

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

Vedrørende: Ansøgning om tilskud i 2021 til Kulturforeningen artFREQ.

Ansøgt beløb: Kroner 250.000, -

Vi har i 6 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 2021 13 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 2021 med 8-12 events. Festivalen afvikles i første kvartal af 2021.

Events 2021: 4 events er beskrevet. Vi regner med at præsentere yderligere 4-6 events.

GRM Acousmonium: Brian Eno feat. KTL & Peter Rehberg m.fl. Venue TBA

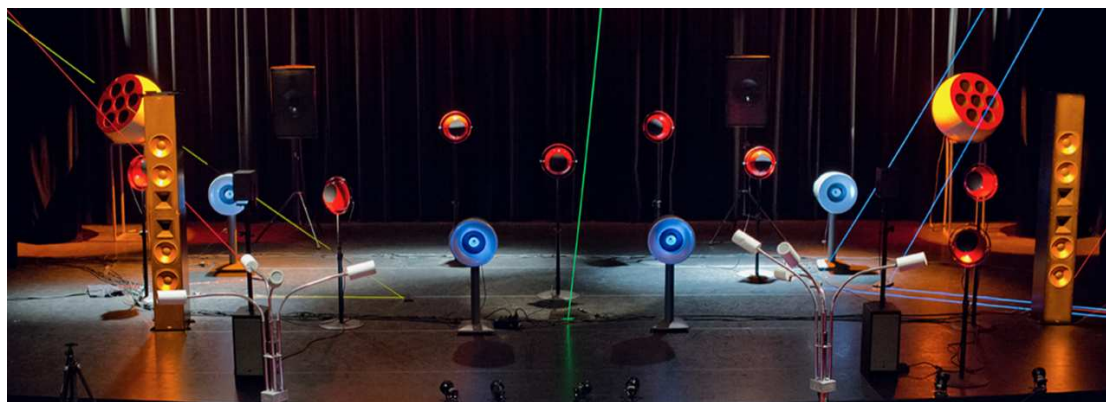
Vi har fået fingrene i et eksperimentalværk af den højeste kaliber. Det bliver en opførelse, der aldrig er set lignende i Danmark indenfor lydekvilibrisme. Der venter en oplevelse med stor diversitet, der dækker et stort spektrum indenfor avantgarden. Det er lydkomposition, virtual reality, teknologi, film og dermed den yderste potens af kunstformernes sammensmeltning.

Brian Eno er mest kendt for sin medvirken i Roxy Music. Han har produceret albums for David Bowie, Talking Heads og U2. Brian Eno teamer op med en serie kunstnere, der alle live-komponerer direkte til den forfinede lydtekniske opsætning, hvor der er placeret højttalere i alle retninger på scenen.

Der er intet mindre end 80 højttalere på scenen, hvilket giver en uhørt lydoplevelse.

Vi planlægger i forlængelse af koncerten en masterclass, hvor værket bliver analyseret og diskuteret med et mindre publikum.

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



Ryuichi Sakamoto (Japan) & Alva Noto (Tyskland) i DR Studie 2

Tysk musik-electronica møder moderne japansk flygel og visuel kunst. Sakamoto er et kæmpe navn. Han vandt en Oscar i 1988 for Den Sidste Kejser og har for nylig lavet soundtrack til Oscar-vinderen The Revenant med Leonardo DiCaprio i hovedrollen. Her optræder han sammen med Alva Noto, der er anerkendt som en af Europas fremmeste pionerer indenfor elektronisk musik. Vi har tidligere præsenteret Noto i forskellige konstellationer, og det er hver gang blevet anmeldt til topkarakter og med udsolgt sal. Begge kunstnere taler til det store community af lyd-fanatikere, der dyrker det forfinede udtryk og stor detaljerigdom.
Forventede deltagere: 750

The Will Gregory Moog Ensemble i Marmorkirken

Will Gregory en af Storbritanniens mest anerkendte elektroniske komponister. Han er bagmanden i Goldfrapp, der har haft masser af hits i gennem snart 20 år. Han komponerer med bl.a. Peter Gabriel, Tears for Fears og Portishead. Han har lavet operaer for BBC og lavet musik til BBCs store dokumentarserier. Han har et ensemble af Moog-ekvilibrister, der spiller på særegne synthesizere uden tangenter. De opfører Beethoven, Bach og Prokofiev. Koncerten er elektronisk, klassisk opførelse, så det vil ramme begge målgrupper.
Forventede deltagere: 900

Mike Patton & Mondo Cane i DRs Koncertsal

Eksperimental-rock vokal møder big band og italiensk filmmusik fra 1960'erne og 70'erne. Mike Patton er forsanger i det ikoniske band Faith No More, der siden 1982 har optrådt på de største scener i verden. Vi har en god relation til Patton, og derfor kan vi præsentere et af hans alternative værker, hvor han sammen med et vildt big band hylder den musikalske tradition, der er kendt fra Sergio Leones westerns og i konstant hyldet i Quentin Tarantinos film.
Forventede deltagere: 1200





Festival 2021: Radikale Kvinder, Venue TBA

Der er en spændende udvikling i gang på avantgarde-scenen. I Danmark er der en serie kvinder, der laver de mest interessante nye værker lige nu. Vi vil gerne over en periode sætte dem i scene sammen med de største legender indenfor genren.

Det bliver en hidtil uset mix af den nye scene og den etablerede scene. Det vil tjene som både inspiration, udvikling og netværk for alle involverede. Vi vil lave koncerter over to dage med de amerikanske legender Anette Peacock, Diamanda Galás, Patty Waters & Joan La Barbara.

Det er alle navne, der står på de øverste linjer på pioneer-listen.

Vi vil kombinere dem med de danske navne som Puce Mary, SØS Gunver Bjerre, SOHO & Lydmor, der alle har potentialet til at bryde igennem på det internationale marked.

Programmet vil indeholde minimum to gratis artist talks, som vi laver i samarbejde med Rytmeconservatoriet.

Forventet deltagerantal: 2.000 til koncerterne og 400 til artist talks.

2021 skal være uforudsigeligt

2020 har vist, at vi skal kunne arbejde langt mere agilt og fleksibelt. Vi har tænkt os at omfavne den virkelighed, vi er en del af med nye initiativer. Vi kommer ikke til at lave virtuelle events, da vi i høj grad er skabt til at lave unikke live-events for et publikum. Den type kunstnere vi præsenterer, har en pris og produktionsforhold, der ikke passer i digitale rammer. Men – vi har set, at der er behov for andre formater i tiden, og derfor vil vi bruge tid på at lave podcasts med de kunstnere, vi præsenterer. Vi kommer til at distribuere vores materiale bredt, så det dermed bliver en kampagne for Københavns kulturliv. Vi vil også i 2021 bruge mere tid på det danske vækstlag. Det er oplagt, at vi laver kunstnermøder og inspirationer for de danske kunstnere, der er indenfor vores avantgarde-felt. Det vil bidrage til vækstlaget og styrke de internationale kunstners relation til København.

Baggrund:

art*FREQ*. præsenterer radikal finkultur. Koncerter, udstillinger, artist talks med verdensklasse kunstnere. Foreningen drives 100% 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:

art*FREQ*. 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 art**FREQ**.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 afviklingssikkerhed, 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 art**FREQ**., der på 13. 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 2008-2020:**

- 168 kunstnere på 101 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 kolliderer med byens andre mere kommercielle tilbud.

Tilskud fra Københavns Kommune

- 2020: 250.000 (ingen endelige tal pga. coronavirus-situationen)
- 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

Budget 2021

BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

Tilskudsmodtagers navn: Kulturforeningen artFREQ
CVR/CPR: 31120187
Projektets navn: artFREQ

Projektperiode: 2021 <i>Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.</i>
--

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget 2020	Budget 2021	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget .</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	250.000	250.000	Ansøgt 1.5.20
Øvrige tilskud:			
a) Statens Kunstfond	150.000	150.000	Søges august 2020
b) Sponsorer	50.000	50.000	
c)			
Honorarer			
Billetindtægter	500.000	600.000	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Overført overskud	100.000		
b) Overført underskud		209.619	
c)			
INDTÆGTER I ALT	1.050.000	840.381	

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget 2020	Budget 2021
Løn og honorarer	200.000	250.000
Konsulentudgifter		
Materialeudgifter		
Transportudgifter	100.000	100.000

Opholdsudgifter	150.000	100.000
Forplejning, 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	50.000
b) Koda	30.000	25.000
c) Diverse teknik	100.000	40.000
UDGIFTER I ALT		

RESULTAT	1.050.000	840.000
-----------------	------------------	----------------

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 2021 på 680.000 kroner ud af et samlet budget på 2.680.000 kroner.

Denne ansøgning indeholder:

- 1) "Kort om Copenhagen Architecture Festival" (s. 1 - 2)
- 2) "Copenhagen Architecture Festival x 2021" (s. 2 - 4)
- 3) "Samarbejder" (s. 4)
- 4) "Kommunikation / markedsføring" (s. 4 - 5)
- 5) "Målgruppe / tilskuerestimat" (s. 5 - 6)
- 6) "Organisation" (s. 6)
- 7) "Budget og finansieringsplan 2021". (s. 6 - 7)
- 8) "Uddybende om Copenhagen Architecture Festival" (s. 7 - 8)

København Kommunes bevilling er af afgørende betydning for gennemførelsen af festivalen og vi har gennem årene værdsat at samarbejde med kommunen om at fremme borgerdialogen og bevidstheden om arkitektur i vores by. 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

KORT 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 unikke arrangementer i København, og +200 på landsdækkende plan.

Overordnet arbejder festivalen for at understøtte og styrke sammenhængskraften og bevidstheden om arkitekturens rolle 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 med enkelte udstillinger, der kører over 1-2 måneder og i de sidste par år en publikation eller film. Festivalen trækker mellem 50-100.000 publikummer, de fleste fra

Storkøbenhavn, men også flere og flere tilrejsende fra især Europa, men også fra andre steder i verden. Festivalen er den største årlige arkitekturbegivenhed i Skandinavien.

COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVAL x 2021

Hvert år tilrettelægger vi vores program ud fra en særlig tematik. I år – 2020 - er det således 'Velfærdsbyen under forandring', der har været styrende for tilrettelæggelsen af vores mere end 100 arrangementer i København. Med udgangspunkt i 75-året for Anden Verdenskrigs afslutning og den omfattende debat og transformation, som efterkrigstidens velfærdsarkitektur og -by aktuelt står model til, havde festivalen sat sig for at undersøge og formidle, hvordan arkitektur, design og byplanlægning har bidraget til velfærdsstatens- og byens opbygning og udvikling, hvor vi står i dag, og hvor vi er på vej hen. Tematikken er stadig interessant, men har fået en meget dominerende medspiller og på sin vis yderligere relevans i form af den nuværende COVID-19-krise.

Med Corona-krisens pludselige opståen måtte festivalen lynhurtigt skifte kurs, hvilket indtil videre har resulteret i en intenderet 3-trins-raket: 1) En online-festival, der har kørt siden 1. april, som var datoen, hvor vi lancerede to åbne calls, der forholdte sig til den nuværende krises indvirkning på hhv. hjemmets fysiske forvandling til at imødekomme mange funktioner, hhv. det byggede miljø og byens udvikling. Disse har affødt inputs, som vi har postet løbende på vore primære online platforme: Instagram, Facebook og vores website www.cafx.dk. Den 17. april publicerede vi 46 breve stilet til Overborgmester Frank Jensen fra arkitekturens og byggeriets mange aktører med gode idéer og konkrete forslag til Københavns grønne omstilling, 5 år før København skal være CO2-neutral. Et projekt, vi havde igangsat i slutningen af 2019 med henblik på både publikation, udstilling og debatter under festivalen. I stedet lever de nu deres liv online i mange forskellige fora og selvfølgelig på Overborgmesterens bord mhp. inspiration til videre færd i den grønne omstilling. Fredag d. 24. april åbnede vi en TV-kanal på vores hjemmeside, hvor der i seks uger skal køre TV-indslag med forelæsninger, interviews, talks, mv. med danske og internationale bidragsydere, som ellers skulle have besøgt festivalen. Når vi skriver intenderet 3-trins-raket, er det fordi vi selvfølgelig ikke ved, hvordan situationen ser ud i fremtiden, men hvis muligt, så er følgende planlagt for de sidste 2 trin: 2) Drypvise arrangementer fra det planlagte program under hhv. Chart og Golden Days i august-september (i skrivende stund afvikles de begge stadig), 3) En større koncentration af arrangementer i dagene omkring Arkitekturens Dag d. 5. Oktober, bl.a. i samarbejde med Akademisk Arkitektforening.

2021

Under den tentative overskrift "Landscapes of Care" ønsker vi i 2021 at kigge på de mange udfordringer, vi står overfor som velfærdsstat, ikke mindst set i lyset af den nuværende COVID-19-krise, men også andre forbundne kriser, vi står overfor som klima, ulighed, identitet, økonomi og demokrati.

Hvordan kan arkitektur- og byplanlægningsfaget skabe god (livs)kvalitet, når det organiserer de fysiske rammer for menneskers hverdag, og hvordan balanceres individuelle vs. samfundsmæssige behov? Hvordan manifesterer 'omsorgen' eller manglen på samme sig det i det byggede miljø politisk, socialt, kulturelt, økonomisk, kulturelt, æstetisk, klimamæssigt? Hvad ønsker vi at beholde og hvad skal være anderledes fra før og under krisen og hvordan kan den være med til at fremme en grøn omstilling og en mere socialt balanceret by?

Eftersom verden lige nu undergår en massiv forandring, hvis konsekvenser vi kun kan spå om, kommer vi til at tilpasse vores fokus, vores markedsføring og kommunikation, vores organisation og vore formater til den virkelighed.

Nogle af vore nyerehvervede erfaringer fra nuværende situation forestiller vi os, at vi også tager med os ind i det nye år, så festivalen i 2021 både strækker sig over længere tid og indholdsmæssigt også tænkes ind i et digitalt kulturliv og kommunikationsrum. Det digitale rum er fuld af potentiale for at styrke det demokratiske aspekt i festivalen, idet flere personer kan tilgå det, ligesom det giver mulighed for en arkivering over aktiviteter og bidrag. Det skal ikke ske som en erstatning for det fysiske rum, men som et supplement. Festivalen er pt. sat til at køre fra d. 15. april og ind i første uge af maj 2021 med udstillinger forlænget ind i resten af maj og drypvise arrangementer henover resten af året, sådan som vi har vane for i samarbejde med Cinemateket og med andre festivaler.

Vi vil som altid fortsætte og videreudvikle på vores erfaringer og levere en endnu mere ambitiøs og aktuel arkitekturfestival i 2021, der vil manifestere København som en central national, nordisk, europæisk og global scene for nytænkning indenfor bæredygtig arkitektur og byudvikling både socialt, kulturelt, økonomisk og klimamæssigt. Det gør vi sædvanligvis ved at udvikle unikke arrangementer i samarbejde med mere end 35 forskellige venues, foreninger, organisationer og institutioner fra hele Storkøbenhavn - både de meget etablerede som fx Louisiana Museum og Cinemateket og mere usædvanlige kulturproducenter som fx almene boligforeninger i Albertslund og Tingbjerg eller til mindre etablerede kulturaktører, som fx Urban13 eller Til Vægs.

Vi vil gerne med vores unikke og aktuelle program skabe en festival, der er med til at sætte dagsordenen i byen ved at tage relevante 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, også - og måske især - de borgere, der ikke er det gængse kulturpublikum, men som kan se en relevans i at undersøge forhold omkring byen og boligen, som danner ramme om alles hverdag.

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 i forhold til 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 eftersom byggebranchen står for mellem 35-40% af landets samlede CO₂-udslip. Arkitektstanden er generelt meget bevidst om FN's verdensmål, og det er derfor nærliggende, at vi fortsætter med at diskutere strategier for at optimere en bæredygtig udvikling indenfor faget. Corona-krisen har sat yderligere fokus på vigtigheden af grønne områder som byens livsgrundlag for trivsel og det offentlige rum og grønne områder vil også udgøre et fokuspunkt.

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 og omegnskommunerne, som en stor del af det gængse kulturpublikum normalt ikke besøger. 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 har således haft en erhvervs-ph.d. tilknyttet festivalen siden februar 2020. Udgifterne til vores ph.d. afspejles ikke i det præsenterede budget.

SAMARBEJDER

Festivalen samarbejder med en lang række partnere, hvor viden hentes, skabes, deles og videreformidles 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. Dette skaber en dybde og nuancering af offentlige diskussioner og viden om byen. 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. Siden 2018 haft vi 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 UIA2023 om publikumsaktiviteter mod 2023, hvor en stor verdenskongres for arkitektur finder sted i København.

KOMMUNIKATION / MARKEDSFØRING

Vores mediasamarbejder med hhv. Politiken, Architonic og Dezeen sikrer os medieomtale på førende medieplatforme 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 med en fokuseret indsats på at få historier, interviews, anbefalinger, mv. placeret rundt i landets medier og siden 2017 med vores internationale pressedelegationer, får vi nu også en bredere international opmærksomhed.

Festivalen arbejder meget strategisk med udvalgte platforme som sit nyhedsbrev, Facebook og Instagram, der pt. har hhv. 2500, >12300 og >4800 følgere mhp. at informere, engagere og konvertere ligesom festivalen benytter sig af udendørskampagner op til og under festivalen rundt i København, af annoncer i udvalgte medier, af tryk og distribution af en programavis, der lander hos 600.000 læsere rundt i hele Danmark, herunder ca. 70% i Storkøbenhavn, af trailerdistribution i biografer 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, der ofte stiller sig engagerede, kritiske og nysgerrige overfor samfundsmæssige spørgsmål. De kommer hovedsageligt fra København og omegn, men rejser også fra resten af Danmark, Europa og verden for at besøge festivalen. Vi kan se, at de repræsenterer alle aldersgrupper og har en lille overvægt af kvinder og mange unge og seniorer. Sekundært har vi en større og større andel af de ikke-gængse kulturforbrugere. Det sker, når vi engagerer beboere i udsatte boligområder i workshops, laver guidede ture utraditionelle steder som fx efterkrigsperiodens bysamfund som Tingbjerg, Bellahøj eller Brøndby Strand, der bevæger sig langs de fem fingre ud af byen eller når vi inviterer til film, debat og fællesspisning i et beboerhus i Voldparken. 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 i 2015 at have 9.000 + ca. 200.000 på DR K til i 2016 at have 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. 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.

Siden 2019 har vi ikke samarbejdet med hverken S-togene eller den hedengange TV-kanal DR K pga. omrokeringer og omprioriteringer. Vores programavis, der bl.a. distribueres med Politiken når ca. 600.000 læsere og i 2019 havde vi herudover ca. 100.000 publikummer. 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, og som har et selvstændigt liv online sammen med alle de andre film, vi har produceret gennem årene på

hhv. sommerskoler og åbne filmkonkurrencer. I 2019 udgav vi ligeledes et manifest, der lever ude på biblioteker og private hjem, som har et liv udover de 11 dage, og som vi ikke har tal på.

I 2020 har vi sværere ved at estimere vores publikumstal pga. nuværende COVID-19-krise, som har gjort, at vi har været nødsaget til at aflyse den planlagte festival d. 23. april – 3. maj, bortset fra den nævnte digitale TV-kanal, og i stedet udskyde en stor del af programmet til senere på året samt digitalisere noget af indholdet. Vi håber på at ramme mellem 50-100.000 publikummer og det samme i 2021.

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 og tilrettelæggelse af >1000 unikke events gennem årene.

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

BUDGET & FINANSIERINGSPLAN 2021*

Budget

Afvikling af events:		<u>430.000</u>
- rejse + ophold, gæster + presse:	-	80.000
- produktioner (udstyr, honorarer, filmlejer, etc.):	-	350.000
Markedsføring + kommunikation:		<u>480.000</u>
- multimedia- produktion (grafik, videoer, website, mv.):	-	120.000
- annoncering:	-	200.000
- tryk:	-	80.000
- distribution:	-	80.000
Administration:		<u>1.770.000</u>
- Lønninger, internt + eksternt:	-	1.460.000
- Kontorhold:	-	260.000
- Besøg samarbejdspartnere, udland:	-	50.000
Total:		2.680.000

Finansiering

Københavns Kommune:	680.000
Andre fonde (Realdania, GI, Dreyers Fond, DFI, Statens Kunstfond, m.fl.)	1.500.000
Sponsorer:	250.000
Billetindtægter:	250.000
 Total:	 2.680.000

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

*Posterne er også indlagt i den tilhørende budgetskaabelon, vedhæftet.

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.
2020: 500.000 kr. / 2.670.000	

UDDYBENDE OM COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVAL

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 og nærmiljø. Noget der bestemt ikke er blevet mindre relevant i forbindelse med nuværende Corona-krise. 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.

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 øget bevidstliggørelse og langsigtet adfærdsændring i retning af en grønnere, sundere og mere solidarisk by. 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 successen med afholdelsen af Copenhagen Architecture Festival i 2021, som vi har givet en tentativ overskrift med "Landscape of Care". Med den titel kigger vi på, hvordan arkitekturen og byudviklingen 'kerer' sig om sin bruger, om det er i materialevalg, i indretningen af byrum, i graden af inklusion vs. eksklusion eller af regulering og deregulering af adfærd og byudvikling. Et emne, der synes meget relevant i skrivende stund fra hjemmekontoret i et karantæneramt samfund.

