivalen i 2020. Projektet afsluttes med et evalueringsmøde inden for ca. én måned efter afholdelsen af festivalen.

I 2020 fejrer festivalen 10 års jubilæum og det er en særlig markering både for Det Jødiske Samfund i København samt København som en by der i mange år har skabt rammen for at kunne promovere den jødiske kultur over for danskere og turister.

### **1. Formål med Jødisk Kulturfestival i København**

#### **Jødisk kultur i København**

Jødisk Kulturfestival i København har til formål at give en unik oplevelse af jødisk kultur i Danmark og at danne brobygning samt dialog mellem københavnere og det jødiske samfund i København. Jødisk Kulturfestival har i 10 år været med til at gøre København en kendt by blandt Europas jødiske kulturfestivaler. Vores frivillige arbejde i 10 år har gjort festivalen til en af de største i Europa. Det er et imponerende resultat taget i betragtning et lille jødiske samfund i Danmark og at alt arbejdet i 10 år var skabt af frivillige.

#### **Mangfoldighed og brobygning**

Det essentielle i vores vision er at vise mangfoldigheden i den jødiske kulturverden og bygge en bro for sameksistens af det jødiske samfund i København. Vores mission er derfor at invitere kunstnere fra Danmark og fra alle mulige lande, som bidrager med deres regionale input, hvor de alle sammen har ét tema til fælles – den jødiske identitet. På den måde har vi givet plads til danske klassiske og jazzmusikere såsom Henrik Goldschmidt fra Det Kongelige Kapel og Benjamin Koppel – københavnere og verdens kendte jazzsaxofonist. Vi altid givet plads til forskellige musikgenre præget af jødisk kulturarv. På den måde har vi givet københavnere oplevelsen af kendte og genkendelige musikere samt åbnet for nye afskygninger af den jødiske musikalske verden.

### **Dialog og debat på tværs af 20 lande**

Festivalen har også været platform for dialog og debat med aktuelle og relevante danske samt internationale debattører, forfattere og diplomater. Vi har igennem årene etableret samarbejde med næsten 20 ambassader og deres repræsentanter hører med til festivalens faste publikum. Vores internationale samarbejde har hidtil involveret: Sverige, Frankrig, U.S., Canada, Israel, Tyskland, Østrig, Polen, Ungarn, Tjekkiet, Slovakiet, Rumænien, Portugal, Belgien, Japan, Bulgarien, Serbien, Spanien, Rusland.

### **Plads til frivilligt engagement**

Igennem festivalens aktiviteter ønsker vi også at støtte frivilligt engagement i kulturelle begivenheder i København og Danmark. Festivalens bestyrelse består af 15 frivillige med deres kompetencer i forskellige områder. Takket være denne gruppe er det lykkedes os siden 2011 at forberede og gennemføre festivalen med over 5.000 besøgende hvert år. Vi har nu i 2 år givet plads til praktikanter, der kan udvikle deres kompetencer i at arrangere store kulturbegivenheder og supplere med praktisk erfaring deres uddannelser inden for kommunikation, event management, marketing.

## **2. Festivalens omfang og indhold**

Festivalen varer som regel mellem 7 og 10 dage og afholdes primært på Krystalgade 12 i København samt andre steder og hos samarbejdspartnere. Igennem årene har vi etableret samarbejde med andre institutioner og spillesteder i København. Det har også skabt en bro mellem festivalen og byrummet og vi har nået til bredere publikum via arrangementer i Københavns Rådhus, Bremen Teater, Den Sorte Diamant, Cinemateket, Dansk-Jødisk Museum m.fl.

Vores kernekompetence består i at arrangere et festivalprogram der formidler den jødiske kultur- og værdiverden igennem musik, historie, debat, socialt liv, kunst, børneaktiviteter, dans og mad. Festivalen bidrager årligt til Københavns musikscene med innovative input, som dækker mange genre. Vores kunstnere har kombineret klassisk og jazz med jødiske elementer og med referencer til deres regionale og tit eksotiske herkomst. Vores kunstnere har også præsenteret jødiske traditionel musik fra Østeuropa, Sydeuropa, Balkan, Mellemøsten, Kaukasus og Asien.

En af de store attraktioner er, at festivalens koncerter afholdes i Københavns synagoge. Det er en kombination af musikoplevelse og Københavns arkitektoniske kulturarv, idet bygningen på Krystalgade i København K tegnet af arkitekten G.F. Hetsch er historisk og er eksempel på en velformet sameksistens af danske jøder i København siden 1700-tallet. Krystalgade i København er også symbolsk for københavnere pga. de tragiske begivenheder i februar 2015, hvor både Krudttønden og synagogen blev angrebet i en terrorhandling.

Yderligere attraktioner er omvisninger i det jødiske København, der både viser relevante steder i den gamle by, men ikke mindst besøg på begravelsespladser på Møllegade og Mosaiske Vestrebegravelsesplads. Begge steder er del af Københavns jødiske kulturarv og har igennem årene været støttet af Københavns Kommune.

Festivalen bidrager til Københavns debatscene med at arrangere foredrag og debatter med danske kendte personligheder og politikere, der enten har jødisk tilhørsforhold eller beskæftiger sig med emner relateret til jødisk kultur, Mellemøsten, antisemitisme i Danmark og i Europa. Blandt de mest populære gæster igennem årene kan nævnes publikumsmøder med: Martin Krasnik, Adam Holm, Samuel Rachlin, fhv. Frankrigs ambassadør i Danmark Francois Zimeray, Thomas Blachman, Allan Sørensen, Anders Jerichow, Naser Khader, Tal R, Simon Rosenbaum, Benjamin Koppel, Henrik Goldschmidt, m.fl.

Festivalens bestyrelse deltager også frivilligt i forskellige arrangementer for at følge med i udviklingen inden for jødisk musik og kunst. I 2016 har festivalens ledelse deltaget i en Music Showcase i Tel Aviv, hvilket har givet anledning til inspiration og netværk. Ledelsen har også deltaget i Ashkenaz Festivalen i Toronto, som er verdens største jødiske kulturfestival. Flere af festivalens kunstnere i 2017, 2018 og også 2019 kommer via kontakter etableret under denne workshop. Bestyrelsen deltager også i Jødisk kulturfestival i Weimar, Tyskland og Jødisk Kulturfestival i Krakow, Polen. Det er vigtigt at bestyrelsen holder sig orienteret omkring kvaliteten og rammen for jødiske kulturfestivaler i andre Europas byer, for at kunne forbedre og forny Danmarks jødiske festival og gøre København endnu mere interessant hvad angår rumlighed for kulturoplevelser fra minoritetssamfund.

### **3. Relevans for Københavns Kommune**

Københavns jødiske festivals aktiviteter i 9 år har været en klar indikator for, at København giver plads for dynamisk jødisk kulturliv med et aktivt samfund. Finansieringen fra Københavns Kommune har givet os mulighed for at tage mange nye initiativer og for at kvalitetssikre den kunstneriske oplevelse for københavnere. Vi håber fortsat på at modtage støtte for at vi kan fortsætte med at skabe en platform, hvor den jødiske minoritet kan yderligere åbnes over for københavnere. Det er også vigtigt at tilføje, at vores musikalske program er genkendeligt blandt det danske og internationale kunstnermiljø. Denne faktor har også bidraget til at gøre København en by kendt for jødisk musik og for etnisk musik – i det store billede.

De følgende parametre kendetegner den jødiske festivals position i København:

- Festivalen oplever stigende antal gæster år for år, hvad gælder både København og Københavns omegn
- Ca. 20% af vores gæster er udenlandske turister, som besøger København, hvilket er også vigtigt for København som en by med ambitiøse mål for turismeveksten
- 2020 er et særligt år, hvor vi markerer 10 års jubilæum og dermed også mange års samarbejde med Københavns Kommune.
- Med over 5.000 besøgende hører Københavns jødiske kulturfestival til Nordens største og blandt Europas 10 største, hvilket gør København attraktivt i den internationale jødiske kulturverden, kunstnernetværk, hos relevante organisationer og for et nyt netværk af samarbejdspartnere
- Festivalen tiltrækker kendte internationale profiler inden for forskellige områder, fx Oliver Hart – nobelprismodtager i økonomi (USA, festival 2017), Uri Sheft – verdens kendte bager og konditor (Israel/USA, festival 2016), Frank London – elitejazztrompetist (New York, USA,

festival 2015, 2017, vinder af Grammy), Francois Zimeray – Frankrigs ambassadør i Danmark (Frankrig, festival 2016) og flere (nævnt ovenfor).

- Hvert år etablerer festivalen samarbejde med diverse ambassader. I 2019 er det følgende landes ambassader der bidrager til programmet eller støtter festivalen: Tyskland, Østrig, Frankrig, Rumænien, Sverige. Samarbejdet forventes at fortsætte fremover.
- Festivalen har de tidligere år fået opmærksomheden fra kommunale og folketingspolitikere samt repræsentanter fra det københavnske kulturliv. I 2013 har overborgmesteren Frank Jensen holdt åbningstalen i forbindelse med festivalen. Tidligere integrationsborgmester Mie Allerslev har også aflagt besøg til festivalen i 2013. Til festivalen i 2015 har vi haft besøg af kulturministeren Marianne Jelved og ambassadører fra bl.a. en række lande: Frankrig, USA, Israel, Ungarn, Polen, Tjekkiet, Slovakiet, Serbien.
- Festivalen har i 10 år været samlingssted for jødiske frivillige kulturforeninger der er aktive i København. Vi vil forstærke vores mission med at engagere flere unge i at samarbejde i jødiske kulturforeninger. Vi er bl.a. startet forberedelser med en ungdomsforening 'Make It Happen'
- København er en verdenskendt kulinarisk by og konceptet 'Street Food' er blevet en integreret del af byen. Vi har også valgt at være med på den bølge og i 2019 samt 2020 arrangerer vi gadearrangement med mad – her giver vi også først og fremmest plads til unge iværksættere fra restaurationsbranchen der laver jødisk og mellemøstlig mad
- I 2018 har festivalen i samarbejde med Københavns Rådhus lavet en udstilling: 'Dansk-Jødisk Kunst' – udstillingen var besøgt af 13.000 gæster. Det var en samlet udstilling af jødiske kunstnere i København og første gang arrangeret i 110 år

#### **4. Samarbejde 2020**

Den jødiske kulturfestival differentierer sine aktiviteter for at præsentere mangfoldigheden af den jødiske kultur. Det er også vores formål at nå ud til flere publikumssegmenter og aldersgrupper. Vores publikums interesse ligger ikke kun i kultur, men også i integration, samliv, multikulturelt København, mad og debat. I 2020 planlægger vi derfor også at fortsætte med et bredt spektrum af aktiviteter såsom musik, film, teater, mad, børneaktiviteter, foredrag og debat, byvandring, diverse workshops, sociale aktiviteter på vegne af jødiske kulturforeninger i alle aldersgrupper. Den jødiske kulturfestival udvikler sig også i takt med de nye tendenser inden for kulturelle tilbud og vi lægger derfor vægt på publikums aktive deltagelse.

Ud over Det Jødiske Hus på Krystalgade har festivalen fundet sted på mange lokaliteter beliggende i Københavns Kommune, heriblandt: Den Sorte Diamant, Cinemateket, Grand Teater, Københavns Bibliotek, Bremen Teater, Københavns Rådhus, Dansk Jødisk Museum, Chabad Huset på Ole Suhrs Gade og de jødiske begravelsespladser, som er højdepunkterne i historien om det jødiske København.

Festivalens bestyrelse arbejder også på at skabe en brobygning mellem de forskellige minoriteter i København og mellem det danske og det jødiske samfund. Det har derfor altid været vores hensigt at arbejde mod tolerance og integration. Især de tragiske begivenheder i København i februar 2015 og efterfølgende festival med enorm publikumstilslutning har vist, at der er behov for åbenhed og gensidig kendskab til minoritetskulturer i København.

I skrivende stund forbereder festivalens bestyrelse sig på at indgå samarbejdet med følgende institutioner og lokaliteter, hvor aftalerne enten er lukket eller stadig under forhandling.

- Vi vil fortsætte vores samarbejde med Københavns Rådhus (enten med henblik på fælles arrangementer eller repræsentation på festivalen)
- Samarbejdet med Copenhagen Jewish Film Festival i form af fælles filmvisning
- Samarbejde med Dansk-Jødisk Museum i København
- Samarbejde med ambassader (forventes igen omkring 10 lande)
- Dialog med Nordisk Kulturfond om samarbejdet i Skandinavien
- Spillesteder og kulturelle lokaliteter i København og omegn: Københavns Rådhus, Den Sorte Diamant, Dansk-Jødisk Museum, Teater Bremen, Grand Teater, Cinemateket, Københavns Kommunes biblioteker
- Den jødiske skole København – Carolineskolen udfører et stort arbejde til sameksistens med naboskoler

Udkast til programmet 2020 præsenteres nedenfor. Nogle punkter er først i idefasen, men for nogle arrangementernes vedkommende har vi påbegyndt dialog med kunstnere og deres agenter.

