



Københavns Kommune Kultur – og Fritidsforvaltningen
Att.: Maria Ørsted

POW c/o Artopia

Amager Landevej 16
2770 Kastrup
CVR: 37323594

Signe Demant Hansen
+45 23 80 68 01
festival@cphpow.dk

Dato: 1.10.2018

Kære Maria

På vegne af Power of Women festivalen sender jeg hermed ansøgning om støtte fra Københavns Kommune Kultur- og Fritidsforvaltning på 350.000 kr. til POW festivalen fra **30.10-04.11.2019**.

POW sætter fokus på kvinder indenfor kunst og kultur og ønsker at fremhæve og hylde de mange dygtige kvindelige kunstnere og interessante kvindefortællinger.

Festivalen bliver i 2018 afholdt for anden gang og vil blive afviklet fra den **1-4. November 2018** i København. Festivalen er fra sidste år blandt andet blevet udvidet med flere events og dage.

Vedlagt er ansøgning med CV'er, budget med finansieringsplan. I vil modtage vores evaluering for 2018 senest februar 2019

Vi søger 350.000 kr. for at gennemføre 6 dages international fuld festivalprogram i 2019.

Vores CVR nr. er: 37323594



Vi glæder os til at modtage jeres svar.

Med venlig hilsen
Fusun Eriksen

INTRODUKTION OG FORMÅL

Power of Women er en kunst- og kulturfestival, der sætter fokus på kvindelige kunstnere og kvindefortællinger indenfor blandt andet film, scenekunst, musik, billedkunst og litteratur. Vi ønsker med POW festivalen at hylde kunst på højt niveau – skabt af kvinder. Vi vil skabe en unik og frisk platform for kvinders kreative og kunstneriske værker.

Efter den store succes med festivalens pilotudgave i 2017, er festivalen for 2018 vokset. Dette betyder både, at der er flere arrangementer samt en ekstra dag. Vores ambition er fortsat at udvide POW festivalen for 2019 med flere dage, et større program, klare tematikker og et internationalt udsyn. Den voksende interesse fra publikum, beslutningstagere samt andre aktører viser, at der er brug for en platform som POW. Derfor ser vi et stort potentiale og en nødvendighed i festivalen.

Danmark får en stadig større bevidsthed om ligestilling, hvilket både gør sig gældende i debatter, men også konkrete tiltag. POW taler direkte ind i denne bevægelse og udvikling, hvorfor det er vigtigt at have en festival som POW, som kan være med til at stille spørgsmålene, men også fremme udviklingen. POW rammer således et momentum i Danmark for at sætte fokus på kvindelige kunstnere og deres åbenlyse potentiale for samfundsøkonomien og kulturlivet.

INTERNATIONALE og NORDISKE PERSPEKTIVER

I 2018 har vi inviteret to internationale navne til festivalen og har desuden mødt stor interesse fra både Norge, Sverige og England. Festivalen har de to første år hovedsageligt præsenteret danske kunstnere, med ønske og ambition om på sigt, at lave et internationalt spor, og præsenterer en række førende, internationale kvindelige kunstnere og debattører.

AKTIVITETER OG INDHOLD

PUBLIKUMSAKTIVITETER

POW festivalen vil fremadrettet blive kurateret af en ny gruppe hvert år, som i samarbejde skaber årets program. På den måde giver vi plads til forskellige meninger og kunstneriske forskelligheder, hvilket vi ser som en styrke. Der vil være en overordnet programlægger, men ved årligt at etablere en ny gruppe på tværs af køn, alder og fag, åbner vi op for diversitet og ikke mindst smag. Festivalen vil arbejde med temaer indenfor de forskellige kunstarter, som vil blive skabt af kuratorerne.

I dagens Danmark er kvinderne storforbrugere af kunst og kultur, men størstedelen af de kunstnere, der bliver vist og udstillet er mænd. Dette paradoks vil POW arbejde videre med i 2019-2020 ved fortsat at fremhæve den kvindelige fortælling blandt kunstnere og iværksættere. Vi vil have fokus på kvalitet, og hvordan kvinder kan samarbejde på tværs af fagområder og brancher.

Under titlen "Årets POW" vil vi hvert år sætte fokus på et nyt kultursted eller en institution, som har skilt sig ud i det forgangne år ved at lave et tiltag i ligestillingens navn. "Årets POW" vil fungere som festivalens hovedkvarter, hvor størstedelen af arrangementerne vil blive afholdt.

POW ønsker med disse årlige tiltag at skabe en mobilitet i forhold til udvikling, genre, diversitet samt at give plads til at ændre form, karakter og størrelse fra år til år.

BRANCHEAKTIVITETER

POW tror på, at tværfagligt samarbejde fordrer nye, spændende idéer og initiativer. Derfor vil vi i løbet af festivalen facilitere workshops, hvor kunstnere på tværs af fag arbejder sammen og skaber nye værker og projekter. På den måde åbner vi op for de muligheder, der ligger i at lære fra hinanden og udnytte hinandens kompetencer. Formålet er således at åbne op for nye måder at tænke på. I forlængelse af dette ønsker vi at sætte fokus på iværksætterier blandt kunstnere. Her vil vi tage ved lære fra finansverdenen, og se på hvordan vi kan lade os inspirere af initiativer og strategier derfra.

Desuden vil vi afholde *pitching forums* indenfor litteratur, teater og film. I selskab med et panel af fagfolk vil forfattere blive hjulpet og vejledt til, hvordan hun ellers kan tjene penge som forfatter. I panelet sidder eksempelvis en kvinde fra finansverdenen, der hjælper med at lave en forretningsplan. På den måde skaber vi nogle rammer, hvor vi klæder kunstnerne bedre på i deres karriere.

Vi ønsker derudover at skabe et workshopprogram samt inspirationsdage for *upcoming* talenter, der omhandler personlig udvikling, processer, planlægning og økonomi til at fremme deres kunstneriske virke. Det er i den forbindelse vores hensigt at etablere samarbejde med uddannelsesinstitutioner og elever fra de kreative uddannelser.

Disse koncepter ønsker vi ikke alene at lave under POW 2019, men også løbende i løbet af året. På den måde bliver der skabt synlighed og relevans omkring POW året rundt, ligesom vi får mulighed for kontinuerligt at arbejde med at fremme kvindelige kunstnere.

PUBLIKUMSAKTIVITETER TIL BØRN OG UNGE

Vi er lige nu i dialog med AFUK og andre aktører om et årligt workshopprogram til børn og unge, der har ligestilling som omdrejningspunkt. Dette bekræftes senere.

I 2018 har vi tilrettelagt en række workshopformater for børn og unge samt indgået samarbejdsaftaler med institutioner, der ligeledes ser vigtigheden i at skabe samtaler om køn. Med afsæt i de erfaringer vi får i år, vil vi arbejde videre med at vise film og teater med stærke pigeroller og fortællinger. Ligesom vi ønsker at skabe legende rum og kreative samarbejdsprocesser for både piger og drenge, hvor der er mulighed for at tale om ligestilling for begge køn. Vi forestiller os blandt andet at vise 5-10 film samt lave undervisningsmaterialer og workshops om udvalgte fokustemaer. På den måde får vi skabt en bevidsthed omkring ligestilling hos børn og unge, hvilket vi mener er en helt central investering.

TIDSPLAN

- Udvikling af koncept, program, økonomi og team, jan-april 2019
- Launch-event i oktober 2019
- Marketingsaktiviteter september-oktober 2019
- Festival d. 30.-04. november 2019
- Afrapportering december 2019
- Ansøgninger for POW 2020: løbende i 2019

MÅLGRUPPER

- Kvinder som arbejder i kreative brancher
- Publikum - alle, som savner diversitet i historier, film-, kunst- og kulturverden
- Beslutningstagere, institutioner og virksomheder i de kreative brancher
- Børn og unge som skal vokse op med en mere åben ligestillingsforståelse

POTENTIELLE SPONSORER OG SAMARBEJDSPARTNERE

(som vi enten samarbejder med, søger støtte hos eller har aftalt møder med)

- Københavns Kommune
- Dansk Kulturinstitut
- CPH STAGE
- Kaja MANAGEMENT
- Sort/Hvid
- Dansekapellet
- Dansk Skuespillerforbund
- Danske Filminstruktører
- Kvindemuseet
- Danske Dramatikere
- Askvig Stitz
- Marengdeluxe
- JazzDanmark
- AFUK
- Tuborgfondet
- Statens Kunstfond
- Børnekulturhus Ama'r
- Literaturhaus
- Stengade
- Oticon Fonden
- Københavns Radiobiograf
- Vesterbro Lokaludvalg
- Nørrebro Lokaludvalg
- M.fl. som vi er i kontakt med, men som konfirmeres senere

MARKEDSFØRING OG KOMMUNIKATION

- Traditionel annoncering som annoncer, outdoor, printed media og merchandise
- Online markedsføring gennem Youtube, Facebook ads, Google ads, banners og SEO
- Influencers
- Interaktiv markedsføring: BuzzFeeds
- Content marketing: PR i TV, print og online medier
- Event deltagelse
- Partnerskaber
- Word of mouth marketing

SUCCESKRITERIER OG MÅLTAL

- Publikumsaktiviteter: 30 % forhøjet fra 2018
- Brancheaktiviteter: 15 % forhøjet fra 2018
- Børneaktiviteter: 15 % forhøjet fra 2018
- Subscribers online: 30 % forhøjet fra 2018

ØKONOMI

Vi forventer støtte fra de samme fonde som 2018. Konfirmeres senere.

- Offentlig støtte (DFI, Københavns Kommune, Kulturministeriet m.fl.)
- Billetindtægter
- Sponsorater (private virksomheder og produkter som matcher festivalens etik og indhold)
- Finansiering gennem fonde (Danske Dramatikere, Danske Filminstruktører, Oticon Fonden, Tuborgfonden, Statens Kunstfond, m.fl.)
- Støtte fra foreninger (musik, film, teater, kunst)
- In-kind aftaler (med mediepartnere, venues og samarbejdspartnere)

POW 2018

Vi er i gang med POW 2018 lige nu, som vil blive afviklet fra den 1.-4. November. Vi oplever allerede en stor interesse for festivalen fra publikum og andre aktører. Festivalen er blevet større siden sidste år, hvilket blandt andet vil sige, at vi har udvidet den med en dag mere og dermed også et større program. Evalueringen vil blive sendt inden februar 2019.

ANSØGERES BAGGRUND

Füsun Eriksen, seniorkonsulent for forretningsudviklingen hos Dansk Kulturinstitut og initiativtager til POW festival. Fra 2007-2016 var hun den kunstneriske og administrative leder af BUSTER, Københavns Internationale Filmfestival for Børn og Unge. Füsun Eriksen udviklede festivalens profil og fik succes med nye initiativer, nye projekter nationalt og internationalt. Hun arbejdede i mange år i reklamebranchen og filmverdenen for forskellige agenturer såsom Warner Brothers/RCA Columbia Pictures og senere som Marketing & Festivalchef for Trust Film Sales/Zentropa, hvor hun skabte festival- og salgsstrategier for blandt andet Lars von Trier, Susanne Bier, Thomas Vinterberg, Lone Scherfig, Per Fly, Anders Morgenthaler og Lukas Moodysson.