Siden 2015 har festivalen været en del af det EU-finansierede paneuropæiske netværk 'Future Architecture Platform', som tæller 18 arkitekturrelaterede 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 initiativ, 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 bygningspræmiering til offentligheden, bl.a. via offentlige debatter og guidede cykel- og gåture med byens stadsarkitekt. Siden 2018 har festivalen været en del af det paneuropæiske Goethe-initierede netværk Freiraum, der undersøger og formidler begreber som frihed, identitet og solidaritet på tværs af Europa, hvilket festivalen har deltaget i fra sit arkitektur- og planlægningsprisme. Festivalen vil i den sammenhæng også bidrage til en fælles Freiraum festival, planlagt i Bruxelles i oktober 2020.

Samarbejderne på tværs af institutioner, byer, regioner og nationer, er alle med til at kvalificere festivalens indhold samt økonomisere på ressourcerne.



ANSØGNING TIL FESTIVALPULJEN: EN BÆREDYGTIG OG STÆRK MADSCENE

Copenhagen Cooking & Food Festival søger hermed tilskud på 1 mio. kr. fra Festivalpuljen til at gøre klima og bæredygtighed til hovedtema for Copenhagen Cooking & Food Festival 2021.

Vores ambition er at gøre det nemmere og mere håndterbart for både danskerne og madbranchen at gøre en forskel i kampen for klimaet og bæredygtigheden, samtidig med at vi skal have København som gastronomisk metropol på fode igen i kølvandet på corona.



**COPENHAGEN
COOKING &
FOOD
FESTIVAL**



EN BÆREDYGTIG OG STÆRK MADSCENE

I 2019 vedtog Københavns Kommune en ny ambitiøs Mad- og Måltidsstrategi, hvor man vil arbejde på at formindske klimaaftrykket fra de offentlige måltider i København væsentligt.

I 2020 har København været medstifter af 'Madfællesskabet', hvor en række kommuner på tværs af landet har indgået samarbejde om at styrke relationen mellem by og land ved at koble landets fødevareproducenter og byens køkkener tættere sammen. En indsats, som i lighed med Mad- og Måltidsstrategien, har sigte på en mere bæredygtig udvikling af madbranchen.

Copenhagen Cooking & Food Festival 2021 er også parat til at tage madkampen for klimaet - og ikke mindst for gastronomien. Corona har givet byens spisesteder en gigantisk udfordring, og det kommer til at tage lang tid og kræve hårdt arbejde, før restaurant-scenen er tilbage for fuld styrke igen.

Samtalen om, hvor Danmark skal hen som madland, skal genoptages - og den vil være vigtigere end nogensinde set i lyset af, hvordan corona-krisen har forandret hele verden. Vi tror, at krisen har indskærpet vigtigheden for danskerne af at have et fødevarer-system, som kan håndtere en verden, der kan lukke sig om sig selv hurtigere, end man tror. Vi mener derfor, at bæredygtig udvikling er en af nøglerne til at få madbranchen tilbage på fode.

Vi vil arbejde med verdensmål 12, som handler om at sætte fokus på ansvarligt forbrug og produktion, herunder at hjælpe gæsterne og den danske madbranche med at tænke bæredygtigt, mindske madspildet og udbrede forståelsen for en bæredygtig livsstil.

Også verdensmål 13: Klimaindsats får et særligt fokus. Gennem vores mange events og aktiviteter vil vi inspirere gæsterne og madbranchen til, hvordan de konkret kan agere mere klimavenligt, når de kokkerer, indkøber, dyrker, tilbereder, spiser og serverer mad. Vi ønsker også at gøre gæsterne klogere på, hvordan man selv kan gøre en forskel i hverdagen - uden at gå på kompromis med lækkerhed, velsmag og madglæde. Alle de foreslåede aktiviteter vil vi tage udgangspunkt i fire dogmer for klimavenlige madvaner.

#1 SPIS RÅVARER I SÆSON

#2 SPIS DANSKE RÅVARER

#3 SPIS MERE GRØNT OG MINDRE KØD

#4 SPIS DET HELE OG MINIMER SPILD

Aktiviteterne i denne ansøgning er tilrettelagt ud fra en antagelse om, at vi er tilbage i et nogenlunde normal-scenarie i august 2021, men alle aktiviteter kan tilrettes, så de passer ind de corona-restriktioner, der måtte findes på det tidspunkt.



AKTIVITETER PÅ FESTIVALPLADSEN

Copenhagen Cooking & Food Festivals hjerte er vores festivalplads, som ligger på Israels Plads overfor Torvehallerne. Festivalpladsen vil være åben i fem dage fra 25.-29. august 2021.

CLIMATECOOKING: Klimatelt på Festivalpladsen alle fem dage.

Vi dedikerer et telt på vores festivalplads til aktiviteter, der kan inspirere gæsterne til at spise og lave mere klimavenlig mad i deres hverdag. Det vil vi gøre med samtaler, workshops, masterclasses med kokke og andre involverende aktiviteter.

Indretningen skal naturligvis også være inspirerende med gode klimavenlige løsninger på borddækning og dekoration f.eks. udfordringen med at vælge afskårne blomster, som belaster mindst muligt, eller at finde et klimavenligt stearinlys. Der vil derudover være udstilling af augusts og septembers grøntsager, kartoffelsorter, blomster og krydderurter, som kan inspirere og synliggøre sæsonvarerne.

Vores ambition er at give gæsterne smag for klimaet - i mere end en forstand - med klima-leveregler i køkkenet og nemme overskuelige oversigter over grønt i sæson året rundt. Og så gerne noget, som gæsterne kan tage med hjem - men på den mest klimavenlige måde som muligt.

FESTIVALPLADSEN FORTSAT

Marked for lokale fødevareproducenter

Vi ønsker at dedikere en hel dag på Festivalpladsen til et stort fødevaremarked. Markedet skal præsentere de ultralokale producenter og fødevareinitiativer, der hører hjemme i København, som f.eks. Bygaard, Fællesgro, ByBi, Nabo Farm, Byhumle, Persilles Hjemmedyrk og Tag Tomat. Også de lokale producenter fra Madfælleskabet f.eks. fra Lolland, Bornholm og Odsherred skal inviteres med for at give gæsterne et indblik i diversiteten af danske kvalitetsfødevarer.

Corono-krisen har tvunget mange små fødevarerproducenter til at tænke anderledes, når de skal sælge deres varer. Før corona røg en stor del af produkterne direkte til restauranterne, men med en restaurantbranche i knæ, vil de nu i en længere periode også skulle afsætte direkte til forbrugerne via webshops, markeder og måltidskasser. Her er københavnerne en vigtig målgruppe for oplandet.

Producenterne skal derfor inviteres gratis med på markedet og vi vil også sikre os, at der er initiativer, som formidler varer til forbrugerne, er med. Det gælder f.eks. Rødder & Venner, som er opstået under corona-krisen, men også de mere etablerede initiativer som Københavns Fødevarefællesskab og FællesGro.

Markedet skal bakkes op af et ambitiøst debatprogram med fokus på relationen mellem by og land samt de små producenter på pladsens åbne scene: Cooking Stage.

FREDERIKSBERG HØSTFEST

Høstfesten er en af festivalens store signatur-begivenheder og ikke mindst Copenhagen Cooking & Food Festivals officielle åbningsarrangement; 1500 glade gæster bænket ved et langbord op ad Frederiksberg Allé til en tre-retters økologisk menu kreeret af landmænd og restauranter i fællesskab.

Vi ønsker derfor at dedikere Frederiksberg Høstfest 2021 til de klimadogmer og samarbejdet i Madfællesskabet. Det skal ske med menuer, der består af lokale fødevarer i sæson. Lavet af spisesteder, der også til daglig arbejder med en lokal, bæredygtig vinkel.

De to verdensmål, 12 og 13, skal kommunikeres tydeligt til gæsterne, som opfordres til selv at tænke klimavenligt og bæredygtig denne aften f.eks. ved transport til middagen, deres medbragte service osv. Op til høstfesten vil restauranterne blive tilbudt sparring ift. klimavenlige løsninger og introduceret til lokale producenter, de ikke har arbejdet sammen med før.

MAD PÅ KANTEN

I 2019 introducerede vi Mad på Kanten som et nyt koncept i Copenhagen Cooking & Food Festival med god støtte fra Festivalpuljen. Konceptet blev udarbejdet med ambitionen om at komme ud i de københavnske kvarterer, hvor madrevolutionen ikke har sat sit markante aftryk endnu.

Vi afholdte tre bydelsmiddage i hhv. Nordvest, Sundby og Sydhavnen. Her inviterede vi bydelens beboere til at medbringe en hovedret, som de kunne dele med de andre gæster. Og så indbød vi små madaktører fra området til at stå for aktiviteter og spiselige oplevelser.

Mad på Kanten blev taget utroligt godt imod, og vi har fået meget fin feed back fra både gæster og aktører. Vi ønsker derfor at fortsætte konceptet i 2021, men med et synligt fokus på klima dels via maden dels via de aktører, vi indbyder.

Vi vil aktivt involvere 'grønne' bydels-aktører, så gæsterne kan få indblik i bæredygtige initiativer i netop deres kvarter. Det kunne f.eks. være Kalvebod Fælled Skole, Amager Naturcenter, EnergiCenter VoldParkens økologiske folkekøkken eller f.eks. de urbane gårdbutikker Bygaard og COBRAcph.

Vi ønsker at afholde tre-fire klimavenlige og grønne bydelsmiddage og -events i 2021.



BRANCHE-AKTIVITETER

Restaurant- og fødevarerbranchen arbejder dagligt på at udvikle mere bæredygtige spisesteder, og vi ønsker at give dem inspiration til, hvordan de endnu bedre kan bidrage til at Danmark reducerer sit klimaaftryk i årene fremover. Man kan frygte, at corona-krisen sætter dette arbejde tilbage eller helt i stå, og det er derfor vigtigere end nogensinde, at vi hjælper og inspirerer til at gøre bæredygtige indsatser til en del af løsningen på at komme stærkt tilbage for gastronomien.

Fremtidens fødevarermarked findes - ifølge Landbrug & Fødevarer - i kategorien 'foodservice' med ca. 840.000.000 måltider årligt. Flere og flere mennesker i den rige del af verden får en stadig større andel af deres måltider produceret i professionelle storkøkkener (restauranter, kantiner mv.). Vi spiser meget mere ude, take away er blevet folkeeje og de fleste arbejdspladser har i dag en frokostordning. Det får måske et ophold, men forventningen er, at udviklingen fortsætter, når vi igen får muligheden, økonomisk og fysisk, for at spise uden for hjemmet.

Restauranter og storkøkkener i bredere forstand er dermed en af de afgørende områder, hvis det skal lykkes at gøre det samlede fødevarer-system mere klimavenligt. Vi har allerede fat i rigtig mange af disse aktører, der flittigt deltager i aktiviteter i regi af festivalen. Det skal udnyttes til at inspirere og anspore flere af dem til at servere mere klimavenlig og bæredygtig mad.

Vi ønsker derfor at sætte fokus på problemstillingen ved flere lejligheder under festivalen:

VIP-åbningen

Her samles over 100 af Danmarks mest markante madaktører hos Dansk Industri for at fejre festivalens åbning. Her vil aftenen tage udgangspunkt i de fire klimadogmer, hvilket vil afspejle sig i alt fra taler og dekoration til mad og drikke.

Sparring med udvalgte madaktører

Vi vil tilbyde sparring til festivalens aktører, så de bliver klogere på de daglige valg i køkkenet, hvis de ønsker at minimere klimabelastningen i deres forretning.

Inspirationsoplæg for byens centrale restauratører

Vi ønsker at indbyde byens vigtigste restauratører og kokke til faglig inspiration og sparring. Her kan de blive opdateret på den nyeste viden om klimareduktion samt få inspiration fra kolleger, der under corona-krisen har udviklet nye bæredygtige forretningsområder og -modeller med succes.

Nyhedsbreve til aktører

Vi vil løbende kommunikere festivalens klimatiltag til aktører og partnere via nyhedsbreve både ift. at inspirere dem til mere bæredygtige aktiviteter under festivalen, men også for at klæde dem bedre på til at arbejde med indsatsen efter festivalen.

KOMPETENCELØFT & VIDENDELING

For at kunne træffe de rigtige valg og rådgive vores gæster, partnere og aktører har festivalen selv brug for at blive klædt på til at kunne formidle den nyeste viden, men også at kunne teste relevante ideer.

Klima og bæredygtighed er ofte kompliceret, når det kommer til mad og måltider, og der cirkulerer løbende påstande og nyheder i medierne, hvor det kan være svært altid at gennemskue, hvad der er fup eller fakta. Vi vil derfor selv indsamle og formidle den nødvendige viden om mere klimavenlig mad. Dette vil vi bl.a. gøre med et samarbejde med RF Experience, der skal hjælpe os med at lave en bæredygtigheds analyse og -strategi for festivalen.

Vi ønsker efter festivalen at dele vores viden og erfaringer med klima-arbejdet med byens øvrige festivaler, der også har mad som en (mindre del af deres festival. Således vil de kunne træffe de mest klimavenlige valg muligt i 2022, når det gælder forplejning og mad på deres egne festivaler. Det kan være i regi af BAO (Brancheforeningen af Oplevelsesproducenter, ved en-til-en møder eller ved Kultur- og Fritidsforvaltningens egne eventmøder i Hovedkassen på Rådhuset.

KOMMUNIKATIONSPLATFORM

Copenhagen Cooking & Food Festival er en platform for fortællinger om mad. Vi vil kommunikere vores aktiviteter på alle vores platforme - fra Facebook og Instagram, hvor vi samlet har næsten 50.000 følgere, til nyhedsbreve, på vores websites, i videoer og f.eks. på de klimavenlige muleposer lavet af genbrugsplast. Vi vil også lave et særtillæg sammen med Politiken, hvor også festivalen, klima og ansvarligt forbrug vil være i fokus.

Vi planlægger at lave mindst 10 boostede opslag på vores sociale medier med fokus på klimavenlig madlavning og aktiviteter under hashtags [#copenhagencooking](#) [#climatecooking](#)

Klima og bæredygtighed vil også være den vinkel, vi lægger på presseindsatsen til både danske og internationale journalister. Hvert år har festivalen besøg af en række internationale journalister, og i 2021 vil vi målet være at invitere med henblik på historier om kombinationen af mad og klima.

Vi vil herudover udarbejde en let tilgængelig vejledning til spisesteder, der ønsker at gøre maden mere klimavenlig. Og sidst, men ikke mindst lave relevante trykte materialer rettet mod de gæster, der deltager på pladsen og ved udvalgte øvrige events,

Når festivalen er afviklet vil vi forhåbentlig være nået ud til mange millioner mennesker, der er blevet gjort opmærksom på, hvordan de bedste kan gøre en forskel, når det kommer til klimavenlig mad og en mere bæredygtig livsstil.

EN BÆREDYGTIG OG STÆRK MADSCENE // SPECIFIKATIONER & SUCCESKRITERIER

DATO	20. - 29. august 202
TITEL	EN BÆREDYGTIG OG STÆRK MADSCENE
AKTIVITETSTYPER	EVENTS, KOMMUNIKATION & VIDENDELING
ANTAL FORVENTEDE GÆSTER	Samlet minimum 25.000 gæster
EKSTERNE SAMARBEIDSPARTNERE	Samlet mindst 50

BAGGRUND OM COPENHAGEN COOKING & FOOD FESTIVAL

Copenhagen Cooking blev startet i 2004 af Wonderful Copenhagen, som drev festivalen frem til og med 2016. I disse år var festivalen finansieret primært af Wonderful Copenhagen, Københavns Kommune og EU-midler.

I 2014 blev festivalen skilt ud som selvstændig forening, og i 2016 indgik Wonderful Copenhagen og nonprofit foreningen Food Organisation of Denmark (FOOD) et samarbejde om festivalen med henblik på at udvikle festivalen med et kvalitetsløft i programmet og et 'brancheben', hvor der som en del af festivalen afholdes konferencer, messer, symposier osv. I den anledning blev festivalen omdøbt til Copenhagen Cooking & Food Festival. I 2017 overtog FOOD juridisk Copenhagen Cooking & Food Festival.

I årene fra at Copenhagen Cooking blev skilt ud som selvstændig enhed fra Wonderful Copenhagen, har festivalen modtaget følgende tilskud fra Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen i runde tal:

2014: 3,1 mio. kr., heraf 1,7 mio. fra KK
2015: 2,9 mio. kr., heraf 1,5 mio. fra KK
2016: 2,9 mio., kr. heraf 1,5 mio. fra KK
2017: 2,4 mio. kr., heraf 1,8 mio. fra KK
2018: 1,55 mio. kr., heraf 1,25 mio. fra KK
2019: 1 mio. kr. fra KK fordelt på 0,5 mio. i driftstilskud og 0,5 mio. fra Festivalpuljen. (WoCo bidrager pr. 2019 ikke længere til festivalen)
2020: 1. mio. kr. bevilget fra KKs festivalpulje. Festival desværre aflyst pga. corona.restriktioner.

Dermed har festivalen mistet over 2 mio. kr. årligt i tilskud henover de sidste 6 år. De 2 mio. kr. mindre i det årlige budget er til dels blevet opvejet af, at festivalen har tiltrukket sponsorater fra store private sponsorer, siden FOOD overtog festivalen i 2017. I 2019 udgjorde den samlede støtte fra private aktører 1,2 mio. kr. (Carlsberg, Arla, DI Fødevarer, BC Hospitality Group, Jeudan, Theis Vine).

Det har fungeret godt at lave festivalen de senere år med en blanding af offentlig og privat støtte, fordi det har givet mulighed for at holde fast i festivalens folkelige DNA, hvor man kan støtte de små aktører og nye projekter med fokus på bæredygtig mad, ligestilling mv. Samtidig har de private virksomheder bidraget med aktiviteter med mere kommercielt indhold.

UDFORDRINGEN FREMOVER

Udfordringen fremover er, at balancen mellem finansieringen fra offentlige og private partnere vil tippe, når den offentlige støtte er blevet reduceret så drastisk på kort tid. Fra over 3 mio. kr. i 2014 til 1 mio. kr. i 2019 og til 0 kroner i 2020, hvis der ikke opnås støtte fra puljen eller budgettet.

Selv om de store private aktører i et vist omfang er med på at bidrage til en folkelig del af festivalen, er de også så tilpas forretningsorienterede, at de først og fremmest vil sikre, at de får værdi for deres penge. Samtidig er det begrænset, hvor mange flere midler, der kan rejses fra private partnere.

KONSEKVENSER AF RENT KOMMERCIELLE AKTIVITETER

I praksis vil det betyde, at festivalen ikke længere kan være et flagskib for den københavnske madscene og den internationale branding af København som madby.

Det vil – i bedste fald – være en markant mindre festival med færre indslag, der gør en positiv forskel. Forstået således, at festivalen mister sin mulighed for at holde fast i at kunne lave events rundt om i byen sammen med aktører, som ikke har økonomien eller organisationen til at kunne løfte opgaven.

Det vil også betyde, at festivalen ikke længere kan stå bag anderledes events i unikke byrum. At vi ikke længere kan invitere madiværksættere inden for i festivalen uden beregning eller arbejde sammen med sociale nonprofit foreninger. At vi er nødt til at lægge restriktioner f.eks. om at servere en bestemt slags øl, kød, chokolade eller andet på alle vores events. Med andre ord: At festivalen mister sin mangfoldighed og mulighed for at inddrage græsrodderne, og at festivalens indhold i stedet dikteres udelukkende af de store kommercielle partnere.

Skal vi bevare Copenhagen Cooking & Food Festivals eksistensberettigelse som Danmarks største og mest dagsordensættende madfestival, må finansieringen derfor komme både fra det offentlige og det private erhvervsliv i en balance, der giver plads til alle og til højere formål som fx bæredygtighed og social balance.

KONTAKTDETALJER

COPENHAGEN COOKING & FOOD FESTIVAL

Att: Food Organisation of Denmark (FOOD)

Vigerslev Alle 18, 4. Sal.

2500 Valby

CVR: 33352832

Stine Lolk

Festival Direktør

Stine@thefoodproject.dk

Tlf. +45 53 88 28 03

FOOD er fuldt momsregistreret

BILAG I: Særskilt budget for de ansøgte midler fra festivalpuljen

Budget for de ansøgte midler til Festivalpuljen 2021	
Ekskl. Moms	
Samlet budget: MADKAMPEN FOR KLIMAET (eks	
Indtægter	Ind
København Kommunes festivalpulje	1.000.000
Indtægter i alt	1.000.000
Omkostninger	Ind
Organisation og administration	
Projektledelse alle aktiviteter	220.000
Klimafaglig bistand	75.000
Bæredygtighedsanalyse og-strategi for festivalen	45.000
Frivillige (forsikring, t-shirts, forplejning, gaveposer osv.)	20.000
Ekstern bistand (kokke, musikere, oplægsholdere osv.)	115.000
Organisation og administration i alt	475.000
Kommunikation	
Produktion af materialer	40.000
Grafisk arbejde	20.000
Sociale medier, aktivering og boosts	50.000
PR-indsats danske og internationale medier	30.000
Byrumssynlighed (plakater, bannere osv.)	20.000
Synlighed på festivalpladsen	15.000
Kommunikation i alt	175.000
Venue og logistik	
Leje af venues	45.000
Leje af udstyr (telte borde, bænke, toiletvogne, køkkenvogne)	150.000
Strøm og vand	25.000
Renovation og oprydning	15.000
Hegn, afspærring og terrorsikring	25.000
Transport	20.000
Afvikling og hands	30.000
Forsikring af events	10.000
Venue og logistik i alt	320.000
Uforudsete udgifter 3%	30.000
Periodens resultat	0

ØKONOMI FOR COPENHAGEN COOKING & FOOD FESTIVAL 2021

I 2021 forventes Copenhagen Cooking & Food Festival at have et samlet budget på ca. 3 mio. kr. forudsat, at Københavns Kommune kan bidrage med et beløb svarende til 2019 (1 mio. kr.)

