Ansøgningsblanket

Ansøgning til Københavns Kommunes Nattelivspulje

Generelle oplysninger	
Projektets titel	Kitty Cat Call
Projektejer	Foreningen: Kvinder i Kunst
Kontaktperson	Dina Fie Lorentzen kontakt@kvinderikunst.dk +45 60881731
Geografisk placering	Projektet er gældende for Københavns Natteliv, men udsendes også via sociale medier og kan derved opnå en landsdækkende rækkevidde.
Startdato/slutdato	September 2025 / December 2025

Finansiering	
Ønsket støttebeløb	50.000 kr.
Øvrige tilskud til projektet/ medfinansiering	Vi søger 10.000 kr hos Koda (PR puljen) Vi søger 20.000 kr hos Trygfonden Vi søger 14.800 kr fra Dansk filmfotograf forbund Vi søger 6500 kr fra Dansk Musiker Forbund Derudover søger vi medfinanciering fra en organisation, der kan hjælpe os med at sprede budskabet via deres kanaler Vi stiller også alle forberedelsestimer på alle poster som medfinansering og der er derved kun budgetteret honorar under optagelse og redigering af Kampagnevideoen.

Kort projektbeskrivelse (forelægges Nattelivsudvalget uredigeret)
Du er i byen og gir den gas på dansegulvet sammen med dine venner. Pludselig mærker du et par hænder på dine hofter og en fremmed stemme visker dig i øret, at du ser liderlig ud… I baren er der en der gerne vil købe dig en drink, fordi du har flotte bryster… På vej hjem råber en mand efter dig på gaden og du ender med at løbe hele vejen hjem. i 2024 viser en undersøgelse fra VIVE, at omkring 2 ud af 3 danskere (16-50 år) har været udsat for uønsket seksuel opmærksomhed, inden for det seneste år. Yngre kvinder er særligt udsatte, hvor 53% af kvinderne på 16-17 år har været udsat for adfærd, der har karakter af seksuel tvang. Tallene taler for sig selv og når alkohol rammer blodet, udviskes grænser endnu mere. Uønsket seksuel opmærksomhed, gør at mange unge kvinder føler sig utrygge, når de befinder sig i det Københavnske natteliv. Det vil vi gerne være med til at lave om på med denne kampagnefilm mod catcalls.

Projektbeskrivelse
Uddybbende Projektbeskrivelse er vedhæftet som bilag. Derudover kan en mock-up video til projektet ses ved at følge dette link: https://drive.google.com/drive/folders/1B4qUFCWEBqTiSdbtO7fwwatCbKfTC1pV?usp=sharing

Tids- og procesplan
Tidsplan for "Kitty Cat Call" Kampagne 2025 **September** Storyboard færdiggøres Optageplan lægges Locations findes Booking af skuespillere og statister **Oktober** Track komponeres færdigt Track masteres 1. Optagedag 2. Optagedag SOME plan lægges **November** Fysiske møder med klubber og samarbejdsaftaler Klipning og redigering af video Print og postkort bestilles **December** Udgivelse Online Udgivelse Print Release koncert og awareness arrangement på en natklub

Budget

Budgettet er vedhæftet som bilag.

"Kitty Cat Call" er en kampagnevideo, hvis formål er at belyse problematikken ved uønsket seksuel opmærksomhed i nattelivet.
Projektet skabes af gruppen Safeandsound_LAB, som er et kunstlaboratorium, der med musik og scenekunst arbejder for et tryggere natteliv.
Musikvideoen sætter en løssluppen klubscene, hvor der ind imellem er glimt af overgreb og utryghed. Sangteksten er et humoristisk twist på problematikken og da overdrivelse fremmer forståelsen, er catchlinen i sangteksten "Thanks for the Kitty Cat Call."
Det understreger den misogyni der hersker i vores samfund, hvor nogle mænd tror kvinder bliver glade for opmærksomheden og det sætter fokus på, hvordan vi som kvinder opdrages til at udglatte situationer, som både kan være grænseoverskridende, men også farlige.