Signe Demant Hansen, har arbejdet med kommunikation og projektkoordinering i forskellige projekter indenfor kulturlivet. Hun var med til at afvikle POW 2017, og har i 2018 fungeret som daglig leder for festivalen. Hun har arbejdet som projektkoordinator på Teater Grob i projektet Prolog. Desuden har hun været journalist på kulturmagasinet AK24syv og i forlængelse af dette lavet indtil flere podcastprojekter til bl.a. Kunstnernes Efterårsudstilling 2017. Fra 2016-17 boede hun i Grækenland, hvor hun blandt andet skrev om ligestilling i Grækenland. Hun er cand.mag. i Moderne Kultur og Kulturformidling fra Københavns Universitet kombineret med fag indenfor journalistik.

Kat Jarby er manager, projektleder og markedsføringskonsulent. Leder af virksomheden Kaja MANAGEMENT, som arbejder med management, booking og markedsføring af eksperimenterende dansk musik. Derudover udvikler og leder Kat kunstneriske projekter og events, coacher og rådgiver musikere om både karriere og markedsføring, og agerer konsulent for kunstneriske organisationer. Kat er uddannet i Branding & Communications fra University of Brighton, UK og har arbejdet med formidling af musik i 10 år som bl.a. projektleder for musikforlaget Edition·S – music–sound–art, partner i koncertvirksomheden SYNC Productions, Udviklingskonsulent for DUEN - Det danske Ungdomsensemble og booker på Spillestedet Stengade.

Trinelise Væring er sanger, komponist og tekstforfatter. Hun debuterede som jazzsanger, men arbejder i dag primært indenfor rock/pop og singer/songwriter traditionen. Hun er bedst kendt som kapelmester for egne bands. Hun har udgivet otte anmelderroste cd'er. Hun stod for PR og kommunikation ved POW 2018. Uddannelse: Europæisk Etnologi (KU 1986), jazz (New School, New York 1991), bygningskunst (Kunstakademiets Arkitektskole 1994) og Master i professionel kommunikation (RUC 2014)



POW 2019 BUDGET

CVR: 37323594

FINANSIERING	Beløb
Det Danske Filminstitut	150.000
Københavns Kommune	350.000
Kunstrådet	75.000
Støtte fra fonde til festivalen (søges fra Kvindefonden, Bikubenfonden, Politikenfonden, Oticonfonden, Statens Kunstfond, etc)	225.000
Støtte fra film, teater og medie organisationer (Danske Instruktører, Dramatikere, Skuespillerforbund)	60.000
Støtte fra musikorganisationer til POW MUSIK projekt	200.000
Sponsorater uden kontanter (usynlige finansiering, in-kind aftaler ca. 350.000 kr.)	0
Kontant sponsorater	40.000
Billetindtægter	25.000
Dansk Kulturinstitut	75.000

FINANSIERING Estimeret 1.200.000

UDGIFTER

Festival lønninger og honorarer

Festivalchef	80.000
Dagligleder	168.000
Programråd (musik, teater, litteratur, børneprogram)	50.000
Festivalproducer	35.000
Revisor og bogholder	30.000
Marketing- og eventkoordinator	35.000
PR og kommunikationsmedarbejder	30.000
Teknikansvarlig	20.000
Feriepenge	21.000
Subtotal	469.000

Administration	
Husleje	20.000
Kontorudgifter, forsikringer, telefon og internet	3.000
Representation	2.000
Kørsel, transport og kilometerpenge internt	2.000
Kontingenter, abonnementer, faglitteratur	1.500
Subtotal	28.500
Marketing	
Logo og grafisk design	15.000
Website og app udvikling	10.000
Print (program, flyers, plakat, outdoor)	50.000
Merchandise	15.000
Online og traditionelt annoncering	20.000
Distribution	6.000
Subtotal	116.000
Festivaludgifter	
Venue leje: Biografer, sale, musik og konference lokationer	45.000
Teknik, lyd, versionering	25.000
Film events og program	60.000
Teater events og program	60.000
Litteratur events	20.000
POW MUSIK Program (side projekt)	175.000
Workshops under festivalen	14.500
Børneprogram (film, events, workshops og UV materialer)	50.000
Rejser (gæster)	15.000
Ophold (gæster)	15.000
Fortæring	25.000
Frivillige	10.000
Transport og forsendelser	20.000
Subtotal	534.500
Uforudsete udgifter	52.000
UDGIFTER Estimeret	1.200.000



RETHINK FESTIVAL

ANSØGNING TIL KØBENHAVNS KOMMUNES FESTIVALPULJE

3

ANSØGNING

4

IDÉ | BAGGRUND

5

FORMÅL

6

MÅLGRUPPE | SUCCESKRITERIER

7

AKTIVITETER

9

SAMARBEJDSPARTNERE

10

ØKONOMI

12

KONTAKT

ANSØGNING

Projekttitle: *ReThink Festival, en bæredygtighedsfestival med cirkulær økonomi i fokus*

ReThink Festival (herefter ReThink) er en ambitiøs og vidtfavnende festival, der vil fremme vidensdeling og generere nye initiativer inden for cirkulær økonomi. Festivalen er opstået ud af ønsket om at skabe en åben debat om, hvordan vi i fællesskab udvikler en samfundsøkonomi, der kan bidrage med de nødvendige nedskæringer i CO² og samtidig skabe bedre livskvalitet for alle borgere.

ReThink er en åben og inkluderende festival, der over 3 dage inviterer deltagere fra nær og fjern til at gå på opdagelse i krydsfeltet mellem viden, kultur, bæredygtighed og grøn innovation. ReThink giver alle besøgende, virksomheder og samarbejdspartnere mulighed for at møde fremtidens grønne ideer i øjenhøjde. Her kan der stilles spørgsmål til og udveksles hverdagserfaringer med producenterne selv.

Med publikumsinddragende workshops og åbne værksteder får deltagerne mulighed for selv at afprøve bæredygtige løsninger og cirkulært økonomiske modeller og øge forståelsen heraf. Ved at skabe en platform for innovative tiltag inden for bæredygtighed og cirkulær økonomi kan vi danne grobund for nye initiativer på feltet og styrke Københavns brand som bæredygtig foregangsby.

01 TID OG STED

ReThink afholdes d. **7.-9. juni 2019** og er på nuværende tidspunkt i dialog med Københavns Kulturkvarter og Det Kongelige Bibliotek om at opbygge festivalen på Søren Kierkegaards plads på Slotsholmen. Med Københavns Kulturkvarter og Det Kongelige Bibliotek som samarbejdspartnere, vil vi forvandle Søren Kierkegaards Plads til en cirkulært opbygget festival, hvor kreativitet, vidensdeling, oplysning samt fremtidsmuligheder inden for bæredygtighed og cirkulær økonomi er i centrum.

I denne kreative og nytænkende ramme inviterer ReThink deltagere fra hele Danmark til 3 inspirerende og lærerige dage med talks, LABS, debatter, workshops, kunstinstallationer, madboder mm. Her kan borgere, virksomheder, kommuner og regioner mødes på tværs, blive inspireret og sammen skabe grobund for nye initiativer. Hvor andre festivaler tilbyder oplevelser, tilbyder ReThink læring og eftertænkning.

02 RELEVANS FOR KØBENHAVN

ReThink har en målsætning om at tiltrække virksomheder og borgere fra hele landet og styrke den cirkulære omstilling på tværs af regioner og sektorer. ReThink er derfor i dialog med Gate 21, der har som vision at gøre Storkøbenhavn til den førende region i verden for grøn omstilling og vækst gennem tværregionalt og tværsektorielt samarbejde. Med Gate 21 som samarbejdspartner kan ReThink styrke Københavns brand som bæredygtig storby, samt understøtte og fremme Københavns Kommunes målsætning om at være CO₂-neutral hovedstad i 2025.

ReThink festivalen vil være opdelt i flere zoner, særligt festival-zonen "RESOURCES" vurderes at være relevant for Københavns Kommune og borgere. Zonen "ReThink RESOURCES" etableres med henblik på at opfylde festivalens hovedformål: at skabe direkte forbindelse og sparring mellem borgere, virksomheder, kommuner og regioner. RESOURCES skal være stedet, hvor borgere kan få direkte adgang til virksomheder og kommuner og svar på deres spørgsmål vedrørende affald, energi, transport, produktion, distribution og forbrug.

03 ANSØGT BELØB

ReThink har et samlet budget på 4.290.000 mio. kr. Københavns Kommunes Festivalpulje ansøges om at støtte ReThink med 410.000 kr., der vil understøtte programmet ReThink Resources. En del af midlerne vil desuden blive benyttet på scene, telte, logistik samt frivillig forplejning. Med støtte fra Københavns Kommune Festivalpulje vil ReThink kunne realisere sin hovedvision om åben innovation og vidensdeling på tværs af sektorer.

Det langsigtede mål er at gøre ReThink til en årlig tilbagevendende begivenhed, der følger den konstante udvikling inden for bæredygtighed og cirkulær økonomi. Fra 2020 forventer vi også at udbrede ReThink til andre dele af Danmark, men fortsat med base i København.

Med venlig hilsen,

Roberto Uboldi Festivalleder for ReThink Festival | Ingerslevsgade 103, 1705 København V | roberto@rethinkfestival.dk

ReThink FESTIVAL

Ambitiøs og vidtfaavnende festival, der skal fremme vidensdeling og generere nye initiativer inden for cirkulær økonomi.

PROJEKTTITEL

Rethink Festival, en bæredygtighedsfestival med cirkulær økonomi i fokus.

IDÉ

"Idéen med ReThink Festival er opstået i en tid, hvor mange bæredygtige initiativer inden for cirkulær økonomi findes og startes, men er svære at få overblik over. Med ReThink Festival som en paraply for initiativer og viden inden for feltet kan vi fremme vidensdeling, læring og netværk mellem virksomheder, skoler, start-ups, borgere og kommuner". - Festivalleder Roberto Uboldi

Flere og flere danske virksomheder fået øjnene op for og grebet muligheden for at optage cirkulært økonomiske tiltag i deres forretningsmodeller. Der er ikke mangel på initiativer og løsninger inden for cirkulær økonomi, men derimod en stor efterspørgsel på platforme, der kan samle de mange nytænkende initiativer på tværs af sektorer til glæde for både virksomheder og borgere. ReThink Festivals vision er derfor at forene disse mange initiativer ved at skabe en fysisk platform, der muliggør åben innovation og vidensdeling på tværs af virksomheder, skoler, start-ups, borgere, kommuner og regioner. Gennem sjove og håndgribelige værktøjer skal ReThink inspirere til læring og facilitere tværfaglige samarbejdsmetoder i omstillingen til en mere bæredygtig og ansvarlig fremtid.