De øvrige midler vil komme fra de private partnerskaber, fra et forventet partnerskab med Frederiksberg Kommune, mindre beløb fra fonde og puljer samt billet- og gebyrindtægter. Derudover stiler Food Organisation of Denmark kontorer, lager, administrativ assistance, kantine, it osv. til rådighed uden beregning.

Vi forventer at søge særskilte midler fra f.eks. Tuborgfondet til gennemførelse af Frederiksberg Høstfest. Til de øvrige aktiviteter nævnt i denne ansøgning søges ikke midler udover fra Festivalpuljen.

Ansøgning om støtte

CPH LIGHT FESTIVAL 2021

Copenhagen Light Festival (CLF) ansøger her Kultur- og Fritidsudvalget om udvikling af festivalen vha. 1,2 mio. i 2021.

Ansøgningen perspektiverer konsolidering for festivalen efter de første 3 år, i et tre-årigt perspektiv fremad.

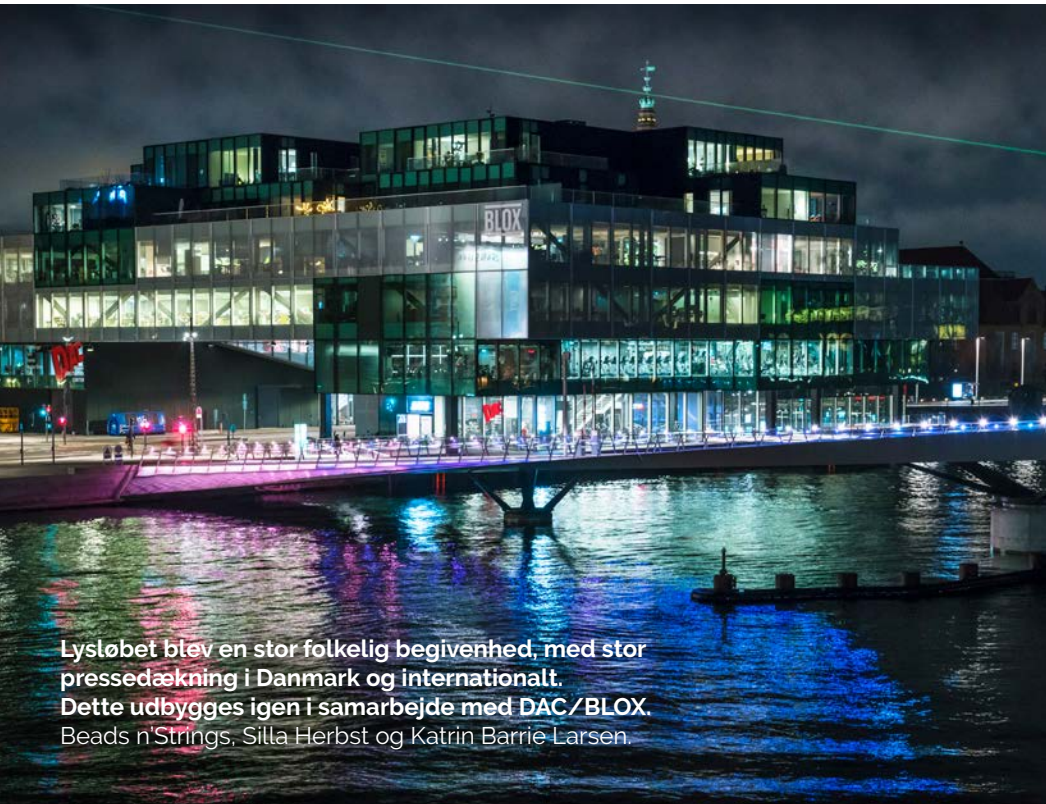
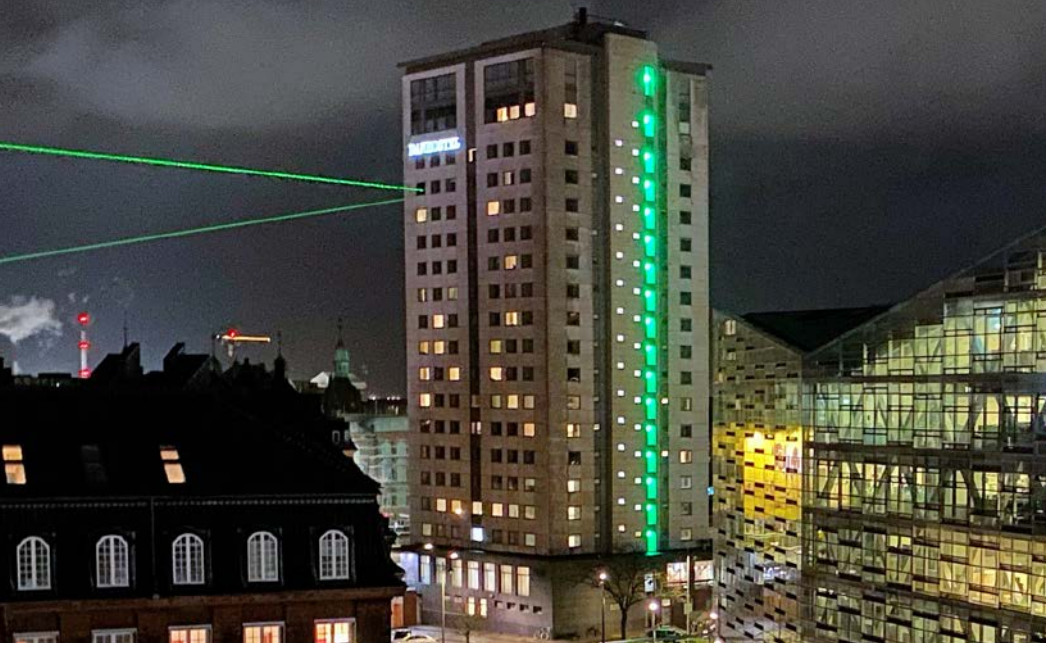
Index

- 2 Organisation og bestyrelse
- 3 Vi aktiverer København
- 3 To Spor
- 4 Copenhagen Light Festival nu og i fremtiden
- 5 WoCo støttebrev
- 6 National og international omtale og kendskab
- 7 Vi gearer de tilførte midler
- 7 Festivalens bredde
- 8 Festivalens bæredygtighed
- 8 Ørsted – certifikat
- 9 Stadsarkitekt – Camilla van Deurs – støttebrev
- 9 Kort over unikke værker 2020
- 9 Udtræk af spørgeskema foretaget efter CLF 2020
- 10 Københavns Kommune budget



CPH
LIGHT
FESTIVAL

Hoteller har vist stor interesse i samarbejde med festivalen.
DanHostel var vært for et værk igen i 2020.
GreenBeam III, Båll&Brand



Lysløbet blev en stor folkelig begivenhed, med stor
pressedækning i Danmark og internationalt.
Dette udbygges igen i samarbejde med DAC/BLOX,
Beads n'Strings, Silla Herbst og Katrin Barrie Larsen.

Organisationen

Foreningen Københavns Lysfestival
/Copenhagen Light Festival

Toldbodgade 39
1253 København K

info@copenhagenlightfestival.org
+45 25 55 66 04

CVR: 40793232
Momsregistreret

Bestyrelsen

Jesper Kongshaug – Formand (lysdesigner, Tivoli)

Mads Vestergaard Olesen – Næstformand (direktør, Stromma)

Annette Juhl – Kasserer (underdirektør, Tivoli)

Pia Allerslev

Kasper Hammer – (director of product and design, Louis Poulsen)

Anders Kongshaug – (chefproducer, VNR.tv)

Jacob Helenius – (chefdesigner, Tivoli)

The Wave, Vertigo

Vi aktiverer København

Copenhagen Light Festival er et stort aktiv for København i en overordnet begivenhedsløs februar måned. Vi aktiverer borgere, kultur- og forretningsliv igennem en ny iscenesættelse af byen. Byen og byens brugere bliver tilbudt et væsentligt kulturtilbud og vi oplever København som kulturby folde sig ud i en ellers mørk tid.

CLF har mulighed for at vokse sig stor og skabe en forskel for København i international omtale, turisme og omsætning i februar (se støttebrev fra Wonderful Copenhagen på side 5).

København er den årlige ramme for Copenhagen Light Festival. En festival der i den grad sætter spotlight på Danmarks hovedstad både nationalt og internationalt. Københavnerne, borgere fra provinsen og turister tiltrækkes af festivalens lysende værker, i det mørke februar.

Festivalen bruger Københavns strategi for lys og strategi for mørke som bagtæppe for nye oplevelser og muligheder for udvikling af byen. Stadsarkitekt Camilla van Deurs har anbefalet festivalen og sendt et støttebrev, der kan ses på side 9.

To spor

Vi forfølger to samtidige spor i festivalen:

Det "folkelige" spor

Mere bredde, for dem, der bare gerne vil have en fantastisk oplevelse, og lære lidt nyt om arkitektur og lyskunst. Vi tilbyder guidede rundture til fods, på cykel og i kanalbåde, beer/wine/coffee-walk-and-talks, lysfester, lysløb og talks (i den lettere genre).

Det "elitære" spor

Mere dybde, for kendere og mere interesserede. Pop-ups på unikke steder og bydele. Art-walk-and-talks, wine/dine and light, foredrag og debatter, med upcoming kunstnere og kendte navne.

Disse aktiviteter er en stigende indtægtskilde for festivalen.





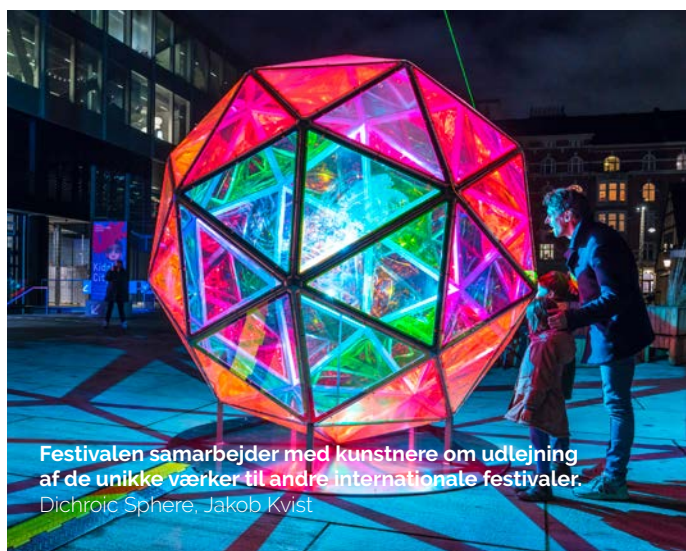
Byens borgere og besøgende aktiveres via festivalens interaktive værker.
Interactive Trampoline, Chong Liu



Værket her, har skabt økonomisk værdi for et nyetableret boligområde i Slusen.
Chromatic City, Jakob Kvist



Tivoli bidrog med fem værker i 2020.
Skøjtebanen i Tivoli.



Festivalen samarbejder med kunstnere om udlejning af de unikke værker til andre internationale festivaler.
Dichroic Sphere, Jakob Kvist

Copenhagen Light Festival – nu og i fremtiden

Formål

Vi tilbyder københavnere og turister en storlået oplevelse i årets hittil uopdagede og begivenhedsløse februar måned, for på denne måde at aktivere borgere, kultur - og forretningsliv. Mere eksponering af København i medier, nationalt og internationalt.

Omfang

Lysmæssige nedslag i byen, overalt i det offentlige rum, omkring kanalerne, strategisk placeret, så der danner sig oplevelsesruter til vands, til lands og på cykel. Fokus på byens vandruter, indre by, brokvartererne og urbane udviklingsområder.

Forventede resultater

Stor lokal og international fokus på København som kulturby, med mørket som konstruktivt afsæt for at tiltrække flere lokale og turister til byen i februar.

Succeskriterier

Levere et højt kunstnerisk, kulturelt og oplevelsesmæssigt niveau af lysinstallationer. Vi vil give folk nye oplevelser, udvide deres horisont, genopdage byen og samle folk om inkluderende oplevelser.

Øget omsætning, interaktion og aktivitet i byen. Flere besøgende, flere turister og dermed flere overnatninger og måltider.



TV2 Lorry havde daglig visning af et lysværk eller event og dette er aftalt igen i 2021, i form af en medieaftale.



296 millioner TV-seere i hele verden. Seertallet er dokumenteret på højde med større events som Eurovision 2014, MTV Europe Music Awards og Copenhagen Fashion Week.

WONDERFUL
COPENHAGEN 

Nørregade 7B
1165 København K

Tlf.: 3325 7400
wonderfulcopenhagen.dk

Dato: 1. april 2020

Til rette vedkommende

København har gennem de seneste år etableret sig som et stærkt brand for storbyrejsende, der vil opleve en moderne storby, hvor ambitioner om høj livskvalitet kommer til udtryk i alt fra byens arkitektur og indretning til de lokales daglige livsstil i byens rum, året rundt.

Det kræver en konstant udvikling at fastholde den position, hvor storbyrejsende vælger netop København frem for vores internationale konkurrentbyer, der på en lang række parametre udfordrer den danske hovedstad. Det kræver også løbende udvikling af byens oplevelsesprodukt at få tidligere besøgende til at komme igen.

Med Copenhagen Light Festival får København en festival, der forener flere af byens stærke kernefortællinger om arkitektur, kunst og design. En festival, der integreres bredt i byen og med byens eksisterende oplevelsesudbud. Copenhagen Light Festival vil give byens besøgende, sammen med de lokale, en ny og oplagt anledning til at besøge og bruge byen.

Københavns kernefortællinger om arkitektur, kunst og design indgår som et væsentligt element i vores internationale markedsføring af hovedstaden. Og Copenhagen Light Festival er en fortælling om helårsdestinationen København, hvor moderne arkitektur, historiske bygninger, broer og havnemiljøer – byens rum i det hele taget – bindes sammen som nye kulturoplevelser i en kold og mørk måned.

Copenhagen Light Festival sætter på nye måder fokus på byens arkitektur de kommende år, som leder op til Københavns værtskab for verdenskongressen for arkitektur, UIA, i 2023, hvor København i den sammenhæng har fået mulighed for at være World Capital of Architecture.

I Wonderful Copenhagen arbejder vi fokuseret på at understøtte udviklingen af byens oplevelsesprodukt, der som Copenhagen Light Festival både i sig selv har tiltrækningskraft og på tværs af byen understøtter den internationale fortælling om København. Derfor støtter vi op om Copenhagen Light Festival.

Med venlig hilsen

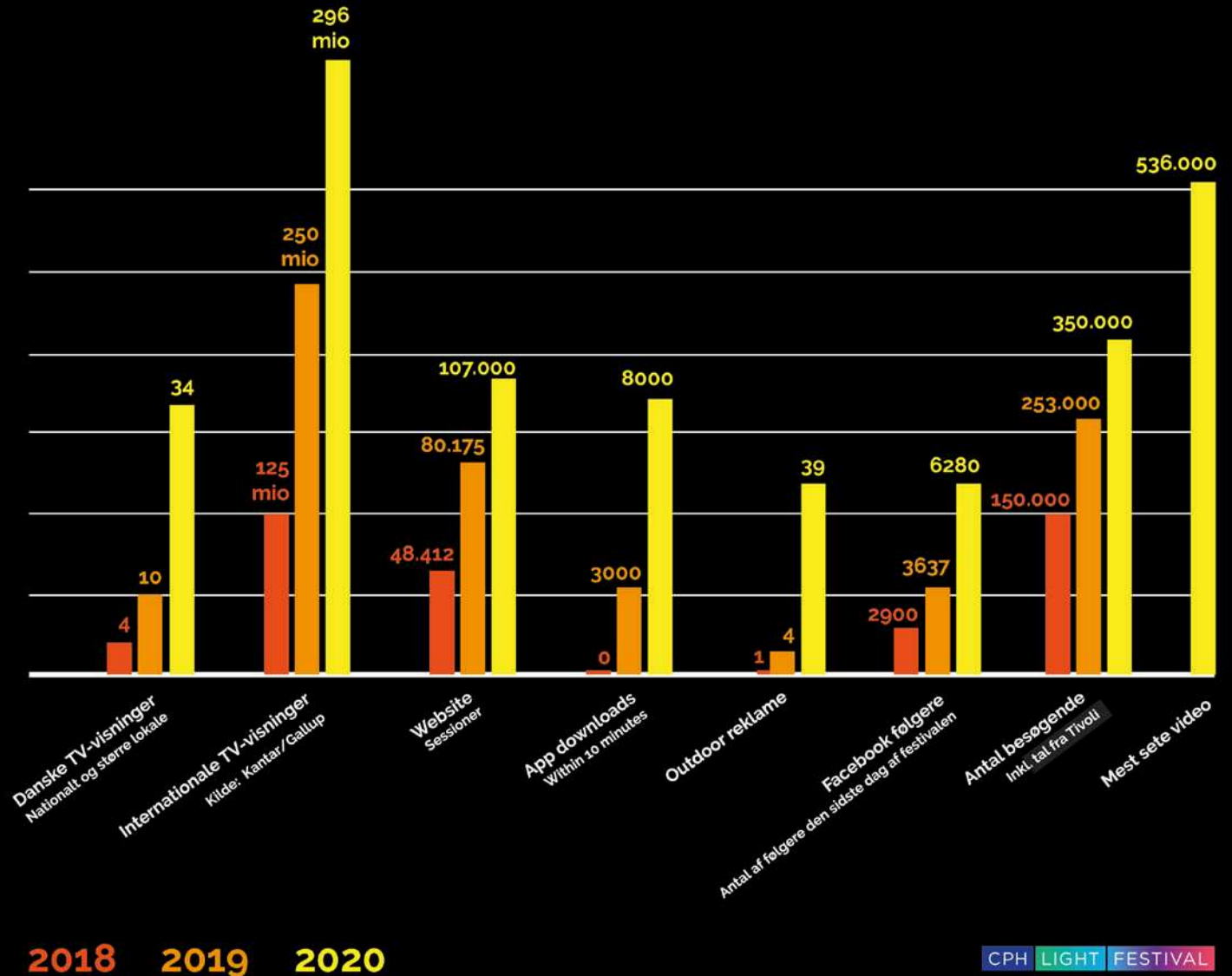
Mikkel Aarø-Hansen

WoCo, støttebrev

National og international omtale og kendskab

Copenhagen Light Festival har vokset sig stor.

- 296 millioner TV-seere i hele verden. Seertallet er dokumenteret på højde med større events som Eurovision 2014, MTV Europe Music Awards og Copenhagen Fashion Week.
- TV2 Lorry havde daglig visning af et lysværk eller event og dette er aftalt igen i 2021, i form af en medieaftale.
- 150.000 gæstede CLF i 2020 (350.000 inklusiv Vinter i Tivoli)
- 107.000 sessioner på hjemmesiden. 65.752 unikke besøgende, heraf 80% fra Danmark.
- Stor aktivitet på alle SoMe-platformer, og samarbejde med WoCo, VDK, UM og Tivoli.
- Mest sete video: 536.000 views

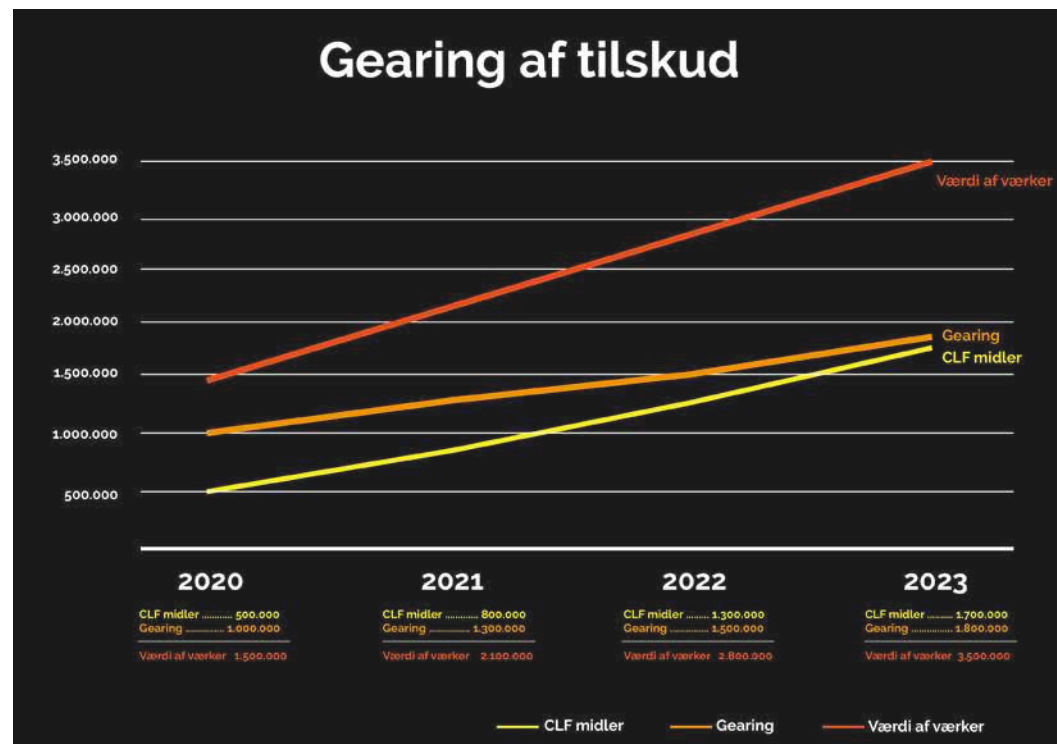


Vi gearer de tilførte midler

En særlig pointe, er samarbejdet med værter og interessenter i regionen. Det er lykkedes os at skabe stigende støtte fra disse, år for år, der betaler direkte ind i værkerne til kunstnere og logistik.