Som noget nyt har vi i 2019 startet et nyt projekt om at inddrage andre minoriteter, som fx Roma ved Barcelona Gypsy Balkan Orchestra som bygger på gamle traditioner i Centraleuropa hvor jødiske musikere og roma musikere spillede sammen. For første gang i 2020 har vi samarbejde med den russiske ambassade, der understøtter besøg af gruppen Loyko Trio. Vi har også startet samarbejdet med Goldschmidts Musikakademi med et børnekor der repræsenterer alle de 3 store monoteistiske religioner, jf. [goldschmidtsakademi.dk](http://goldschmidtsakademi.dk)

## **Musik**

Daniel Zamir og Nitzan Bar – jazz og jødiske motiver (Israel)

Idan Raichel med 8 mands band – verdenskendte musiker og popsanger (Israel)

Frank London & Eleonora Reissa (USA) – verdenskendte New Yorker jazztrompetist med gæster

Jasmin Levy – verdenskendte spansk-israelske sangerinde af jødisk-spansk musik

Emil Goldschmidt (DK) – københavner og stifter af bandet Mames Babegenush og søn af Henrik Goldschmidt oboist fra Det Kongelige Kappel

Benjamin Koppel (DK) – københavner og verdenskendte jazzsaxofonist, søn af Anders Koppel og barnebarn af komponisten Herman D. Koppel

Vera Panitch – københavner, violinist fra en dansk-russisk familie

Eyal Sela – en fløjtenist (Israel)

Dobranotch – russiske rødder og etableret i Frankrig (Rusland/Frankrig)

Avi Avital med Xenia og Itamar Doari (Israel/Litauen) – verdenskendt generation af unge jazzstjerner

Projekt om Yiddish Tango (Spanien - David Merlin)

Choros Das (Brasilien)

### **Foredrag**

- 'artist talk' med instruktøren Susanne Bier
- 'artist talk' med kunstneren Tal R
- debat om jødisk kulturliv i Skandinavien (København som vært for et program)
- 'No Camels' – debat om israelsk teknologi og innovation samt bidrag til socialt ansvar

Vi arbejder på at udvide med flere foredrag inden for forskellige genrer.

### **Workshops**

mad, dans, musik, sang, litteratur

### **Film**

Filmvisninger med relevant tematik (muligvis med instruktørbesøg og debat)

### **Mad under festivalen**

Der bliver sat ekstra fokus på forskellige typer af jødisk mad fra flere dele af verden samt udvikling af konceptet 'Jewish Street Food'

### **Unge københavnere og jødisk kulturfestival**

Vi opfordrer unge foreninger til at integrere unge københavnere i deltagelse i festivalen. Et af forslagene fra gruppen 'Make It Happen' er at arrangere en åben shabbat-aften for københavnere.

### **Omvisninger og byvandring**

Traditionen tro vil der finde sted omvisninger på de jødiske begravelsespladser, som udgør en vigtig del af kulturarven i København og som igennem årene har været støttet af Københavns Kommune. Det vil også blive arrangeret byvandring i det jødiske København med fokus på jødisk historie, jødiske personligheder og jødiske indvandring i København igennem generationer.

### **Børneaktiviteter**

Traditionen tro vil der være plads til børn og unge via børnefilm, bordfodbold, hoppeborg, lego fornyede aktiviteter som skattejagt og quizzer.

Veletableret samarbejde med Carolineskolen – den jødiske skole i København. Skolen har i flere bidraget med arrangementer relevante for elever, deres forældre og udefrakommende gæster. Formålet er at engagere Københavns unge jødiske generation og give eleverne plads til at præsentere deres kunstneriske program på en professionel kulturfestival.

### **Supplerende oplysninger**

Københavns Kommune har tidligere støttet Jødisk kulturfestival i 2015, 2016, 2017, 2018, 2019.

I 2018 har der været stillet krav om aktivt samarbejde med Copenhagen Jewish Film Festival. Kravet er blevet opfyldt og opnået med succes (tidligere indsendt afrapportering).

## **5. Formidling og markedsføring**

Bestyrelsen har samlet personer med høje kvalifikationer ift. markedsføring og PR. Festivalens vigtigste marketingssamarbejdspartner er kommunikationsbureauet 'Have Kommunikation'. De sørger for formidling i landets største aviser, TV Lorry samt i lokalpressen på Sjælland. Det er både interviews og artikler. Der lægges også særlig vægt på de sociale medier og nyhedsbrev. Dags dato har festivalens Facebook side over 1.600 følgere. Billetsalg foregår via Politiken Plus, Billetnet og via festivalens hjemmeside jkfestival.dk. Festivalens katalog printes i 5.000 eksemplarer, som bliver distribueret til alle de relevante spillesteder, biblioteker samt kulturhuse. Der findes over 30 jødiske sociale, kulturelle og videnskabelige foreninger, som også har opgaven at promovere den jødiske minoritets kultur og gøre festivalens aktiviteter synlige inden for jødiske og ikke-jødiske kredse i hele Danmark.

## **6. Projektets organisering**

Jødisk Kulturfestival har en frivillig bestyrelsesgruppe, som afholder månedlige strategimøder. Der udarbejdes en strategi og aktivitetsplan for alle 15 medlemmer med henblik på deres kompetencer, netværk og kendskab til de enkelte emner. Samtidigt udfører vi arbejdet ift. fondsøgning, sponsorater og relation til samarbejdspartnere. Det Jødiske Samfund i Danmark er paraplyorganisationen med en underskudsgaranti på 170.000 kr. og kvalificeret bidrag i form af strategiudtænknin, bogholderi og administration samt mødefaciliteter for bestyrelsens arbejde. I 2018 og 2019 har vi ansat praktikanter, der kan bidrage med sine kompetencer i kommunikation



og digital marketing. Det gør os samtidigt glade for og stolte over at kunne give muligheden for ny generation at blive inddraget i den jødiske kulturfestival og at studerende kan have festivalen på sit CV på vejen mod det danske arbejdsmarked.

Lederen for festivalen er Jacob Zylber, der er kvalificeret og erfaren erhvervsprofil med særlig interesse i kulturelle arrangementer og organisering af store events med fordel til Københavns publikum. Jacob har været festivalleder siden 2011 og har med succes gennemført 8 jødiske kulturfestivaler i København og omegn. Derudover har Jacob været medlem af bestyrelsen for Jewish Culture in Copenhagen siden 2005 og med denne organisation har han arrangeret gennemsnitlig 2 koncerter årligt med deltagerantal 500-800 gæster samt en række events med danske og internationale kunstnere, samfundsdebattører, forfattere, forskere m.fl. Jacob har mange års erfaring fra erhvervslivet og et stort netværk blandt kulturpersoner, kunstnere og diplomater i Danmark og internationalt.

## **7. Projektets forventede resultater og succeskriterier**

Jødisk Kulturfestival 2020 har følgende mål og succeskriterier:

- at opretholde besøgstallet på over 5.000 gæster (i takt med rekordår 2016), hvoraf 50% er nyt publikum som kommer ude fra den jødiske menighed
- at skabe synergi mellem de jødiske kulturelle, sociale og religiøse foreninger i Danmark for at gøre synligt diversiteten i den jødiske verden – hovedmål for 2020 er involvere ungt publikum og unge frivillige der repræsenterer nye foreninger i København
- at fortsætte med at bidrage til World Music scenen i København ved at arrangere minimum 5-7 koncerter, som er repræsentative for mindst 3 genre inden for jødisk musik og dens kombinationer med andre genre (østeuropæisk klezmer, sydeuropæisk sefardisk, mellemøstlig, klassisk, jazz, dans) – i 2020 vil vi udvide til pop og rock musik – bl.a. for at tiltrække nyt publikum og flytte vores festival fra en nichefestival
- at gennemføre et 10 dages program med musik, debat, historie, film og mad
- at starte en samarbejdsgruppe omkring fremtiden af jødisk kulturliv i Vesteuropa ved at bruge Københavns succesfulde eksempel på de sidste 10 år og dele erfaringer med andre jødiske kulturfestivaler og nichefestivaler

## **8. Kontaktoplysninger**

Det Jødiske Samfund i Danmark  
Krystalgade 12, 1172 KBH K  
CVR-nr. 18227916  
Jacob Zylber – Festivalleder  
Tlf. 40549360  
E-mail: jacob@jkgfestival.com

*Det Jødiske Samfund i Danmark er ikke fuldt momsregistreret*

**Jødisk Kulturfestival 2020 - Budget**Estimeret:  
24. marts 2019

<b>Indtægter</b>	
Salg af annoncer	25.000
Diverse tilskud og fonde	568.800
Salg af materialer og drikkevarer	18.000
Støtte fra Det Jødiske Samfund i Danmark	170.000
Deltagerbetaling koncerter og film	80.000
<b>Indtægter i alt</b>	<b>861.800</b>

<b>Omkostninger</b>	
Løn funktionærer	15.000
Løn timelønnede	100.000
Feriepenge til timelønnede	5.000
Fly	71.000
Hotel	46.000
Forplejning musiker	16.000
Lokal kørsel	7.000
Instrumentleje	13.000
Leje af lokaler diverse steder i København	30.000
KODA	5.500
Køb af drikkevarer	10.000
Honorar i alt	250.000
<b>Personaleomkostninger i alt</b>	<b>568.500</b>

<b>Eksterne konsulenter</b>	
Sekretariat assistance 2016/2017	60.000
<b>I alt</b>	<b>60.000</b>

<b>Publikationer generelt</b>	
Hjemmeside	10.000
<b>I alt</b>	<b>10.000</b>

<b>Møder, internationalt samarbejde/repræsentation</b>	
Møder m.fl.	12.000
Diverse inkl. researchrejser	30.000
Arrangementer	182.000
<b>I alt</b>	<b>224.000</b>

<b>Nettoudgift</b>	<b>862.500</b>
--------------------	----------------

<b>RESULTAT - FORVENTET</b>	<b>700</b>
-----------------------------	------------

<b>Finansieringsplan og fonde 2019</b>	<b>Ansøgt beløb DKK</b>	<b>Ansøgningsdato</b>
Københavns Kommune	250.000	1. april 2019
Det Jødiske Samfund – underskudsgaranti	170.000	2020
Augustinus Fonden	50.000	august 2019
Statens Kunstfond / Kulturstyrelsen	50.000	1. august 2019
Knud Højgaards Fond	100.000	september 2019
Nordea Fonden København	50.000	november 2019
Tuborg Fondet	50.000	september 2019
Ernst og Vibeke Husmanns Fond	50.000	august 2019
Wilhelm Hansen Fonden	50.000	juli 2019
<b>Ansøgt beløb total</b>	<b>820.000</b>	

Jødisk Kulturfestival har tidligere modtaget støtte fra Københavns Kommunes Kultur- og Fritidsforvaltningen i følgende år og beløb:

Jødisk Kulturfestival 2015: modtaget 100.000 kr. (ansøgning til Frie Midler)

Jødisk Kulturfestival 2016: modtaget 100.000 kr. (KK FF)

Jødisk Kulturfestival 2017: modtaget 100.000 kr. (KK FF)

Jødisk Kulturfestival 2018: modtaget 100.000 kr. (KK FF)



## Festivalpuljen i Københavns Kommune

**Ansøger:** Lychee Love  
Tuborgvej 185, 2400 København  
Mariahh@Lycheelove.me  
53 57 06 80  
Cvr: 33212380

Foreningen Lychee Love søger hermed fondsmidler til realisering af hovedstadsområdet nye musik- og kulturarrangement for mennesker med handicap; Lychee Love Costume Ball 2020. Arrangementet fungerer som en 1-dags festival med udklædningstema.

Jylland har tilbud i form af Sølund Festival og Skive Handicap Festival. På Fyn tilbydes Svendborg Handicap Festival og i Slagelse afholdes Sjællandsfestivalen. Vi mener, at Danmarks hovedstad fortjener at kunne tilbyde et lignende tiltag.

Ifølge WHO regner man med at omkring 10 % af befolkningen lever med en form for handicap. Der er altså tale om en betydelig demografi, som vi mener fortjener yderligere tiltag af denne karakter - særligt i hovedstadsområdet. Vi mener, at dette også vil bidrage til Københavns brand, som en inkluderende og alsidig storby.

Som et anderledes tiltag så vil vi starte dagen med 3. forskellige musik/performance workshops, hvor der arbejdes på at skabe nye relationer og have det sjovt.

Der vil endvidere være forskellige konkurrencer bl.a. dansekonkurrence og bedste udklædning. I løbet af aftenen vil der være sociale øvelser, hvor fokus er at have det sjovt. Målet med dette er, at man hurtigere kan løse op og danne nye relationer i løbet af festen.

Sideløbende har vi arbejdet på en app specielt udviklet til mennesker med handicap, hvor de kan socialisere med og skabe netværk til ligesindede; Lychee Love App. Den udkommer i efteråret 2019.

Vi er fire passionerede mennesker i alderen 30+, som er opvokset med og påvirket af, at der er for få initiativer for mennesker med handicap. Her omfavner vi både mentalt og fysisk handicappede.

Med venlig hilsen

Høgni Weihe  
Peter Jensen  
Mariahh Thorsted  
Rasmus Fisker-Clausen



<b>2. FORENINGEN LYCHEE LOVE</b>	<b>3</b>
<b>3. FORMÅL OG SUCCESKRITERIER</b>	<b>3</b>
<b>4. VISION</b>	<b>3</b>
<b>5. STRUKTUR OG INDHOLD</b>	<b>3</b>
KONCERTSAL	3
PARKERING	3
INFLUENCERS	3
MUSIKPROGRAM	4
WORKSHOPS	4
KONKURRENCER	4
UDKLÆDNING	4
DJ / UPCOMING ARTISTER	4
<b>6. MÅLGRUPPE</b>	<b>4</b>
<b>7. INTERESSEENTER</b>	<b>5</b>
<b>8. USIKKERHEDSFAKTORER</b>	<b>5</b>
BILLETSALG	5
DRIKKEVARER OG GARDEROBE	6
SIKKERHED I NORDVEST	6
LYD, LYS OG LOKALER	6
STYRKER	6
SVAGHEDER	7
<b>9. FORMIDLING</b>	<b>7</b>
SOCIALE MEDIER	7
FILM	7
PLAKATER	7
<b>10. ØKONOMI</b>	<b>8</b>
ANSATTE	8
BILLETPRISER	8
FESTIVALPULJENS BUDGET	9

## 1. Om Lychee Love Costume Ball 2020

Kostumeballet skal afholdes lørdag den 7. marts 2020 kl. 17.00 til 24.00 i TK's Ungdomsgård på Tuborgvej 185, 2400 København.

Det er vores håb, at placeringen vil kunne gavne kulturlivet i området, som stadig er i sin spæde vækst. Dette vil bl.a. omfatte samarbejde med lokale restauranter, den nærværd liggende tekniske skole "NEXT", MusicLife som har hjemme i TK's Ungdomsgård, en privat sponsor og naturligvis Københavns Kommune.