BAGGRUND

ReThink Festival udspringer af et ønske om at tilvejebringe en helhjertet samlet indsats i kampen mod den menneskabte CO₂-udledning. Der er en stigende efterspørgsel på bæredygtige og cirkulært økonomiske løsninger fra borgere, forskere og politikere. Det er nu, mere end nogensinde før, altafgørende at klimadagsordenen bliver prioriteret højt, som det også fremgår af regeringens 2020-plan og EU-kommissionens 2030-plan for bæredygtig udvikling. Behovet for at tænke i cirkeløkonomiske løsninger er bekræftet i regeringens lancering af "Strategi for cirkulær økonomi".

Det er positivt, at virksomheder og politikere tager teten i udviklingen mod en større samfundsmæssig gentænkning af ressourcer, men vi har brug for en koordineret indsats mellem top og bund hvis vi i København og Danmark skal mindske vores samlede CO₂-fodaftryk. Vi ser derfor en nødvendighed i, samt mulighed for, at skabe samfundsøkonomisk vækst, innovation, ideudvikling og merværdi ved at inddrage borgerne som en essentiel drivkraft.

FORMÅL

Vi har en ambitiøs og konkret målsætning om at fremme vidensdeling på området for cirkulær økonomi på tværs af fagligheder og sektorer. Med udgangspunkt i 4 af FN's 17 verdensmål (klimaindsats, bæredygtig energi, bæredygtige byer og lokalsamfund, ansvarligt forbrug og produktion, samt klimaindsats) skal Rethink Festival samle eksisterende innovative projekter, ideer og forretningsmodeller under samme paraply: en tværfaglig vidensdelingsplatform for bæredygtighed og cirkulær økonomi.

Det er ReThink teamets ambition at få cirkulær økonomi ud af konferencerum og branchemøder og give borgerne direkte adgang hertil. Borgerne er en vigtig drivkraft og ressource for virksomhederne. Ved eksponering af deres cirkulære forretningsmodeller, samt åben innovation med borgere får virksomhederne direkte adgang til slutbrugerne. I kraft af at være en nystartet forening anerkender vi, at dette er et ambitiøst, vidtfavnende og omfattende projekt, hvorfor vi tillægger stor værdi i at samarbejde med allerede eksisterende eksperter, virksomheder og andre ressourcestærke aktører inden for bæredygtighed og cirkulær økonomi.

ReThinks formål er at:

- forvandle Slotsholmens havnefront til en summende vidensplatform, hvor innovative hoveder på tværs af sektorer kan sparre og fremvise deres bæredygtige og cirkulære projekter frem til inspiration for nysgerrige folk fra hele landet.
- skabe en by i byen, som er bygget op omkring principperne for cirkulær økonomi: reduce reuse recycle i alt fra energiforbrug og affaldshåndtering til design og arkitektur.
- samle eksisterende aktører på tværs af kommuner, regioner, virksomheder, start-ups, civilsamfund og borgere i tre lærerige, underholdende og inspirerende dage.
- højne deltagernes forståelse for, hvad cirkulær økonomi er for en størrelse, og hvad man som virksomhed, start-up og almindelig borger kan gøre for at bidrage til en mere klimavenlig hverdag og fremtid.
- understøtte Københavns Kommunes ambitiøse plan om at blive CO2-neutral hovedstad i 2025.
- etablere et cirkulært opbygget levende laboratorium, som kan blive stående efter festivalens afslutning til fremtidig idégenerering og vidensdeling på feltet.
- fremme omstillingen fra "forbrug og smid ud"-samfund til en overordnet mere forsvarlig og ansvarlig samfundsøkonomi.
- blive en årlig tilbagevendende begivenhed, der følger den konstante udvikling inden for cirkulær økonomi og sætter Danmark og København på verdenskortet.
- udbrede ReThink Festival til Kolding kommune i 2020. Kolding Kommune har på nuværende tidspunkt vist stor interesse for mulig udveksling af insights og erfaringer, samt muligheden for at afholde festivalen i Kolding.

MÅLGRUPPE

ReThink henvender sig i udgangspunktet til et bredt udsnit af borgere. Målgruppen spænder fra 3-65+ år, dog med overvægt af videns-, klima- og miljøinteresserede. Vores målgruppe er bred med fokus på de fire sektorer:

industri og erhverv

politik, stat og kommune

videnssektoren

borgere og civilsamfund

For at kunne skabe værdi for vores målgrupper og engagere dem i en holistisk brugerrejse har vi defineret følgende segmenter:

ReThink appellerer først og fremmest til det yngre urbane segment (17-49 år), der i høj grad orienterer sig mod en bæredygtig livsstil gennem deres forbrug og handlemønstre. Dette segment er ofte bosat i de større byer, har en akademisk baggrund og er store kulturkonsumenter. Det er også her vi finder vi de klimabevidste børnefamilier med en travl hverdag, der er søger svar på hvordan de kan handle mere bæredygtigt i hverdagen.

ReThink henvender sig til børn og unge (3-16 år), som er en yderst vigtig målgruppe, da de skal engageres i at skabe fremtidens grønne Danmark.

Sidst men ikke mindst henvender ReThink sig til "de yngre ældre" (50+ år), da dette segment har en meget stor interesse i miljø, økologi og sundhed samt forbrug af miljøvenlige produkter og services.

SUCCESKRITERIER

ReThink Festivals mål for 2019 er at:

- tiltrække og samle forskere, iværksættere og virksomheder i topklasse og etablere vidensdeling mellem top og bund.
- skabe nye samarbejder på tværs af brancher, organisationer og civilsamfund.
- tiltrække et deltagerantal på 7000+.
- få minimum 3000 likes på Facebook.
- tiltrække en overvægt af børnefamilier.
- inddrage borgerne som en essentiel drivkraft i omstillingen til en mere bæredygtig fremtid.
- håndgribeligøre det diffuse koncept "cirkulær økonomi" for den enkelte borger, så de nemmere kan træffe bæredygtige valg i deres hverdag.
- opbygge et community for vidensdeling om cirkulært økonomiske idéer og tiltag via sociale medier med start fra efteråret 2018.
- skabe en helhedsoplevelse, så deltagerne ikke blot er tilskuere, men interaktivt inddrages gennem diverse aktiviteter for børn, unge og voksne, som fremgår nedenfor.
- få omtale i flere toneangivende og dagsordensættende lokale og internationale medieplatforme, herunder nationale aviser, blogs og internationalt orienterede bookazines.

PLANLAGTE AKTIVITETER

ReThink vil skabe en holistisk brugeroplevelse inden for cirkulær økonomi så der er en klar rød tråd mellem vores mediestrategi, afviklingen af festivalen og de efterfølgende aktiviteter.

Før festivalen

Målsætningen om at opbygge en by i byen efter cirkulære principper er et både ambitiøst og vidtfavnende projekt, der kræver en stor viden og know-how inden for feltet - en opgave vi, som projektteam, ikke kan løfte alene. Vi får derfor brug for de skarpeste hoveder inden for bæredygtig byudvikling og cirkuløkonomisk arkitektur til udviklingen og opbygningen af byens struktur. Som et led i festivalen er vi i dialog med Københavns Kulturkvarter om muligheden for at etablere et cirkulært opbygget levende laboratorium på pladsen til fremtidig idegenerering og vidensdeling, som forventes at bliver stående efter festivalens afslutning: et levende laboratorium, som kan benyttes af borgere, studerende og virksomheder til åben innovation på tværs af sektorer. I den forbindelse planlægges en række workshops i efteråret 2018, der skal være platform for et tværfagligt samarbejde mellem konsulenter fra cirkulære ingeniørvirksomheder og arkitektbureauer og studerende fra højere læreanstalter. Der planlægges endvidere fokusgrupper, hvor borgerrepræsentanter får mulighed for at forme festivalens indhold.

Derudover skal efteråret 2018 og foråret 2019 bruges på:

- offentliggørelse af ReThink Festival via SoMe og lancering af rethinkfestival.dk
- konceptudvikling
- evaluering af eksterne præsentationer (fra afgangsstuderende og virksomheder)
- festival setup
- etablering af samarbejde med aktører
- logistik
- rekruttering af frivillige

Under festivalen

ReThink Festival afvikles i juni 2019. Størstedelen af festivalens aktiviteter vil være inspireret af insights, idéer og forslag som bliver genereret i de afholdte workshops, fokusgrupper samt gennem dialog med partnerskaber. Festivalen inddeles i følgende zoner:

ReThink PLAY

Til festivalen skal der udvikles et særligt aktivitetsprogram orienteret mod børn i alderen 3-16 år. I tæt samarbejde med iværksætter-hubs, skoler og arkitektbureauer skal der opføres workshops og LABs målrettet børn og unge. De forskellige workshops og LABs skal gøre cirkulær økonomi sjovt og tilgængeligt for børn gennem kreative og lærerige aktiviteter.

ReThink LAB

På festivalpladsen skal der etableres et levende laboratorium, hvor borgere, virksomheder, kommuner inviteres til åben innovation og sparring under og efter festivalen.

ReThink TALK & DEBATE

Vi undersøger pt. muligheden for at afholde talks samt debatter i de tilstødende auditorier i BLOX samt Den Sorte Diamant, hvor emner inden for cirkulær økonomi belyses og diskuteres fra forskellige vinkler af førende forskere og eksperter inden for feltet.

ReThink FOOD

I samarbejde med Rasmus Leck Fischer udvikles et program for festivalens madzone med fokus på bæredygtig mad og madspild.

ReThink STAGE

På festivalpladsen skal der etableres en scene til afholdelse af koncerter, spoken word, talks og debat.

ReThink DESIGN

Vi er i dialog med Slots- og Kulturstyrelsen vedrørende brugen af Christian 4.s Bryghus, hvor der på festivalen vil være fokus på innovative bud på cirkulære løsninger, tiltag og forretningsmodeller inden for modebranchen, arkitektur og interiør. På festivalen skal der skabes en kunstinstitution i genbrugsplast af samtidskunstneren Eske Kath.

ReThink RESOURCES

Her kan borgerne få direkte adgang til virksomheder og kommuner og få svar på spørgsmål om affald, genanvendelse, vedvarende energi, transport, produktion, distribution og forbrug.

ReThink HARBOUR

Ved at inddrage havnen, vil vi sætte fokus på hvordan klimapåvirkninger og forhøjede vandstande har betydning for byen samt hvordan vi kan skabe et forbedret havnemiljø. I samarbejde med studerende fra RUC skal der udvikles en flåde, som skal inspirere til innovativ brug af havnefronten.

ReThink Programmet

I samarbejde med eksterne institutioner i Storkøbenhavn præsenteres et program, der skal køre under hele festivalen. Eksempelvis visning af dokumentarfilm samt talks og debatter hos Cinemateket, med fokus på cirkulær økonomi og bæredygtighed.

Efter festivalen

Ved festivalens afslutning skal der produceres en rapport af projektets resultater i form af besøgstal, regnskab samt billede- og videodokumentation. Vi skal endvidere estimere hvilken effekt festivalen har haft på deltagerne ved gennemgang af likes og kommentarer fra Facebook og Instagram, samt indholdet af en elektronisk postkasse, som vil figurere på ReThink Festivals hjemmeside.