Vi har således i 2020 fået tilført 980.000 kr til værker hvor vores andel var 493.000 kr. Denne vellykkede gearing af midlerne kan vi forøge yderligere, når vi har flere "hænder" der er ansat i en længere periode i festivalen, til at opsøge eksisterende og nye partnere.

Vores strategi er, at antallet af værker ikke stiger i samme høje takt som værdien af værkerne, fordi hvert enkelt værk planlægges større og mere spektakulært. Vi arbejder hen imod en mere bæredygtig økonomi når vi har opbygget flere værker til udlejning og modnet vores organisation og relationer. Denne analyse illustreres nedenfor.



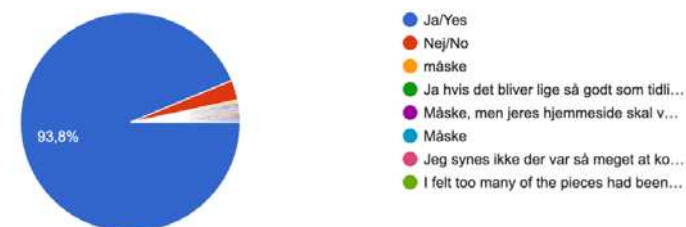
Festivalens bredde

Udover selve lyskunsten i festivalen, lægger vi vægt på andre, synlige aktiviteter undervejs.

- Pop-up events: spektakulære lysinstallationer med nyhedsværdi, opstår midlertidigt på centrale steder i byen.
- I løbet af festivalen lanceres lys- og kunstbegivenheder målrettet både familier, turister og unge.
- Lys-løbet, der udvikles yderligere i 2021.
- Skiftende udstillinger lanceres på havneplatforme (7x12 meter) i samarbejde med Købehavns Havn.
- Paneldebatter / talks, med kendte navne, giver festivalen et velbesøgt perspektiv undervejs
- Festivalen kan opleves live og på flere medieplatforme, hjemme og ude, med nationale og internationale navne.

Har du lyst til at se festivalen næste år?

305 svar



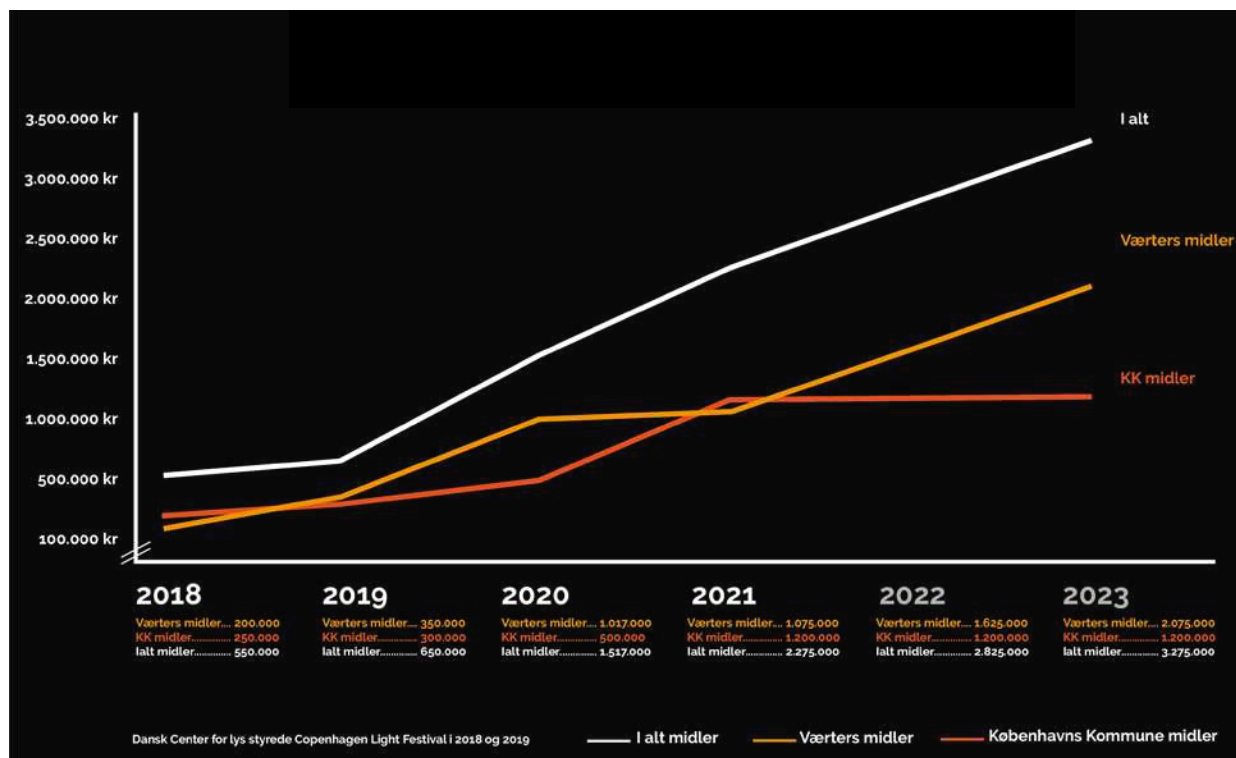
Fra spørgeskemaundersøgelse besvaret af deltagere af festivalen 2020

Festivalens bæredygtighed

CLF arbejder med bæredygtighed i både økonomisk og miljømæssig forstand.

Økonomisk bæredygtighed

Grafen viser væksten fremover. Festivalen arbejder gennem konsolidering for en mere bæredygtig økonomi fremover, der er beskrevet i budgettet. Dette sker ved fortsat gearing af midlerne med flere partnere, ved flere andre indtægter og ved udbygning af samarbejdet med andre festivaler.



Festivalens økonomiske vækst 2018-2023 ved konsolidering

Miljømæssig bæredygtighed

Energien til værkerne sponsoreres af Ørsted med Grøn Strøm. Dette gælder ikke bare køb af kvoter, men reel omstilling til Grøn Energi.

CLF danner ikke støj og danner ikke affald.

I en tid hvor regler for adfærd og afstand reguleres, kan denne lysfestivalen tilbyde fælles, store oplevelser i sikker afstand fra hinanden.

Kanalbådene er EL-drevne og på grøn strøm.



Udstedt til: Foreningen Københavns Lysfestival/Copenhagen Light Festival

Ørsted forpligter sig med dette bevis til at indkøbe og annullere certifikater, for perioden 01-02-2020 til 29-02-2020 svarende til 5.000 forventede forbrug på kWh.

Med køb af strøm fra Ørsted's vindmøller støtter omstillingen til vedvarende energi.



Rune Sonne Bundgaard-Jørgensen
Head of Commodity Solutions, Ørsted A/S
24. januar 2020



2. april 2020

CPH Light Festival Støttebrev

Lys er en fantastisk mulighed for at iscenesætte byen. Vi skal vise vores arkitektoniske og kulturelle værdier, som vi er stolte af. Med lys-sætningen i byen ønsker København at fortælle historier om de særlige steder: Historiske og kulturelle bygninger, monumenter, akser og forbindelser i byen. Steder, man måske ikke bemærker om dagen, men som får nyt liv med belysning. Det betyder ikke, at vi skal bade bygningerne i lys som i nogle sydeuropæiske byer. Lyset skal bruges til at fremhæve bygningernes arkitektur, og det skal passe til omgivelserne.

Derfor finder jeg, at Cph Light Festival netop en fantastisk mulighed for at udfordre vores vante forestillinger og nordiske "artighed" ved at lyssætte byen på nye og udfordrende måder - at sætte spotlight på nye detaljer og sammenhænge i byen - og en meget interessant lejlighed til at vise de muligheder, der er i byen i en dialog mellem kunstnere og borgere om, hvordan byen kan udvikles.

I Belysningsmasterplan for København lavet i samarbejde med lokaludvalgene er fokus, at en god belysning i byen også skal sørge for, at vi kan færdes trygt og sikkert gennem byen både til fods, på cykel og i bil. Udgangspunktet er arbejdet med de 10 unikke bydele, den lokale forståelse af kontekst og behov. Belysningsmasterplanen er ikke et stationært dokument, der er plads til ny inspiration, og den innovation som Cph Light Festival bidrager med.

Lyset i byen handler ikke alene om at bevæge sig sikkert gennem byen, men også om at skabe mere tryghed især i vores udsatte byområder. Derfor er det en særlig glæde at se nye lysprojekter i forbindelse med områdefornyelsen fx på Blågårds Plads, hvor værket *Univers* skabt af kunstneren Karoline H. Larsen, støttet af Kultur- og Fritidsforvaltningen, var et af de mange lysinstallationer som i 2019 under CPH Light Festival bragte øget synlighed til betydningen af lys i byens rum.

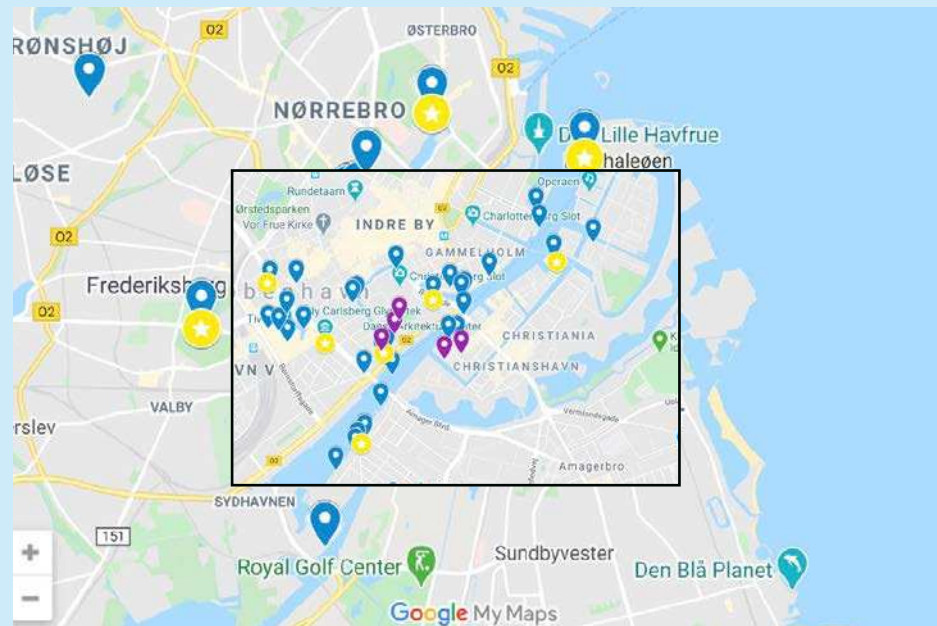
På baggrund af ovenstående, støtter jeg som Stadsarkitekt fuldhjertet Cph Light Festival og håber, at Københavns Kommune fortsat vil støtte denne vigtige begivenhed.

Venlig hilsen

Camilla van Deurs
Stadsarkitekt

Camilla van Deurs, støttebrev

Kort over unikke værker 2020



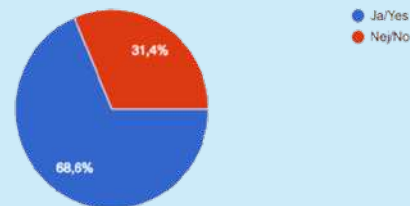
46 unikke værker, CLF 2020

Teknik- og Miljøforvaltningen
Njalsgade 13
Postboks 348
2300 København S

EAN-nummer
5798009809452

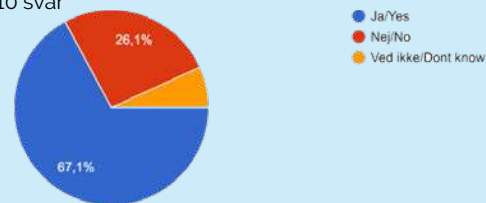
Har du set områder/arkitektur du ikke har set før?

306 svar



Har dit besøg på Copenhagen Light Festival givet dig et andet blik på København?

310 svar



Fra spørgeskemaundersøgelse besvaret af deltagere af festivalen 2020

Budget 2021

Tilskudsmottagers navn: Foreningen Københavns Lysfestival / Copenhagen Light Festival
CVR/CPR: 40793232
Projektets navn: Copenhagen Light Festival

Projektperiode: Festival periode er uge 6+7+8 i 2021 Regnskabsår er 1/5-30/4. 3-årig budgettering 2021+22+23. Se note 3.

Indtægter	Festival 2020 - Resultat	Festival 2021 budgetår 2020/21	Festival 2022 budgetår 2021/22	Festival 2023 budgetår 2022/23
Tilskud fra Københavns Kommune	500.000	1.200.000 - se note 4	1.200.000	1.200.000
Øvrige tilskud, specificeret (herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)				
Støtte fra erhvervsvirksomheder (Stromma; Louis Poulsen; oa)	325.000	425.000	725.000	925.000
Fonde og puljer.	650.000	550.000	750.000	950.000
WoCo meetingplace	n/a	n/a	n/a	n/a
Tivoli sponsorat: Kontorhold	(60.000)	(60.000)	(60.000)	(60.000)
Tivoli sponsorat: Jesper Kongshaug	(100.000)	(100.000)	(100.000)	(100.000)
Dansk Erhverv sponsorat: Børsen åbning	(50.000)	(50.000)	(50.000)	(50.000)
Indtægtsgivende aktiviteter:				
Udlejning værker mv.	0	30.000	70.000	110.000
Guidede ture	42.000	50.000	50.000	50.000
Merchandise	0	20.000	30.000	40.000
INDTÆGTER I ALT	1.517.000	2.275.000	2.825.000	3.275.000

Ikke direkte indtægter				
Gearing: Co-produktion til værker	1.000.000	1.300.000	1.500.000	1.800.000
Amager, Nørrebro mm. (anslået)	1.000.000	1.100.000	1.200.000	1.300.000

INDTÆGTER og INDIRECTE I ALT	3.517.000	4.625.000	5.525.000	6.375.000
-------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Udgifter	Resultat festival 2020	Budget festival 2021	Budget festival 2022	Budget festival 2023
Værker og events - * note 1	493.000	850.000	1.350.000	1.750.000
Værker - Projektledelse	400.000	600.000	700.000	700.000
Marketing & produktion & PR (International TV)	256.000	250.000	250.000	250.000
"Værker: Sæsonforberedelse + SoMe (hensættelse)"	100.000	200.000	200.000	200.000
Fundraiser (fonde)	40.000	60.000	60.000	60.000
Kontorleje (sponseret)	(60.000)	(60.000)	(60.000)	(60.000)
Kontorhold (telefon, porto, revision mv.)	96.000	96.000	96.000	96.000
Variable omkostninger	37.000	50.000	50.000	50.000
Rettigheder Festival	50.000	50.000	50.000	50.000
UDGIFTER I ALT	1.473.000	2.156.000	2.756.000	3.156.000

RESULTAT (INDTÆGTER-UDGIFTER) *note 2	44.000	119.000	69.000	119.000
--	---------------	----------------	---------------	----------------

Kommentar: Bestyrelsen arbejder uhonoreret i festivalen.

Note:

1. Udgift til værker geares af samarbejder med værter. Se om gearing under indtægter på side 5.
2. Foreningen er ukommerciel. Resultat er til uforudsete udgifter og investering i fremtidige lysværker samt foreningens øgede mulighed for selvfinansiering i fremtiden.
3. Ansøgningen omhandler Festivalen 2021. Der er udarbejdet budgetter frem til 2023 for at afdække potentialet i vækst ved konsolidering af organisationen, uden øget tilskud.
4. Det ansøgte beløb står som forudsætning for den beskrevne festival. Ved reduceret tilskud må festivalens volumen forventes reduceres tilsvarende, plus som minimum med den forventede gearing.

Ansøgning

A classical marble statue of a young man playing a pan flute. The statue is shown from the waist up, with its head turned slightly to the right. It is wearing a simple, light-colored tunic. The statue's feet are visible at the bottom, and it is wearing modern, light-colored socks with three blue horizontal stripes at the top. The background is dark and textured.

Golden Days Festival 2021

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 SAMLINGSPUNKT

Golden Days præsenterer en bred vifte af faglighed, oplevelser og formater, der inviterer byens borgere til at deltage aktivt i byens kulturliv. I 2021 omfatter festivalen en ny faglig satsning, der samtænker idræt og kultur, samt et øget fokus på samarbejdet med erhvervslivet og kommercielle aktører.

Den kulturhistoriske festival Golden Days understøtter Københavns Kommunes vision om at være en levende by, hvor kultur, oplevelsesudbud og byrum er i udvikling. Festivalen er en institution i det københavnske kulturliv og udgør et naturligt mødested for kultur- og videbegærlige borgere på tværs af alder, demografi og interesser. Med sin netværkskarakter skaber festivalen endvidere en platform, hvor museer, formidlingsinstitutioner, biblioteker, foreninger, erhvervsliv, søsterfestivaler og andre kulturaktører sammen står bag 17 dages festival, hvis samlede program overstiger, hvad aktørerne kan skabe på egen hånd.

Hvert år i september præsenterer Golden Days en ambitiøs formidlingsfestival, der tager afsæt i det københavnske kulturlandskab. Festivalen udvikles med udgangspunkt i et nyt kulturhistorisk emne, der både lader historiens iboende fascinationskraft tale for sig selv og forbinder et øgede kendskab til historien med en nuanceret forståelse af samtiden og en idérig tænkning om fremtiden.

I 2021 afvikles Golden Days fra 3.-19. september, hvor årets tema er 'antikken'. Festivalen byder på en unik kombination af klassisk dannelse, ny viden og originale oplevelsesformater, når den sætter nålen tilbage til dengang, grundstenene til vores moderne verden blev lagt. Under festivalen præsenteres mere end 150 arrangementer i København i samarbejde med over 100 partnere. Festivalen kickstartes i løbet af sommeren med en landsdækkende mobiliseringskampagne, der kulminerer i hovedstaden. Det samlede publikumstal varierer årligt mellem 30.000-55.000 besøgende. Helt enestående var tallet i 2019 knap 200.000, da festivalen omfattede en landsdækkende vandrestilling, der løb til marts 2020.

Kulturhistorien skal tæt på – og længere ud

Det har altid været en central del af Golden Days at være arnested for nye formidlings- og oplevelsesformater. Net-

op 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. Dette bidrager i sidste ende til institutionernes strategiske og kunstneriske udvikling. Det er derudover en konstant målsætning for Golden Days at fremme publikumsdiversiteten på festivalen, så der fastholdes og udbygges et mix på tværs af alder, køn og etnicitet. I 2021 skal Golden Days nå endnu længere ud både geografisk og demografisk. Ønsket er at skabe møder mellem målgrupper og segmenter, der ikke normalt er i kontakt med hinanden samt at nå målgrupper, der ikke har en naturlig tilknytning til byens kulturinstitutioner. Dette gøres bl.a. ved at udvikle en arrangementsrække der samtænker idræt og kultur. Det er også Golden Days ambition at blive en best case inden for, hvordan man forener public service med den kommercielle verdens vilkår – og dele denne viden med resten af branchen.

Ved at støtte Golden Days Festival i 2021 sikrer Københavns Kommune byen en festival, der skaber forbindelser på tværs af det kulturelle landskab i København, og som skaber et naturligt samlingspunkt for kultur- og historieformidling i Hovedstadsregionen. Med afsæt i støtte fra kommunen tilvejebringer festivalen selv yderligere finansiering. Festivalens samlede budget ligger fra år til år på mellem 3 og 4,5 mio. kr. Københavns kommune ansøges om 1,7 millioner, som er på højde med den bevilling, festivalen har modtaget i en årrække.

Ansøgning



GOLDEN DAYS 2021: ANTIKKEN

I 2021 ser Golden Days tilbage til dengang grundstenene for vores moderne verden blev lagt. Tilbage til en tid, hvor der i det sydlige Europa blev tænkt tanker så store og væsentlige, at de til stædighed præger vores forståelse af både mennesker, magt, kultur og æstetik. Tilbage til kapitel 1 i den moderne europæiske historie.

Nok er det mere end to tusinde år siden, at oldtidens lærde formulerede det tankegods, som vores kultur i vid udstrækning bygger på. Men antikken er alligevel allestedsnærværende i dag – når blot vi ser efter. Fra C. F. Hansens søjler foran Københavns domkirke over de trænedetorsoer i fitnesscentrene til Sven Brinkmanns bestseller-stoicisme. Fra dramaturgien i populære Netflix-serier over nutidens politiske systemer til sporty sneakers og Caspar Erics langdigt, der begge bærer navnet på den græske sejrgudinde, Nike. I antikken tegnedes også konturerne af de institutioner, der i dag udgør grundpillerne i vores samfund. Politikken, juraen og de etiske ideer, der i dag danner rammen om vores demokratiske fællesskab, spirede fx frem i Athens agoraer. Læringsidealene, der tegner vores uddannelser i dag, mimer antikkens gymnasier, akademier og dannelsesbestræbelser. Ja, selv i den måde vi fester på, kan man spore ligheder til oldtidens fejring af vinguden Dionysos. Arven fra den klassiske verden er bestemt en del af vores moderne hverdagsliv.

Er det ikke bare Ødipus, gamle krukker og de der søjler?
Antikken har formet vores nutid – psykologisk, socialt, kulturelt, intellektuelt og politisk. Derfor går Golden Days på jagt i de gamle klassikere og ideerne fra Grækenland og Romerriget. For at blive klogere på os selv, vores samfund og den moderne identitet. For som Cicero sagde "Hvis du ikke ved, hvor du kommer fra, vil du altid forblive et barn."

Mennesker har gennem historien genbesøgt og genoplivet antikken. Tag blot renæssancen eller klassicismen, der som så mange andre historiske epoker har fortolket antikken i sit eget tids- og verdensbillede. Næste år giver Golden Days antikken en renæssance anno 2021. For i en verden, hvor liberale vestlige værdier som sandhed, retfærdighed, frihed og ikke mindst demokrati, der alle udspringer af antikkens tankegods, er under pres, er det på tide at skæve til de gamle romere og grækere. Antikken var i sandhed en tid for store ideer – og netop dét er en mangelvare i dag.