## 2. Foreningen Lychee Love

Holdet bag Lychee Love besidder forskellige kompetencer, hvilket stiller os stærkt i at køre arrangementet i mål. Tre af os er uddannet indenfor strategisk kommunikation fra Roskilde Universitet, og arbejder til daglig med kommunikation, PR og events. Den sidste arbejder inden for IT og app udvikling. Dette fundament giver en god fordeling af viden, ekspertise og vi har alle et stort netværk.

## 3. Formål og succeskriterier

Formålet med Lychee Love Costume Ball, og vores primære incitament for at afholde eventen, er manglen af musikalske og kulturelle tilbud til folk med handicap i hovedstadsområdet. Desuden ved vi fra egen erfaring, at mange af disse mennesker har svært ved at socialisere. Lychee Love Costume Ball tilgodeser begge disse problemstillinger og skaber tiltag under kostumballet, så alle bliver inkluderet.

På samme tid ynder vi, at fremme det lokale liv i Nordvest ved at inddrage lokale restauratører, NEXT, MusicLife og TK's Ungdomsgård. Dermed håber vi, at bidrage til udviklingen af et mere positivt image af Nordvest.

For Lychee Love Costume Ball 2020 har vi fremsat følgende succeskriterier:

- At holde en glad fest hvor alle har en god oplevelse
- At hjælpe til med at skabe sociale netværk, hvor mennesker mødes personligt
- At sætte Nordvest på kortet som et spændende og kulturelt område
- At stimulere vækst og eksponering for lokale virksomheder
- At skabe et brand omkring Lychee Love, så arrangementet kan gentages næste år
- At få skabt en 'Community feeling' i Lychee Love regi sådan, at app'en og kostumballet fremmer hinanden

## 4. Vision

Ved at komme i mål med disse succeskriterier, ser vi gode muligheder for at gentage endnu et forårsarrangement til næste år, men måske med forskellige temaer.

## 5. Struktur og indhold

### Koncertsal

Der er plads til 600 gæster fordelt indendørs i TK's Ungdomsgård. Koncertsalene er godkendt til 680 personer, men da vi skal tage højde for kørestolsbrugere og folk med gangbesvær, har vi sat antallet ned til 600 billetter. Derudover er den store sal udstyret med en balkon, hvor der er 100 siddepladser.

### Parkering

Parkering kan foregå på Tuborgvej eller langs TK's Ungdomsgård, hvor der er 25 pladser, 60 pladser på erhvervsakademi NEXT og 50 pladser i deres parkeringskælder, som vi i øvrigt betaler leje for.

### Influencers

Til at varetage rollen som frontfigur og vært for Lychee Love Costume Ball har vi valgt det musikalske ikon; Anne Linnet. I samarbejde med et hold af influencers vil hun hjælpe til med, at sprede budskabet om kostumballet.

Vores team af influencers inkluderer:

- Anne Linnet

- Jacob Nossell (Musiker og spastiker)
- Mulle Skouboe (Kendt fra Tv-programmet 'Danmarks lækreste spastiker')

## Musikprogram

Musikprogrammet kunne se ud som følger:

- 17.00-19.00 Musik/performance workshops
- 19.00-19.10 Overborgmester Frank Jensen
- 19.10-20.10 Sussie & Leo
- 20.15-20.25 Anne Linnet byder velkommen
- 20.25-21.25 Kandis
- 21.25-21.50 Konkurrencer
- 22.00-23.15 Shaka Loveless / Wafande
- 23.15-24.00 Aqua

## Workshops

Som det ses i musikprogrammet, er der indsat workshops fra 17.00-19.00. Der vil være tre forskellige workshops: 'Korstemmens Univers', 'Skriv din egen rap/sang i en gruppe', samt skuespil; 'Slip fantasien løs'.

Workshoppens formål er ikke den musikalske læring, men er midlet til målet. Det handler om, at de deltagende har det sjovt og at skaber nye relationer. Der er plads til 30 personer på hvert hold.

Man skal tilmelde sig på forhånd via hjemmesiden eller Facebook, da vi kører efter 'først til mølle'-princippet. I forhold til vores workshops er der grobund for at udbyde flere i fremtiden, hvis der viser sig en stor interesse for dette. Dette vil blive udbudt og afviklet i samarbejde med MusicLife.

## Konkurrencer

Den bedst udklædning skal udkåres, den bedste danser, den mest humørfyldte og det bedste par.

## Udklædning

Ift. udklædning så forbeholder vi os retten til at afvise ikke udklædte. De vil få deres penge retur i døren. Ledsager behøver ikke at være klædt ud.

## DJ / Upcoming artister

Ved hvert sceneskift underholder Dj'en, som er sat op på et podie i den anden ende af scenen. Undervejs vil nogle upcoming artister fra København optræde med et backtrack.

## 6. Målgruppe

Kostumballet er for alle interesserede, men vi har et målrettet fokus på mennesker med et handicap, deres familie, venner og ledsager. Ifølge WHO's prognose om at der er 10% handicappede i en befolkning, er der tale om en betydelig målgruppe blandt hovedstadsområdet 1.3 mio. indbyggere.

- Den primære målgruppe er børn, unge og voksne med et handicap samt deres familie, venner eller ledsager.

Vores fokus gør sig gældende i musikprogrammet, som tager udgangspunkt i en del kunstnere, som tiltaler vores målgruppe. På samme tid er der også kunstnere, som appellerer til det bredere publikum, da der også skal være musik, som tiltaler andre befolkningsgrupper. Denne sammensætning skaber alsidighed og fungerer som et godt trækplaster for hele familien.

## 7. Interessenter

Vores samarbejdspartnere inkluderer følgende virksomheder og foreninger:

1. Erhvervsakademiet NEXT
2. Arp-Hansen Hotel Group
3. TK's Ungdomsgård
4. MusicLife
5. Borgercenter Handicap, København
6. Elmehuset "Center for børn med handicap"
7. Doxafilm
8. Madboderne i form af lokale restauratører
9. Kaffeboden i form af lokale cafeer
10. Københavns Kommune
11. Mærsk
12. Lions Club

1. NEXT hjælper os med at designe skraldespande, bar, bygge et scenepodie til DJ og upcoming artist samt nogle kreative siddepladser. Vi lejer deres parkeringspladser samt parkeringskælder med vagt.

2. Vi har forespurgt et samarbejde med Arp-Hansen Hotel Group som sponsor, hvor 100 festivalgæster vil få mulighed for at få specialpris på et værelse i et af hotelllets Københavnske kæder.

3. TK's Ungdomsgård stiller deres faciliteter på Tuborgvej til rådighed; alt lige fra koncertsale, lyd og lys, samt toilet- og parkeringsfaciliteter.

4. MusicLife sørger for frivillige hænder på dagen, stiller deres musikudstyr til rådighed, så der er en fuldt møbleret scenen, så vi kan mindske tid på scenskift.

5. + 6. Borgercenter Handicap og Elmehuset formidler vores arrangement ud til målgruppen.

7. Har interesse i at lave den bedste film for færre penge mod noget PR.

8. + 9. Lokalt mad og drikke

10. - 12. Sponsorer med stor interesse for tiltag til den primære målgruppe samt interesse for at give Nordvest en positiv omtale.

## 8. Usikkerhedsfaktorer

### Billetsalg

Som nystartet kostumebal vil der selvfølgelig være usikkerhed i forhold til deltagelse og billetsalg. For at imødekomme det, har vi udvalgt og honoreret forskellige influencers til at promovere og eksponere arrangementet.

Vi er også bevidste om, at skolernes vinterferie løber til slut februar, hvilket både kan være en styrke og en svaghed. Da der kun er 600 billetter til salg, vurderer vi, at styrkerne vejer mest.

Vi har valgt et stærkt og bredt musikprogram for at tiltrække publikum udover vores primære målgruppe. Her med fokus på at den handicappedes familie også får tilbudt et bredt musikudvalg.



Sammenholdt med andre udklædningsfester, så er vores kostumebal den eneste af sin art til denne målgruppe, og den eneste af sin art som leverer live musik. Desuden interagerer man i dagens Danmark mere og mere bag en skærm; vi vil derfor promovere rammer hvor fysisk socialisering kan komme til udtryk, bl.a. igennem vores aktiverende workshops. Vi vil derfor appellere via vores influencers til vores primære målgruppe, at det handler om at turde at smide masken, være os selv, være sammen og møde hinanden i virkeligheden.

Vi har hentet lidt inspiration fra Coma Club, som afholder deres outrerede udklædningsfester i september hvert år. De har ikke live musik, og vi henvender os til en anden primær målgruppe, men der vil stadig være plads til dem, hvis nogle har lyst til at deltage.

Baseret på disse vurderinger burde det ikke være problematisk at sælge 600 billetter med den rette PR og musikprogram.

### **Drikkevarer og garderobe**

Udover billetsalget kan der også være usikkerhed ift. salg af drikkevarer samt garderobe omkostninger. Vi budgetteret med en indkomst på 100.000 kr. fra salg af drikkevarer. Dette beløb er udregnet på baggrund af erfaringer fra spillesteder rundt om i København. Det er dog stadig et estimat, da det er første gang vi afholder Costume Ball. Hvis vi ikke får udsolgt billetterne, vil der komme færre kunder som sandsynligvis vil drikke færre drikkevarer.

If. garderoben har vi budgetteret med en indkomst på 6.000 kr. for opbevaring af overtøj. Det samme gør sig gældende; jo færre kunder jo færre frakker i garderoben.

Fælles for begge disse estimater er, at de er sat relativt konservativt. Garderoben er udregnet efter, at omkring 300 personer opbevarer tøj. Salg af drikkevarer er estimeret ift. spillesteder med langt mindre kapacitet end Costume Ball. I tilfælde af udsolgt vil der derfor være mulighed for en større indtjening end de 100.000 kr. vi har budgetteret med.

### **Sikkerhed i Nordvest**

I forhold til områdets sikkerhed, så har vi allieret os med sikkerhedsvagter fra G4S og samaritter fra Røde Kors.

Alle detaljer er udarbejdet i samarbejde med faglært personale fra organisationerne, for at sikre de mest professionelle løsninger.

### **Lyd, lys og lokaler**

If. udstyr, lys og lokaler så har vi gode forudsætninger for afholdelse af et sikkert arrangement i TK's Ungdomsgård, da vi har masser af erfaring med faciliteterne, da vi har TK's og MusicLifes personale til at supervisere før og under festivalen.

### **Styrker**

- Det er en lørdag hvor de fleste har fri
- Vinterferien er lige overstået, så langt de fleste (familier) vil være hjemme
- Københavnerne og besøgende har mulighed for at få god underholdning for hele familien
- Folk som kommer langvejs fra behøver ikke, at skynde sig hjem til hverdagen
- Transportforhold - det er nemt at komme til med bil og offentlige transportmidler
- Den 7. marts er der ingen andre særarrangementer. Vi konkurrerer med Tivoli og Zoo, som er i en anden underholdnings kategori, og som har åbent næsten hele året rundt.

## Svagheder

- Billetterne kan være for dyre ift. den netop overståede vinterferie i februar
- Nordvest har ry for at være et hårdt kvarter, hvor ikke alle familier vil føle sig trygge
- Det er muligvis ikke alle der ønsker at klæde sig ud

## 9. Formidling

Kommunikation og PR bag festivalen vil bestå af et samarbejde mellem Lychee Love og vores influencers/værter: Anne Linnet, Jakob Nossell og Mulle Skouboe. Derudover vil vi arbejde strategisk med sociale medier, webside, SEO og film.

### Sociale Medier

- Anne Linnet, Jakob Nossell og Mulle Skouboe sociale medier
- Vores egne sociale kanaler
- Kulturnaut
- Visit Copenhagen
- Wonderful Copenhagen
- AOK.dk
- Dansk Handicap Forbunds hjemmeside
- Casa Blanca
- Centeret for børn med handicap
- 98 kommuner
- 43 handicap lokalafdelinger

### Film

Vi skal have produceret tre små videoer i samarbejde med Doxafilm, hvor Anne, Jakob, Mulle og Michael Boyesen (Mariahhs fætter) vil optræde.

Én af videoerne vil fortælle om Lychee Love Costume Ball's formål med udgangspunkt i en personlig historie. Den anden vil være en teaser med nogle af artisterne og værterne. Den tredje er en teaser om vores workshops og tilmelding hertil.

Videoerne sendes ud til vores målgruppe via SEO, annoncer på Facebook og Instagram, via vores influencers, kommunale- og privat handicaptilbud, så vi kan ramme bredt.

Desuden vil videoerne blive uploadet på YouTube og Facebook. Facebook prioriterer sine egne film, hvilket giver os en fordel ift. Facebook og Instagram brugere. Videoerne vil være placeret med alle de rette deeplinks og hashtags.

### Plakater

Der skal laves plakater med musikprogrammet i en størrelse af 50x70, som hænges op i samtlige private og kommunale handicap institutioner, biblioteker og specialskoler i hovedstadsområdet. Vi tænker på Charlotttegården, skolen i Ryparken samt den lille skole for voksne i Vanløse.

Vi vil annoncere hos Casa Blanca (<https://cbbe.dk/>), som tilbyder bolig til mennesker med handicap.

Centeret for børn med handicap (<https://cbh.kk.dk/>) råder over fem institutioner, som også vil være behjælpelige med eksponering til deres brugere.

Vi sender en elektronisk pressemeddelelse til landets 98 kommuner, samt de 43 handicap lokalafdelinger med en personlig skrivelse, plakaten og et link til videoen. Vi håber, at de ser relevansen og formidler nyheden til relevante.

Vi vil indsætte en helsides annonce med plakaten i Dansk Handicap Forbunds elektroniske nyhedsbrev som udkommer i juli.

## **10. Økonomi**

Vi ansøger Københavns Kommunes Festivalpulje om 180.000 kr. Og vi er momsregistreret til den tid.

Vi er netop blevet færdige med ansøgningen om midler, derfor har vi ikke fået svar fra Tuborgfondet, og ved derfor af gode grunde ikke om vi har modtaget nogle midler.

### **Ansatte**

Der vil være omkring 45 ansatte på dagen samt ca. 35 musikere. Vi har penslet nogle af de økonomiske overvejelser ud, hvis de krævede en forklaring. Resten fremgår tydeligt af budgettet.