Afvikling- og evalueringsfasen skal bruges på:

- Evaluering, formidling og offentliggørelse af festivalens resultater (hovedsageligt gennem sociale medier)
- Deltagelse i Folkemødet Bornholm
- Videreudvikle forretningsmodel
- Drift af det cirkulært opbyggede laboratorium, som forventes at blive stående efter festivalens afslutning til fremtidig idegenerering og vidensdeling.

SAMARBEJDSPARTNERE

BEKRÆFTEDE/I DIALOG MED	POTENTIELLE
Statslige institutioner	
Hofor (Energi og vand)	Visit Denmark
Regioner	
Region Hovedstaden	Region Midtjylland
Kommuner	
Kolding Kommune, Københavns Kommune, Sharing Copenhagen, Verdensmålsskolen, Wonderful Copenhagen	Frederiksberg Kommune, Kalundborg Symbiose, Ren By, Miljøpunkt (Amager, Indre By & Christianshavn, Nørrebro)
Ministerier	
Miljø- og Fødevareministeriet	Energi-, forsyning og Klimaministeriet, Miljøstyrelsen
Politikere	
	Ida Auken, Jacob Ellemann-Jensen, Johanne Schmidt Nielsen, Lars Løkke Rasmussen, Rufus Gifford
Arbejdsgiverorganisationer	
	DI, Dansk Erhverv
Brancheorganisationer	
Plastindustrien	IDA Universe,
Miljøorganisationer	
WWF (klimasafari)	Greenpeace, Plastic Change
Tænketanke	
	Concito (Klimaambassaden)
Virksomheder (start-ups og etablerede)	
BRØL, Cinemateket, DFDS Canal Tours, Dansk Retur System, De Forenede Dampvaskerier, E.ON, Gate 21, KLS Pureprint, Space10, The Circular Way by Lendager Group To Good To Go, Årstiderne	ADP planet, Beyond Coffee, Bugging Denmark, Carlsberg, Convert, COOP, Daka, Den Blå Planet, Eat Grim, Experimentarium, Grundfoss, H&M, Insekt KBH, IKEA, LEGO, Løs Market, Mandag Morgen/Altinget, Mindjuice, Naboskab, Pelikan Self Storage, Planetarier, Refarmed, ReFood, Rema1000, ReShopper, Schoeller Plast, Simple Feast, Social Foodies, STARK, Tivoli, Vestas, Wefood, Worldperfect, Ørsted, 3R kontor
NGO'er	
	Rådet for Bæredygtig Trafik, MacArthur Foundation
Frivilligorganisationer	
Bioteket	Fødevarebanken, Greencubator, Projekt Grobund, Stop Spild Af Mad
Foreninger	
Skaberiet, Under Broen	Dansk Cyklist Forbund, Dakofa, DANVA, Haver til Maver, Your Local
Miljøforskere	
	Morten Gylling, Thomas Budde Christensen
Højere uddannelsesinstitutioner	
Arkitektskolen, DAC, DTU, RUC	Københavns Universitet, ITU, KEA (E-design)
Grundskoler	
	Den Grønne Friskole, Learnmark Gymnasium
Personer/talere	
Ditte Lysgaard Vind, Eske Kath, Rasmus Leck Fischer, Von Plast	Anja Gaede, Anders Morgenthaler, Connie Hedegaard, CPHrogging, Esben Lunde Larsen, Eva Kruse, Flemming Besenbacher, Jasper Steinhausen, Julius Langendorff, Karin Klitgaard, Lasse Nyholm Jensen, Marianne Thomsen, Martin R. Stuhley, Michael Graven, Mogens Lykketoft, Ole Morten Petersen, Stephen Høegh, Thomas Fruergaard Astrap

ØKONOMI

I kraft af at være en nystartet forening tillægger vi stor værdi i at samarbejde med allerede eksisterende eksperter, virksomheder og andre ressourcestærke aktører inden for den bæredygtige og cirkeløkonomiske sektor. Endvidere afhænger festivalen i høj grad af ildsjæle og frivillige kræfter: hovedparten af de mange frivillige, der rekrutteres til festivalen kommer fra Copenhagen Volunteers, højere læreanstalter og NGO'er. På nuværende tidspunkt er foreningen ikke momsregistreret, men den langsigtede plan er at kunne bidrage med egenfinansiering.

INDTÆGTER

FONDE	STATUS	SØGT BELØB
Realdania Fonden	søges primo okt.	1.250.000
Industriens Fond	søges primo okt.	1.060.000
Region Hovedstaden	ansøgt	1.000.000
Tuborgfondet	søges primo okt.	500.000
KK Festivalpulje	søges primo okt.	410.000
KK arrangementspulje	søges primo juli '19	50.000
Sharing Copenhagen	bevilget (10.000)	20.000
I alt:		4.290.000

UDGIFTER

INTERNE

Løn	1.300.000
Lokaler	120.000
Administration	50.000
<i>Interne i alt</i>	<i>1.470.000</i>

AKTIVITETER

Workshops & Fokusgrupper	20.000
--------------------------	--------

ReThink STAGE

Honorarer til medvirkende	100.000
Afvikling, scene, teknik m.m.	100.000
<i>Stage i alt</i>	<i>200.000</i>

ReThink TALKS & DEBATE

Honorarer til medvirkende	350.000
Hotel/transport	50.000
<i>Talks & Debate i alt</i>	<i>400.000</i>

ReThink LAB

Materialer & Ressourcebrug	300.000
Honorarer	100.000
<i>LAB i alt</i>	<i>400.000</i>

ReThink PLAY

Honorarer	100.000
Afvikling & Materialer	60.000
<i>PLAY i alt:</i>	<i>160.000</i>

ReThink FOOD

Honorarer	100.000
Afvikling & Materialer	100.000
<i>FOOD i alt</i>	<i>200.000</i>

ReThink DESIGN

Honorarer	100.000
Afvikling & Materialer	150.000
<i>DESIGN i alt</i>	<i>250.000</i>

ReThink RESOURCES

Honorarer	80.000
Afvikling & Materialer	80.000
<i>RESOURCES i alt</i>	<i>160.000</i>

PRODUKTION

Leje af lokaler	50.000
Scene/telte/logistik	220.000
Toiletter/kloakering/vand	10.000
Frivillig forplejning	30.000
Teknik/lyd/lys	100.000
Vagter	45.000
Dekorering	20.000
Reetablering af område	50.000
Åbningsreception	20.000
Evaluering	100.000
Øvrige udgifter	100.000
<i>Produktion i alt</i>	<i>745.000</i>

KOMMUNIKATION

Program/udvikling/layout	60.000
Annoncering/print/online	120.000
Foto	35.000
Grafisk design/visuel identitet	50.000
Hjemmeside	20.000
<i>Kommunikation i alt</i>	<i>285.000</i>

UDGIFTER TOTAL	4.290.000
-----------------------	------------------

RE KNIHT festival

ROBERTO UBOLDI

Festivalleder

Roberto er idemanden bag og festivalleder for ReThink Festival. Roberto er serieiværksætter med mange års erfaring inden for kulturproduktion og byrumsudvikling. Med mange års ansættelse i Københavns Kommunes Kultur og Fritidsforvaltning med dagligt arbejde med kulturskabelse og borgerinddragelse. Roberto har startet Designerspace, som er platform for upcoming designere og kunstnere. Designerspace har siden udviklet sig til en konsulentvirksomhed med speciale inden for kulturskabelse, events og byrum.

roberto@rethinkfestival.dk

LOTTE LUNDGAARD HANSEN

Projektleder

Lotte er projektleder på Rethink Festival og står derudover for at konceptudvikle og designe festivalen. Som cand.merc i Strategic Market Creation fra CBS, har Lotte speciale i værdiskabelse samt fokus på bæredygtighed i socioøkonomisk kontekst.

lotte@rethinkfestival.dk

MICHAEL OLIVARIOUS

Projektkoordinator og frivilligkoordinator

Michaels rolle i ReThink er at koordinere opgaver blandt de frivillige og sørge for at de definerede mål bliver nået. Michael er uddannet teambuilder og produktionsteknolog og har mange års erfaring med ledelse, koordination og rekruttering, blandt andet gennem hans tidligere designbureau og iværksætterhus "Duop Design Lab" på Christianshavn.

michael@rethinkfestival.dk

SUSAN VENDELBO CASPERSEN

Projektmedarbejder og fundraiser

Susan er projektmedarbejder og fundraiser på ReThink Festival. Hun er uddannet cand.mag. med speciale i bystudier samt fokus på hvordan borgerdrevne byprojekter kan generere både økonomisk innovation og bæredygtige løsninger.

susan@rethinkfestival.dk

SOFIE SOL DANØ

Kommunikation og PR

Sofie er marketing-, SoMe- og kommunikationsansvarlig på Rethink Festival. Sofie er cand. it. i Digital Design og Kommunikation med speciale i sociale medier og digital brugerinddragelse. Sofie har tidligere arbejdet med planlægning og afholdelse af brugerinddragende aktiviteter for Amager Øst Lokaludvalg.

sofie@rethinkfestival.dk



SMØRREBRØL 2019

The world's biggest cargo bike race!

Smørrebrød is a cargo bike race with a twist. On May 26th 2018, 25 teams signed up to compete in the world's first Smørrebrød cargo bike race. Each team had decorated their bike and dressed up in a different way, resulting in an avalanche of creativity and craziness. We had families on rickshaw bikes, a 53 year old american tourist and his wife on a bullet-bike, local kids, international students and a bunch of local Copenhageners compete for the trophy. A main part of the race is the Smørrebrød competition, where each team needs to assemble their interpretation of the Danish classic. Our dream was to create something new and crazy, something the world hasn't seen before and we our success showed us that the world wanted exactly that!

Goals and ambitions:

When we pulled off the first smørrebrød race, we only had 10.000 kroner and a lot of enthusiasm at our disposal. With minimal resources we managed to pull off an event that blew the minds of those who experienced it.

Now we want to take things to the next level. We want to preserve the vibe and the concept of this year's event, but we also want to expand our focus and open up Danish tradition for new interpretations. We want to bring cultures together and create a platform for Copenhageners and visitors to explore Danish culture.

An event for all of Copenhagen!

We want to create this event for the people of Copenhagen and help to celebrate the bike culture in the city. People from Nørrebro, Copenhagen and abroad will get to experience an event that creatively combines different aspects of Danish culture. We want the Smørrebrød event to become a staple of Copenhagen's festival scene. An event that people are looking forward to all year!

Mixing Cultures

We will take what's already there: cultural diversity and show how different cultures elevate each other. What better way to do that than through the most iconic Danish dish: Smørrebrød and cycling culture. Just imagine the beauty of a Pakistani cuisine inspired smørrebrød!



Target group:

We want to be open to everyone who's willing to try something new and a little bit crazy. Anyone who's willing to team up and sit in a cargo bike is welcome to

join! We want to engage the locals in Nørrebro and tap into the cultural diversity collaborating with local communities and culture centers.