I 2021 sætter Golden Days nålen i antikken. Både for at genopdage og genfortrylle den, men også for at stille nye spørgsmål til det udgangspunkt, vi måske tager for givet. For det er svært at sige antikken uden, at tankerne ledes hen på myterne om legender og guder, der hylder dyder og styrker. Men måske har vi i vores historieskrivning mytologiseret og ophøjet antikken for ukritisk. Det er er mange hundrede år siden, at kunsthistorikeren Johann Joachim Winckelmanns tese om at antikken "var hvid" blev underkendt. Oldtidens statuer var fulde af farver. Men kan vi rykke ved vores forestillinger om antikken? Festivalen vil i hvert fald gøre et forsøg. For der er meget, man kan undre sig over: Hvor er kvinderne? Var demokratiet i antikken egentlig demokratisk? Og er det sandt, at alt virkelig startede der? Og hvad med de andre "antikker"? Den persiske fx?



Muse, fortæl mig om... antikken

Festivalen kombinerer klassisk keredannelse med kritisk historietænkning og original kulturformidling. Golden Days undersøger vores forestillinger om antikken og tilføjer dem nye perspektiver, samtidig med at vi udfordrer idealerne. Festivalen går på jagt i historien, i kunsten, i sporten, i filosofien og i videnskaben og søger at belyse årets tema på tværs af forskellige fagligheder, æstetikker og discipliner. Fra Aischylos' tragedier til Asterix og de gæve gallere. Fra diskoskast til crossfit. Fra Homers heltedigte til Holbergs komiske antihelte. Fra antikkens talekunst til Trumps tweets. Fra toga til trenchcoat. Fra Sparta til Sydhavnen.

Festivalen udvikles og afholdes i samarbejde med mere end 100 partnere i Hovedstaden. Af centrale partnere på festivalen i 2021 kan nævnes: SMK, Nike, Sparta, Ny Carlsberg Glyptotek, Københavns Biblioteker, Restaurant Apollo, Det Kgl. Teater, Copenhagen Pride, Københavns Universitet, Den Kongelige Afstøbningsssamling, Sex & Samfund, Copenhagen Marathon, Dansk Atletik Forbund, Østerbro Stadion, Fitness World, Arbejdermuseet, Vega, Café Europa, Thorvaldsens Museum, Det Kgl. Bibliotek, Betty Nansen Teatret, Ungdomsøen, Borups Højskole, Aveny-T og Nationalmuseet.

Aktivering af temaet hele året

Golden Days præsenterer et samlet festivalformat, der består af 17 dages festival, en massiv mobiliserings- og aktiverings kampagne, to signaturprojekter samt en gennemgående kommunikations- og PR-indsats, der udvider festivalperioden til hele året.

Landsdækkende kampagne: Kulturel olympisk flamme lyser op over hele landet

I 2019 sendte Golden Days et stykke af den originale Berlinmur på Danmarksturné. Det blev en overvældende publikums- og PR-succes, og over 165.000 mennesker oplevede muren på tæt hold. Ambitionen gentages i år nu bare i større skala: Inspireret af den olympiske ild tager Golden Days initiativ til et kulturelt fakkeltog, der spreder dannelse, kulturel oplysning og sammenhængskraft til hele landet. En fakkeltog med levende ild bliver båret af danske kulturpersonligheder og givet fra hånd til hånd netop samme år, hvor der bliver holdt OL i Japan. Fra Herning, til Skagen, til Odense - og til sidst til hovedstaden til festi-

valens åbning. Følgende institutioner uden for København er en del af partnerkredsen: Heart i Herning, Aros i Aarhus, Musikhuset i Aalborg, Skagens Museum i Skagen, Trip Trap i Kolding samt Brandts i Odense. Kulturfaklen starter på Heart Kunstmuseum i juli, hvor Cronhammers skulptur ELIA tænder kulturens flamme. Dernæst bliver ilden båret gennem Danmark til fods, på cykel, skateboard, rulleskøjter, taxa, i tog, i metro ja måske sågar på el-løbehjul.

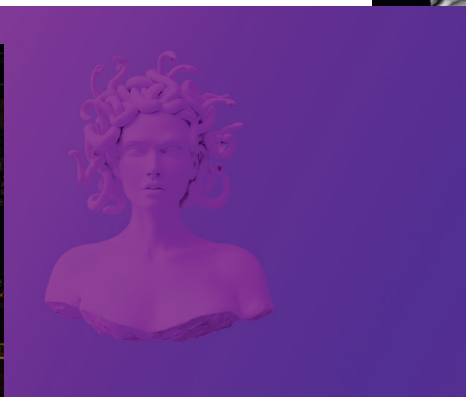
91,1% vil anbefale Golden Days til venner og familie (Evaluering 2019)

Signaturarrangement: Spydkast, skønhed og filosofisk sportshistorie på Østerbro Stadion

Publikum inviteres til et stort, tværfagligt arrangement, der tager sit udgangspunkt i sport og klassisk idræt, og som kombinerer det æstetiske og filosofiske side om side med diskoskast og 100-meterløb. Arrangementet skal tiltrække et omfattende og bredt publikum og vil samtidig sætte det københavnske foreningsliv i spil. Netop nu er der en voksende interesse for krydsfeltet mellem sport og kultur, som Golden Days tidligere har undersøgt i mindre skala. Nu går festivalen hele vejen.

Signaturarrangement: Tragedien på Bellahøj.

Den græske tragedie er ikonisk. Den har dannet skole for europæisk scenekunst med smertende sørgmodighed, moralske læresætninger og det messende kor. I samarbejde med en af byens scenekunst-institutioner udvikles og opsættes en dramatisk nyfortolkning af en klassisk græsk tragedie. Bellahøj Friluftscene – et smukt byrum bygget op som et amfiteater i 1951 og renoveret i 2019 – skal danne rammen om opsætningen flere sensommeraftener under festivalen. Forestillingen skal tiltrække et publikum, som ikke normalt ville valfarte til teaterforestillinger i indre by.



VÆRDISKABELSE

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

Testlaboratorium for nye formater

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 nye måder og i sig selv udgør seriøse og betagende oplevelser. Dette er et af festivalens værditilbud til samarbejdspartnerne, der ofte inspireres af de arrangementer, der udvikles til festivalen, og sidenhen arbejder videre med dem i eget regi. I sidste ende bidrager dette til institutionernes strategiske og kunstneriske udvikling.

Opkvalificering af netværket

Som central netværksorganisation i kulturlivet forbinder Golden Days aktører på tværs. I 2021 vil festivalen opkvalificere netop denne egenskab gennem et nyt initiativ, der skal styrke forbindelser på tværs af branchen og udmunde i en række tværfaglige, samproduktioner under festivalen. Indsatsen tager form som et workshopforløb med fokus på videndeling, netværk og samskabelse. Forløbet vil bestå af tre workshops med fire til seks repræsentanter fra store og små institutioner og foreninger på tværs af fagligheder. Forløbet udvikles og faciliteres af Golden Days Sekretariatet.

Nye målgrupper

Festivalen tilbyder kulturinstitutioner nye indgange til andre brugere end deres sædvanlige publikum. Via festivalens kommunikationsindsatser og det samlede program får museer, aktører og formidlingsinstitutioner nemlig adgang til brugergrupper, som de ikke når ud til på egne platforme – særligt et yngre publikum. Samtidig arbejder festivalen på at tiltrække brugere, der nok har interesse for det historiske, men som ikke umiddelbart føler sig hjemme på museerne eller på forhånd er storforbrugere af kulturtilbud. Eksempelvis mænd, der ofte ikke går på museum, eller unge, hvis kulturforbrug ikke er højt, eller som kan opleve en barriere til de traditionelle institutioner.

Forpligtende samarbejder på tværs af festivaler

Golden Days arbejder tæt sammen med byens øvrige festivaler. De seneste år har festivalen bl.a. arbejdet sammen med Strøm Festival, CPH Stage, Copenhagen Pride, Distortion, CPH:DOX og Copenhagen Architecture Festival. Samarbejdet består dels i at præsentere søsterfestivalerne i eget program, og dels gennem fælles mobiliseringskampagner.

Markante kommunikationsresultater og agendasættende PR

Golden Days har opbygget en stærk position inden for kommunikation, markedsføring og PR. Dette sikrer årligt markant omtale af festivalens tema og samarbejdspartnere. I 2019 opnåede festivalens kampagner en samlet rækkevidde på 215.000 unikke personer på sociale medier og knap 200 presseklip.

”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)

Ansøgning



UDVIKLINGSMÅL 2021

I 2021 arbejder Golden Days med tre nye indsatsområder: En ny faglig satsning, der samtænker idræt og kultur, styrket samarbejde med erhvervsliv og kommercielle partnere samt indsatser vedrørende øget diversitet blandt publikum.

Nyt greb forener kultur og idræt

En ny udtryksform, et nyt felt og en ny disciplin med helt særlige potentialer får plads på næste års festival. Sporten, idrætten og de kropsorienterede fagligheder tildeles nemlig deres retmæssige plads på festivalen om antikken. Det sker gennem en faglig satsning og en arrangementsrække, der samtænker sport, idræt, kultur, filosofi og ikke mindst historie. Den kulturhistoriske og æstetiske tilgang, der ofte står centralt på festivalen, kombineres under dette faglige spor med sanselige fysiske oplevelser, der desuden giver festivalen mulighed for at knytte endnu tættere bånd til det københavnske foreningsliv.

Sporten som indgang til festivalens tema realiseres gennem en arrangementsrække, der består af ti events samt et større signaturformat. Arrangementerne kombinerer fysisk udfoldelse udi klassiske discipliner – helt i Olympias ånd – med fordybelse og debatter om idrættens sociale og kulturelle dannelsesværdi dengang som nu. Den samlede indsats er tænkt som en hyldest til foreningsidrætten, til sportens æstetik samt forfattere, kunstnere og tænkere, der har bygget bro mellem idræt, kunst og kultur.

Nye samarbejder med kommercielle aktører og erhvervslivet

De kommende år vil Golden Days optimere og styrke samarbejdet med kommercielle aktører og dansk erhvervsliv. Målet er dels at skabe en mere robust og økonomisk bæredygtig organisation, der muliggør udviklingen af flere og større arrangementer, dels at blive en foregangsorganisation, der udvikler strategiske og kreative alliancer og samarbejdsformer på tværs af erhvervs- og kulturlivet. Festivalen vil i 2021 udvide og udvikle samspillet mellem kultur og erhverv for sidenhen at dele erfaringer med kollegaer og samarbejdspartnere, så hele branchen potentielt set får gavn af denne indsats' bestræbelser.

Den styrkede økonomiske gearing, festivalen opnår gennem disse partnerskaber, vil desuden muliggøre, at arrangementsfrekvensen kan øges, så festivalen kan være aktuel ud over festivalperioden. Den kommercielle udvikling af Golden Days vil også bestå af et styrket fokus på forretningsudvikling samt forøgelse af egenindtægter i form af fx billetsalg ved signaturarrangementer.



UDVIKLINGSMÅL 2021

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 tematikker arbejder festivalen på at skabe relevans for flere generationer og målgrupper. Golden Days er festivalen, hvor generationer mødes.

Resultater og succeskriterier for 2021

- Udvikling af ny tværfaglig arrangementsrække som samtænker idræt og kultur
- Stor scenekunstnerisk produktion på Bellahøj amfiteater
- Landsdækkende aktiveringskampagne
- Øge egenindtægter med 200% (fra 2019)
- 35.000 deltagende publikummer
- 180 presseklip
- 150+ arrangementer
- 100 samarbejdspartnere blandt kultur- og formidlingsinstitutioner i og omkring Hovedstaden



ØKONOMI OG SAMARBEJDSPARTNERE

Københavns Kommune ansøges om at støtte Golden Days Festival med 1,7 mio. kr. i 2021.

Golden Days Festival har i 2021 et budget på 4,3 mio kr. Af dette beløb udgør bevillingerne fra Københavns Kommune den afgørende grundstøtte, der muliggør, at festivalen efterfølgende kan rejse de resterende midler via fonde, kommercielle samarbejdspartnere og sponsorer. Københavns Kommune ansøges om at støtte Golden Days Festival med kr. 1,7 mio. i 2020, som er på niveau med den bevilling, festivalen har fået fra 2018 og før. For at sikre størst mulig relevans og synergi med samarbejdspartnere, arbejder Golden Days Festival med en udviklingshorisont op til 1,5-2 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.

Golden Days Festival samarbejder typisk med mellem 100 – 150 partnere. Sammensætningen af partnere varierer fra år til år afhængig af ressourcer og tematik. Sidste år samarbejdede festivalen med følgende indholdspartnere: AKB København, Alhambra – Museet for humor & satire, Amar:litt, Arbejdermuseet, Arkitektens Forlag, Athelas Sinfonietta, ATLAS Magasin, Auteur Dinners, Baggaardsbaroner, Bernstorff Slot, Bibliotekshuset Rodosvej, Bibliotekerne på Amager, Bip Bip Bar, Birkerød Bibliotek, BK Skjold, Bladtegner Museet, BLOX, BUPL Storkøbenhavn, Byens hus Roskilde, Børnekulturhus Ama'r, Café Europa 1989, Camera Film, Cinemateket, Cisternerne, COBE, Copenhagen Pride, Dansk Kulturinstitut i Indien, Dansk Pædagogisk Historisk Forening, Den Konservative Vælgerforening i Gentofte, Det Kgl. Bibliotek, Det Kongelige Danske Musikkonservatorium, Det Kongelige Teater, Det Samfundsvidenskabelige Fakultet, Københavns Universitet, Det var Zittans, ENIGMA – Museum for post, tele og

kommunikation, Embassy of Poland, FIGURA Ensemble, Folkehuset Absalon, Frederiksberg Stadsarkiv, Føljeton, Gads Forlag, Garderhøjfortet, Gentofte Hovedbibliotek, Gentoftegade Bibliotek, Gladsaxe Hovedbibliotek, Goethe-instituttet, Gorki Café-Bar, Grand Teatret, Gyldendal, Hærens Officerskole, HØRT, Ingolfs Kaffebær, Institut for Bygningskunst, By og Landskab – KADK, Institut for Tværkulturelle og Regionale Studier, KU, Jægersborg Bibliotek, KAB, Karens Minde Kulturhus, KIHOSKH, Koldkrigsmuseum Stevnfort, Kongerækken/Politiken Historie, Kreativt hus for børn, Krigsmuseet, Kultur S, Kulturhuset Islands Brygge, Kunstforeningen GL STRAND, Kunsthal Charlottenborg, Kvarterhuset, Københavns Hovedbibliotek, Københavns Museum, Københavns Stadsarkiv, LISE (Litterære Selskaber, LiteraturHaus, Lyngby-Taarbæk Bibliotekerne, Lyngby-Taarbæk Stadsarkiv, Magasin du Nord Museum, Meyers Deli, Mogens Dahl Kammerkor, Movie-House Hellerup, Museet for Samtidkunst, Musikmuseet, Natkirken / Vor Frue Kirke, Nikolaj Kunsthal, Ny Carlsberg Glyptotek, OHO!, Palads, Partnerskabet, Urbanplanen, Politikens Boghal, Politikens Forlag, Reprise Teatret, Riesen Bar, Roskilde Bibliotek, Roskilde Lokalhistoriske Arkiv, Roskilde Museum, Roskilde Pop Up-Bio, Rudersdal Kammersolister, Rundetaarn, Shoot Festival, Skovshoved Hotel, SNIK Gymnastik, Sophienholm, Sort/Hvid, Spillestedet Richter, Stadsbiblioteket i Lyngby, Storm P Museet, Strøm Festival, Sydhavn bibliotek, Thorvaldsens Museum, Ungdommens Folkemøde, URBAN 13, VEGA, Videomøllen.

Golden Days 2019: 1989

- 175 arrangementer
- 130 partnere
- 17 partnere er kommunale institutioner i Københavns Kommune
- 68 partnere er ikke-kommunale beliggende i Københavns Kommune
- 41 partnere er institutioner og aktører fra hele Sjælland

BAGGRUND OG FORMÅL

Festivalen sætter kulturen og 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.

Ambitionen for Golden Days Festival er at styrke den almene interesse for kultur og historie samt tilvejebringe nye erkendelser om forholdet mellem vores fælles fortid og det samfund, der formes af og former os som borgerne. Gennem nyskabende og eksperimenterende formidlingsformater sættes kulturhistorisk forskning og ny viden i spil – også i relation til samtidens tendenser og interessefelter. Med denne ambition ønsker vi, at publikum i mødet med Golden Days bliver klogere på både fortiden, samtiden og sig selv.

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 mere end 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 i forbindelse med festivalens afvikling. Konkret betyder det, at der først og fremmest anvendes kvalitets- og miljøcertificerede trykkerier til produktion af den årlige programavis og årets festivalplakater. Det kunne fx være KLS PurePrint, der er 'cradle-to-cradle'-certificeret. Produktion af tryksager er festivalens største klimamæssige aftryk. Festivalen opfordrer ligeledes folk til at anvende cyklen eller den kollektive trafik, når de deltager i Golden Days' arrangementer. Golden Days er desuden også under særlig indflydelse af Golden Days Sekretariatets anden festival, Bloom – festival om natur og videnskab, hvor FN's verdensmål er centrale pejlemærker for både indhold og produktion.

Mangfoldighed

På Sekretariatet skabes formidling, der favner bredt og repræsenterer så stor en del af befolkningen som muligt. Det er væsentligt, at festivalens program afspejler det samfund, festivalen ønsker at præge gennem den årligt tilbagevendende kulturfestival. Derfor er ambitionen hos Golden Days at skabe arrangementer, hvor indholdet demonstrerer diversitet i forhold til både køn, alder, etnicitet og sociale grupper. Sekretariatet arbejder ikke med kvoter, men har en naturlig og gennemgående bevidsthed om at forsøge at skabe balance mellem repræsentation af køn, alder, etnicitet og demografiske parametre ved arrangementer, som Golden Days selv producerer.

Golden Days' bestyrelse

Lotte Hansen (Bestyrelsesformand. Direktør, Hansen Agenda), Signe Lopdrup (Næstformand. Adm. Direktør, Roskilde Festival), Ulrik Langen (Professor i Historie, Københavns Universitet), 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)

Ansøgning



BUDGET

Tilskudsmodtagers navn: Fonden Golden Days
Festivalens navn: Golden Days Festival 2021 – Antikken
Projektperiode: 1. oktober 2020 – 30. oktober 2021

Indtægter

	Budget 2021	Budget 2020	
Tilskud fra Københavns Kommune	1.700.000	1.500.000	Bevilliget
Kommunale tilskud	200.000		
Frederiksberg Kommune		200.000	Bevilliget
Statslige tilskud	100.000		
Slots- og Kulturstyrelsen		200.000	Ansøgt
Private fonde	2.000.000		
Tuborgfondet		400.000	Ansøgt
Dreyers Fond		250.000	Ansøgt
Roskilde Festival Fonden		250.000	Bevilliget
Knud Højgaard Fonden		250.000	Ansøgt
Beckett Fonden		200.000	Ansøgt
Frederiksberg Fonden		200.000	Ansøgt
William Demant Fonden		200.000	Ansøgt
Øvrige private fonde		85.000	Ansøgt
Egenindtjening	300.000	100.000	
Indtægter i alt	4.300.000	3.835.000	

Finansierungsplan for budget 2021

Københavns Kommune	1.700.000
A.P. Møller Fonden	600.000
Nordea Fonden	350.000
Louis-Hansen Fonden	200.000
Spar Nord Fonden	200.000
Augustinus Fonden	200.000
Frederiksberg Fonden	150.000
Knud Højgaards Fond	100.000
Frederiksberg Kommune	100.000
Øvrige private fonde	400.000
Egenindtjening	300.000
Tilskud og egenindtjening i alt	4.300.000

Udgifter

	Budget 2021	Budget 2020
Lønudgifter		
Lønninger	2.150.000	1.850.000
Lokaleudgifter		
Husleje	156.000	142.000
El, vand og varme	22.000	19.000
Vedligeholdelse	24.000	22.000
Rengøring	23.000	21.000
Diverse	5.500	5.000
Personaleudgifter		
Transport og overnatning	5.500	5.000
Fortæring	10.000	8.000
Uddannelse	8.000	5.000
Øvrige personaleudg.	16.500	15.000
Kontorholdsudgifter		
Kontorartikler	5.500	5.000
Telefon, porto og fragt	22.000	20.000
IT-udgifter	55.000	50.000
Anskaffelser og vedligehold af inventar	11.000	10.000
Revision	16.500	15.000
Andre konsulenter (advokat mv.)	22.000	20.000
Abonnementer og kontingenter	8.000	7.000
Forsikringer	13.000	11.000
Diverse kontorhold	16.500	15.000
I alt	2.590.000	2.245.000
Festival		
Udvikling og opstart		90.000
Konceptudvikling	40.000	
Materialer	10.000	
I alt	50.000	90.000
Formidling, programlægning og kuratering		575.000
Programavis	120.000	
Programlægning og kuratering	85.000	
Produktion og afvikling	60.000	
Redaktør- og tekstarbejde (print og digitalt)	25.000	
Frivillige	10.000	
I alt	300.000	575.000
Kommunikation og markedsføring		575.000
Tekstarbejde	80.000	
Visuel kommunikation - identitet, web og layout	130.000	
Markedsføring, kampagne, outdoor, digitalt	280.000	
Film, dokumentation og kampagnefotos	60.000	
I alt	550.000	575.000
Uforudsete udgifter	100.000	0
Fyrtårsaktiviteter 2020		
Åbningsarrangement på Statens Museums for Kunst		280.000
Projekt: Mobiliseringskampagne		70.000
Fyrtårsaktiviteter 2021		
Projekt: 'Kulturel flamme' lyser op over hele landet	250.000	
Projekt: Formidlings- og mobiliseringskampagne	60.000	
Projekt: Sport, kultur og filosofi på fx Østerbro Stadion	200.000	
Projekt: Produktion på Bellahøj amfiteater	200.000	
I alt	710.000	350.000
Udgifter i alt	4.300.000	3.835.000
Resultat	0	0

København, den 15. april 2020

Københavns Kommune
Kultur- og Fritidsudvalget
Rådhuset

Ansøgning om støtte til at gennemføre Historiske Dage 2021

Ansøger: Historiske Dage, Tuborgvej 164, 2400 København NV, 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 2021, Øksnehallen 10.-11. april 2021

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 overflødhedshorn. 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.