### **Billetter**

Billetterne til kostumballet er sat til 450 kr. pr. stk. inkl. en drikkevare, hvilket resulterer i en indtjening på 270.000 kr. i tilfælde af en udsolgt festival.

Hvis vi ikke får solgt alle billetterne eller der ikke bliver solgt nok drikkevarer eller der sker noget uforudset, så er vi nødsaget til at have en buffer på 100.000 kr., så vi kan betale kunstnerne, personalet deres løn eller andre uforudsete omkostninger.

## Festivalpuljens budget

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projektilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskebelon. Budgettet kan indsendes i andre formater så længe det afspejler skabelonens opbygning. Budgettet skal godkendes af Kultur- og Fritidsforvaltningen.

Aflyses eller ændres væsentlige dele af projektet skal budgettet revideres og sendes til Kultur- og Fritidsforvaltningen med en forklaring på ændringerne. Ændringerne og det reviderede budget skal godkendes af Kultur- og Fritidsforvaltningen.

<b>Tilskudsmodtagers navn: Lychee Love Me / Mariahh Thorsted</b>
<b>CVR: 33212380</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Lychee Love Costume Ball</b>

<b>Projektperiode: 1. marts 2019- 1. april 2020</b>
---

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	180.000		
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )			
a) Tuborgfondet	180.000		
b) Madboder	12.000		
c) Drikkevarer	100.000		
d) Garderobe	6.000		
Billetindtægter	270.000		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>748.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
Musik honorarer	246.500	
Influensers	35.000	
Grafisk materiale/banner	17.225	
Plakater	3.000	
Webside	10.000	
Handicapnyt	1.200	
SoMe annoncer	2.500	
Video	30.000	
Leje af lokaler	0	
Lyd / Lys mænd	10.000	
Billetkontrollører	7.000	
Barpersonale	21.000	
Workshops	12.600	
G4S- security	18.000	
Samrarter	4.100	
Gaver til konkurrencer	1.000	
Forsikring	10.000	

Handicaptoiletter /tømmning/transport	5.500	
Toiletpapir	1.500	
Servietter	400	
Mad /drikke til personale	9.000	
Mad/drikke VIP	5.000	
Drikkevarer til salg	25.000	
Plastikgrus	14.450	
NEXT (skraldespande/bar/podie)	10.000	
Plastikposer /rengøring	500	
Garderobe billetter	225	
Armbånd	1.300	
Rengøring	12.400	
TK's personale	4.000	
Handicaprampe	12.500	
Revisionshonorar	15.000	
PR/kommunikation/markedsføring/administration	100.000	
Fortæring, herunder møder	2.100	
Underskudsgaranti	100.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>748.000</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	
-----------------	----------	--

**Kommentarer/forbehold:**

Vi har indsat en underskudsgaranti, som bliver ligeligt fordelt mellem vores sponsorer. Vi kan kun læne os op af tal og erfaringer fra lignende events, men da det er første gang, vi afvikler dette arrangement for den målgruppe, er det svært at spå fremtiden.



# TALK! TOWN

## ANSØGNING OM STØTTE TIL TALK TOWN 2020

### Ansøger

Foreningen Talk Town  
Slagtehusgade 30  
1715 København V  
CVR-nummer: 40053662

### Kontaktperson

Festivalleder, Jan Samuelson  
jans@talktown.d  
tlf. 22 25 17 12  
www.talktown.dk

### RESUMÉ

Talk Town er en festival, hvis formål er at skabe en folkelig debat om ligestilling, køn og feminisme. Festivalen blev skabt i 2016 som reaktion på Københavns værtskab for Women Deliver, ud fra et ønske om at give københavnere adgang til de mange Women Deliver-delegerede, som repræsenterede ligestillingsagen globalt. Tilslutningen var stor og festivalen er derfor blevet en årlig tilbagevendende begivenhed.

Talk Town er i sin natur en platform for netværk og dialog. Festivalen er aktørbaseret i stil med Folkemødet på Bornholm. Det vil sige, at den fungerer som en ramme for organisationer, erhvervsliv, foreninger og engagerede enkeltpersoner, som bidrager med netop deres mærkesager.

Talk Town blev skabt af Kvinderådet og kulturproduktionskollektivet Indgreb, og var i sine første år organiseret som en projekt mellem de to parter. Talk Town dannedes i november 2018 som forening.

### PROGRAM OG MÅLGRUPPER

I 2020 indtager Talk Town *Onkel Dannys Plads* samt *Warehouse9* og *Husets Teater* på Vesterbro fra d. 14. - 16. maj. Her byder festivalen på 80 - 100 gratis offentlige arrangementer. Det antal flugter med antallet af arrangementer for 2019.

I programlægningen har Talk Town fokus på at sikre et bredt udvalg af arrangementer, som med differentierede formater og formidlingsstrategier, appellerer til en mangfoldig målgruppe. Med omkring 80 aktører har festivalen en bred målgruppe, eftersom hver aktør tiltrækker hver deres målgruppe; alt efter om man er et politisk parti, en etableret institution eller repræsenterer en niche-interesse. Dertil er Talk Town en kulturbegivenhed fuld af kunst, koncerter og underholdning, som tiltrækker kulturinteresserede generelt.

## TALK TOWN I TAL

**D. 9 – 11. MAJ 2019 FINDER TALK TOWN STED FOR 4. GANG. FESTIVALEN AFHOLDES PÅ ONKEL DANNYS PLADS MED 79 ORGANISATIONER, FORENINGER, INSTITUTIONER M.V. PRÆSENTERENDE ET BREDTFAVLENDE PROGRAM MED MERE END 90 DEBATTER, WORKSHOPS, KONCERTER OG ANDRE KULTURELLE INDSLÅG. FESTIVALEN FORVENTES AT TILTRÆKKE OMKRING 2500 BESØGENDE. I 2020 HÆVES FORVENTNINGEN TIL 3000.**

### TALK TOWNS KUNSTPROGRAM I 2019 BESTÅR AF

**12 KONCERTER, 10 UNIKKE FILMVISNINGER, 5 PERFORMANCES, 9 LITTERÆRE AKTIVITETER, 9 KUNSTUDSTILLINGER, 16 WORKSHOPS, 2 CABARETTER OG 19 DEBATTER INDEN FOR KULTUR –OG KUNSTBRANCHEN**

## TALK TOWN – EN FESTIVAL I UDVIKLING

På festivalens fjerde år har Talk Town cementeret sig som en vigtig tilbagevendende begivenhed, og festivalen er nået ud til et endnu bredere publikum, dels på baggrund af et mangfoldigt program, dels som følge af et øget fokus på markedsføring. På baggrund af festivalens reach og løbende udvikling forventer Talk Town 3000 publikummer i 2020. Talk Town har i 2020 valgt tre tiltag, som skal konsolidere de projekter, der har udbredt festivalens koncept til hele Danmark over hele året, og som kan styrke dens indholdsside.

### 1. TALK TOWN – AKTØRER

Talk Town er i høj grad til for aktørerne, som laver arrangementer på festivalen. For det første startede hvervningsprocessen tidligere - faktisk allerede efter sommerferien 2018 - hvilket har affødt flere store og mere gennearbejdede projekter på årets Talk Town. Frem mod 2020 vil festivalen lave lignende samarbejder. Et andet initiativ har været at invitere aktørerne til en "parringsproces" hvor de kunne finde sammen om nye projekter og idéer. Flere projekter på Talk Town 2019 så lyset til dette møde, og metoden vil blive gentaget if. Talk Town 2020.

#### *Medproducerende locations*

Talk Town 2019 afholdes bl.a. på Warehouse9 - Københavns kunstnerdrevne venue for performance og media kunst med fokus på queer- og feministiske tematikker. Til årets festival producerer Warehouse9 flere performances, kunstinstitutioner og workshops. Det er første gang Talk Town har en medproducerende location, og glæden er stor. Ikke mindst fordi Warehouse9 bibringer et kunstneretværk - og dermed værker - og publikum, som Talk Town ikke selv er i stand til at tiltrække. Ønsket er, at Talk Towns anden samarbejdende location, Husets Teater på samme måde som Warehouse9, kan bidrage til Talk Towns program i 2020.

### 2. SKOLETJENESTE

Talk Town sigter efter at udvide den allerede mangfoldige publikumsgruppe, og for at engagere flere unge, bliver der re-etableret et skoletjenestetilbud til udkolingen. Skoletjenesten skal udvikles i samarbejde med en række relevante samarbejdspartnere, som fx Normstormerne, Menneskerettigheder i skolen, Københavns Unge Feminister, KVINFO og Sex & Samfund. Undervisningstilbuddet skal kunne bruges i tværfaglige forløb, særligt i dansk, samfundsfag, historie, og sundheds- og seksualundervisning. Undervisningen tager udgangspunkt i en dialogbaseret tilgang, da denne understøtter den demokratiske dannelse, hvor de deltagendes forskellige stemmer udgør et værdifuldt fundament, som fremmer eleven som medborger i et fællesskab, der er præget af flerstemmighed.

### 3. TALK TOWN GLOBALT OG FNS VERDENSMÅL

Talk Town blev skabt på baggrund af en international begivenhed, og har altid haft blik for ligestillingskampens globale perspektiver. Fokuset understøtter Talk Towns generelle interesse for, og opbakning til, FNs Verdensmål.

#### *Nyt netværk*

I 2020 bliver Talk Town vært for et nyt Nordvestligt netværk af organisationer der arbejder med ligestilling. Netværket har dansk repræsentation ved Kvinderådet, og dets søsterorganisationer i Grønland, Færøerne og Island.

### *Beijing Deklarationen - 25 år*

I 2020 fejrer Talk Town 25-året for *Beijing Deklarationen* - et nøgledokument i FN-regi i kampen for afskaffelse af diskrimination af kvinder.

### *MENA Netværket*

Talk Town 2020 vil fortsat være platform for *MENA Netværket*, som er et fagligt netværk af danske organisationer og institutioner, der arbejder med partnerskabsprojekter i Mellemøsten og Nordafrika (MENA).

### *Klima og ligestilling*

I 2019 tager Talk Town hul på analyser og debatter af sammenhængene mellem klimakamp og kampen for ligestilling. Det sker bl.a. i samarbejde med miljø- og klimaorganisationen, NOAH. I 2020 vil dette fokus udgøre et specifikt tema på Talk Town.



# SÆT SCENEN FOR KØN, LIGESTILLING OG FEMINISME

## **MÅLGRUPPER**

*Der er to hovedmålgrupper for Talk Town:*

1. De aktive aktører: organisationer, foreninger, uddannelsesinstitutioner, branchefolk, enkeltpersoner og uformelle grupperinger, som bidrager med arrangementer. Talk Town rekrutterer således, at indholdet bliver så mangfoldigt og perspektivrigt som muligt.
2. De demokratisk aktive borgere af alle køn, aldre, seksualiteter, etniciteter osv. Festivalen står for at debatten ikke foregår indenfor en snæver, medietrænet faggruppe eller baseres på modsætninger.

*Måltrettet arbejdes der med disse konkrete målgrupper:*

### **UNGE**

Talk Town ønsker at engagere unge i debatkulturen. I 2020 oprettes en skoletjeneste og herved målrettes unge-aktører. I 2019 kører *Københavns Unge Feminister* et gymnasieprogram og en "Pop up Højskole" hvor Krogerup og Vallekilde Højskole arbejder med ligestilling og litteratur lanceres. På Talk Town 2020 er ambitionen at omkring 400 unge deltager i skole-, gymnasie- og højskoleprogrammet.

### **ETNISKE & SEKSUELLE MINORITETER**

Talk Town gør en ekstra indsats for at få etniske og seksuelle minoritetsorganisationer med som aktører. I 2019 kan man opleve arrangementer med bl.a. Amal Hayat, MIX CPH LGBTQ Film Festival, Bedside Productions, DareGender, Interkulturelt Kvinderåd og Sabaah



## UDSATTE GRUPPER

Talk Town har en speciel evne til at rumme udsatte grupper af mennesker, som er ekstra sårbare. Festivalen har bl.a. skabt plads til unge der lider af angst, voldsramte kvinder og enlige økonomisk udsatte mødre. I 2019 engageres bl.a. "Foreningen Hjælp til voldsramte familier", "Q-Værk", RedenUng, Feministisk Selvforsvar, Gadens Stemmer, Sexelancen og Women of Color.

## FAGFOLK

Talk Town arbejder for at tiltrække fagspecifikke arrangementer, hvor faggrupper inviterer publikum indenfor i deres verdener.

I 2019 engageres bl.a. musikbranchen til konferencen *Turn Up the Tempo*, HK Privat, Dansk Magisterforening, Foreningen for Kønsforskning, KVINFO, Kvinde Kend Din Krop, UK Feminista (UK) og Matilda.Education (FR)

## DEN NYSGERRIGE KØBENHAVNER OG KULTURFORBRUGER

Kulturbrugere, der ønsker at søge nye veje og inspiration, og som bruger byens mange gratis tilbud. Alle med interesse for ligestillingsrelaterede spørgsmål, men som ikke er fortrolige med feminisme kan få nye erkendelser gennem kunst, samtaler og underholdning.

## PR & MARKEDSFØRING

Se bilag 1: PR og markedsføringsstrategi og -plan

## BÆREDYGTIGHED – STRATEGIER OG KONKRETE TILTAG

Festivalerne G((o))ng Tomorrow, Talk Town og CPH Opera Festival er del af samme kontor-, administrations- og lagerfællesskab i Kødbyen. I fællesskabet arbejder vi aktivt på at forbedre graden af bæredygtighed i måden, vi driver vores administration, samt i måderne vi producerer og afvikler vores festivaler på. Nedenstående afsnit er formuleret i fællesskab.

Vi har i løbet af 2018 og 2019 udviklet vores egen 2020-plan, som skal sikre dels grøn administration og kontorhold, dels videreudvikling af vores bæredygtige festivaler. Planen er en viderebygning på de klimatiltag, vi allerede har foretaget på tidligere festivaler.