Expected participants and spectators

We are expecting 50 teams, corresponding to 100 racers to join the race. Each of them will be riding in a cargo-bike, decorated with recycled materials and wearing costumes. We are expecting 4500 spectators watching the race and passing by our parties.

Co creation:

We don't want to create a rigid structure that others have to fit into but instead we want to create a framework that lets people be creative and create something inspired by their own heritage, ambitions and dreams. We realize and appreciate that there are many people out there who have the ambition and the talent to create things we couldn't even imagine! We want to tap into that unrealized potential and bring it all to life under the umbrella of the smørrebrød race! We want to create a thriving community that focuses on collaboration, co-creation and ownership. We let them shape and create the central parts of the race while act as the coordinators.

In our own experience a shift occurs when people turn from consumers into creators. By taking ownership people care more about the quality of the experience people have.

The following central activities will be developed by external partners:

The Race:

Smørrebrød: Judges, chefs, kitchens and foodies will stand for the culinary experience. Before the event, content about the history and future of the smørrebrød will be created. During the event they will judge the different creations of the participants.

Costumes: We want to give everyone the opportunity to dress up! Providing costumes, materials, tools and ideas will be the contribution of this partner.

Bikes: The ability to participate depends on having a cargo-bike. This partner will ensure that there will be available bikes for everyone who wants to participate. Another important aspect is safety! We will have mechanics servicing the bikes of our participants.

Trophies: Most trophies are boring. Our trophies will be made by local artists using upcycling in the process.

The After Party:

Music: Local artists will entertain the crowds with live music and DJ sets.

Visuals: Awesome visuals from local light designers will light up Nørrebrohallen

Performances: Bubbles, fire artists, jugglers, dancers... anyone with a special talent is welcome to contribute!



Our role:

We support all partners by finding funding for their activities, connecting them with the right people and by giving them a platform to present themselves. We stand for the external communication and marketing, safety and as well as the internal coordination of the event.



Actor and Partner List

1. Nørrebrohallen
2. Osramhuset
3. Foodsharing Copenhagen
4. Støberiet
5. Bioteket
6. BRØL
7. Superkilen
8. Nørrebro Lokaludvalg
9. Materiale Centralen
10. Flydende By
11. Garagen
12. Cyklistforbundet
13. Kultur N
14. Sharing Copenhagen
15. Trampoline House
16. Gro Selv
17. Rub&Stub
18. Villa Kultur
19. Bolsjefabrikken
20. Kokkelandsholdet - National Culinary Team of Denmark
21. Simon Skipper Photography
22. DFUNK - Dansk Flygtningehjælp Ungdom
23. Verdenskulturcentret

VANDMAND Inc.



Philipp Mitterhofer

*Geographer, Coach, Insect
enthusiast*



Saimon Skurichin

Activist, Entrepreneur

Vandmand Inc. : We are Philipp Mitterhofer and Saimon Skurichin, two experienced social, environmental and cultural entrepreneurs. Since 2016 we have organized different events on a regular basis. Our approach is hands-on, unconventional, creative and relatable. We have organized Foodsharing events in Nørrebro, folkekøkken in DGI-byen, culinary experiences, parties and workshops in Bioteket and Osramhuset.. Within the last year, our projects and events have reached 17000 people and involved more than 600 volunteers and a budget of around 800.000. We always aim to bring people together around hands-on activities and topics such as food, healthy lifestyle, science, leadership in daily life etc.

Kontakt:

Philipp Mitterhofer
C/O Mads Krabbe
Frederikssundvej 94a st tv
2400 København NV

Tel: +45 50378922

Email: vandmandinc@gmail.com

Vandmand inc. er IKKE momsregistreret

Projekttitlel:Smørrebrøl 2019

Category	Post	Subtotal	Egenfinansiering	Other funds*	Ansøgt
		342800	197500	45500	99800
Actor support		54500	2000	1500	51000
	Support for actors	50000	0	0	50000
	Transport	1500	0	1500	0
	Equipment (live streaming etc)	3000	2000	0	1000
Art installations/info point		6000	2000	2000	2000
	Materials	3000	2000	1000	0
	Honorar	3000	0	1000	2000
Volunteer support		4000	0	3000	1000
	Food/snacks and drinks	2000	0	2000	0
	Iron-on patch or t-shirt	2000	0	1000	1000
	Pre meeting	1000	1000	0	0
Race set-up		66000	23500	7000	35500
	Transportation	4000	0	3000	1000
	Dj honorar	5000	0	0	5000
	Equipment (kitchen equipment etc)	3500	3500	0	0
	Renting bikes	4500	0	2000	2500
	Safety equipment	5000	0	0	5000
	Infrastructure (tents, roads, signs)	4500	3500	1000	0
	Light and sound equipment	10000	9000	1000	0
	Light and sound technician honorar	2500	1500	0	1000
	Space, bikes Decorations and trophies	7000	6000	0	1000
	Fencing (Dansk vejsikring)	20000	0	0	20000
Marketing		15000	0	10000	5000
	Digital marketing	2000	0	1000	1000
	Designer honorar	4000	0	3000	1000
	Homepage	2000	0	1000	1000
	Social media	2000	0	1000	1000
	Video production	5000	0	4000	1000
Coordination and logistics		170000	170000	0	0
	Project leadership, volunteer coordination 20h/week/at 250DKK/8 months	160000	160000	0	0
	Revision after the event 10h/week/at 250DKK/1 month	10000	10000	0	0
Facilities		12000	0	12000	0
	Office space: 3000/month 6 months	12000	0	12000	0
Other		15300	0	10000	5300
	KODA	5300	0	0	5300
	Unexpected expenses	10000	0	10000	0

Other funds:

60000

Norrebro Lokaltudvalg* 30000

Nordea-fonden* 20000

TrykFonden* 10000

*pending



PROJEKT BESKRIVELSE TALK TOWN 2019



INDHOLDSFORTEGNELSE

INDLEDNING	3
FORMÅL	4
TALK TOWN – EN FESTIVAL I UDVIKLING	5
FORVENTEDE RESULTATER	7
MÅLGRUPPER	7
PROGRAM	8
PR & MARKEDSFØRING	9
TIDSPLAN	11
FINANSIERING	11
ORGANISATION OG ERFARING	12
DOKUMENTATION	13





INDLEDNING

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

Talk Town er i sin natur en platform for netværk og dialog. Festivalen er aktørbaseret i stil med folkemødet på Bornholm. Det vil sige, at den fungerer som en ramme for organisationer, erhvervsliv, foreninger og engagerede enkeltpersoner, hvori de kan bidrage med netop deres mærkesager. Talk Town er en samtalebry, hvor der er plads til uenighed og forskellige perspektiver, men som ultimativt peger ind i samme hovedvision; ligestilling.

PROGRAM & MÅLGRUPPER

I 2019 indtager Talk Town Onkel Dannys Plads på Vesterbro fra d. 9. - 11. maj, og byder på 70 gratis offentlige arrangementer. Det er en reducere af arrangementer i forhold til de 90, som festivalen præsenterede i 2018, hvilket er en bevidst beslutning. Færre arrangementer skal optimere kvalitetssikringen af indholdet og sikre en mere intelligent programlægning.

I programlægningen har Talk Town fokus på at sikre et bredt udvalg af arrangementer, som med differentierede formater og formidlingsstrategier, appellerer til en mangfoldig målgruppe. Med 70+ aktører har festivalen naturligt en bred målgruppe, eftersom hver aktør tiltrækker hver deres målgruppe; alt efter om man er et politisk parti eller en undergrunds queer gruppe. Dertil er Talk Town en kulturbegivenhed fuld af kunst, koncerter og underholdning, som tiltrækker den almene kulturforbruger.

TALK TOWN ER LOKAL & GLOBAL

Festivalen vil styrke Københavns position som en international mangfoldig hovedstad for seksuelle, religiøse, politiske og sociale minoriteter; som et levende og slagkraftigt civilsamfund. Som en folkeoplysende og handlingsorienteret festival er Talk Town med til at understøtte og fremme de københavnske borgeres engagement og deltagelse i køns- og ligestillingsdebatten. Når Talk Town arbejder globalt, handler det om, at den danske feminisme skal orientere sig mod internationale forhold, og festivalen skal gæstes af oplægsholdere fra hele verden.



FORMÅL

Som festival for netværksdannelse, borgerengagement og vidensdeling blandt foreninger, organisationer, virksomheder og borgere, skal Talk Town belyse, løfte og styrke den danske køns-, ligestilling og feminisme debat i samfundet. Som platform skal Talk Town samle, synliggøre og styrke både det ligestillings- og køns politisk interesserede miljø i Danmark. Talk Town forventer, at den tværfaglige platform vil øge organisationernes samarbejde og netværk, styrke deres kontakt til nye publikumsgrupper og vil give københavnske borgere nye muligheder for at deltage i ligestillingsdebatten og dermed fastholde et øget fokus på ligestilling.

TALK TOWN 2018

70+

AKTØRER

Organisationer, foreninger, institutioner m.v. præsenterede et bredt-favnende program.

90+

EVENTS

Debatter, workshops, koncerter og andre kulturelle indslag

2500

GÆSTER

Samlet set over alle tre dage

TALK TOWN – EN FESTIVAL I UDVIKLING

Efter tre succesrige festivaler har Talk Town bevist sin eksistensberettigelse, men også tillært sig en del erfaringer, der har sat lys på festivalens udviklingspotentiale. Talk Town har i 2019 valgt tre tiltag, som skal opstarte udviklingsprocessen mod at blive en festival, der faciliterer organisering, som lever videre året rundt i hele Danmark.

1. TALK TOWN MEDSKABERE

Talk Town er i høj grad også til for aktørerne. Som noget nyt i 2019 vil Talk Town yde en ekstra indsats for at facilitere møder på kryds og tværs af arrangørerne. Festivalen finder kun sted tre dage om året, hvorfor det er vigtigt, at eksistensgrundlaget er baseret på at facilitere organisering, der kan leve videre resten af årets dage. For det første vil hvervningsprocessen være mere grundig end tidligere. Der vil blive inviteret til tre møder for arrangører - det første allerede i oktober 2018 - hvor der vil blive givet information omkring det at være aktør på festivalen, hvorefter en gruppedannelsesproces vil starte og give aktørerne mulighed for at skabe arrangementer til Talk Town sammen på kryds og tværs af organisationer.

Talk Town mener, at det kan styrke indholdet af et arrangement, hvis der arbejdes på tværs. Et eksempel fra Talk Town 2018 var da Amnesty Danmark, Amnesty Sverige, Kvinderådet og den aktivistiske influencer Amalie Have samledes til en debat om samtykke. Her oplevede vi grundet forskellige holdninger og divers følgerskare, at publikum var bredt i aldersspredning og at debatten blev yderst perspektivrig.

For det andet vil vi under festivalen afholde lukkede sociale arrangementer for aktørerne, som kan styrke relationer og skabe samarbejder på tværs.