2021-fokus:

Flere børn (og børnefamilier og bedsteforældre med børnebørn) skal deltage på Historiske Dage. Derfor skal Københavns Kommunes støtte blandt andet muliggøre, at vi i 2021 kan tilbyde gratis adgang for børn under 18 år – og at vi etablerer et særligt område med historieoplevelser for børn i alle aldre.

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

- Christian 2. inviterer hollændere til at opdyrke Amager - 500 år
- Freden i Nystad afslutter den store nordiske krig - 300 år
- Dansk Kvindesamfund - 150 år
- Den internationale Arbejderforening for Danmark (senere Socialdemokratiet) - 150 år
- Georg Brandes' forelæsninger igangsætter det moderne gennembrud - 150 år
- Christiania - 50 år

Andre ansøgninger:

Vi planlægger også bla. at ansøge Augustinus Fonden, som også støttede Historiske Dage i 2020.

Ansøgt beløb: 400.000 kr.

På baggrund den usikre økonomiske situation, mange af vores deltagende museer mv. i foråret 2020 befinder sig i, vil vi imødekomme - og hjælpe - dem ved at tilbyde deltagelse på favorable vilkår. Derfor budgetterer vi med en nedgang i indtægten ved udlejning af stande på 25-30% - og et tilsvarende større behov for støtte fra Københavns Kommune og private fonde.

Bilag: Projektbeskrivelse og budget

HISTORISKE DAGE 2021

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 hvert forår 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 75 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 150 indsigtsfulde, tankevækkende og farvestrålende events på scenerne, på gulvet og på pladsen foran Øksnehallen.

Historiske Dage 2020 afholdes i weekenden 10.- 11. april 2021 i Øksnehallen i København.

Historiske Dage vil også i 2021 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 2021 f.eks. 500-året for, at Christian 2. inviterede hollændere til at opdyrke Amager, og 50-året for Christianias etablering.

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.

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, 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 2021.

Historiske Dage bliver markedsført via et programmagasin, som bliver trykt i et oplag på 200.000 stk. og distribueret som dagbladsindstik og via biblioteker, kulturhuse, museer og boghandlere i Storkøbenhavn og på Sjælland. Storstilet outdoor-markedsføring i samarbejde med Københavns Kommune sikrer stor synlighed i byens strøggader og pladser med forventet omkring 150 banner-, infostander-, aribus- og plakatlaceringer. 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 festivalmagasin, ophænge plakater og sælge billetter via egne salgskanaler. I 2021 forventer vi at have minimum 3.000 nyhedsbrevsabonnenter og 10.000 Facebook-følgere.

IKKE-KOMMERCIEL KULTURBEGIVENHED

Historiske Dage 2021 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 advisory board fungerer som rådgiver i forbindelse med forberedelse, gennemførelse og evaluering af Historiske Dage. Gruppen består af følgende personer:

- Historiker og forfatter, direktør Asser Amdisen, Skoleskibet Georg Stage
- Historiker og journalist Dorthe Chakravarty
- Områdeleder Allan Vestergaard, Rigsarkivet
- Formidlings- og kommunikationschef Mie Ellekilde, Museum Vestsjælland
- Museumsinspektør Jakob Seerup, Bornholms Museum
- Tv-producer og tidl. DR3-redaktør Julie Ralund, United Production

Historiske Dage vil i 2021 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 70 udstillere med egen studeplads
6. Minimum 70 pct. overvejende tilfredshed med Historiske Dage hos udstillere
7. Minimum 15 udstillingsstande på Øksnehallen's forplads
8. Minimum 125 debatter, foredrag og events på fire scener

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 2021 kan tilbyde gratis adgang for børn under 18 år og et særligt børneområde i Øksnehallen, så andelen af deltagende børn kommer op på 10%, og vi får flere børne- og bedsteforældrefamilier til at deltage.

TIDSPLAN

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

- Forår 2020: Fundraising
- Forår 2020: Aftale med mediepartnere
- Forår 2020: Aftaler med udstillere
- Efterår 2020: Fortsat aftaler med udstillere
- Efterår 2020: Aftaler med oplægsholdere
- Efterår 2020: Programlægning og sidste aftaler på plads
- Efterår 2020: Start markedsføring og pr
- Januar-april 2021: Markedsføring og pr intensiveres
- April 2021: Historiske Dage 2021 afholdes (10.-11. april i Øksnehallen)
- April 2021: Evaluering af forløb og succeskriterier
- Forår 2022: Succesen gentages (Øksnehallen er booket 26.-27. marts 2022)

ØKONOMI

Der er udarbejdet et budget, som balancerer ved indtægter på 2.600.000 kr.

Det samlede eksterne finansieringsbehov er 900.000 kr., som søges dækket via kommunal støtte på 400.000 kr. og støtte fra private fonde på 500.000 kr. Støtten vil gå til dækning af udgifter til oplægsholdere, markedsføringsaktiviteter, leje af udstillingssted og teknisk afvikling af festivalen.

HISTORISKE DAGE 2021

Budget

INDTÆGTER

Tilskud fra Københavns Kommune	400.000
Øvrige tilskud, forventet	500.000
Honorarer	0
Billetindtægter	800.000
Øvrige indtægter, specificeret	
a) Annonceindtægter	250.000
b) Salg af stande til udstillere	650.000
INDTÆGTER I ALT	2.600.000

UDGIFTER

Løn og honorarer	650.000
Konsulentudgifter	150.000
Honorarer, optrædende mv.	75.000
Materialeudgifter	40.000
Transportudgifter	15.000
Opholdsudgifter	15.000
Forplejning, herunder møder	15.000
Diverse repræsentation	10.000
PR og markedsføring	950.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	20.000
Billetsalg (terminaler mv.)	10.000
Revisionshonorar	25.000
Øvrige udgifter, specificeret	
a) Leje af Øksnehallen mv.	575.000
b) Mad mv. frivillige hjælpere	30.000
c) Diverse	20.000
UDGIFTER I ALT	2.600.000

RESULTAT

0

BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud 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.

Tilskudsmodtagers navn: Folkeuniversitet i Aarhus, Emdrup og Herning
CVR: 69386512
Festivalens/eventets navn: Historiske Dage 2021

Projektperiode: <i>01.05.2020-30.04.2021.</i>

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	400.000	250.000	
Øvrige tilskud, specificeret (<i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i>)			
a) private fonde	500.000	250.000	
b)			
c)			
Honorarer	0	0	
Billetindtægter	800.000	600.000	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) annonceindtægt, festivalmagasin	250.000	200.000	
b) salg af stande, udstillere	650.000	1.000.000	
c)			
INDTÆGTER I ALT	2.600.000	2.300.000	

Udgifter	Budget	Budget året før
<i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>		(hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer	650.000	620.000
Konsulentudgifter	150.000	120.000
Materialeudgifter	40.000	40.000
Transportudgifter	15.000	30.000
Opholdsudgifter	15.000	15.000
Fortæring, herunder møder	15.000	50.000
Diverse repræsentation	10.000	12.000
PR og markedsføring	950.000	543.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	30.000	45.000
Revisionshonorar	25.000	25.000
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Leje af Øksnehallen mv.	575.000	650.000
b) Mad mv. frivillige hjælpere	30.000	40.000
c) Honorar, optrædende mv.	75.000	
d) Diverse	20.000	10.000
UDGIFTER I ALT		

RESULTAT	2.600.000	2.300.000
-----------------	------------------	------------------

Kommentarer/forbehold:



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

København, 28. april 2020

Ansøgning vedr. støtte til Københavns 10. Jødiske Kulturfestival 2021

Jødisk Kulturfestival i København søger hermed Kultur- og Fritidsudvalget om et tilskud på **250.000 kr.** til Jødisk Kulturfestival 2021 som arrangeres for 10. gang i København.

Festivalen afholdes i perioden 30. maj – 6. juni 2021 i Københavns Kommune.

Det overordnede tema for festivalen er FRIHED og festivalen fokuserer i en særlig grad på dansk-jødisk fælles kontekst, fælles historie, kulturarv og sameksistens. Begge dele afspejles i sammensætningen af programmets aktiviteter.

Den 10. udgave af Københavns Jødiske Kulturfestival var planlagt til at blive afholdt i 2020 i perioden 31. maj – 7. juni. På grund af COVID-19 krisen og statsministerens udmelding om aflysning af alle kulturelle arrangementer og festivaler til og med den 31. august 2020, har festivalens bestyrelse også aflyst festivalen i år. Festivalens bestyrelse har også forholdt sig til Københavns Kommunes retningslinjer ift. håndtering af anbefalinger om coronavirus, hvor Jødisk Kulturfestival var omfattet af specifikationer under problemstillingen under Sundhedsstyrelsens anbefalinger:

*”Enkelte større (pt. over 1.000 deltagere) arrangementer anbefales aflyst helt, og arrangementer med færre end 1.000 deltagere vurderes konkret i forhold til smitterisiko, f.eks. ved **mange udenlandske deltagere eller arrangementer på begrænset plads.**”* (jf. link nedenfor)

<https://www.kk.dk/indhold/kultur-og-fritidsudvalgets-modemateriale/10032020/edoc-agenda/a36bf03d-913e-483f-8810-377c21555a75/0fe0c51a-a465-4a34-b56b-c0ca3f6cae71>

Særligt relevante punkter for festivalens beslutning var *mange udenlandske deltagere og arrangementer på begrænset plads*. Som følge af denne beslutning, måtte vi aflyse over 60 arrangementer og dække nogle allerede afholdte udgifter. Samtidigt har vi startet dialog med alle kunstnere og gæster om at flytte programmet til 2021 og bede om deres tilsagn, hvorvidt de vil deltage i 2021. Indtil videre har størstedelen af de danske og de internationale kunstnere bekræftet deres deltagelse i næste års festival 2021. De planlagte arrangementer fremgår af punkt 4. i denne ansøgning under 'Program og samarbejde 2021'.

Kunstneres engagement i denne dialog og interesse i at genoptage programmet til næste år er en positiv nyhed for festivalen, det jødiske samfund og det kulturelle København. Vi betragter det også som udtryk for populariteten af Københavns jødiske kulturfestival og et godt 'image' som festivalen har opbygget igennem årene i Danmark og internationalt. Festivalens frivillige bestyrelse fortsætter arbejdet i separate arbejdsgrupper og i fælles online-møder. Hele arbejdet fortsætter helt til næste års festival, hvorefter vi afslutter med et evalueringsmøde. I 2021 ønsker vi at fortsætte samarbejdet med Københavns Kommune og involvere spillesteder og kultursteder fra København. Vi har styrket vores relation til andre festivaler, der er kendt for at være en del af Københavns kulturlandskab: fx CPH Stage, CPH DOX, KLANG Festival, Goldschmidts Musikakademi, diverse mindre kulturinstitutioner, biblioteker og skoler. Det skal understreges, at alle de ovennævnte samarbejdspartnere har allerede bekræftet deres deltagelse i festivalen

2021. På den måde kan vi markere den gode relation mellem Det Jødiske Samfund og byen København, der i mange år har dannet rammen for festivalen. Samtidigt har vi med den jødiske kulturfestival bidraget til Københavns image som en by der giver plads til alle kulturelle afskygninger på tværs af baggrund og kulturarv. Vi vil fortsat styrke festivalens brand, program og forny den kunstneriske kvalitet for at tilbyde unikke og originale oplevelser til københavnere og udenlandske turister.

COVID-19 krisen har udfordret fællesskaber og har tydeligt vist, at københavnere har brug for kulturelle oplevelser og det samme gælder alle de jødiske kulturelle aktiviteter og fællesskaber. Derfor sætter vi pris på støtten fra Københavns Kommune for at kunne skabe en velbesøgt festival i 2021 og dermed genopbygge fællesskabet omkring den jødiske kulturscene i København.

1. Formål med Jødisk Kulturfestival i København

Jødisk kultur i København

Det overordnede formål med en jødisk kulturfestival i København er at give københavnere en unik oplevelse af jødisk kultur og at være brobygger samt initiativtager til dialog mellem københavnere og den jødiske minoritet i København. Jødisk Kulturfestival har i 10 år gjort København til en populær destination for kunstnere og publikum, hvad angår oplevelsen af den mangfoldige jødiske kultur. Det er unikt og symbolsk, at Københavns jødiske kulturfestival hører med blandt de 10 største jødiske kulturfestivaler i Europa. Det er et imponerende resultat taget i betragtning et lille jødiske samfund i Danmark og at alt arbejdet har i 10 år været skabt af en frivillig bestyrelse og over 100 frivillige der hjælper til under selve festivaluge.

Mangfoldighed og brobygning

Det essentielle for festivalens bestyrelse er at vise, at den jødiske kulturarv er præget af mangfoldighed og at den jødiske minoritets historie i Danmark kendetegnes af vellykket sameksistens med det danske samfund og dermed københavnere. Vores vision er meget konsekvent og vi inviterer hvert år kunstnere fra Danmark og alle mulige lande for at vise mangfoldigheden der præger den jødiske kulturarv. 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 giver københavnere en relevant og en unik oplevelse.

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. Antallet af udenlandske ambassader der i dag er i tæt dialog med festivalens ledelse er steget væsentligt de senere år. Vi har i dag samarbejdet med omkring 25 ambassader og deres repræsentanter hører med til festivalens faste publikum. Vores internationale samarbejde har hidtil involveret: Sverige, Frankrig, U.S., Canada, Israel, Litauen, Nederlandene, Tyskland, Østrig, Polen, Ungarn, Tjekkiet, Slovakiet, Rumænien, Portugal, Belgien, Bulgarien, Serbien, Spanien, Rusland.

Plads til frivilligt engagement og en arbejdsplads

Igennem festivalens aktiviteter ønsker vi også at støtte frivilligt engagement i kulturelle begivenheder i København og Danmark. Festivalens bestyrelse består af 12 frivillige med deres kompetencer i forskellige områder. Under selve festivalen der som regel varer mellem 7 og 12 dage engagerer vi over 100 frivillige. Takket være denne gruppe er det lykkedes os siden 2011 at forberede og gennemføre festivalen med 5-6.000 besøgende hvert år. Vi har nu i 2 år givet plads til praktikanter, studentermedhjælpere og deltidsansatte, der bidrager med deres kompetencer inden for marketing, kommunikation og evenkoordination.

2. Festivalens omfang og indhold

Festivalen varer som regel mellem 7 og 12 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, CPH Stage, Klang Festival, CPH:DOX, m.fl. Vi startede samarbejdet med CPH:DOX allerede i marts i år, hvor der i fælles samarbejde blev vist nogle film.

Festivalens program er bredt og præsenterer den jødiske kulturverden gennem musik, historiske indlæg, aktuelle debattemner, social interaktion, kunst, teater, film, børneaktiviteter, dans og mad og aktivering af publikum i en række workshops.

Festivalen bidrager årligt til Københavns musikscene med innovative input, som dækker mange genre. Vores kunstnere har igennem årene præsenteret kombinationer af klassisk og jazz med jødiske elementer og med referencer til deres regionale og tit international herkomst. Vores gæstemusikere dækker repertoire kendt i Østeuropa, Sydeuropa, Balkan, Mellemøsten, Kaukasus, Sydamerika, Nordafrika.

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 relevante programpunkter 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, aktuelle emner 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, Pia Rosenbaum, Ina-Miriam 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. Støtten fra Københavns Kommune bidrager til, at den jødiske minoritet kan fortsætte med det kulturelle tilbud 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 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
- Festivalen har særligt fokus på formidlingen af dansk-jødisk sameksistens. Det afspejles i, at vi

engagerer dansk-jødiske kunstnere og debattører. I forbindelse med festivaler har vi markeret og markerer vigtige begivenheder fra dansk-jødisk historie som 75 år for redningen af danske jøder og flugten til Sverige, 75 år for befrielsen af Theresienstadt og de danske jøders hjemkomst vha. aktionen 'De Hvide Busser', 50 år for ankomsten af de polske jøder til Danmark.

- Vi samarbejder med kendte dansk-jødiske profiler som fx den tidligere overrabbiner og en aktiv debattør Bent Melchior, musikere Benjamin Koppel og Henrik Goldschmidt, og festivalprogrammets forside var designet af den kendte dansk-jødiske kunstner Adam Saks.
- Benjamin Koppel har komponeret musik i anledning af markeringen af aktionen 'De Hvide Busser' og inspireret af Bo Lidegaards bog under titlen *Redningsmænd*. Pga. aflysningen af festivalen i 2020 er Koppels koncert flyttet til den jødiske nytårskoncert som planlægges i oktober 2020 (afhængigt af corona-krisen og Sundhedsstyrelsens anbefalinger).
- Ca. 10% af vores gæster er udenlandske turister, som besøger København, hvilket er også vigtigt for København som en by med ambitiøse mål for turismeveksten
- Med 6.000 besøgende i 2019 hører Københavns jødiske kulturfestival til Nordens største og blandt Europas 10 største, hvilket gør København attraktivt i den internationale jødiske kulturverden, kunstneretværk, 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 Award), Francois Zimeray – Frankrigs ambassadør i Danmark (Frankrig, festival 2016) m.fl.
- Hvert år etablerer festivalen samarbejde med diverse ambassader. I 2020 er det følgende landes ambassader der bidrager til programmet eller støtter festivalen: Belgien, Israel, Litauen, Nederlandene, Polen, Rumænien, Sverige, Tjekkiet, Tyskland, Ungarn. Samarbejdet forventes at fortsætte fremover også med andre ambassader.
- 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.
- Festivalen har i 10 år været samlingssted for jødiske frivillige kulturforeninger der er aktive i København. Vi vil forstærke vores vision med at engagere flere unge i at samarbejde i jødiske kulturforeninger.
- København er en verdenskendt kulinarisk by og vi har i flere omgange valgt at være med på denne trend. Dette lykkedes vha. samarbejdet med bl.a. Meyers Madhus og andre restauranter i byen. Vi har også lavet en 'Street Food' dag på Krystalgade med retter fra det jødiske køkken og live musik, polsk TV kok med madworkshop.
- 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
- En af de frivillige jødiske kulturforeninger i København 'Jewish Culture in Copenhagen' bidrager til festivalen med koncerter og musikalske arrangementer af forskellige slags. Det er nævneværdigt, at foreningen har i 2019 indgået et samarbejde med kunstforeningen GL STRAND og Nikolaj Kunsthal om at arrangere koncerten 'Tribute to Leonard Cohen' med nogle af Danmarks største sangere og musikere. Koncerten var arrangeret i Københavns synagoge på Krystalgade 12 i forbindelse med det jødiske nytår og har været udsolgt i 2 omgange med et rekord stort publikumstal. Det er en vigtig begivenhed der gør Københavns synagoge og det jødiske kulturliv synligt over for københavnere.

4. Program og samarbejde 2021

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 2021 planlægger vi at fortsætte med størstedelen af kunstnere og gæster, der var planlagt for 2020.

Programmet afspejler et bredt spektrum af kategorier 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 vil gerne komme ud til Københavns andre festivaler.

Ud over Det Jødiske Hus på Krystalgade har festivalen fundet sted på mange lokaliteter beliggende i Københavns Kommune, heriblandt: Den Sorte Diamant, Cinemateket, 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.

Indtil videre har følgende samarbejdspartnere bekræftet deres deltagelse i 2021:

- Samarbejde med Dansk-Jødisk Museum i København
- Samarbejde med ambassader (forventes igen omkring 10 lande)
- Samarbejde med CPH Stage og CPH:DOX, Klang Festival
- Spillesteder og kulturelle lokaliteter i København og omegn: Den Sorte Diamant, Dansk-Jødisk Museum, Teater Bremen, Københavns Kommunes biblioteker
- Den jødiske skole København – Carolineskolen udfører et stort arbejde til sameksistens med naboskoler
- Vi samarbejder med Poul Rosenbaum, pianist og leder af Copenhagen Summer Festival. Poul med sin aktivitet har fokus på udviklingen af unge talenter og der stemmer overens med vores vision om at give plads til unge talenter, der kan optræde på vores festival inden for relevante genre.

Nedenfor er det fastlagte program for 2021, hvortil vi løbende vil opdatere listen og tilføje arrangementer med aktuelle emner.