## GRØN ADMINISTRATION OG KONTORHOLD

"Grøn administration" er en seriøs og målrettet fælles indsats, der skal spare energi og skabe miljøforbedringer i vores virksomheders drift. Indsatsen bygger bl.a. på en kvalitets- og materialebevidsthed i alle fællesskabets aktiviteter og investeringer. Herunder:

- klimavenlig printer, -printerpapir og -blæk
- el-ladcykel til distribution af flyers, programbøger og anden let transport
- El-sparepærer
- Lys-sensorer, der automatisk slukker på et givet tidspunkt

### Fælles mad- og energipolitik

- Fælles frokostordning, der er sund, økologisk, vegetarisk og mindsker madspild. Vi laver maden i eget køkken.
- Opsyn med vandforbrug i arbejdstiden
- Opsyn med varmekonsum i arbejdstid, samt i weekender og ferier
- Genanvendelse af kontormøbler og kontorartikler

## VIDEREUDVIKLING AF BÆREDYGTIGE FESTIVALER

Ligesom G((o))ng Tomorrow, Talk Town og CPH Opera Festival i det daglige kontorhold samarbejder om grønne løsninger, samarbejder vi også om bæredygtig produktion og afvikling af vores respektive festivaler. Det gør vi på flere måder:

**Fælles lager og udstyr:** Da vores festivaler er fordelt på forskellige tidspunkter henover året, har vi etableret et fælles lager, hvor vi udlåner udstyr og materiel til hinanden i festivalperioderne. Dette for at undgå unødige engangskøb og overforbrug. Lageret rummer bl.a.:

- Service - som gør det muligt at mindske brug af plastic/engangsservice
- Et mobilt køkken – som gør det muligt at lave mad på venues og sikre brug af økologiske og lokale råvarer, ligesom det mindsker brug af ekstern catering og dermed risikoen for madspild. Til sidst mindsker det omfanget af transport af catering
- Andet overskydende genanvendeligt materiel, udstyr og scenografi

**Lyd- og lysproduktion:** I videst muligt omfang samarbejder vi med bæredygtige lys- og lydudlejnings-selskaber i vores koncertproduktioner. F.eks. bestræber vi os på at anvende digitalforstærkere og LED-lys i vores arbejde for at minimere energiforbruget.

**Økologisk, vegetarisk og klimavenlig madpolitik:** I forhold til forplejning og barudvalg serverer vi lokalt, økologisk og producerede varer. Der serveres alene vegetarisk mad og drikke til både frivillige, artister og publikum. Derudover:

- Vi har etableret samarbejde med wastefood-virksomheder
- Vi sikrer mindst muligt madspild ved at etablere vores egne køkkener med økologisk, vegetarisk og lokal mad
- Vi har erstattet catering (som ofte medfører store mængder urørt mad) med buy out/diæter

*Derudover vil vi fra 2020 bl.a. sikre*

- underleverandørers politikker på klimaområdet, herunder hoteller og bryggerier
- mindre vand på flaske ved indkøb af større vandtanke
- brug af klimavenlig og genanvendelig service og glas

**Transport:** I videst muligt vil vores festivaler anvende offentlig og klimavenlige transportmuligheder for vores artister. Vi udskifter taxa-vouchers til artisterne med cykler, og gennem vores kommunikationskanaler opfordrer vi publikum til at benytte cykler og offentlig transport, når de skal til og fra spillestedet. Delegerede, optrædende og andre personer med tilknytning til festivalen tilbydes puljekørsel, så vi undgår kørsel med fragt af én person.

**Merchandise og scenografi:** I videst muligt omfang genanvender vi merchandise og scenografi år efter år. Hvis ikke det er muligt, doneres materialerne til velgørende formål.

Vi holder produktionen af merchandise til et absolut minimum. Verden har ikke brug for flere muleposer!

**Tryksager og papirbrug:** Vi anvender genbrugspapir og klimavenlige trykkerier til alle tryksager - herunder plakater, flyers, programbøger, banner og roll-up's. Til tryksager anvender vi udelukkende trykkerier, som er kvalitets- og miljøcertificeret efter ISO og EMAS og producerer bæredygtige tryksager iht. FSC, PEFC, Svanen og ClimateCalc.

## TIDSPLAN

- 9. - 11. MAJ: TALK TOWN 2019
- JUNI 2019 - 1. MARTS 2020 FÆRDIGGØRELSE AF KONCEPT, FINANSIERING OG SAMARBEJDSAFTALER
- MEDIO OKTOBER: OPEN CALL ÅBNER
- MEDIO OKTOBER - 11. MARTS: REKRUTTERING AF AKTØRER, KURATERING OG BOOKING AF KULTURPROGRAM
- JANUAR OG FEBRUAR: INFOMØDE OM TALK TOWN 2020 OG AKTØR-SPEED-DATING
- 12. MARTS: OPEN CALL LUKKER
- 13. MARTS - 10. APRIL: PROGRAMLÆGNING OG HVERVNING AF FRIVILLIGE
- 1. APRIL - 14. MAJ: INTENS MARKEDSFØRING OG PRESSEARBEJDE
- 11. MAJ - 13. MAJ: OPBYGNING OG DESIGN AF FESTIVALEN
- 14 - 16 MAJ: TALK TOWN 2020
- 17. MAJ - 15. JULI: REGNSKAB, EVALUERING OG DOKUMENTATION

## FINANSIERING

**Talk Town søger Festivalpuljen om støtte på 300.000 kr.**, eller størst mulige støttebeløb, i henhold til vedhæftede budget.

Talk Town søger om midler til at være rammen for aktører, dvs. til location, teknisk udstyr, løn til teknikere, markedsføring, scenografi mv. Talk Town skal fortsat være gratis for publikum og det skal sikres, at organisationer uden økonomisk råderum også kan deltage med et arrangement. Der skal bruges midler til at sikre en professionel produktion og markedsføring og til aflønning af festivalens sekretariat.

Københavns Kommunes Festivalpulje er "årets første pulje", som er med til at tegne den kommende års festival. Kvindernes Bygnings Fond er fast bidragsyder, ligesom der også søges andre private fonde til "rammerne" for Talk Town. Herudover søges der separat støtte til enkelte indholdselementer, f.eks. Statens Kunstfonds Pulje For Koncertvirksomhed, DJBFA, DKF og andre musikrelaterede organisationer om opbakning til festivalen musikprogram. Talk Town har i 2019 indledt et samarbejde med Roskilde Festival Fonden, som forhåbentlig udmønter sig i økonomisk støtte fra 2020.

En del af Talk Towns budget finansieres ved at aktørerne betaler et deltagergebyr på 1500 kr. for to timer sceneplads, ligesom der er indtjening ved café salg og enkelte entreer til aftenarrangementer.



## ORGANISATION OG ERFARING

I november 2018 dannedes Foreningen Talk Town. Efter i tre år at have haft status af pilotprojekt mellem Kvinderådet og kulturproduktionskollektivet, Indgreb, var der behov for mere transparens og en formel struktur. Vedtægter mv. findes på [www.talktown.dk](http://www.talktown.dk)

Foreningen Talk Town er forankret i Kvinderådet, hvis formål er at "koordinere de kvindepolitiske krav og påvirke den kønspolitiske udvikling nationalt og internationalt" på vegne af dets over 40 medlemsorganisationer. Talk Town drives af kulturproduktionskollektivet Indgreb, som også udvikler og producerer andre festivaler, debatarrangementer og publikumsudviklende projekter i Danmark og internationalt.

## FRIVILLIGHED

Frivillighed er centralt på Talk Town. Ikke blot at få nok hænder til at løfte praktiske gøremål. For Talk Town er frivillighed en understregning af, at de tematikker og problematikker, som festivalen adresserer, skal løses i fællesskab, og ved, at alle bidrager. I 2019 kommer mere end 100 frivillige til at bidrage til festivalen.

I 2018 indførte Talk Town som noget nyt de såkaldte "helårsfrivillige", som er tilknyttet sekretariatet hele året. De helårsfrivillige arbejder med egne projekter, som udfolder sig på festivalen.

## DOKUMENTATION

Talk Town vil umiddelbart efter afholdelsen, og senest primo juli 2020, fremsende dokumentation af festivalen - bl.a. inkluderende deltagerantal, liste over aktører og arrangementer, regnskab, evaluering, samt pressemappe.



## OVERSIGT OVER BILAG

**BILAG 1:** PR OG MARKEDSFØRINGSSTRATEGI OG -PLAN

**BILAG 2:** LISTE OVER AKTØRER PÅ TALK TOWN 2019

**BILAG 3:** BUDGET 2020

**BILAG 4:** FESTIVALLEDERENS CV



## BILAG 1 – PR OG MARKEDSFØRINGSSTRATEGI OG -PLAN

Hovedformålet for Talk Towns PR & markedsføringsstrategi er at få ligestilling, kønspolitik og feminisme på dagsordenen i den offentlige debat, og at synliggøre miljøerne omkring temaerne. Indsatsen skal også tiltrække publikum til Talk Town.

### Markedsføring i samarbejde med aktører

Den mest omfangsrige markedsføring af Talk Town skabes sammen med festivalens omkring 80 aktører, som selv har ansvar for at sikre publikum til lige netop deres event. Aktørerne annoncerer via deres respektive kommunikationskanaler når derfor tilsammen mange forskellige målgrupper. Talk Town leverer en markedsføringspakke, som letter processen for aktørerne, og sikrer en vis strømning af kommunikationen.

### Sociale medier

Talk Town prioriterer sociale medier – primært Instagram og Facebook – som kommunikationsplatform. SoMe har stor spredning og giver festivalen synlighed hele året. Det gøres bl.a. gennem *Feministisk Ugeguide*, der samler ugens interessante feministiske events, *Konkurrencer* bl.a. i samarbejde med Doxbio og Dansk Kvindesamfund og *Feministisk julekalender* hvor fremtrædende feminister foreslår et julegaveønske.

### Fysisk promovering

Talk Town er til stede "på gaden" og fysisk gennem en række tryksager: *Hverveflyers*, bruges til at rekruttere nye aktører, Festivalprogrammet trykkes ca. en måned inden festivalen og distribueres bredt i bymiljøet, og under selve festivalen udsmykkes facader og festivalområde med bannere og anden *outdoor*.

### Nyhedsbrev

Der udsendes ca. 4 – 6 nyhedsbreve om året til over 1700 abonnenter, med nyheder, der relaterer sig specifikt til festivalen.

### PR

To måneder før festivalen kobles en lønnet PR-medarbejder til festivalen. PR-medarbejderen har til opgave at skabe redaktionel omtale i de større medier. PR-medarbejderen bistår aktørerne i deres pres-sarbejde omkring deres individuelle arrangementer.

## BILAG 2 – LISTE OVER SAMARBEJDSPARTNERE 2019

*Samme type, og visse identiske, samarbejdspartnere vil gælde for Talk Town 2020:*

• A Seat at the Table • Action Art • AKS International Minorities Festival • Alternativet • Amal Hayat Danmark • Amalie Have • Amneh Hawwa • Beatz by Girls • Bedside Productions • Camilla Kaj Paulsen • Camilla Tved • Carving Spaces • Cat Eyed People • Dagbladet Information • Danner • Dansk Kvindesamfund • Dansk Komponist forening • Dansk Magister Forening • Danske Bladtegnere • DareGender • DAPAWO • De Grønne Pigespejdere • Don't Give A Fox • En Feminists Bekendelser • Enhedslisten • Everyday Sexism Project Danmark • Fars Frigørelse v. Torben Pedersen Skovby • Feel Freeze • Feministisk Initiativ • Feministisk Selvforsvar • Feministiske Forældregrupper • Foreningen for Kønsforskning • Følsom Front • Girlcrush • Hjælp den voldsudsatte familie • HK Privat • HØRT • Interkulturelt Kvinderåd • Iskra Dinkova • Jazz Danmark • Karin Olander • Katrine Arnfred • KBH+ • Konfront • Kvinde & Krop • Kvinde Kend Din Krop • KVINFO • Kvinderådet & Danner • Kvinderådet • Kvindernes Internationale Liga for Fred og Frihed • Københavns Unge Feminister • Lisa Skovslund Nielsen • Liv i Historien • Læger Uden Grænser (MSF) • Maria Willemann • Mille Breyen Hauschildt (Krogerup Højskole) • MIX Copenhagen LGBTQ Film Festival • Mizz Privileze • Mozhdeh Ghasemiya-ni • NOAH • Nordic Wake Girls • Outcast • O/Rioh • Phønix • Pluralisterne • Prezebe Productions • Project Q-værk • Rapolitics • RedenUng • Sabaah • SF • Shiso Studio • Sine Zambach • Skateducate • Sólveig Magnúsdóttir • Teenage Love • Tempí • TransAktion • UK Feminista (UK) • Matilda.Education (FR) • Urban Grrls • WOC CPH & Front • Yngel

## BILAG 3 – BUDGET 2020

- **Tilskudsmodtagers navn:** Foreningen Talk Town • **CVR:** 40053662
- **Festivalens/eventets navn:** Talk Town • **Projektperiode:** Primo januar 2020 – ultimo juni 2020

Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.

bevilliget i 2019 / 2020: ikke ansøgt  
bevilliget i 2019 / 2020: ikke ansøgt  
bevilliget i 2019 / 2020: ikke ansøgt  
bevilliget i 2019 / 2020: ikke ansøgt  
Bevilliget  
bevilliget i 2019 / 2020: ikke ansøgt  
Bevilliget  
bevilliget i 2019 / 2020: ikke ansøgt