Projektets målgruppe er unge fra 13-30, da denne målgruppe både går i byen eller skal til at lære grænsesætning overfor det andet køn. Det er også denne målgruppe, der fremhæves som de mest utrygge i nattelivet.[1]

Vi søger om penge til at få optaget og redigeret en kampagnevideo i fulde 3-4 minutter og med et professionelt team - så videoen fremstår autentisk. Vi søger også penge til at få kampagnen bredt ud på de sociale medier og til at indgå samarbejder med natklubber, som også vha. print og plakater kan gøre opmærksom på problematikken.

HVAD ER PROBLEMATIKKEN

Vi har siden 2024 snakket med forskere og læst undersøgelser om utryghed i nattelivet. Der mangler statistikker og undersøgelser om catcalls, groping og mikroagressioner. Vores forskning siger os, at oplevelser som disse får kvinderne til at føle sig udsatte i nattelivet.
Vi har set kampagner for catcalls i andre lande, men vi synes der mangler lignende initiativer og oplysning i Danmark.
Vi snakker for lidt om, hvordan mysogonien starter i vores sprog og adfærd kønnene imellem. En misogyni, der kan føre til kvindedrab, som er en af de største årsager til drab i Danmark.[2]

---

[1] *"I 2024 er de 15-29 årige signifikant mindre trygge i aften- og nattetimerne end de resterende aldersgrupper."* - Københavns Tryghedsundersøgelse 2024
[2] *"21 pct. af alle drab i undersøgelsesperioden er partnerdrab, og størstedelen af ofrene for disse drab er kvinder. Udarbejdelsen af rapporten sker bl.a. som led i regeringens handlingsplan mod partnervold og partnerdrab fra juni 2023"* - Justitsministeriets Forskningskontor

HVAD ER ØNSKEDE MÅL MED KAMPAGNEN

Vi ønsker en bredere forståelse for, hvor ubehageligt det kan være at tage i byen og blive udsat for fremmedes tilråb. Vi håber at kampagnen starter en debat om, hvad god flirt er. Vi skal som samfund være bedre til at forstå at alkohol kan udviske grænser og snakke højt om problematikken, så kvinder og minoriteter ikke går med oplevelserne for sig selv.

Vi har valgt et humoristisk twist på ordet catcall, da vi har erfaret at humor letter omgangen med seriøse emner og i stedet for at lave en klassisk oplysningskampagne, mener vi at formatet musikvideo kan fange den ønskede målgruppe bedre.
Kampagnen udgives primært på sociale medier, da vi tror på at der her kan skabes et forum, hvor folk kan dele deres egne oplevelser med catcalls og grænseoverskridende tilnærmelser i nattelivet.
Et eksempel på lignende kampagner, vi er inspireret af er: “pølse-pres-kampagne” og “du må godt ødelægge den gode stemning.”

HVEM ER VI?

Det er i mørket Safeandsound_LAB eksisterer. Vi arbejder gennem lydoplevelser, performance og installationskunst på at undersøge utrygheden i mørket.
Den kunstneriske duo består af Eva Koza Hansen og Dina Fie Lorentzen.
Eva er komponist, producer og lydtekniker. Hun studerer på det Jyske Musikkonservatorium med Elektronisk Komposition. Hun har udstillet flere immersive lydværker på Sjælland.
Dina har arbejdet 10 år i scenekunstbranchen, både på og bag scenen på landets største teatre. Hun er uddannet fra Performing Arts School, Gøteborg i 2018.
Projektet havde sin start i 2024 og er udviklet i forbindelse med iværksætterkurset på RMC ((SOUND)).

Vores passion for emnet udspringer fra egne oplevelser og et ønske om at vores kunst bidrager til en positiv ændring i samfundet. Projektet er et laboratorium, fordi vi ikke ligger inde med svar eller løsninger. Vi vil derimod skabe debat og prøve med kunsten at undersøge og derved få nye nuancer og perspektiver på problematikken. Med kunsten kan vi påvirke folk følelsesmæssigt i stedet for kun at tale til deres logiske sans. Livets mange facetter kan ikke altid repræsenteres i tal og informationstekst.