2. SKOLETJENESTE

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

Formålet med undervisningstilbuddet er dels, at eleverne får en indføring i den danske kvindebevægelse- og ligestillingshistorie, og dels, at de får en grundlæggende forståelse for hvordan normer for køn og kønsroller kan diskriminere og være med til at skabe - og fastholde - ulighed i samfundet. Talk Town ønsker at inspirere eleverne til kritisk stillingtagen og aktiv deltagelse i den demokratiske køns- og ligestillingsdebat, med henblik på at udforske handlingsmuligheder og alternativer, som kan bidrage til at skabe forandring.

3. TALK TOWN UD I LANDET

Århus

Under festivalen i 2018 blev workshoppene Talk Town Ud i Landet afholdt, og her mødtes aktører fra hele landet for at diskutere, hvordan festivalen kan udfolde sig uden for København. En gruppe fra Århus var meget interesseret i at organisere sig omkring en festival i deres by og oprettede derfor en arbejdsgruppe, som lige nu er i fuld gang med at planlægge initiativet. Talk Town Århus skal i september 2019 startes op med at foregå i én dag, men stadig i samme format som søsterfestivalen i København. Som tovholder på projektet er Århus Feminist Collective, og arbejdsgruppen tæller bl.a. repræsentanter fra Århus Universitet, Ladies First, Mellemfølkeligt Samvirke, Skateducate, Sex & Samfund, G-BAR, Kvindemuseet, Feministisk Selvforsvar, Feministisk Læsegruppe Idéhistorie, Andromeda og Gender in Research at Århus University.

Talk Town året rundt

Talk Town vil bruge sine erfaringer til at facilitere samtaler hele året. Som del af Distortions officielle program, kuraterede og afviklede Talk Town i juni 2018 talks til en feministisk scene, i oktober 2018 viser Talk Town filmen FEMINISTEN sammen med DOX: BIO, og der er derudover planer om at lave samarbejde med Femi Festival i Odense.



FORVENTEDE RESULTATER

På festivalens tredje år har den cementeret sig som en vigtig tilbagevendende begivenhed, og festivalen er nået ud til et endnu bredere publikum, dels på baggrund af et mere divers program, dels som følge af et øget fokus på markedsføring. På baggrund af festivalens reach og løbende udvikling forventer Talk Town 3000 publikummer i 2019. Herudover forventer Talk Town, at den tværfaglige platform vil øge organisationernes samarbejde og netværk, styrke deres kontakt til nye publikumsgrupper og vil give københavnere nye muligheder for at deltage i ligestillingsdebatten og dermed fastholde et øget fokus på ligestilling.

MÅLGRUPPER

Der er to hovedmålgrupper for Talk Town:

1. De aktive aktører: organisationer, foreninger, uddannelsesinstitutioner, branchefolk, enkeltpersoner og uformelle grupperinger, som bidrager med arrangementer. Her målrettes hvervningen således, at indholdet bliver så mangfoldigt og perspektivrigt som muligt.
2. De demokratisk aktive borgere af alle køn, aldre, seksualiteter, etniciteter osv. Festivalen står nemlig for, at debat generelt, og ligestillingsdebatten især, ikke foregår indenfor en snæver, medietrænnet faggruppe eller baseres på modsætninger.

Målrettet arbejdes der med disse konkrete målgrupper:

UNGE

Talk Town ønsker at engagere unge i debatkulturen. Dette effektueres i 2019 ved at oprette en skoletjeneste igen og fortsætte med at målrette hvervningen af aktører til ungdomsforeninger. F.eks. har Københavns Unge Feminister været arrangører under festivalen i 2017 og 2018.

ETNISKE & SEKSUELLE MINORITETER

Talk Town gør en ekstra indsats for at få de etniske og seksuelle minoritetsorganisationer med i aktørgruppen. Bl.a. har Interkulturelt Kvinderåd ved alle de foregående festivaler været en tæt samarbejdspartner. I 2018 kunne man også opleve talk om Islam og seksualitet, og deltage i Palæstinensisk Kvindefest.

UDSATTE GRUPPER

Talk Town har en speciel evne til at rumme udsatte grupper af mennesker, som er ekstra sårbare. Festivalen har bl.a. skabt plads til unge med angst, voldsramte kvinder og enlige økonomisk udsatte mødre. Festivalen bestræber sig på at skabe "sikre rum" og tilgængelighed for denne målgruppe.

FAGFOLK

På Talk Town er der også plads til de mere interne arrangementer med en meget specifik målgruppe. I 2018 inviterede vi under temaet Normkritisk Pædagogik til workshops for lærere og pædagoger. Og musikbranchen diskuterede, hvordan der kan skabes mere diversitet i deres felt.

DEN NYSGERRIGE KØBENHAVNER OG KULTURFORBRUGER

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



PROGRAM

Det er et vigtigt standpunkt for Talk Town, at programmet byder på mange forskellige event-formater. For det første behandles nogle emner bedst med kunst som medium, hvor andre kræver en kritisk samtale, ligesom nogle er direkte publikumsinvolverende og fungerer som et mødested. Visionen om at samle forskellige perspektiver realiseres bedst, når de besøgendes sanser og bevidsthed tilgås forskelligt, hvilket sikres med en differentieret tilgang til formidling og eksperimenterende formater.

Talk Town arbejder med tre stier, der udforskes i programmet; Act, Know og Build, da festivalen mener, at de tilsammen kan føre til forandring.

ACT dækker over den type arrangementer, der gør en bevidst om, hvordan man selv kan deltage aktivt i kampen om ligestilling; alt fra workshops om, hvordan man bruger sin stemme på de sociale medier og oplæg om, hvordan man kan agere mere normkritisk i sin hverdag. Talk Town mener, at det er vigtigt at sammensætte et repræsentativt kunstprogram, så det kan inspirere nye grupper til at spille musik og skabe kunst.

KNOW er de arrangementer, der oplyser - eller bidrager til en øget bevidsthed om emnet; typisk indbefatter dette debatter og talks. Men også kunstprogrammet taler til publikums bevidsthedsudvidelse.

BUILD er den kategori, der producerer lige-nu-og-her. Hvis der fx skal flere kvinder i mandsdominerede brancher, så må de uddannes og indføres i de pågældende felter. Derfor byder denne kategori på fx programmerings- og DJ-workshops, såvel som svejseværksted.

PR & MARKEDSFØRING

Hovedformålet med PR & markedsføringsstrategien er at få køn, ligestilling og feminisme på dagsordenen i den offentlige debat. At tiltrække publikum til selve festivalen er vigtigt, men skal være den afledte positive effekt af PR og markedsføringen, ikke selve hovedformålet. (bilag 1) Det overordnede indhold og markedsføring af Talk Town skabes sammen med samarbejdspartnerne. Den lokale og nationale presse og radio søges engageret. For det første gennem mediepartnerskaber, hvor vi bl.a. i 2019 gentager samarbejdet med Dagbladet Information, og for det andet gennem udsendelse af pressemeddelelser, hvortil vi fokuserer på at vinkle vores fortællinger. Sidste år bragte både Ibyen (Politiken), Broadly (Vice) og Gaffa guides til vores program - og her var Gaffas dækning med særligt fokus på musikprogrammet.

Talk Town markedsfører festivalen i sin helhed, imens det er de 70 arrangørgruppers eget ansvar at sikre publikum til lige netop deres event. Det vil også sige, at arrangørgrupperne alle annoncerer via deres respektive kommunikationskanaler og netværk, medier mv., og at det derfor tilsammen giver et meget bredt markedsføringsfelt til mange forskellige målgrupper. Talk Town sørger for at levere en markedsføringspakke, som letter processen for arrangørgrupperne, og sikrer en hvis strømning af kommunikationen.

Talk Town prioriterer sociale medier, eftersom de mange aktører sikrer en stor spredningseffekt. Kommunikationskanalerne bliver drevet af festivalens frivillige kommunikationsgruppe. Der vil derfor i mindre, men stadig nogen grad blive lagt vægt på annoncering, tryksager og synlighed i gadebilledet.

SOCIALE MEDIER!

Der arbejdes målrettet med Facebook og Instagram i markedsføringen af festivalen. Sammenlignet med 2017, gav indsatsen på de sociale medier i 2018 følgende resultater:

↑ 67%

Deltagere på Facebook eventet Talk Town 2018 en stigning på 67% sammenlignet med 2017

↑ 30%

Likes på Talk Towns Facebookside en stigning på 30% sammenlignet med 2017

↑ 800%

Følgere på Instagram en stigning på 800% i perioden fra 2017-2018

Talk Town som platform for aktører kommer også til udtryk på festivalens kommunikationskanaler, hvor ligestillingsinitiativer og feministiske arrangementer omtales. Talk Town arbejder året rundt med gennem de sociale medier dels at engagere - og udvide - sit publikum, og dels at skabe muligheder for vidensdeling og netværksdannelse, med tiltag som fx Feministisk Ugeguide, Onsdags-crush og stories på Instagram. På Talk Towns Instagram vil profilens followers blive præsenteret for festivalens aktører og sætte spotlight på deres mærkesager.



TIDSPLAN

Festivalen finder sted fra d. 9. til 11. maj 2019 med arrangementer på en række forskellige scener fordelt på venues på og omkring Onkel Dannys Plads, som fx Råhuset, H15 og Warehouse9. Scenerne varierer i størrelse og anvendelsesmuligheder, hvilket giver aktørerne mulighed for at afholde arrangementer af meget forskellig karakter. Der arbejdes både med mere traditionelle, såvel som mere eksperimenterende, formater og rammesætning. Festivalen afholder workshops, koncerter, kunststillinger, paneldebatter, filmvisninger, m.fl., der alle søger at udforske og udfordre begrebene køn, ligestilling og feminisme.

- **1. AUGUST - 1. MARTS:** færdiggørelse af koncept, finansiering og samarbejdsaftaler
- **10. OKTOBER:** Open Call åbner
- **10. OKTOBER - 12. MARTS:** rekruttering af aktører, kuratering og booking af kulturprogram
- **25. OKTOBER, 22. JANUAR OG 19. FEBRUAR:** infomøde om Talk Town 2019 og aktør speed-dating
- **12. MARTS:** Open Call lukker
- **13. MARTS - 10. APRIL:** programlægning og hvervning af frivillige
- **1. APRIL - 9. MAJ:** markedsføring
- **6. MAJ - 8. MAJ:** opbygning og design af festivalen
- **9 - 11 MAJ:** afvikling af Talk Town København
- **15. MAJ - 15. JULI:** regnskab, evaluering og dokumentationsarkivering
- **28. SEPTEMBER:** afvikling af Talk Town Århus (1-dags festival)

FINANSIERING

Talk Town ønsker at søge Festivalpuljen om 200.000 kr., eller størst mulige støttebeløb, i henhold til vedhæftede budget (bilag 4). Talk Town og Kvinderådet har tidligere søgt støtte hos Festivalpuljen til gennemførelse af festivalen i 2016, 2017 og 2018, og fik her bevilget hhv. 130.000 kr. i 2016 og 100.000 kr. i 2018.