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <i>BEMÆRK: 2018</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	300.000,00 kr.	100.000,00 kr.
<b>Øvrige tilskud, specificeret</b> <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>		
Kvindernes Bygningsfond	40.000,00 kr.	20.000,00 kr.
Statens Kunstfond, Musikudvalg	30.000,00 kr.	-
Statens Kunstfond, litteratur	20.000,00 kr.	-
Oticon Fonden	20.000,00 kr.	-
PULS (Nordisk Råd)	20.000,00 kr.	32.500,00 kr.
Vesterbro Lokaludvalg	25.000,00 kr.	30.000,00 kr.
Egenbetaling, Kvinderådet	35.000,00 kr.	-
DJBFA	15.000,00 kr.	15.000,00 kr.
Roskilde Festival Fonden	50.000,00 kr.	-
Andre puljer og fonde	29.000,00 kr.	100.000,00 kr.
<b>Billetindtægter</b>	5.000,00 kr.	5.000,00 kr.
<b>Øvrige indtægter, specificeret</b>		
Salg af scenepads/slots	60.000,00 kr.	60.000,00 kr.
Barsalg	7.500,00 kr.	-
Feministisk markedsplads	2.500,00 kr.	-
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>659.000,00 kr.</b>	<b>362.500,00 kr.</b>

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <i>BEMÆRK: 2018</i>
<b>Løn og honorarer</b>		
Festivalleder	150.000,00 kr.	92.787,00 kr.
Projektledelse	60.000,00 kr.	32.800,00 kr.
PR-og markedsføringskoordinator	45.000,00 kr.	-
Grafiker	45.000,00 kr.	20.000,00 kr.
Afviklere	14.000,00 kr.	-
Byggeleder	10.000,00 kr.	-
Programindhold (kunstnere, moderatorer)	55.000,00 kr.	68.350,00 kr.
<b>Teknik</b>	30.000,00 kr.	12.500,00 kr.
<b>Materialeudgifter</b> (scenografi, arrangementsdesign)	45.000,00 kr.	7.500,00 kr.
<b>Transportudgifter</b>	25.000,00 kr.	7.700,00 kr.
<b>Opholdsudgifter</b>	5.000,00 kr.	-
<b>Fortæring</b> , herunder møder og catering til frivillige	30.000,00 kr.	25.000,00 kr.
<b>PR og markedsføring</b>	50.000,00 kr.	17.800,00 kr.
<b>Kontorhold</b> (telefon, porto mv.)	5.000,00 kr.	4.500,00 kr.
<b>Revisionshonorar</b>	10.000,00 kr.	-
<b>Øvrige udgifter, specificeret</b>		
Tilladelser o.lign.	10.000,00 kr.	7.000,00 kr.
Leje af location (Onkel Dannys Plads, Warehouse9, Husets Teater)	60.000,00 kr.	20.000,00 kr.
Andre udgifter	-	39.063,00 kr.
Uforudsete udgifter	10.000,00 kr.	7.500,00 kr.
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>659.000,00 kr.</b>	<b>362.500,00 kr.</b>
<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## BILAG 4 – PROJEKTLEDERS CV



**Navn:** Jan Samuelsen

**Alder:** 42

**Akademisk titel:** Cand.comm

**Telefon nummer:** 22 25 17 12

**E-mailadresse:** jans@indgreb.dk /jans@talktown.dk

### UDDANNELSE:

- **2008:** Cand.comm i Performance-design og Kultur- og sprogødestudier ved Roskilde Universitet.
- **2006:** Universidad de Buenos Aires (Argentina)
- **2003:** Universidad Complutense (Madrid)

Særlige erfaringer inden for ide- og konceptudvikling, proces og event design, udvikling af "live"-formater, antropologisk feltarbejde samt festival- og projektledelse samt kuratering.

### KARRIERE OG UDVALGTE HIGHLIGHTS:

- **2016 - 2019:** Festivalleder og kurator på "Out of Season – Festival for Performance and Site Specific Art i Svendborg, Ærø og øerne i det sydfynske øhav.
- **2016 - 2018:** Festivalleder og kurator af "Resonans" tilknyttet KU.BE, Frederiksberg. Festival for kunst, krop og samfund
- **2016:** Projektleder af Talk Town, feministisk debatfestival med over 75 debatter, koncerter, udstillinger mv.
- **2015:** Grundlægger af debatforummet "Grønt Frederiksberg" der har til formål at fremme klima- og miljødebatten i Frederiksberg Kommune
- **2014:** Facilitator for "Tænketank for spillested på Frederiksberg". Udpeget af Frederiksberg Kommune
- **2014:** Underviser i "Projektledelse og entreprenørskab" på Det Rytmske Musikkonservatorium og Det Kongelige Klassiske Musikkonservatorium
- **2013 - 2015:** Co-founder og festivalleder af spilfestivalen "w00t – Copenhagen Play Festival".
- **2012:** Udvikler og leder af "Event og design", hovedfag på Vallekilde Højskole.
- **2012 - 2015:** Co-founder og festivalleder af innovationsfestivalen, Afsnit I.
- **2012:** Produktionsleder af Litt. Talk; litteraturfestival.
- **2011 - 2017:** ekstern lektor, Roskilde Universitet, Performance-design
- **2010:** Co-founder og festivalleder af Street Party; musikprojekt der linker unge fra boligsociale områder til det professionelle musikliv.
- **2009 - 2011:** Projektleder på Music from Around; out reach identitet for det danske værtskab af WOMEX, verdens største arrangement for verdensmusik.

**Jan Samuelsen** er partner i kulturproduktionskollektivet, Indgreb. Indgreb udvikler, producerer og afvikler kultur- og kunstaktiviteter. Indgreb er specielt interesseret i linket mellem kunst, samfund og publikum/borgere. Indgreb har erfaring med komplekse og langstrakte projekter såvel som individuelle begivenheder, der ønsker at benytte "live"-formatets evne til at skabe nysgerrighed og engagement. Indgreb er et kollektiv der består af fem personer og fagligheder  
[www.indgreb.dk](http://www.indgreb.dk) / [www.facebook.com/indgreb](https://www.facebook.com/indgreb)

**Jan Samuelsen** underviser i kulturproduktion og iværksætteri på Vallekilde Højskole og Det Kongelige Klassiske Musikkonservatorium og tidligere på RUC via faget Performance-design og Det Rytmske Musikkonservatorium

# UNGDOMMENS FOLKEMØDE

ANSØGNING TIL  
**FESTIVALPULJEN**





## Ungdomsbureauet søger midler til udvikling og afholdelse af Ungdommens Folkemøde 2020 i Valbyparken

Ungdommens Folkemøde (UFM) samler **35.000 unge** til en festival i demokratiets tegn. Her kan unge drømme, blande sig i debatten, lade sig inspirere og være med til at fortælle, hvad ungdommen kan og vil. I september 2020 kan UFM for femte gang byde velkommen til et væld af unge og samfundsaktører, når scener, stadepladser og workshops endnu engang udgør Danmarks (og verdens!) største demokratifestival for unge. Til at sikre grobund for en kreativ og involverende udvikling og afholdelse af UFM, søger vi 750.000 kr. til UFM'20.

Ungdommens Folkemøde er under konstant udvikling, og hvert år bliver arrangementet større, vildere og endnu mere engagerende. På UFM'20 forventer vi at kunne byde velkommen til 35.000 unge fra hele Danmark, 125 organisationer, delegationer fra hele verden og samfundsaktører fra alle kroge af det danske demokrati. Hvert år kommer nye organisationer til, vi indgår i nye samarbejder om indhold til scenerne og vi udvikler nye projekter, initiativer, samarbejder og formater på festivalen. UFM er et trækplaster for unge fra overalt i landet, såvel som aktører fra hele verden, der kommer til København for at opleve demokratiet og byen på nærmeste hold.

### Udvikling af festivalen

Hvert år skaber vi Ungdommens Folkemøde på ny – der produceres nyt indhold og vi udvikler de overordnede rammer for festivalen. Ungdommen er en foranderlig størrelse, og den høje grad af fleksibilitet i forhold til indhold betyder, at vi altid tager udgangspunkt i aktuelle emner, der optager unge i den pågældende festivalperiode. På UFM'19 vil vi introducere:

- **Politeket.** Vi lancerer et nyt område, der skal sikre dialog mellem unge og politikere under festivalen, både lokalpolitikere fra kommuner og regioner, Folketingspolitikere og Europaparlamentarikere.
- **Inspirationsmateriale.** Ved at undersøge unges egne oplevelser på UFM, vil vi udarbejde inspirationsmateriale til stadeholderne, der sikrer et højt fagligt niveau og engagerende møder i stadepladserne.
- **Alléen.** Den lange allé, der fører fra indgangen af Valbyparken til festivalpladsen, bliver til en interaktiv indgangsportal, hvor deltagerne bliver mødt af spørgsmål, som de besvarer ved at gå igennem forskellige porte. Dermed bliver deltagerne engagerede allerede inden de betræder festivalpladsen, og vi får et unikt indblik i 35.000 unges tanker, drømme og holdninger.
- **Danmarksturné.** Vi laver turné rundt i landet med vores årsfrivillige for at samle inspiration fra unge over hele Danmark, som vi kan bruge til at udvikle festivalen og imødekomme unge fra hele landets ønsker.

Vi lærer nyt på bagkant af hver festival og derfor er UFM'20 endnu ikke et færdigt koncept; vi skal have erfaringer fra UFM'19 med i vores overvejelser. Hvert år udarbejder vi en evaluering, hvor vi samler indtryk fra deltagere, undervisere, stadeholdere og frivillige, som bliver udgangspunkt for udvikling og genkonceptualisering af festivalen. Det er blandt andet med udgangspunkt i evalueringen af UFM'18, at idéerne til Politeket og Alléen er opstået. Festivalen skabes af alle vores samarbejdspartnere<sup>1</sup>, der hvert år

<sup>1</sup> Se bilag 2 for en liste over vores samarbejdspartnere

bidrager med op mod 500 arrangementer af forskellig karakter. Vi afholder en inspirationskonference, der inspirerer til at udforme de mest engagerende og inddragende arrangementer. Desuden skabes festivalen af vores 50 årsfrivillige, der igennem hele året arbejder med alt lige fra indhold, pladsdesign og undervisningsmateriale til kreative installationer og meget mere.

### Fokus på bæredygtighed

Unge er den befolkningsgruppe, der er mest optaget af klimaet<sup>2</sup> og er gået forrest i at sætte bæredygtighed og klima på dagsordenen, eksempelvis ved de globale klimastrejker *FridaysForFuture* startet af Greta Thunberg. Dette engagement vil vi tage op på UFM'20, hvor vi sætter bæredygtighed på dagsordenen til arrangementer på scenerne, i installationer på festivalpladsen og samtidig viser med eksemplets magt, at bæredygtighed er muligt på noget så midlertidigt som en festival.

På UFM'20 vil indholdet afspejle bæredygtighedsdagsordenen igennem følgende:

- **Klimaindslag.** På vores fem scener sættes der blandt andet fokus på forbrug og andre aspekter af bæredygtighed.
- **Klimamarch.** Vi planlægger at arrangere en klimamarch under festivalen, hvor vi starter en march med deltagerne, som går gennem pladsen i et fælles opråb om klimaretfærdighed.
- **Installationer.** På festivalpladsen sættes der fokus på bæredygtighed igennem installationer skabt af UFM's årsfrivillige.
- **Foodcourt.** Vi introducerer et nyt foodcourt på UFM'20, der sætter fokus på bæredygtige madoplevelser, lige fra produktionen af madvarer til klimavenlig mad, eksempelvis insekter.
- **Stadeholdere.** Flere stadeholdere sætter fokus på bæredygtighed samt et eller flere af FN's verdensmål gennem deres workshops og de emner, de tager op i staderne. Dette kunne eksempelvis være stadeholdere som Movia, Cyklistforbundet, Ungdomsøen og Spejderne, Landbrug & Fødevarer, Concito, DI og Verdensmålsteltet m.fl., der på tidligere festivaler har haft bæredygtighed på dagsordenen.

### En bæredygtig festivalproduktion

Den bæredygtige profil er i høj grad genspejlet i den måde, vi driver festival på. Vi vælger miljørigtige løsninger for festivalproduktion og bæredygtighed er tænkt ind i produktionen af hele festivalen. Vi gør allerede meget for bæredygtigheden, og følgende er eksempler på bæredygtige løsninger:

- **Affaldssortering.** Vi sorterer affald i op til 9 fraktioner, alt efter område. Vi har desuden samarbejde med RF Experience om sortering af madaffald og emballage fra madområdet.
- **Genanvendelse.** Vi genanvender så meget af det materiale, der produceres til festivalen som muligt, alt fra skilte og bannere til installationer, frivilligtøj og loungemøbler.
- **Toiletløsning.** Vi har skiftet vores toiletter til en løsning, der bruger mindre vand og strøm.
- **Generatorer.** Skiftet til Valbyparken har medført, at vi er gået fra at have tre dieselgeneratorer til kun at have en.
- **El-gators.** Vi har skiftet vores gators (altså golfbiler) fra diesel til el for en mere bæredygtig løsning.
- **Uddelingspolitik.** Vi fører en uddelingspolitik overfor stadeholderne, hvor det ikke er tilladt at dele reklamer, bolsjer og andet, blandt andet for at mindske mængden af affald og produktionen af materiale i forbindelse med festivalen.

<sup>2</sup> Concito: Klimabarometer 2018

- **Frivilligtøj.** De frivillige på UFM får blandt andet en t-shirt og en sweatshirt som tak for deres arbejde. På UFM'19 bliver tøjet produceret af mærket Neutral af klimahensyn.
- **Service.** Det service vi har i vores egne madboder på UFM'19 er bionedbrydeligt.
- **Konfetti.** Hvis der bruges konfetti i et sceneindslag, er det bionedbrydeligt konfetti.
- **Egne tryk.** Vores egen produktion af papirmateriale har vi skåret ned på, så vi ikke længere har en festivalavis men i stedet en mindre programfolder, og vi vil ikke producere plakater til festivalen.

Bæredygtighed i produktionen er et område, vi forbedrer hvert år. Vi har meldt os ind i Brancheforeningen for Oplevelsesproducenter, for at dele erfaringer om bæredygtighed (og andet), samt for at kunne stå sammen i henvendelser til leverandører med et større fokus på bæredygtighed. Vi ønsker at gøre festivalen endnu mere bæredygtig, og Valbyparken som venue kan understøtte denne udvikling ved kloakering og bedre el-forhold, to indsats, der vil have stor effekt på UFM og andre festivalers klimaaftryk, når de afholdes i Valbyparken.