Budget for "Kitty Cat Call" - Kampagne 2025

UDGIFTER	Løn	Dage	Sum
Honorarer			
Komposition, Produktion og Mixing af sang	5000		5000
Masterering af sang	1500		1500
Instruktør	4100	2	8200
A. Fotograf	4100	2	8200
B. fotograf	3300	2	6600
Belyser	4100	2	8200
Runner - Lydafvikling/Lysassistent	1540	2	3080
Klipper	3300	2	6600
Colorgrading	3300	1	3300
Sminkør	3300	2	6600
Kostumier og setdesigner	3300	1	3300
Skuespiller (DSF sats)	9944	2	13770
Skuespiller (DSF sats)	9944	2	13770
Skuespiller (DSF sats)	9944	1	9944
Skuespiller Bi-rolle (DSF sats)	4972	1	4972
Statist	500	1	500
Statist	500	1	500
Statist	500	1	500
Statist	500	1	500
Statist	500	1	500
Statist	500	1	500
PR			
Plakater		100 stk	392
Postkort		1000 stk	614
Social medie annoncer			5000
Forplejning og Transport			
Mad og drikke	1000	2	2000
Transport	250	2	500
Kostume			
Sminke			300
Fest tøj			500
Mørkt tøj (5 hoodies)			500
Set-design			1500
I ALT			117342

INDKOMST	Søgt	Modtaget
Fonde		
Københavns Nattelivspulje	50000	
Koda PR og promotion	10000	
Trygfonden	20000	
Dansk filmfotograf forbund	14800	
DMF	6500	
Egenkapital	4000	
Der medfinancieres arbejdstimer der dækker		
forberedelser for mange af de kreative poster		
og der er kun søgt støtte til aflønning af optagedage		
Støttepartnere		
((SOUND))		
RMK		
Vi søger samarbejde og medfinanciering med:		
Sex og Samfund		
Den anden side		
Unge Ravne		
	12000	
I ALT	117300	

Center for Borgerservice og Myndighed
Kultur- og Fritidsforvaltningen

Notat

Opklarende spørgsmål til Kvinder i Kunst vedr. foreningens ansøgning til Nattelivspuljen august 2025

8. september 2025

Den 2. september 2025 tog forvaltningen kontakt til foreningen Kvinder i Kunst med en række opklarende spørgsmål vedrørende deres ansøgning til Nattelivspuljen.

Nedenfor fremgår både forvaltningens spørgsmål og foreningens efterfølgende svar.

1) I budgettet opgives det, at I har søgt midler hos en række fonde/puljer. Har I modtaget disse midler, og kan projektet gennemføres, såfremt I ikke modtager midlerne?

"Vi har søgt alle fonde, som fremgår af vores budget. På nuværende tidspunkt afventer vi stadigvæk svar fra fondene, som vender tilbage i slut september/start oktober, med en afgørelse.

Såfremt vi ikke modtager bidrag fra nogle af fondene, kommer vi til at omstrukturere og nedgradere projektets omfang.

Det betyder i praksis, at vi ikke kan filme en kampagne-videoen i fuld længde, med det tilhørende information og oplysningsmateriale. Denne video kræver at vi kan lønne fagfolk til at optage og redigere filmen. Vi kommer heller ikke til at printe eller udsende materiale til det danske natteliv.

Får vi få midler må vi finpudse den nuværende korte mock-up video og lønne det fagfolk, der var inkluderet i denne med det støtte vi nu engang får.

Der er risiko for at skuespillerne i videoen ikke vil eksponeres online uden betaling. Derfor kan vi risikere at skulle klippe filmen om. På nuværende tidspunkt, spiller vi selv størstedelen af filmens roller, og må i så fald nøjes med de klip, hvori kun vi fremgår.

Uden støtte fra fonde, kommer videoen nok til at have et kortere reach, men vores back-up plan er at afholde et awareness arrangement i samarbejde med kh_underlivet. Dette bliver dog i en mindre skala, på en location, der er villig til at stille lokaler til rådighed gratis. Her vil vi kunne spille sangen live, samt invitere personer indenfor vores netværk til at snakke om emnet.

Center for Borgerservice og Myndighed
Bevillingsnævn og Nattelivsudvalg
Nyropsgade 3
1602 København V

EAN-nummer
5798009781888

Hvis vores støttemidler bliver meget begrænset, kan vi lykkes med en DIY-løsning, hvor vi nok i et begrænset omfang rammer eget netværk og et lokalt miljø.

Får vi fonde til at lykkes med en del eller hele projektet, betyder det at projektet kommer længere ud og rammer en bredere målgruppe, der potentielt kan være landsdækkende og skabe en samfundsdebat, så denne kampagne ikke bare rækker ud til vores eget ekkokammer.