Imens mange fonde er planlagt at blive søgt, er Kvindernes Bygnings Fond og Statens Kunstfonds Pulje For Koncertvirksomhed pt. søgt. Talk Town har modtaget en bevilling på 20.000 kr. fra Kvindernes Bygnings Fond, men der foreligger endnu ikke svar på ansøgningen til Statens Kunstfonds Pulje.

Talk Town skal fortsat være gratis for publikum og det skal sikres, at organisationer uden økonomisk råderum også kan deltage med et arrangement. Der skal bruges midler til primært at sikre en professionel produktion og markedsføring, og derudover til aflønning af festivalens sekretariat, som de tre foregående år i overvejende grad har arbejdet frivilligt.



ORGANISATION OG ERFARING

Talk Town præsenteres af Kvinderådet, hvis formål er at "koordinere de kvindepolitiske krav og påvirke den kønspolitiske udvikling nationalt og internationalt" på vegne af dets over 40 medlemsorganisationer (bilag 2). Kvinderådet har grundig erfaring med at arrangere større events, såsom eksempelvis Nordisk Forum (2014) med ca. 20.000 deltagere.

Udviklingen og produktionen af Talk Town udføres af kulturproduktionskollektivet Indgreb, som også udvikler og producerer festivaler, debatarrangementer, borgerinvolverende og publikumsudviklende projekter. Derudover, deltager Indgreb i, og leder, en række nationale og internationale samarbejdsprojekter inden for musik, innovation og kultur. Indgreb har senest co-produceret Nordiske Musikdage, Njord, SPOR festival (Århus), Resonans festival, samt innovationsfestivalen Afsnit I, og tidligere Strøm festival og det københavnske værtskab for WOMEX.

I 2019 fortsætter Talk Town samarbejdet med Huset-KBH, som i år lagde lokaler til festivalen (bilag 3), og som i foråret 2019 midlertidigt flytter ind på Onkels Dannys Plads. Både udviklingen og afviklingen af festivalen sker i samarbejde Huset-KBH, samt en række frivillige. Pt. er der opstartet samarbejder med nationale og internationale organisationer og grupperinger om udviklingen af indhold og temaer til næste års festival. Her kan nævnes SF, Women of Color CPH, Skateducate, Xem Skaters (FR/SE), samt filminstruktørerne Danny Plotnick (US), Shari White og Kristin Ebeling (US).

FRIVILLIGHED

Frivillighed er centralt på Talk Town, og det er ikke blot et spørgsmål om at få nok hænder til at løfte praktiske gøremål. For Talk Town er frivillighed en understregning af, at de tematikker og problematikker, som festivalen adresserer, skal løses i fællesskab, og ved, at alle bidrager. Derfor opfordres alle deltagende foreninger og organisationer til at stille med en eller flere frivillige til arrangementet. Sidste år bidrog mere end 100 frivillige til en følelse af fællesskab, imødekommenhed og ikke mindst fornemmelsen af at tilhøre en større bevægelse. I år er frivillige allerede på nuværende tidspunkt involveret i udvikling, rekruttering, markedsføring mv.

DOKUMENTATION

Talk Town vil umiddelbart efter afholdelsen, og senest primo juli 2019, fremsende dokumentation af festivalen til Festivalpuljen - bl.a. inkluderende deltagerantal, liste over aktører og arrangementer, regnskab, evaluering, samt pressemappe.

Oversigt over bilag

Bilag 1: PR & Markedsføringsstrategi- og plan

Bilag 2: Kvinderådets medlemsliste

Bilag 3: Liste over samarbejdspartnere 2018

Bilag 4: Budget 2019

Bilag 5: Projektleders CV

KONTAKT

Talk Town arrangeres af Kvinderådet og kulturproduktionskollektivet, Indgreb.



FESTIVALLEDERSE

Indgreb

Jan Samuelsen
Slagtehusgade 30
1715 København V
mail: jans@talktown.dk
mobil: 22 25 17 12
CVR-nummer: 29886121
(Krew-Werk, momsregistreret)



FESTIVALPARTNER

Kvinderådet

Dorthe Chakravarti
Niels Hemmingsens Gade 10
1153 København K
mail: kvr@kvinderaad.dk
tlf.: 33 12 80 87

BILAG

Bilag 1 - PR og markedsføringsstrategi og -plan

Hovedformålet for Talk Towns PR & markedsføringsstrategi- og plan er at få ligestilling, kønspolitik og feminisme *på dagsordenen i den offentlige debat.*

Herudover skal indsatserne *synliggøre miljøet* omkring ligestilling, kønspolitik og feminisme og tiltrække nye interesserede. At tiltrække publikum til selve festivalen er vigtigt, men skal være den afledte positive effekt af PR og markedsføringen, ikke selve hovedformålet.

Årshjul

Talk Towns PR og markedsføringsarbejde har et årshjul, som centrerer sig omkring følgende milepæle:

- Offentliggørelse af festivaldato
- Offentliggørelse af festival-location
- Offentliggørelse af *open call* (hvor medskabere kan melde sig til)
- Deadline for *open call*
- Programlancering
- Afholdelse af festivalen
- Post-festival (offentliggørelse af deltagerantal, mikro-evaluering mv.)

Markedsføring i samarbejde med medskabere

Den mest omfattende markedsføring af Talk Town skabes sammen med festivalens 15 – 20 medskabere. Alle medskabere udvikler, faciliterer, beværter og promoverer selv deres arrangementer. Det vil også sige, at de alle annoncerer via deres respektive kommunikationskanaler, netværk, medier mv., og at det derfor tilsammen giver et meget bredt markedsføringsfelt med mange forskellige målgrupper.

Kvinderådet, som er en del af Talk Town-organisationen, engagerer sine 40 medlemsorganisationer i markedsføringen generelt.

Talk Town bistår medskabernes arbejde med en markedsføringspakke, der gør det let at markedsføre ikke blot deres egne arrangementer, men hele festivalen.

Sociale medier

Talk Town prioriterer sociale medier – primært Instagram og Facebook – som kommunikationsplatform. SoMe har stor spredning og giver festivalen synlighed hele året. Det gøres bl.a. gennem

- *Feministisk Ugeguide* - samler landets interessante feministiske events i ugens løb og inspirerer folk til at deltage
- *Onsdags-crush* – et "crush" der profilerer en person som har gjort noget exceptionelt for sagen
- *Konkurrencer* – med relevante præmier bl.a. i samarbejde med Doxio og Dansk Kvindesamfund
- *Feministisk julekalender*, hvor fremtrædende feminister foreslår et julegaveønske

SoMe-fladerne ryddes i forbindelse med promoveringen af festivalens milepæle.

Efter programlanceringen drejer kommunikationen sig næsten udelukkende om festivalens indhold gennem:

- Features om forskellige programpunkter
- Features om forskellige samarbejdspartnere
- Billetsalg
- Annoncering (betalt)

Fysisk promovering

Talk Town er til stede "på gaden" og fysisk gennem en række tryksager:

- *Hverveflyers* - bruges til at rekruttere nye medskabere. Hverveflyers distribueres målrettet i forbindelse med arrangementer og netværksmøder relateret til festivalen. Det er typisk Talk Towns frivillige, der deltager i et arrangement, og i den forbindelse uddeler flyers.
- Festivalprogrammet trykkes ca. en måned inden festivalen og distribueres bredt i bymiljøet og blandt relevante målgrupper. Distribution er via post og frivillige.
- Plakater hænges i mindre grad op i bybilledet 2 – 3 uger før begivenheden. Derudover hos alle involverede organisationer. Plakater i gadebilledet distribueres af professionelle plakatdistributører. Øvrig distribution er via post og frivillige.
- Under selve festivalen udsmykkes facader og festivalområde med bannere og anden *outdoor*.

Nyhedsbrev

Talk Town udsender ca. 4 – 6 nyhedsbreve om året med nyheder, der relaterer sig specifikt til festivalen. Nyhedsbrevet er digitalt og har i skrivende stund 1647 abonnenter, hvoraf ca. 25% åbner og læser nyhedsbrevet.

PR

To måneder før festivalen kobles en lønnet PR-medarbejder til festivalen.

PR-medarbejderen har til opgave at skabe redaktionel omtale i de større medier.

PR-medarbejderen bistår medskaberne i deres pressearbejde omkring deres individuelle arrangementer.

Talk Town har et mindre mediesamarbejde med Dagbladet Information omkring annoncering og arrangementer.

Hovedformålet for pressearbejdet er at få ligestilling, kønspolitik og feminisme på dagsordenen og relatere dette til Talk Town. At tiltrække publikum til festivalen sker gennem gode og skarpe historier, og det solide og relevante festivalprogram.

Bilag 2 – 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

Fagforeninger:

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

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

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

Bilag 3 – Liste over samarbejdspartnere 2018

Samme type, og visse identiske, samarbejdspartnere vil gælde for Talk Town 2019:

Alvarado
Amal Hayat
Amalie Have
Amnesty International Danmark
Amnesty International Sverige (SE)
Ämor (DK/SE)
Andrea Coloma
AskovFonden
Away
Birds Will Be Birds
Camilla Tved
Christina Steinmayer
CODHER
Dagbladet Information
Danish House in Palestine (DK/PLE)
Danner
Dansk Flygtningehjælp
Dansk Komponistforening
Dansk Kvindesamfund
Dansk Magisterforening
Dansk Palæstinensisk Kvindeforening
DareGender
Do:Topia
Dr. Faiha Abdulhadi (PLE)
Enids
Enter V.
Fars Klub
Female Invest
FemiCast
Feministisk Forandring
Feministisk Initiativ
Feministisk Selvforsvar
Frederiksberg Bibliotek
Fremtidens Teater
Friktion
Fryshuset (SE)
Gunner Torp
Helga Netværk
Hjertestilhed
Huset-KBH

Ida Dakar
IMCC
Interkulturelt Kvinderåd
KaPow Collective
Kritisk Pynt
Kulturværkstedet Dagmar
Kvinderådet
Københavns Musikteater
Lea Tolstrup
Lærke Corfix
Män (SE)
Mangfold
Mica Oh
Mie Frey
Mimic Octopus
MIX Copenhagen LGBTQ Film Festival
Nargiz Galib Andersen (DK/AZ)
Nurse
Peter Petra Skibsted
Pluralisterne
Professionshøjskolen UCC
Rails Girls
Rebecca Lou
Sarah Lausten
Shikoswe (NO)
Shitney (DK/SE/EE)
Sine Ballisager
SlutWalk CPH
Stine Greve
Stinestregen
Storm Lillevang
Svensk-Live (SE)
Transparency International Danmark
Uden Tavshedspligt
UkuleleHanne
Vallekilde Højskole
VÅD.nu
Women of Color Community
Women Deliver
Yngel
Århus Feminist Collective

BILAG 4

BUDGET: TALK TOWN 2019

UDGIFTER		
Festivalleder	150.000,00 kr.	
Projektledelse, koordinering og evaluering	60.000,00 kr.	
PR-og markedsføringskoordinator	40.000,00 kr.	
Grafiker	40.000,00 kr.	
Afviklere	14.000,00 kr.	
Byggeleder	10.000,00 kr.	
Teknik	30.000,00 kr.	
Arrangementsdesign	67.000,00 kr.	
Koncertprogram	120.000,00 kr.	
Tilladelser	10.000,00 kr.	
Catering	30.000,00 kr.	
Transport	10.000,00 kr.	
Programindhold (honorarer)	55.000,00 kr.	
Leje af locations	80.000,00 kr.	
Markedsføring	87.000,00 kr.	
Transport (International)	7.000,00 kr.	
Barinkøb	15.000,00 kr.	
Kontorudgifter	5.000,00 kr.	
Uforudsete udgifter	10.000,00 kr.	
SAMLET:	840.000,00 kr.	
INDTÆGTER		
Kommunale tilskud (Festivalpulje)	200.000,00 kr.	
Tuborgfondet	100.000,00 kr.	
Statens Kunstfond (koncertvirksomhed)	74.200,00 kr.	<i>Ansøgt</i>
Spar Nord fonden	50.000,00 kr.	
Roskilde Festival Fonden	50.000,00 kr.	
Kvindernes Byggefond	20.000,00 kr.	<i>Bevilliget</i>
Kvinderådets medlemsorganisationer	50.000,00 kr.	
Nordisk Kulturfond Puls	25.800,00 kr.	<i>Bevilliget</i>
Diverse fonde og sponsorer	175.000,00 kr.	
Salg af slots og forplejning	75.000,00 kr.	
Barsalg	20.000,00 kr.	
SAMLET:	840.000,00 kr.	