Musik

Mange af de nedenstående ideer udspringer fra kulturelle research-rejser og netværksmøder:

- Causeri med musik, sang og fortælling med den danske skuespiller og entertainer Tommy Kenter. Tommy fortæller om sit arbejde med musikalen 'Spillemand på en tagryg'.
- Et brev fra fortiden. Jiddische sange opført af kantoren Rafailas Karpis fra Litauen.
- Hjemløshed med den danske poet Henrik Nordbrandt og den danske musiker og sangerinde Channe Nussbaum der i 2019 har udgivet et album 'Hjemløshed'.
- Chagall – maleren og musikeren med klezmerbandet MAZEL
- Klassisk koncert med prisbelønnede belgiske klassiske musikere
- Benjamin Koppel arrangerer en koncert med 'greatest hits' igennem 10 år på den jødiske kulturfestival i København. Koppel har været gæst hvert år og hans koncerter med danske og internationale musikere har vundet meget popularitet under festivalen og har bl.a. resulteret i indspilningen af en CD med pianisten Uri Caine.
- Emil Kroiter and the The Trance Moldavian Express
- Kredens – dokumentarfilmen 'Kredens' om polske jøders emigration i 1968 med live musik i samarbejde med Klang festivalen
- Hyldestkoncert til Dave Tarras
- Carolineskolens Kor og Bands
- Poul Rosenbaum og Anne Søe
- Louisa Lyne

Foredrag

- Den jødiske menighed i Slesvig
- Mød Knud Romer – forfatter, foredragsholder og debattør
- Jødedommens gaver til verden – med rabbineren Yitzi Loewenthal fra København
- Mord og mysteriet fra den jødiske arkivkælder med den tidligere overrabbiner Bent Lexner og journalist Bent Blüdnikow
- San Remo konferencen – var det her, det begyndte? – Et foredrag med Otto Rühl fra Dansk-Israelsk Selskab
- Ti bibelske historier, enhver feminist burde kende til med debattør og blogger Ekaterina Andersen
- Endestation Auschwitz – et foredrag med den nederlandske ambassadør Rob Zaagmaan
- Dis-integration – debat med Max Czollek en ledende forfatter i Tyskland om integrationen
- Marokkansk myntete og jødiske småkager med Dansk-Marokkansk forening
- Baraseum – et jødisk teater i krigens skygge. Om jødisk teater i Bukarest i 1940'erne.
- Bauhaus-skolen og dens efterfølgere i Tel Aviv – et foredrag med professor emeritus ved Kunstakademiets Arkitektskole
- Israel efter valget – et foredrag med Danny Raymond
- I evig konkurrence – et foredrag med filosofen Jay Fogelman
- Literrær salon
- Problemer med regeringsplan mod antisemitisme af Finn Rudaizky
- At genoplive et sprog af sprogforskeren Yair Sapir om genoplivningen af moderne hebraisk
- Præsentation af Peres Freds- og Innovationscenter
- I Kiss Your Hands Many Times – erindring om ungarske jøder samt præsentationen af bogen under samme titel af Marianne Szegedy-Maszák
- Hvordan Hollywood blev til – foredrag med Dennis Jacob Rosenfeld
- Det litauiske Jerusalem set igennem avantgarde linse
- Oplevelser fra arbejdet med Dansk-Jødisk Museum siden 2001
- Bent Melchior – om tolerance
- Kulturarv og erindring

Film, Teater og Dans

- Vi har 2 arrangementer i samarbejde med CPH Stage:
 - Anne Frank – ord fra skyggerne. Balletforestilling med italiensk balletgruppe *imPerfect Dancers*
 - Krigen har ikke et kvindeligt ansigt – teater med Pia Rosenbaum
- Passport to Paraguay (film)
- Broken Dreams (film)
- En jødisk kvindes fortælling (film)
- The Albanian Code (film)

Børn og unge københavnere og jødisk kulturfestival

Vi har et fast samarbejde med Københavns jødiske skole – Carolineskolen og vi opfordrer skolen til at integrere unge københavnere i deltagelse i festivalen. Et eksempel på det er, at Carolineskolen har involveret Hellerup skolen i samarbejde omkring festivalen. Derudover vi der være aktiviteter til forældre med børn.

- Bagning af babka – en bageworkshop af traditionel østeuropæisk kage
- Cirkus Volantes
- Besøg og møde med Muju & Co. MC Danmark – verdens første muslimsk-jødiske motorcykelklub

Omvisninger, byvandring, udstillinger

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.

- Guidet Tur i det jødiske København, rundvisning i synagogen
- Rundvisning på begravelsespladsen i Møllegade og på Mosaisk Vestre Begravelsesplads

Publikums aktive deltagelse

- Madworkshop med gæstekokken Robert Hromas fra Tjekkiet
- Shabbatmiddag
- Israelsk Fællessang
- Israelsk Folkedans

Supplerende oplysninger

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

Støtte til Jødisk Kulturfestival 2015: modtaget 100.000 kr
Støtte til Jødisk Kulturfestival 2016: modtaget 100.000 kr.
Støtte til Jødisk Kulturfestival 2017: modtaget 100.000 kr.
Støtte til Jødisk Kulturfestival 2018: modtaget 100.000 kr.
Støtte til Jødisk Kulturfestival 2019: modtaget 140.000 kr.
Støtte til Jødisk Kulturfestival 2020: modtaget 100.000 kr.

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 2.000 følgere. Billetsalg foregår via Politiken Plus, Billetnet, Billetten A/S, tereba.dk 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 kultur og værdier.

6. Projektets organisering

Jødisk Kulturfestival har en frivillig bestyrelsesgruppe, som afholder månedlige strategimøder. Der udarbejdes en strategi og aktivitetsplan for alle 12 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 strategiudtænkning, bogholderi og administration samt mødefaciliteter for bestyrelsens arbejde. Siden 2018 har vi ansat praktikanter og studentermedhjælpere, 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. Det er vigtigt for os, at de unge praktikanter og studentermedhjælpere kan styrke og udvikle deres kompetencer på vej til arbejdsmarkedet.

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 9 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 2021 har følgende mål og succeskriterier:

- Besøgstallet opretholdes på over 5.000 gæster, hvoraf 50% er nyt publikum som kommer ude fra den jødiske menighed
- Synergi mellem de jødiske kulturelle, sociale og religiøse foreninger i Danmark for at gøre synligt diversiteten i den jødiske verden
- Samarbejde og fælles markedsføring med CPH Stage og andre festivaler
- Minimum 8 koncerter som er repræsentative for mindst 3 genrer inden for jødisk musik
- Fuldt program med musik, debat, historie, film og mad

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.

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.

Tilskudsmodtagers navn: Jødisk Kulturfestival v/ Det Jødiske Samfund i Danmark
CVR: 18227916
Festivalens/eventets navn: Jødisk Kulturfestival i København 2021

Projektperiode: <i>01.03.2021 – 30.06.2021</i>
--

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	250.000	100.000	De 100.000 kr. var allerede bevilliget for festivalen i 2020 (aflyst) / men 250.000 kr. ansøges først for 2021

Øvrige tilskud, specificeret (<i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i>)	352.000	468.800	
a) Danske og udenlandske fonde	242.000	289.800	Bevilliget for 2020 / skal først ansøges for 2021
b) Ambassader	10.000	12.000	Bevilliget for 2020 / skal først ansøges for 2021
c) Sponsorer	100.000	167.000	Bevilliget for 2020 / skal først ansøges for 2021
Honorarer			
Billetindtægter	80.000	80.000	Budgettet for 2020
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Annoncesalg til festivalkatalog	25.000	25.000	Budgettet for 2020
b) Salg af drikkevarer og kunst	23.000	18.000	Budgettet for 2020
c) Underskudsgaranti – Det Jødiske Samfund	170.000	170.000	Garanti
INDTÆGTER I ALT	900.000	861.800	

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer	391.000	370.000
Konsulentudgifter	50.000	60.000
Materialeudgifter	50.000	55.000
Transportudgifter	70.000	71.000
Opholdsudgifter	30.000	46.000
Fortæring, herunder møder	25.000	16.000
Diverse repræsentation	20.000	42.000
PR og markedsføring	60.000	40.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)		
Revisionshonorar		
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Arrangementsudgifters (faciliteter/rengøring, o.l.)	120.000	114.000
b) Instrumentleje og leje af koncertlokaler	80.000	43.000
c) KODA	4.500	5.500
UDGIFTER I ALT	900.500	862.500

RESULTAT	-500	-700
-----------------	-------------	-------------

Kommentarer/forbehold:

I kolonnen 'Budget året før' oplyses budgettet for festivalen 2020, som skulle finde sted 31.05 – 07.06, men som blev aflyst pga. COVID-19 krisen. Regnskabet for afholdte udgifter i forbindelse med den aflyst festival vil foreligge i en separat kommunikation til Københavns Kommune. Regnskabet for festivalen 2021 vil foreligge omkring august 2021 og vil blive afreporteret iht. Københavns Kommunes retningslinjer. De fleste fonde har vist forståelse for coronakrisen og har givet tilsagn om at støtte til 2021.

TALK! TOWN ♀ 2021

Ansøgning om støtte

Ansøger og kontaktperson

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

Festivalledere: Julie Zerlang, Maia Kahlke Lorentzen, Nanna Balslev og Christina Leonora Steffensen
Telefon: 26812722
E-mail: nanna@talktown.dk

Projektitel

Talk Town

Projektet afholdes

Foråret 2021 (formentligt medio maj)

Resumé

Talk Town er en københavnsk festival – en samtaleby om køn, ligestilling og feminisme. Talk Town er en festival med debatter, workshops og koncerter og et forum, hvor man kan få udvidet sin horisont og møde nogle af byens vigtigste interesseorganisationer, ildsjæle og NGO'er, der arbejder med ligestilling, feminisme og medborgerskab.

Festivalen er aktørbaseret og indledes hvert år med et open call, hvor interesserede organisationer, foreninger og enkeltpersoner byder ind med idéer til programmet. Derefter sammensætter Talk Towns ledelse et varieret festivalprogram med debatter, workshops, performances og musikalske optrædener over tre dage.

Talk Town har siden sin fødsel i 2016 vokset sig større og bredt sig ud til flere byer i landet, bl.a. Odense, Aarhus og Roskilde. Målet for 2021 er at fokusere på et mere mangfoldigt publikum til festivalen og gøre programmet relevant for nye målgrupper, der endnu ikke har fundet vej til Talk Town. Derfor lancerer vi i 2021 en ny, ambitiøs strategi for festivalen, som vi håber at få Festivalpuljens støtte til.



Baggrunden

Talk Town udspringer af Danmarks værtskab for FN-konferencen Women Deliver i 2016, hvor Talk Town blev arrangeret som en folkeligt tilgængelig pendant til FN's konference. Det viste sig hurtigt at debattører, aktivister og organisationer, der arbejdede med køn og ligestilling, længe havde manglet et sted at mødes på tværs. Derfor vendte Talk Town tilbage i 2017 og har siden vokset sig større, både når det gælder antallet af events og publikum. I 2019 havde Talk Town over 70 forskellige aktører, der organiserede samtaler, paneler, workshops og indhold. I 2019 deltog mere end 3000 publikummer i løbet af festivalens tre dage.

Talk Town er en forening med en bestyrelse bestående af repræsentanter fra Kvinderådet og kulturproduktionskollektivet

INDGREB, og var i sine første år organiseret som et projekt mellem de to parter. Fra 2020 er Talk Town organiseret i samarbejde mellem Kvinderådet og kunst- og aktivistkollektivet Renegade Runners.

I 2019-20 har Talk Town desuden afholdt events i Århus, Odense, Albertslund og Roskilde. Disse events var alle succesfulde, men vi har samtidig vurderet, at de kunne gøres bedre. Vi ønsker at nå ud til et bredere publikum, også udenfor de store byer, gennem målrettede koncerter og kulturevents samt via samarbejder med relevante og lokalt forankrede organisationer.

"Hvordan kan det være, at kvinder og minoriteter er mere udsatte?"

Program og målgrupper

I 2021 indtager Talk Town Onkel Dannys Plads samt Warehouse9 på Vesterbro. Her byder festivalen på mellem 70-100 gratis offentlige arrangementer. Antallet er højere end i 2020, hvor vi har været nødt til at skalere ned på grund af den aktuelle situation med coronavirus.

Talk Town samarbejder i skrivende stund med 80 aktører, foreninger og interesseorganisationer, men er i gang med at udvide vores målgruppe, så vi ikke er primært når ud til kvinder ml. 20-40 år med interesse for køn og ligestilling.

Vi vil nå bredere ud, fordi vi mener, at festivalens fokus på køn, ligestilling og mangfoldighed er relevant for alle. Talk Town henvender sig både til byens kulturinteresserede publikum og unge aktivister – fra Politiken Plus-segmentet til millennials og lokale ildsjæle. Talk Town skal bygge bro mellem de politisk engagerede, de nysgerrige og dem, der kommer for at opleve morgendagens store musiknavn. Programmet for Talk Town 2020 byder fx både på debatter om mænd og skam, workshop om kvinder og investering, oplæsning fra nydanske stemmer i litteraturen og en queerfeministisk cabaret.

Desuden vil vi gerne sætte fokus på de kønsspecifikke følger af coronakrisen, der i sagens natur har påvirket alle Københavns indbyggere. Hvad betyder det, at offentlige institutioner som børnehaver og skoler må lukke ned? Hvem står i frontlinjen i bekæmpelsen af en pandemi, og hvad er de langsigtede effekter på ligestillings dagsordenen? Hvordan påvirker sociale og økonomiske kriser borgerne, og hvordan kan det være, at kvinder og minoriteter er mere udsatte?

Samarbejdspartnere

Talk Town-ledelsen refererer til bestyrelsen, hvori den primære samarbejdspartner, Kvinderådet, tegner halvdelen af medlemmerne. Kvinderådet er en medlemsorganisation for en række faglige organisationer, politiske partier og interesseorganisationer (se vedlagt medlemsliste som bilag).

Vi er pt. i gang med at forberede programmet for 2020, der på grund af coronavirus er udskudt til september, men i 2019 havde vi samarbejder med så forskellige parter som Sex & Samfund, Amnesty International, Dansk Kvindesamfund, Female Invest, Dansk Palæstinensisk Kvindeforening, Københavns Musikteater og MIX Copenhagen LGBTQ Film Festival. Størstedelen af vores samarbejdspartnere fra 2019 ønsker at deltage igen - se hele liste over dem i bilag 2.

I 2021 ønsker vi at nå ud til en bredere målgruppe, hvilket bl.a. understøttes af planlagte events med internationalt anerkendte

navne som fx. den egyptisk/amerikanske debattør og journalist Mona Eltahawy, direktør for Kunsthal Charlottenborg Michael Thouber, forfatter og iværksætter Ida Tin (der står bag menstruations-appen Clue) og andre populære oplægsholdere.

Vi har et fast samarbejde med Vallekilde Højskole, hvor højskolens elever har mulighed for at være med til at afvikle og få færdigheder, de kan tage med ud i verden. Vores erfaring er, at der er stor efterspørgsel blandt unge for at debattere, lære og lave feministisk forandring.

Vi har desuden samarbejder med en række kulturhuse og spillesteder som fx Huset-KBH, Warehouse9 og Københavns Hovedbibliotek. I 2020 har Talk Town indgået et mediasamarbejde med Dagbladet Information, som vi håber kan fortsætte.

Formål og nye tiltag

Som en platform for debat, netværksdannelse, borgerengagement og vidensdeling blandt foreninger, organisationer og borgere, skal Talk Town belyse, løfte og styrke den danske ligestillings- og kønspolitiske debat i relation til den internationale dagsorden.

Nye emner

Talk Town foregår primært i København, men arbejder tæt med aktører rundt om i landet. Via partnerskaber med fx Femi Festival i Odense og Cluster Square (en del af Århus Festuge), søger vi således at nå publikummer uden for byens grænser. For at nå disse publikummer, der måske aldrig har været til en paneldebat før, vil vi blande musikoplevelser med debatter, kunststudstillinger og andre initiativer, der belyser foreningens fokusområder.

I programmet for 2021 sætter vi nye fokusområder under lup, bl.a. på emner som 'mænd og maskulinitet', 'køn og teknologi' og 'køn, økonomi og arbejdsmarked'. Dette gør vi for at bringe nye emner og vinkler samt nye aktører, fx fra det private erhvervsliv, ind i Talk Towns debatfora. Vi vil fortsætte med at lave mindre events året rundt i København - fx feministisk julemarked som foregik på Basement på Vesterbro. I 2020 har vi opdateret vores podcast-strategi, og arbejder således året rundt med at belyse festivalens fokusområder, i et format tilgængeligt for hele landet.

Nye formater

Vi ved fra vores evalueringer af Talk Town, at der er stor efterspørgsel efter alternativer til klassiske paneldebatter og foredrag. Vi søger derfor fortsat at udvikle indhold i samarbejde med relevante aktører, der udfordrer disse formater - fx gennem rollespil, gamification, quizzer, skattejagt og andre tiltag, der kan være med til at gøre formålet med Talk Town underholdende for et bredt publikum. I 2021 vil der således være en målrettet indsats for at finde alternative måder at fremme den mangfoldige debat.

Forankret i byen

Vores vision er at skabe et inkluderende og mangfoldigt byrum på og omkring Onkel Dannys Plads, hvor Talk Town 2021 finder sted. Som et nyt initiativ ønsker vi derfor at rejse finansiering til fysisk at omdanne byrummet med hjælp fra lokale kunstnere. Onkel Dannys Plads bruges til daglig oftest af marginaliserede grupper som stofmisbrugere, prostituerede og hjemløse. Men planen er, at det under Talk Town skal være et sikkert og anderledes byrum, der kunstnerisk sætter fokus på netop problematikker ved at være marginaliseret, som både festivalgænger, turister og byens borgere kan gå på opdagelse i.



"Belyse, løfte og styrke den danske ligestillings- og kønspolitiske debat"



Målgrupper

Festivalen er gratis og åben for alle. Målgruppen er demokratisk aktive borgere af alle køn, aldre og etniciteter. Talk Town som samtaleby skal sikre, at den er bredt forankret i hele det kønspolitiske miljø og konstant sigter mod at give plads til nye perspektiver og publikumsgrupper såvel som aktører.

Vi vil i 2021 have fokus på at tiltrække en bredere målgruppe af folk, der er interesserede i emnet ligestilling, køn og feminisme, men ikke tidligere har fundet vej til festivalen, fordi der ikke er blevet kommunikeret relevant til dem.

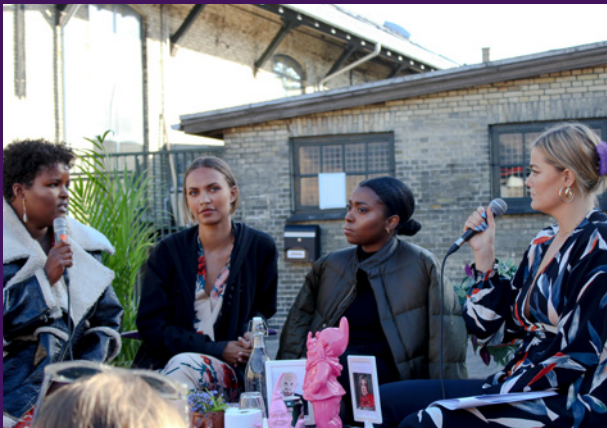
Dette vil vi bl.a. gøre ved at inddrage relevante organisationer og foreninger, der ikke tidligere har været en del af Talk Town, samt via annoncering på sociale medier som Facebook og Instagram. Vi vil også samarbejde tæt med nogle af de interesseorganisationer, der i forvejen er en del af Talk Town og tage dem med på råd om, hvordan vi bedre kan møde deres medlemmer.

Talk Town ønsker særligt at fokusere på:

- Den nysgerrige københavnske kulturforbruger
- Unge – enkeltpersoner og grupperinger
- Etniske-, seksuelle- og kønsminoriteter
- Socialt og psykisk sårbare mennesker
- Fagfolk - fx pædagoger, forskere og lignende branchefolk

Disse målgrupper søges engageret og inkluderet gennem målrettede tiltag såsom relevante arrangementer - fx fagspecifikke konferencer, "feminisme 101" workshops og tilbud målrettet uddannelsesinstitutioner. Festivalen skal også understøtte disse målgrupper ved et fokus på tilgængelighed såsom at sikre, at de fysiske rammer rummer de fleste og fastholde fri entré.

I slutningen af 2020 vil Talk Town producere en engagement-strategi, der skal danne rammen for, hvordan vi aktiverer de forskellige målgrupper



Tidsplan og aktiviteter

Festivalens arrangementer kommer til at foregå på en række forskellige scener fordelt på og omkring Onkel Dannys Plads i Kødbyen på Vesterbro. Talk Town 2016 og 2019 blev afholdt i samme område, og vi har erfaring med afvikling af de forskellige scener og med at skabe en hyggelig festivalplads. Udover paneldebatter, workshops, oplæg og samtaler, vil der være kulturelle arrangementer i form af koncerter, kunststillinger og performances.

Aktivitetsplan for 2021

- 1. februar-15. marts:** Invitation af aktører til at byde ind med indhold samt netværksaktivering. Sikring af scener, tilladelser, finansiering.
- 16. marts-9. april:** Programlægning, samarbejdsaftaler med aktører, tryk af fysisk program. Rekruttering af frivillige, booking af kulturprogram.
- 12. april-12. maj** Markedsføring, koordinering og pressearbejde. Uddannelse af frivillige og planlægning af afvikling, samt løbende dialog og kvalitetssikring af indhold med aktører.
- 14-16. maj:** Afvikling af Talk Town 2021
- 17. maj - 15. jul:** Regnskab, evaluering og dokumentations-arkivering.

Organisation og samarbejdspartnere

Bag festivalen står Foreningen Talk Town, der blev stiftet i 2018. Bestyrelsen består af (forperson) Sarah Staalhøj og Rikke Frisk fra INDGREB, samt Lise Johansen (direktør) og Nanna Højlund (forkvinde) fra Kvinderådet. Repræsentationen af disse to organisationer sikrer kyndig, fagprofessionel rådgivning fra INDGREB samt en dyb forankring i den feministiske bevægelse gennem Kvinderådet.

Kvinderådets formål er at "koordinere de kvindepolitiske krav og påvirke den kønspolitiske udvikling nationalt og internationalt" på vegne af dets over 40 medlemsorganisationer (se Bilag 1: Kvinderådets medlemsliste). Kvinderådet er ansvarlige for aflønning af sekretariatet, og er således yderst engageret i festivalen på dets medlemmers vegne.