Støtte fra Københavns Kommune vil have en stor betydning for os og det kan være med til at rykke på andre støttepartnere."

2) I budgettet angiver I en række støttepartnere; ((SOUND)), RMK, Sex & Samfund, Den anden side og Unge Ravne. Har I på nuværende tidspunkt indgået et samarbejde med disse, og hvordan indgår disse partnere i projektets udførelse?

"((SOUND)) har støttet projektet i opstartsfasen, hvor vi udarbejdede vores formål og værdi. De har støttet kontorpladser, workshops og mentorordning. RMK har givet øvelokaler til rådighed, hvor vi optog vores første udkast til kampagnevideoen. De Unge Ravne har tidligere været med til at dele et projekt vi lavede i Basement på Vesterbro og vi håber derfor igen, de vil støtte op og evt. være afsendere på kampagnevideo og dele på egne kanaler. Dette er dog ikke bekræftet endnu. Den anden side har vi dialog med om at afholde et realease/awareness party, for at skyde video

afsted og vi håber også, at de vil være med som afsendere. De lavede i 2024 en nattelivs-trøje, som vi også tidligere har haft på til performance i Basement. Her solgte vi t-shirts og donerede overskuddet til De Unge Ravne. Sex og Samfund, ville være den perfekte partner ift. at have en afsender på, som har en masse viden og etos som rygdækning på området. Vi håber på at støtte fra Københavns Kommune evt. kunne sætte skub i dialogen. Vi er også i dialog med Kh_underlivet om at være moderatorer for vores awareness-arrangement. "

3) I tids- og procesplanen beskrives kampagnens udgivelse online og på print samt release-koncert/arrangement. Kan I uddybe kampagnens elementer nærmere, herunder målgrupper og formål?

"Vores formål med kampagnen er at forbedre interaktionen mellem folk i nattelivet, sådan at den uønskede verbale og seksuelle opmærksomhed mod især kvinder mindskes. Projektets målgruppe er unge fra 13-30, da denne målgruppe både går i byen eller skal til at lære grænsesætning overfor det andet køn. Derudover er det især hos de unge, at der opleves uønsket opmærksomhed samt utryghed i nattelivet. Især blandt kvinder. "I 2024 er de 15-29-årige signifikant mindre trygge i aften- og nattetimerne end de resterende aldersgrupper." - Københavns Tryghedsundersøgelse 2024.

Vi vil gerne være med til at sætte tonen for, hvordan samtalen om den gode flirt er mellem de unge. Sådan at færre mennesker oplever misogyni, uønsket seksuel opmærksomhed og overgreb.

Projektet er inddelt i 3 faser

1. Fase - Kampagnevideoen

Her ønsker vi via musik at lave en kampagnevideo og en sang, der sætter fokus på problematikken ved catcalls. Musikvideoen sætter en løssluppen klubscene, hvor der indimellem er glimt af overgreb og utryghed. Sangteksten har et humoristisk twist på problematikken og da overdrivelse fremmer forståelsen, er catchphrasen i sangteksten "Thanks for the Kitty Cat Call." Vi mener at vi ved at skabe en catchphrase, kan appellere til at unge kan bruge den, når de føler at deres grænser er blevet krydset. At denne kan skabe et forum, hvori vi kan begynde at navngive de små ting mennesker udsættes for i nattelivet, som måske bliver negligeret og får lov til at skabe grobund for en voksende frygt for nattelivet.

2. Fase - Awareness arrangement

I forbindelse med udgivelsen af sangen og videoen, ønsker vi at holde et arrangement på en natklub, med et line-up af kunstnere, fagfolk og politiske influencers på området. Her skal samtalen gå på, hvordan vi skaber den gode flirt. Vi skal snakke om grænsesætning og kommunikation med alkohol i blodet samt, hvad vi kan gøre for hinanden, hvis vi oplever ting der ikke er i orden.

3. Online forum og debat

Efter arrangementet vil videoen florere på de sociale medier og på alle de inkluderede samarbejdspartneres kanaler. Her vil den lægge op til en konstruktiv samtale og gøre plads til erfaringsdeling. Dette forum har også til formål at være empiriindsamling, til fremtidige lignende projekter og statistikker."