## Langt ud over festivalpladsen og -perioden

Ungdommens Folkemøde rækker langt videre end de to dage i Valbyparken. Vores Ølkassescene har været på udstillingen *Nutidens forbrug – Fremtidens problem* på DAC, en udstilling Københavns Ungeråd blandt andre også har bidraget til. Desuden skal den være speakers corner på Folkemødet på Bornholm, og andre festivaler, eksempelvis Distortion, har vist interesse i at låne den som speakers corner. Vi samarbejder desuden med Ungdomsskoleforeningen, hvor der arbejdes med UFM landet over i fritidsundervisningen. Ambitionen for dette samarbejde er, at de unge der deltager på UFM'20, skal afholde arrangementer i deres lokalmiljø, med udgangspunkt i den inspiration og viden, de har fået under deres besøg på UFM.

De tre første år har vi oplevet en stor tilslutning af unge fra Hovedstads- og Sjællandsregionen, og det er efterhånden blevet en fast del af undervisningsåret at skulle besøge UFM<sup>3</sup>. Derfor skærper vi fokus på at tiltrække unge fra hele landet til UFM'20 og udvikle publikumssammensætningen. Vi besøger uddannelsesinstitutioner fra hele landet, da dette giver en oplagt vej ind til en stor del af unge. Hvert år forsøger vi at nå endnu bredere ud i Danmark, og på UFM'20 forventer vi, at 20% vil være deltagere, der ikke kommer fra Sjælland. Derigennem vil UFM være med til at vise, hvilke muligheder København tilbyder som by, samt vise hvordan Københavns Kommune bidrager til demokratiseringen af danske unge. Deltagelsen på UFM vil også blive et møde med den by, mange vil komme til at studere i.

Foruden det øgede fokus på at gøre UFM landsdækkende oplever vi en stor interesse for UFM fra udlandet. Udover at vi selv har startet et samarbejde med unge i Sverige, Tyskland og Island om at udvikle, konceptualisere og afholde lignende festivaler, vil der på UFM'19 afholdes en international conference, hvor delegationer fra hele verden vil besøge festivalen for at blive inspirerede til deres egen pendant til UFM. Til denne conference får vi besøgende fra bl.a. Burkina Faso, Myanmar, Tanzania og en række Europæiske lande. Vi håber, at UFM kan være med til at vise, hvordan København er en progressiv by, hvor samarbejdet med kommunen er et eksempel, der inspirerer til at etablere en masse demokratifestivaler for unge globalt.

<sup>3</sup> Vores evaluering viser, at 75% af underviserne vil deltage igen næste år, imens 18% er uafklaret.

### Samarbejder på tværs af festivaler

Ungdommens Folkemøde er bygget op omkring de mange samarbejder med andre organisationer. Over 100 organisationer afholder events og workshops i stadepladserne, indholdet på scenerne bliver skabt i samarbejde med kulturinstitutioner, partier og andre aktører, og uddannelsesinstitutioner m.fl. er med til at skabe festivalpladsens loungeområder<sup>4</sup>. Vi samarbejder desuden med flere festivaler, der bidrager til at skabe festivalstemning, udveksle erfaring mv. Disse samarbejdspartnere tæller for eksempel:

- **Copenhagen Pride.** De har tidligere deltaget som stadeholdere, og Ungdommens Folkemøde deltager i paraden på Copenhagen Pride.
- **LGBT+ Ungdom.** I relation til Pride planlægger vi på UFM'19 at have et indslag i samarbejde med LGBT+ Ungdom, der skal ende i en *UngdomsPRIDE* igennem festivalpladsen for alle deltagerne.
- **Copenhagen Photo Festival.** På UFM'20 vil fotografier fra CPH Photo Festival blive udstillet på højen, der omkranser festivalpladsen. Gennem fotografier, taget af unge, sættes der fokus på samfund, mennesker og æstetik og gang i refleksion hos beskueren – hvilket går hånd i hånd med UFM's ønske om at vise, at demokrati og engagement udspringer fra mange forskellige kilder, herunder kultur og kunst.
- **Golden Days.** Festivalen begynder når UFM slutter, og vi har tidligere afholdt aktiviteter på UFM i samarbejde med Golden Days. Dette vil vi afsøge igen på UFM'20, afhængigt af festivalens tema for året.

Dette er blot nogle af de samarbejder, vi har i støbeskeen. Mange flere vil komme til, når vi for alvor går i gang med at udarbejde indhold til UFM'20, og når stadepladsholdere melder sig til.

### Økonomi

Det er gratis at deltage på UFM, og vi rejser midler for at holde prisen på stadepladser på et niveau, hvor alle organisationer kan være med<sup>5</sup>, og her er prisniveauet afhørende for at skabe en demokratiplatform for alle. Vi har for de kommende år, indtil videre, indgået flerårige samarbejder med Roskilde Festival, Spar Norden Fonden samt Lauritzen Fonden, og har i de fire første år modtaget midler fra adskillige fonde.

Vi arbejder strategisk på at øge den kommercielle indtjening fra festivalen, således vi over tid gør os mere uafhængig af støtte fra offentlige midler og fonde. I 2020 forventer vi, at 54% af indtægterne vil være kommercielle indtægter. Vi håber på at kunne fortsætte denne udvikling fremadrettet men må også erkende, at det tager tid at udvikle og afprøve nye tiltag, og det samtidig ikke er en velhavende målgruppe vi arbejder med. Dertil kommer også, at vi hele tiden forsøger at finde den rette balance i, at de kommercielle muligheder ikke må kompromittere den demokratiske vision. F.eks. har vi sat en grænse for, hvor meget den enkelte stadeholder må fylde på pladsen, og udformet stramme regler for uddeling af gaver, slik og merchandise, så folk konkurrerer på indhold og ikke med økonomiske muskler.

<sup>4</sup> Se bilag 2 for en liste over foreløbige samarbejdspartnere for UFM'19.

<sup>5</sup> Dertil har vi også en særlig rabat til frivilligdrevede ungdomsorganisationer.

## Bilag 1 – Projektbeskrivelse

### Koncept

I september 2020 fylder Ungdommens Folkemøde 5 år, når festivalen igen løber af stablen i første uge af september. 35.000 unge vil besøge Valbyparken til en festival, hvor holdninger mødes og brydes og hvor unge kan kræve deres stemme hørt af beslutningstagere, interesseorganisationer og hinanden. På scenerne vil eksperter, meningsdannere og politikere provokere og inspirere publikum, i stadepladserne vil organisationer lytte til og gå i dialog med unge om deres holdninger, frustrationer og drømme. Til de mange workshops vil grupper af unge i samarbejde med organisationerne komme med løsningsforslag til samfundsrelaterede problemstillinger ud fra devisen, at *nutidens udfordringer skal løses med fremtidens borgere*, og overalt på festivalpladsen opstår spontane møde unge imellem, og mellem unge, samfundsaktører og meningsdannere.

### Unge demokratiske selvtillid

Hvorfor laver vi UFM? Danske unge er verdensmestre i demokratiske kompetencer – de stemmer i høj grad til valg og har stor viden om formelle beslutningsprocesser. Desværre viser vores unge lav interesse i aktivt samfundengagement og har i det hele taget en lav tro på nytten af deltagelse, deres egen stemme og ungdommens stemme i almindelighed<sup>6</sup>. Derfor er UFM en platform, der har til formål at styrke den danske ungdoms demokratiske selvtillid. Gennem UFM vil vi geninstallere ungdommen i demokratiet og sørge for, at unge har del i at sætte dagsordenen for samfundsudviklingen. Som en demokratisk vitaminindsprøjtning, der skaber grobund for at udforske demokratiet og dets muligheder, består UFM af inspirerende og tankevækkende møder mellem, og på tværs af, ungdommen og diverse samfundsaktører. Med sin heksekedel af visioner, idéer, drømme og håb samt diskussioner, møder, samtaler, aktiviteter og udtryk vil UFM være et frirum for unge og en mulighed for at inddrage dem i demokratiske processer og faglige oplevelser i virkelighedsnære formater.

Ved at

1. *facilitere mødet mellem unge, organisationer og beslutningstagere*
2. *facilitere mødet mellem unge på tværs af alder, uddannelser, sociale skel etc.*
3. *skabe virkelighedsnære og demokratisk dannende undervisningsformater*

vil vi med UFM medvirke til at skabe den mest samfundsenkede ungdom i danmarkshistorien.

### Opbygning

Festivalen er bygget op omkring tre kerneelementer: Scener, stadepladser og workshops. Mødet mellem beslutningstagere og unge sker hovedsageligt i stadepladserne, hvor unge selv kan initiere mødet. Der arrangeres debatter, workshops, fremvisninger, quizzes med mere, og alle aktiviteter er gratis. Herudover arrangerer stadeholderne hver to workshops for grupper af unge, hvor de i fællesskab arbejder med samfundsrelevante problemstillinger og udarbejder løsningsforslag. Vi har fem scener, der hver især arbejder ud fra forskellige dogmer, hvilket er med til at sikre variation og bredde i indholdet. På scenerne vil unge, meningsdannere, kulturpersonligheder, eksperter m.fl. provokere og inspirere deltagerne i de mange shows og indslag, og overalt på pladsen opstår der møder unge imellem. Målet er at understøtte

<sup>6</sup> ICCS 2016

en endnu mere samfundsenlageret generation, der er sit ansvar bevidst, tager Danmark og verden på sine skuldre og er med til at bære samfundet ind i fremtiden.

## Historik og evaluering

UFM løb af stablen for første gang i 2016 med stor succes, og er sidenhen vokset i størrelse. I 2018 voksede vi ud af Søndermarken og ind i Valbyparken, hvor vi kunne byde velkommen til 23.000 deltagere og over 100 organisationer fordelt på 76 studepladser. I 2019 udvider vi med endnu en scene, en ny platform for møder og endnu flere interagerende installationer. I 2020 forventer vi at kunne byde endnu flere deltagere og endnu flere organisationer velkommen:

- 35.000 unge deltagere
- 125 organisationer
- 90 studepladser
- Et væld af samfundsaktører

Af vores evaluering af UFM'18 fremgår det, at ambitionen om at skabe et rum hvor unge bliver hørt og kommer til orde er lykkedes. 76% af de adspurgte er meget enige eller enige i, at ungdommen bliver taget alvorligt på UFM og over halvdelen giver udtryk for, at UFM har vist dem, at de kan påvirke ting i samfundet. Dette viser at UFM gør indtryk på de unge der deltager, og at dette strækker sig langt ud over festivalpladsen.

## Bilag 2 – Liste over organisationer der bidrager til Ungdommens Folkemøde

Vi er stadig i fuld gang med at udvikle UFM'19, og er i den forbindelse er vi stadig i gang med at indgå samarbejder med andre organisationer. Dermed er denne liste foreløbig.

Rumlig	Tilgængelighed	Indhold
Væksthuset	Sammenslutningen af Unge med Handicap (SUMH)	Det Kongelige Teater
Brøndby produktionsskole	Medlemsorganisationer under SUMH	LGBT+ Ungdom
Hverdagsaktivisterne		Ungdomspartierne
Turning Tables	Tegnsprogs- og skrivetolkeuddannelsen	Danmarks Radio
Den Økologiske Produktionsskole		Vallekilde Højskole
		Dansk Industri

Stadeholdere UFM'19. Denne liste er foreløbig.

- Alternativets Unge
- Anklagemyndigheden
- Arbejdmuseet
- Arbejdsmiljørådets sekretariat
- Ældre Sagen
- Bayer A/S
- Britiske Ambassade
- Cyklistforbundet
- Danmarks Socialdemokratiske Ungdom
- Dansk Folkeparti
- Dansk Kulturinstitut
- Dansk-Arabisk Partnerskabsprogram
- Datatilsynet
- Den Skandinaviske Designhøjskole
- Det Dyreetiske Råd
- Det Kongelige Teater
- Det Konservative Folkeparti
- Det Sociale Netværk/headspace DK
- DGI
- DI (Dansk Industri)
- DR Nyheder
- Dyrenes Beskyttelse
- EU Kommissionen/Udenrigsministeriet
- Finanssektorens Arbejdsgiverforening (FA)
- FN Byen København
- Folkekirken
- Folkekirkens Nødhjælps Ungdom

- Folketinget
- Fonden Ungdomsøen
- Forbrugerrådet Tænk
- Foreningen Grønlandske Børn
- Forsvarsministeriets Personalestyrelse
- fsb, de boligsociale helhedsplaner i Husum, Tingbjerg og Utterslevhuse
- Grænseforeningen
- Gymnasieskolernes Lærerforening
- Højskolerne
- Jødisk Informationscenter
- KABS VIDEN
- KBH SYD HF & VUC
- Københavns Universitet
- Kræftens Bekæmpelse & TrygFonden
- Landbrug & Fødevarer
- Landsindsatsen EN AF OS
- Lejre kommune - Center for Kultur og Fritid
- LGBT+ Ungdom
- Livslinien
- Movia
- Natteravnene/De Unge Ravne
- Norges ambassade i København
- Politi
- Psykiatrifonden
- Rådet for Sikker Trafik
- Radikal Ungdom
- RessourceCenter Ydre Nørrebro
- Roskilde Festival
- SEGES
- Sex & Samfund
- SF Ungdom
- Silba - Initiative for Dialogue and Democracy
- Socialistisk UngdomsFront
- SOS Racisme
- Spillemyndigheden
- Styrelsen for International Rekruttering og Integration
- Sundhed.dk
- Sundhedsstyrelsen
- Tænk tanken Demokratisk Erhverv
- Transparency International Danmark
- U.S. Embassy Denmark
- Undervisningsministeriet , STUK
- Ung kræft
- Venstres Ungdom