Udviklingen og produktionen af Talk Town udføres af Talk Towns sekretariat, der består af Maia Kahlke Lorentzen, Nanna Balslev, Christina Leonora Steffensen og Julie Zerlang. Sekretariatet har tidligere været aktive i det københavnske aktivistiske kulturskaber-kollektiv, Renegade Runners. Det er bestyrelsens vurdering, at det med græsrodderne i hjertet af festivalen, er muligt fortsat at udvikle Talk Town i en relevant, vedkommende retning, der er politisk relevant - både for byens borgere, men også nationalt.

Både udviklingen og afviklingen af festivalen sker i samarbejde med en lang række dedikerede frivillige og ildsjæle, der har været aktive i festivalen gennem årene.



Bæredygtighedsstrategi

Talk Town har udviklet vores egen 2021-plan, som skal sikre dels grøn administration og kontorhold, dels videreudvikling af vores bæredygtige festivaler. Planen er en videreudvikling af de klimatiltag, vi allerede har foretaget på tidligere festivaler. Talk Town søger så vidt, det er muligt at arbejde med lokale, socialøkonomiske virksomheder, som på en eller flere måder arbejder med FNs verdensmål.

Grøn administration

“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. Så vidt muligt printes der ikke i sekretariatet.
- 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
- Opsyn med vandforbrug i arbejdstiden
- Opsyn med varmekonsum i arbejdstid, samt i weekender og ferier
- Genanvendelse af kontormøbler og kontorartikler



Lyd- og lysproduktion

- I videst muligt omfang samarbejder vi med bæredygtige lys- og lydudlejningselskaber i vores koncertproduktioner. Fx bestræber vi os på at anvende digitalforstærkere og LED-lys i vores arbejde for at minimere energiforbruget.

Økologisk, vegetarisk og klimavenlig madpolitik

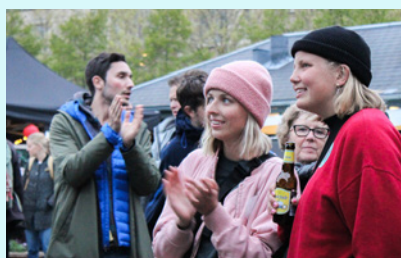
- Det er en del af Talk Towns dna, at vi serverer lokalt, økologisk og bæredygtigt mad og drikkevarer. Der serveres alene vegetarisk mad og drikke til både frivillige, artister og publikum.

Andre tiltag

- Samarbejde med wastefood-virksomheder
- Mindst muligt madspild ved samarbejde med lokale økologiske og vegetariske leverandører.
- Vi har erstattet catering (som ofte medfører store mængder urørt mad) med buy out/diæter
- Vi genanvender merchandise og scenografi i videst muligt omfang. Hvis ikke det er muligt, doneres materialerne til velgørende formål.
- Begrænset produktion af merchandise. Verden har ikke brug for flere muleposer!
- Leverandører der fungerer som socialøkonomiske virksomheder, eller på anden vis forsøger at aktivere et eller flere af FNs verdensmål.

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.





Budget

Talk Town ønsker at søge Festivalpuljen om 300.000 kr., eller størst mulige støttebeløb i henhold til vedhæftede budget. Foreningen Talk Town har tidligere modtaget støtte fra Københavns Kommunes Festivalpulje, der sammen med donationer fra fx Roskilde Festival Fonden, Dreyers Fond, Dansk Komponist Forbund og andre donorer, har givet Talk Town et økonomisk grundlag af afvikle denne aktivistiske festival på.

Talk Town skal fortsat være gratis for publikum. Det skal sikres, at græsrodsorganisationer og lokale foreninger uden økonomisk råderum også kan deltage med et arrangement. Vi ønsker så vidt muligt at videreføre festivalens midler, så at vi i det omfang, det er muligt anvender små lokale leverandører, der gør en forskel for byen.

Ligeledes søger vi en fair kompensationspolitik for professionelle, men græsrodsaktivistiske, oplægsholdere. Der skal desuden bruges midler til at sikre professionel produktion, til markedsføring og til aflønning af festivalens sekretariat. Derfor fremgår der i Bilag 3: Budget for Talk Town 2021, en budgetforhøjelse i forhold til året før. Med ønsket om at ramme en bredere målgruppe, skal aktiviteten ligeledes sættes op.

Dokumentation

Talk Town vil umiddelbart efter afholdelsen, og senest primo juli 2021, fremsende dokumentation af festivalen til Københavns Kommune, - bl.a. inkluderende deltagerantal, liste over aktører og arrangementer, regnskab, evaluering, samt pressemappe, hvori dokumentation for synliggørelse af fonden vil indgå.

Oversigt over bilag

BILAG #1

Kvinderådets medlemsliste

BILAG #2

Liste over samarbejds-partnere 2019

BILAG #3

Budget for Talk Town 2021

BILAG #4

Markedsføringsstrategi

BILAG #5

Festivalledelsens portefølje

Kvinderådets medlemsliste

Politiske partier og udvalg:

Det Konservative Folkepartis Kvindeudvalg
Det Radikale Venstres Ligeretsudvalg
Enhedslistens Kvindeudvalg
Socialistisk Folkepartis
Ligestillingsudvalg (SF)
Socialdemokratiets Ligestillingsnetværk
Venstre

Religiøse foreninger:

Frelsens Hærs Kvindekreds
KFUK's Sociale Arbejde
Danske Baptisters Kvindeforbund
De Grønne pigespejdere
WIZO i Danmark

Interesseforeninger:

Danske Kvindelige Lægers Forening
Forbundet Arkitekter og Designere
Virksomme kvinder
Foreningen for Kønsforskning i Danmark
LOKK Landsorganisationen af
Kvindekrisecentre
Foreningen mod Pigeomskæring

Interkulturelle foreninger:

OASIS
Den Irakiske Kvindeforening i Danmark
Kurdisk Kvindeforening
Kvindernes Internationale Liga for Fred
og Frihed
Afghansk Kvindeforening i Danmark

Fagforeninger:

FOA
Fagligt Fælles Forbund - 3F
HK Danmark
Dansk Journalistforbund
Dansk Magisterforening
Dansk Sygeplejeråd
Ingeniørforeningen i Danmark (IDA)
Jordemoderforening
Socialpædagogernes Landsforbund
BUPL

Kunst:

Kvindelige Kunstneres Samfund
Kvinder i Musik
Kvindemuseet i Danmark

Ligestillingsforeninger:

Selskab for ligestilling
Sex & Samfund
Soroptimist International, Danmarks
Unionen
Zonta International Area Denmark
Gender Equality Center
Gymnasieskolernes Lærerforenings
Ligestillingsudvalg
Dansk Kvindesamfund
Danner



Liste over samarbejdspartnere 2019-20

Grundet coronakrisen blev Talk Town 2020 udsat. På tidspunktet for ansøgningen havde Talk Town samarbejdet med følgende aktører. Samme typer, og visse identiske, samarbejdspartnere vil gælde for 2021.

A Seat At The Table, Aarhus Kommune, Action Art, Alias Teater, Amalie Have, Amneh Hawwa, Amnesty International Danmark, Astropod, Babel Malmö, Baha Eddine Somii, Beatz by Girlz Danmark, Bedside Productions, Bjarke Charlie, Brune Feminister, BurlyQueens, CPH Opera Festival, Camilla Kaj Paulsen, Camilla Tved, Cat Eyed People, Center for Magtanalyse, Club Mafia, DAPAWO, Dagbladet Information, Danner, Dansk Flygtningehjælp, Dansk Forening for Klinisk Sexologi, Dansk Journalistforbund, Dansk Komponistforening, Dansk Kvindesamfund, Dansk Magisterforening, Dansk Palæstinensisk Kvinde Forening, Dansk Sygeplejeråd, Danske Bladtegnere, Daregender, De Grønne Pigespejdere, Den Feministiske Læseklub, Di Ponti, Dina Amlund, Direct Approach, Don't Give A Fox, Dorte Römer, Dud Muurmand, Enhedslisten, Everyday Sexism Project Danmark, FemiCast, Feministisk Initiativ Danmark, Feministisk Selvforsvar, Feministiske Forældregrupper, Forbrændingen Albertslund, Foreningen Donorbarns Vilkår, Foreningen Sexelancen, Foreningen for Kønsforskning, Forlaget Gadefilosofi, Front, Gadens Stemmer, Good Company Pictures, Grotesk, HK Privat, Handletanken LigeFrem, Headspace Roskilde, Helene Thyrsted, Henrik Marstal, Hjælp Den Voldudsatte Familie, HØRT, HØRT, Interkulturelt Kvinderråd, Itaf Awad, JazzDanmark, K.Vinders Fond, KBH+, KVINFO, Karin Olander, Katrine Anfred, Konfront, Krogerup Højskole, Kvinde Kend Din Krop, Kvinde og Krop, Kvindemuseet, Københavns Unge Feminister, LGBT Asylum, Lddf-Injad Morocco, LivaRehab, MIX Copenhagen, Mangfold, Maria Willemann Jensen, Mary Tesfay, Matilda.Education, Mellemamerika Komiteen, Mozdeh Ghasemiyani, NOAH Økokøn, Nat Fogel, Natasha Al-Hariri, Nazila Kivi, Nordic Wake Girls, NotAllMails, PLURALISTERNE, PULS, Prezebe Productions, Projekt Q-Værk, QueerCut, Rapolitics, RedenUng, Roger Matthisen, Roskilde Festival, Roskilde Festival Højskole, Roskilde Universitet, SWEAT, Sabaah, Sarah Glerup, Sexekspressen, Shiso Studio, Skateducate, Skateistan, Statens Kunstfond Musikudvalg, Svensk Live, Tadwein Gender Research Center Egypt, Tess, The Femmepowered Being, The Skate Witches, TiD - Transpersoner i Danmark, Torben P. Skovby, TransAktion, UK Feminista, Ukøn Poesi, Uzma Ahmed, Vala T. Tolftyn, Vallekilde Højskole, WOC CPH, YNGEL, Zonta Roskilde, yellow bean, Øst For Paradis,

Budget for talk town 2021

Indtægter Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.	Budget	Budget året før Bemærk 2020	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune	300.000	100.000	Ansøgt, endnu ikke bevilliget
Øvrige tilskud, specificeret (herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)			
Kvindernes Bygnings Fond	50.000		Endnu ikke ansøgt
Roskilde Festival Fonden	75.000	200.000	Endnu ikke ansøgt
Vesterbro Lokaludvalg	25.000	35.000	Endnu ikke ansøgt
Dansk Komponistforening - produktionspulje	50.000	50.000	Endnu ikke ansøgt
Andre puljer og fonde	100.000	50.000	Endnu ikke ansøgt
Billetindtægter	20.000	15.000	
Øvrige indtægter, specificeret			
Salg af sceneplads/slots	60.000	60.000	
Feministisk Markedsplads	3.000	3.000	
Barsalg	30.000	15.000	
Egenbetaling, Kvinderådet	160.000	160.000	
INDTÆGTER I ALT	873.000	688.000	
UDGIFTER			
Udgifter Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.	Budget	Budget året før Bemærk 2020	
Løn og honorarer			
Festivalledelse	200.000	160.000	
Afviklere	20.000	10.000	
Byggeleder	10.000	10.000	
Grafisk designer	55.000	40.000	
Programindhold (kunstnere, moderatorer, DJs, musikere)	175.000	135.000	
Sikkerhed og vagter	20.000	20.000	
Kommunikationsindhold (planlægning og produktion)	60.000	35.000	
Materialeudgifter (scenografi, arrangementsdesign, varige installationer)	50.000	26.000	
Transportudgifter	10.000	10.000	
Opholdsudgifter	10.000	10.000	
Fortæring, herunder møder	30.000	30.000	
Diverse repræsentation	5.000	5.000	
PR og markedsføring	85.000	75.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	7.000	7.000	
Revisionshonorar	10.000	2.000	
Øvrige udgifter, specificeret			
Leje af venues og lokationer	90.000	90.000	
Tilladelser og lign	10.000	5.000	
Transport af internationale gæster	11.000	8.000	
Uforudsete udgifter	15.000	10.000	
UDGIFTER I ALT	873.000	688.000	
RESULTAT	0	0	

Festivalledelsens portefølje

PROFILER



NAVN: Julie Zerlang
ALDER: 32
AKADEMISK TITEL: Cand.scient.adm
UDDANNELSE: MSc Public Policy, University of Bristol 2014. BA (Hons) Town and Country Planning, UWE Bristol 2013

FAGLIG PROFIL: Specialist i digital markedsføring og produktudvikling, brand management og aktivering, projektlejelse og interessentpleje. Hun har mange års erfaring med eventproduktion, både aktivistisk og kommercielt. Julie er, ved siden af Talk Town, strategikonsulent og projektleder i det digitale kollektiv Popsicle. Udvalgte kunder/arbejdsgivere: Kronen Vanløse, Erhvervsstyrelsen, Unilever, Velcro, Grayling Communications, BBC, Bristol European Green Capital 2015, Huset i Magstræde.

LINK: [linkedin.com/in/juliezerlang/](https://www.linkedin.com/in/juliezerlang/)



NAVN: Maia Kahlke Lorentzen
ALDER: 39
AKADEMISK TITEL: Cand.mag i Film- og Medievidenskab
UDDANNELSE: Film- og medievidenskab, Københavns Universitet 2008.

FAGLIG PROFIL: Konsulent og rådgiver i digital sikkerhed og forståelse og medstifter af kooperativet Cyber. Har arbejdet som engagements-chef i Greenpeace International og digital fundraiser i Amnesty Danmark. Desuden stifter og organiserer i den tech-aktivistiske gruppe DO:TOPIA, der organiserer kode-workshops og tech-camps for kvinder og minoriteter.

LINK: cybernauterne.dk, [linkedin.com/in/maiakm/](https://www.linkedin.com/in/maiakm/)



NAVN: Nanna Balslev
ALDER: 38
AKADEMISK TITEL: Cand.mag. Jour
UDDANNELSE: Journalist fra Roskilde Universitet 2010
FAGLIG PROFIL: Selvstændig freelancejournalist og PR-rådgiver med fokus på emner som kultur, musik og feminisme. Kunder som Berlingske, Weekendavisen, Fagbladet Artisten, DR.dk/kultur og People's Press. Censor på RMC (Ryt-misk Musikkonservatorium) fra 2019 og har desuden arbejdet som DJ siden 2006 i København, Berlin og Malmö.

LINK: [linkedin.com/in/nannabalslev/](https://www.linkedin.com/in/nannabalslev/)



NAVN: Christina Leonora Steffensen
ALDER: 31
AKADEMISK TITEL: Cand.Mag.Jour.
UDDANNELSE: Ma. i journalistik (2020), Syddansk Universitet, Ba. i Filsofihistorie og Byplanlægning, Roskilde Universitet (2014)

FAGLIG PROFIL: Digital journalist, producer og tilrettelægger med speciale i lydproduktion. Kommunikatør og indholdsskaber til både web og events. Har bl.a. kurateret og afviklet talks på Heartland festival. Driver egen virksomhed med fokus på podcastproduktion og rådgivning for blandt andre Arken Museum for Moderne Kunst og Saga Egmont.

LINK: [linkedin.com/in/christina-leonora-steffensen-5b463611a/](https://www.linkedin.com/in/christina-leonora-steffensen-5b463611a/)

Talk Town sekretariatet har siden marts 2020 været dannet af medlemmer fra det københavnske aktivistkollektiv og forening, Renegade Runners. Foreningen har eksisteret siden 2005, og har adskillige, lange tråde ud i københavnsk forenings- og græsrods miljøer.

EVENTS OG INITIATIVER

DO:TOPIA: 2016 - nu // Cyber-aktivistisk projekt der søger at give medborgere viden om og færdigheder relevante for deres digitale liv, herunder sikkerhed, programmering, cyberfeminisme og kompetencer der stiller dem stærkere i deres færden online. Samarbejder med ARKEN Museum for Moderne kunst, Enigma museum, Blågårdens Bibliotek, Internet Week Denmark.

SLUTWALK COPENHAGEN: 2016 - 2018 // SlutWalk Copenhagen var i 2016 med til at sætte gang i samtykkede-batten. Et glimmer-indsмурt opgør med offerudskamning, slutshaming og sexistisk dobbeltmoral. Demonstrationen fandt sted i 2016, 2017 og 2018.

KAMPDAGSKALAS: 2017 // Kampdags-arbejdsdag i den gamle lagerhal i Nordhavnen, med inspirerende workshops, oplæsning, yoga og DIY hjørne. Aktivistiske oplæg ved professionelle organisere fra de københavnske græsrodder.

RISE & SHINE: 2014 - 2019 // Rise & Shine er fest for de morgenfriske. Ingen alkohol, kun kaffe, croissanter og sprø-

de toner fra nogle af Danmarks bedste DJ's - alt sammen mellem kl. 7 og 10 på en helt almindelig hverdagsmorgen. Samarbejde med flere københavnske venues, herunder Vega, KPH Volume, Sigurdsgade, Søpavillonen og Teater Grob, samt en stor fest i KPH Volume for 1.500 mennesker.

WE CAN [EDIT]: 2015 - 2018 // En indsats for at rette op på den skæve kønsrepræsentation på Wikipedia. Det første WE CAN [EDIT]-arrangement blev afholdt på kvindernes internationale kampdag den 8. marts 2015, i november 2015 i samarbejde med CPH:DOX, og igen under Talk Town 2018.

FEMMIMORY: 2005 // Femimory er et feministisk vendespil. Det er genvejen til din feministiske kanon, vi har både fri abort, far på barsel og OB tillæg og meget mere med! Spillet består af 25 x 2 kort og en lille pamflet med en beskrivelse af hver illustration.

FORDI HÆVN HELER - CHARLOTTENBORGS FORÅRS-UDSTILLING: 2005 // Udstilling om hævn, dårlig opførsel, medmenneskelighed og selvtægt for emotionelt krænkede

BILAG 5:

Markedsføringsstrategi

Talk Town fik i 2020 en opdatering af tidligere markedsføringsstrategi, som der i 2021 bliver bygget videre på. Med ambitionen om at gøre festivalen interessant for en bredere gruppe interessenter, blev følgende tiltag gennemført:

Opdaterede tiltag i 2020-21

- Opdatering af visuel profil til et mere moderne udtryk, der henvender sig til nye målgrupper
- Ny hjemmesides med stærkere fokus på kommunikationsdesign og brugervenlighed for nye publikummer
- Professionalisering af indholdsstrategien for Talk Town som helhed
- Udvidelse af markedsføringskanaler, da det tidligere fokus på Instagram primært henvendte sig til det allerede eksisterende publikum.
- Løbende sproganalyse og SEO-optimering for at sikre, at festivalens materialer er sprogligt tilgængelige samt synlige på internettet.
- Øget produktion af podcastudsendelser, inkl. indholdsstrategi i forhold til publikumsudvikling og nye målgrupper.

I 2021 måler vi vores succes på følgende datasæt:

- Tilmelding til nyhedsbrev og click rate
- Følgere på sociale medier, herunder Instagram og Facebook
- Engagement rate (hvordan vores følgere interagerer med vores indhold)
- Besøg på hjemmesiden
- Mixed method evaluering af selve festivalen vha. Spørgeskemaer, exit pop quiz og andre kunderettede aktiviteter
- Engagement af græsrodsbevægelsen i København og word-of-mouth aktivering i bredere netværk

FOKUSOMRÅDER

SOME

Talk Town kan konstatere stor succes med at nå især unge målgrupper via Facebook og Instagram. I 2021 arbejdes der således videre med strategien om fængende, visuelt indhold. Vi anvender guides, billeder fra events, take-overs af vores Instagram af ledende stemmer fra den feministiske græsrodsbevægelse mm. De sociale medier skal i højere grad spille sammen med indholdet på hjemmesiden og i vores nyhedsbrev.

HJEMMESIDE

I 2021 planlægger Talk Town, at i langt højere grad anvende hjemmesiden som et vigtigt markedsføringsværktøj. Gennem opsætning af digitale værktøjer, vil vi anvende retargeting, samt nå publikummer der har interesser indenfor Talk Towns formålsarena, gennem produktion af indhold og deling af relevant information - fx ligestilling generelt, kønsnormer eller mænds barsel. Såfremt vi får del i Festivalpuljen, vil det fremgå af hjemmesiden.

NYHEDSBREV

Nyhedsbrevet fra Talk Town har eksisteret siden 2016, og har d.d. næsten 1.800 tilmeldte. I løbet af 2020 har der været fokus på netop nyhedsbrevet, og en bedre anvendelse af dette. Vi anvender segmentering for at

sikre relevans for alle vores modtagere. Samtidig anvendes nyhedsbrevet også til dissemination af indhold skabt af andre dele, af den feministiske græsrodsbevægelse.

PRESSE

Der vil i månederne op til festivalen, blive ansat en ekstern presserådgiver, der bistår Talk Town sekretariatet i placering af historier, pitches og generel dækning af festivalen og dens mærkesager, i den nationale presse. Sekretariatet har selv et yderst stort og solidt pressenetværk. Samtidig forventer vi, at det øgede internationale fokus er interessant for mange af de store dagblade. Talk Town har gennem de seneste par år ligeledes haft samarbejde med Dagbladet Information, som udover at lave indhold på festivalen, også stiller reklameplads til rådighed uden betaling.

AKTØRER OG GRÆSRØDDER

Den vigtigste del af Talk Towns markedsføring, er word-of-mouth. I 2020 producerede vi en guide til vores aktører, der beskriver hvordan de bedst kan promovere deres eget arrangement på Talk Town. Derudover prioriteres der også digitale annoncepenge på aktører, som har særlig interesse for Københavnerne, eller har ekstra brug for hjælp med at få deres budskab ud.