## UNGDOMMENS FOLKEMØDE

### Bilag 3 - Budget Ungdommens Folkemøde 2020

<b>Sekretariat</b>	<b>Pris ex. moms</b>	<b>Budget UFM'19 ex. moms</b>
Sekretariatsmedarbejder/e (1. dec 19 - 1. dec 20)	1.850.000,00 kr.	1.850.000,00 kr.
Drifts- og administrationsomkostninger (husleje, bogføring, revision etc.)	185.000,00 kr.	185.000,00 kr.
Rejseomkostninger (transport, logi og forplejning)	13.700,00 kr.	13.700,00 kr.
Frivillige	173.400,00 kr.	173.400,00 kr.
Leje af lagerplads til opbevaring af materialer og inventar	6.500,00 kr.	6.500,00 kr.
Underviserdage/lanceringsdage/inspirationskonference	20.000,00 kr.	20.000,00 kr.
<b>Materialer</b>		
Tryk af materiale	42.000,00 kr.	42.000,00 kr.
Interaktiv indgangsportal - Flertallets allé	70.000,00 kr.	70.000,00 kr.
IT og Software	100.000,00 kr.	170.000,00 kr.
Layout af materiale	34.500,00 kr.	34.500,00 kr.
Markedsføring og annoncering	64.000,00 kr.	64.000,00 kr.
Materialer til indretning af plads samt diverse mindre anskaffelser, værktøj mm.	51.000,00 kr.	51.000,00 kr.
Tøj og merchandise til frivillige	80.000,00 kr.	80.000,00 kr.
Tilskud til transport fra Fyn og Jylland		25.000,00 kr.
<b>Arrangement</b>		
Vagter og sikkerhed	120.400,00 kr.	120.400,00 kr.
Scener og indhold	125.000,00 kr.	117.800,00 kr.
Infrastruktur, telte, scener, toiletter, strøm mv.	1.420.000,00 kr.	1.420.000,00 kr.
Billeje	10.000,00 kr.	10.000,00 kr.
Forsikringer	16.000,00 kr.	16.000,00 kr.
Udgifter til særopgaver - sceneopsætning, renovation, natarbejde mm.	80.000,00 kr.	80.000,00 kr.
Buffer til reparation af skader på park og materiel	40.000,00 kr.	40.000,00 kr.
Netværksbar		10.000,00 kr.
<b>Salg</b>		
Varekøb	64.000,00 kr.	64.000,00 kr.
Diverse udgifter i fbm. salg, (salgsløsninger, gebyrer mm.)	1.600,00 kr.	1.600,00 kr.
<b>I alt</b>	<b>4.567.100,00 kr</b>	<b>4.664.900,00 kr.</b>

### Indtægter

<b>Bevillinger og fondsstøtte</b>	<b>Excl. moms</b>	<b>Excl. moms</b>
Resterende funding	400.000,00 kr.	700.000,00 kr.
Københavns Kommune - Kultur og fritid	750.000,00 kr.	750.000,00 kr.
Københavns Kommune - Teknik og Miljø	50.000,00 kr.	50.000,00 kr.
Tuborg Fondet	300.000,00 kr.	300.000,00 kr.
Roskilde Festival Fonden	400.000,00 kr.	400.000,00 kr.
SparNord Fonden	200.000,00 kr.	200.000,00 kr.
Anden funding		135.000,00 kr.
<i>Bevillinger og fondsstøtte i alt</i>	<i>2.100.000,00 kr.</i>	<i>2.535.000,00 kr.</i>
<b>Kommercielle indtægter</b>		
Kommercielle partnerskaber og annoncering	50.000,00 kr.	30.000,00 kr.
Fees fra mad-drikke aktører	60.000,00 kr.	60.000,00 kr.
Indtægter fra salg af studepladser	2.252.500,00 kr.	1.950.000,00 kr.
Indtægter fra salg af mad og drikke i boder, pre-orders	112.000,00 kr.	112.000,00 kr.
<i>Kommercielle indtægter i alt</i>	<i>2.474.500,00 kr.</i>	<i>2.152.000,00 kr.</i>
<b>I alt</b>	<b>4.574.500,00 kr.</b>	<b>4.687.000,00 kr.</b>
<b>Overskud/underskud</b>	<b>7.400,00 kr.</b>	<b>22.100,00 kr.</b>

Kultur- og Fritidsforvaltningen  
Rådhuspladsen 1  
1599 København V

31/3-2019

**Ansøgning om økonomisk tilskud fra København Kommune til afvikling af Vegetarisk Festival i Fælledparken (eller anden park) i foråret 2020.**

**Vi vil gerne ansøge om 253.000 kr. til Vegetarisk Festival 2020.**

Vegetarisk Festival har til formål at give inspiration til en grønnere livsstil, hvilket vi ved er af interesse for mange af byens borgere. Således viser vores undersøgelser, at halvdelen af borgerne i kommunen ønsker at spise mere vegetarisk, end de gør nu, og at yderligere en fjerdedel er åbne overfor det.

Plantebaseret mad en af de vigtigste faktorer i forhold til miljø og klima, både lokalt og globalt, og festivalen støtter således godt op om FN's Verdensmål og om Københavns Kommunes målsætninger om at være en af verdens grønneste byer.

Vegetarisk Festival 2017 og 2018 blev afholdt på Tjørnen, Amager Strandpark i samarbejde med Copenhagen Yoga Festival sidste weekend i august. Begge års festivaler oversteg alle forventninger.

I 2019 har vi set os nødsaget til at aflyse festivalen pga. manglende finansiering.

I 2020 flyttes festivalen tættere på byen og afkortes til 2 dage. Yderligere vil vi gerne flytte festivalen til foråret, så den ikke falder i samme periode som andre madfestivaler (f.eks. Copenhagen Cooking) og vegetariske events i både London og Berlin. Endeligt tid og sted skal fastlægges i dialog med kommunen.

Hvis der ikke findes tilstrækkelige midler til at afholde den skitseret festival, vil en festival i mindre skala blive afholdt.

**Ansøgningen indeholder:**

- en projektbeskrivelse inklusive erfaringer og plan
- en beskrivelse af målgruppen
- værdi for kommunen
- forventede samarbejdspartnere
- budget

På forhånd hjerteligt tak for jeres støtte.  
Vi ser frem til at høre fra Jer.

Med venlig hilsen  
Mie Nordly, Erhvervschef, Dansk Vegetarisk Forening (DVF)  
Sortedam Dosserring 55  
2100 København Ø  
[mie@vegetarisk.dk](mailto:mie@vegetarisk.dk)  
tlf. 71 79 76 76  
CVR nr: 34640122

# Projektbeskrivelse

## Udvikling og fornyelse

Vegetarisk Festival skal være en årlig tilbagevendende begivenhed, hvor folk fra ind- og udland mødes i København for at blive inspireret til at leve mere plantebaseret - til gavn for både global bæredygtighed, dyr og folkesundhed.

Plantebaseret mad en af de vigtigste faktorer i forhold til miljø og klima, både lokalt og globalt, og festivalen støtter således direkte op om Københavns Kommunes målsætninger om at være en af verdens grønneste byer.

### Resultater fra 2018

I august 2018 afholdt Dansk Vegetarisk Forening Vegetarisk Festival for anden gang. Deltagerantallet oversteg alle forventninger, vi skønner, at mindst 5.000 mennesker deltog over de tre dage, hvor festivalen forløb. Festivalen nåede ud til flere medier, bl.a. rapporterede både Politiken og TV2 Lorry fra festivalen.

Festivalen i 2018 var bygget op om 20 studepladser, og ca 25 spise/drikkesteder samt fire store telte med plads til op til 500 ad gangen, hvoraf tre var med foredrag, politiske debatter, og madlavningsworkshops og ét med musik. Vi havde oplæg om sundhed, etik og bæredygtighed samt politisk debat med folketingspolitikere, byrådspolitikere og kendte samt madlavnings-workshops, quiz og musik. Blandt de internationale hovednavne var Peter Singer, en verdensberømt filosof som i samme anledning blev interviewet af tre store aviser, samt veganeren Patrik Baboumian, en af verdens stærkeste mænd.

Festivalen blev afholdt i et samarbejde med Copenhagen Yoga Festival, Copenhagen Cooking og ungdomsforeningen Dyrenes Alliance. Dansk Vegetarisk Forening havde ca. 75 frivillige tilknyttet, så festivalen kunne forløbe gnidningsfrit.

### Visioner for 2020

En central vision for 2020 er at komme tættere på byen. Ønsket er Fælledparken omend dette kan aftales nærmere med kommunen. Vigtigt for os er, at der er let adgang, samt adgang til vand og el. Festivalen bliver afkortet til 2 dage, da vores erfaring er, at der er størst fremmøde lørdag og søndag, og det derfor er bedre at koncentrere ressourcerne omkring disse to dage. Vi forventer, at deltagerantallet vil stige, hvis vi rykker tættere på byen, og at vi således kan forvente cirka 6.000-8.000 besøgende, forhåbentlig endnu flere. Festivalen er for alle Københavns borgere. Vores drøm er at kunne give alle borgere gratis adgang, men dette afhænger af finansielle tilskud. Yderligere ønsker vi at have mere fokus på bæredygtigt service og affaldssortering. Det lykkes i et vist omfang i 2018, vi vil i 2020 meget gerne samarbejde med kommunen eller f.eks. Danmarks Naturfredningsforeningen eller Plastic Change om at lære borgerne at sortere korrekt. Festivalen planlægges af en hertil ansat festivalkoordinator i samarbejde med Dansk Vegetarisk Forenings sekretariat og bestyrelse og gennemføres med hjælp fra ca. 75 frivillige.

Festivalen i 2020 bliver bygget op om tre scener og med en forventning om at ca. 50 foreninger/spisesteder/producenter ønsker at deltage med en stand.

Vi har allerede store navne fra udlandet, der har vist interesse, da de desværre ikke kunne deltage i 2018. Programmet bliver en variation af oplæg, og vil spænde fra klimavenlige madworkshops, over hyggelige aktiviteter og lege for børn til musik, kunst, politiske debatter og faglige indslag.

## Målgruppe

Københavns størrelse taget i betragtning og den vegetariske dagsorden, som i særdeleshed har taget fart de sidste års tid i både Danmark generelt og specifikt i København, må det forventes, at besøgstallet for festivalen stiger de kommende år.

Vores nyeste undersøgelse lavet i samarbejde med Coop i 2018 viste, at 680.000 danskere (12%) overvejende lever vegetarisk, og at yderligere 32% har mindst én vegetarisk dag om ugen. I København viser vores undersøgelse, at der kan ganges med faktor 1,5 eller 2, dvs at et sted mellem 18 og 24 % af københavnere lever overvejende vegetarisk, og et sted mellem 48 og 64% har mindst én vegetarisk dag om ugen.

Målgruppen for festivalen er alle, som gerne vil inspireres til at spise grønnere. Derudover vil festivalen naturligt tiltrække mange, der allerede spiser vegetarisk. Den tiltrækker naturligvis også besøgende fra resten af landet og i et vist omfang udlandet.

## Værdi

Vegetarisk Festival sætter København på verdenskortet som klimavenlig grøn by gennem workshops og oplysning om vegetarisk kost og et mangfoldigt udbud af vegetarisk retter. Samtidigt med er ovenstående til glæde for Københavns borgere, producenter, restauratører og foreningsliv.

## Samarbejdspartnere

I 2020 fortsætter vi samarbejdet med bl.a. ungdomsforeningen Dyrenes Alliance og vores lokalafdelinger for unge og københavnere. Yderligere er det oplagt at involvere den nye brancheforening for plantebaserede producenter og importører. Derudover er der i forlængelse af, at vi er en madfestival, samarbejde med byens mange madudbydere og producenter, der enten allerede har vegetarisk på menuen eller som gerne vil prøve deres vegetariske retter/produkter af. Yderligere har sponsorer fra 2018 også givet udtryk for, at de gerne vil støtte festivalen i 2020, omend ingen har givet endeligt tilsagn endnu.

## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projektilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet kan indsendes i andre formater så længe det afspejler skabelonens opbygning. Budgettet skal godkendes af Kultur- og Fritidsforvaltningen.

Aflyses eller ændres væsentlige dele af projektet skal budgettet revideres og sendes til Kultur- og Fritidsforvaltningen med en forklaring på ændringerne. Ændringerne og det reviderede budget skal godkendes af Kultur- og Fritidsforvaltningen.

*Tekst i kursiv er vejledningstekst.*

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Dansk Vegetarisk Forening
<b>CVR:</b> 34640122
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Vegetarisk Festival

<b>Projektperiode:</b> <i>010919-010720 (afhænger af hvornår festivalen bliver lagt)</i>
---

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune, festivalpulje	253.000		
Arrangementspuljen, KK	30.000		Kan først søges i 2020
Erhvervsponsorater	75.000		Der er indledt dialog med en interesseret sponsor
Udlejning af boder/stande/food trucks	200.000		Ikke påbegyndt
Momskompensation	40.000		Kan først ansøges efterfølgende
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>598.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
<i>Sekretariat</i>		
Festivalkoordinatør	120.000	

<i>Materialer og markedsføring</i>		
Tryk af bannere	8.000	
Tryk af programmer	5.000	
Markedsføring og annoncering	10.000	
Pynt	3.000	
<i>Praktiske udgifter</i>		
Dropbuckets (skraldespande)	4.000	
Sikkerhed (bla. vagter)	20.000	
Byggesagsomkostninger	11.000	
El	40.000	
VVS	25.000	
Leje + opstilling af telte	90.000	
Inventar til telte/scener (borde/bænke)	30.000	
Lyd og lys	25.000	
Projektor + lærred	3.000	
Affaldshåndtering	10.000	
Leje af toiletvogne	28.000	
Rengøring/genetablering af park	6.000	
Musik scene/udstyr	65.000	
Diverse udgifter	5.000	
Transport (leje af varevogn)	3.000	
<i>Arrangementet</i>		
Madworkshops inkl leje af udstyr	25.000	
Honorar, transportudgifter, kost & logi til internationale navne	50.000	
Forplejning af frivillige under arrangementet	15.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>598.000</b>	
<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	

**Kommentarer/forbehold:**

Vegetarisk Festival har i:

- 2018 modtaget 35.000 fra Arrangementspuljen, KK
- 2017 modtaget 38.000 fra Arrangementspuljen, KK

I 2018 dækkede Dansk Vegetarisk Forening et større underskud via deres opsparing, hvilket der ikke er råd til at gøre igen.

Festivalen er moms fritaget som almennyttig aktivitet.