Bilag 5 - Projektleders CV

Curriculum Vitae

Navn: Jan Samuelson

Alder: 42

Akademisk titel: Cand.comm

Telefon nummer: 22 25 17 12

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

Uddannelse:

2008: Cand.comm i Performance-design og Kultur- og sprogødestudier

ved Roskilde Universitet.

2006: Universidad de Buenos Aires (Argentina)

2003: Universidad Complutense (Madrid)

særlige erfaringer inden for ide- og konceptudvikling, proces og event design, udvikling

af "live"-formater, antropologisk feltarbejde samt festival- og projektledelse.

Karriere og udvalgte highlights:

- fra 2016: Festivalleder og kurator på "Out of Season – Festival for Performance and Site Specific Art i Svendborg, Ærø og øerne i det sydfynske øhav. Åbning februar 2018.

- fra 2016: Festivalleder og kurator af "Resonans" tilknyttet KU.BE, Frederiksberg. Festival for kunst, krop og samfund med åbning november i 2017.

- fra 2016: Produktionsleder af Talk Town, feministisk debatfestival med over 75 debatter, koncerter, udstillinger mv.

- fra 2015: Grundlægger af debatforummet "Grønt Frederiksberg" der har til formål at fremme klima- og miljødebatten i Frederiksberg Kommune

- 2014: Facilitator for "Tænketank for spillested på Frederiksberg". Udpeget af Frederiksberg Kommune

- fra 2014: Underviser i "Projektledelse og entreprenørskab" på Det Rytmske Musikkonservatorium og Det Kongelige Klassiske

Musikkonservatorium

- 2013 - 2015: Co-founder og festivalleder af spilfestivalen "w00t – Copenhagen Play Festival".

- 2012: Udvikler og leder af "Event og design", hovedfag på Vallekilde Højskole.

- 2012 - 2015: Co-founder og festivalleder af innovationsfestivalen, Afsnit I.

- fra 2012: Produktionsleder af Litt. Talk; litteraturfestival.

- fra 2011: ekstern lektor, Roskilde Universitet, Performancedesign

- 2010: Co-founder og festivalleder af Street Party; musikprojekt der linker unge fra boligsociale områder til det

professionelle musikliv.

- 2009 - 2011: Projektleder på Music from Around; out reach-identitet for det danske værtskab af WOMEX, verdens største arrangement for verdensmusik.



Jeg er partner i

kulturproduktionskollektivet, Indgreb.

Indgreb udvikler, producerer og afvikler kultur- og kunstaktiviteter.

Indgreb er specielt interesseret i linket mellem kunst, samfund og publikum/borgere.

Indgreb har erfaring med komplekse og langstrakte projekter såvel som individuelle begivenheder, der ønsker at benytte "live"-formatets evne til at skabe

nysgerrighed og engagement.

Indgreb er et kollektiv der består af fem personer og fagligheder

www.indgreb.dk /

www.facebook.com/indgreb



Heartbeats ApS
Prags Boulevard 47 st
2300 KBH S
CVR 36500875
le@heartbeats.dk

Ansøgning, Festivalpuljen Københavns Kommune:

Uddannelses-festival for kultur, tech og moderne medier

Timing: Marts-april 2019

Målgruppe: 18-25 år

Lokation: BloxHub

Gennem de senere år er det blevet sværere at finde moderne brancher, karrierer og jobs beskrevet i den gammeldags 'karrierehåndbog'. Nye, innovative områder dukker op, flere iværksættere og start ups kommer til, og det bliver kun sværere at beskrive karriereretninger. Det er ikke længere bare at vælge at være journalist, tømrer eller arkitekt – det er mere komplekst nu. Derfor er der behov for, at unge kan snuse til nye områder – lade sig inspirere af folk, der har valgt anderledes veje og uddannelsesretninger.

Derfor vil **Heartbeats** og **BloxHub** invitere til en to-dages festival for unge, der skal til at vælge uddannelsesretning og begynde deres karriere. Fokus vil være kultur, tech og moderne medier – lige fra podcasts til bæredygtigt byggeri.

Festivalen vil være gratis. Det er vigtigt for de unge, at de ikke bliver skræmt væk af billetpriser. Vi skal inspirere dem og hjælpe dem på vej. Vi vil sigte mod at gøre eventet til en tilbagevendende årlig begivenhed.

BloxHub fyldes en weekend med workshops, talks og oplæg fra prominente virksomheder og frontfigurer. Der skal arbejdes med podcast, IOT, 3D-print, teknologi forståelse, online-tv-formater og meget andet.

Vi forventer som minimum at have 300 unge gennem dørene begge dage mellem kl. 10-18, og formålet med eventet er at være med til at tage ansvar for de unges studie- og karrierevalg, så de kommer godt fra start. Får de mulighed for at røre ved noget af den allernyeste teknologi og viden, vil det i langt højere grad kunne manifestere sig som en ny interesse, som de vil forfølge.

Projektet skaber værdi for Københavns unge, uddannelsessteder og virksomheder inden for felterne kultur, tech og moderne medier. Vi forsøger at guide de unge og dermed give dem mulighed for at vælge en retning, som de måske ikke havde overvejet før. Derudover knytter vi de unge sammen med brancherne og virksomhederne, som begge parter vil have nytte af fremadrettet.

Samarbejdspartnere:

Festivalen bliver til i samarbejde mellem BloxHub, som udover at lægge lokaler til også byder ind med viden og adgang til den nyeste teknologi fra huset, og Dansk Erhverv.

Forslag til indholdsleverandører: Dansk Erhverv, The Lake, Third Ear, Epiito, Sein, Cisco, InQvation, Under Broen, Unity og Nabto.

Erfaring:

Heartbeats er et moderne medie, der arbejder med indhold inden for kulturens verden på tværs af platforme. Vi præsenterer unikt indhold inden for radio, tv og tekst. Alle løsninger laves in house – lige fra lyddesign, klipning og events. Vi har erfaring med at arrangere talks og events, både indenfor musik og karriere. Vi har tidligere afholdt ledelsevents i samarbejde med Lederne, arrangeret musikfestivaler i DR's koncertsal og meget andet.

Beløbet der ansøges om: **450.000** kr.

Budget:

UDDANNELSESFESTIVAL for Kultur, Tech og Moderne Medier

	December	Januar	Februar	Marts	April	I alt
ADMINISTRATION:						
Projektleder	15.000	30.000	30.000	30.000	30.000	135.000
Projektkoordinator		15000	15000	15000	15000	60000
MARKEDSFØRING						
Grafiker		15000	15000			30000
Annoncer		5000	5000	10000	10000	30000
SoMe		5000	5000	10000	10000	30000
Uddannelsessteder og skoler						
POST EVENT						
Videoindhold fra dagen					50000	50000
Afrapportering						15000
OPLÆGSHOLDERE						
Talks Løn					150000	150000
Workshops Løn?					50000	50000
I alt						550.000
INDTÆGTER						
Salg af stande til virksomheder						100.000
Ansøger i alt						450.000

ANSØGNING TIL FESTIVALPULJEN

UNGDOMMENS FOLKEMØDE 2019-2020



Ansøgning til Festivalpuljen i Københavns Kommune:

Ungdomsbureauet søger midler til udvikling og afholdelse af Ungdommens Folkemøde 2019 og 2020 i Valbyparken

Ungdommens Folkemøde (UFM) har kørt i tre år og hidtil samlet 66.000 unge mellem 15-25 år til en festival i demokratiets tegn, hvor unge kan drømme, blande sig i debatten, lade sig inspirere og være med til at fortælle, hvad ungdommen kan og vil. I september 2019 og 2020 udgør scener, studepladser og workshops for fjerde og femte år i træk rammerne for Danmarks (og Europas) største demokratifestival for unge. Vi forventer at 30.000 vil deltage i 2019 og 35.000 i 2020. Til at sikre grobund for en kreativ og involverende udvikling og afholdelse af UFM søger vi i 2019 750.000 kr. og i 2020 650.000 kr. Ambitionen er at øge den kommercielle indtjening trinvist over tid, uden at gå på kompromis med arrangementets ambition om at alle skal have mulighed for at være med.

Ungdommens demokratiske selvtillid

Hvorfor laver vi UFM? Danske unge er verdensmestre i demokratiske kompetencer, dvs. de stemmer i stor grad til valg og har dyb viden om formelle beslutningsprocesser. Til gengæld udviser vores unge en liden interesse i aktivt samfundsen-gagement og har i det hele taget en lille tro på nytten af deltagelse, deres egen stemme og ungdommens stemme i almindelighed.¹ UFM er en platform, der har til formål at styrke den danske ungdoms demokratiske selvtillid. Derfor samler vi et væld af interesseorganisationer, græsrodder, politikere, beslutningstagere og repræsentanter fra erhvervslivet til dialog i øjenhøjde med unge og til gensidig in-spiration. Det danske samfund har brug for at lytte på ungdommens drømme, fru-strationer, holdninger og idéer, og ungdommen har brug for at blive inspireret og taget seriøst. Og fra vores evalueringer ligner det at vi lykkedes med at gøre de unge mere interesserede i det omgivne samfund².

Dialog og samskabelse

Mødet mellem beslutningstagere og unge sker dels i studepladserne og dels i et workshopformat, hvor organisationer faciliterer workshops med større grupper af unge, der i fællesskab udpeger samfundsrelevante problemstillinger og udarbej-der løsningsforslag. Samtidigt vil meningsdannere og unge på scenerne provo-kere, inspirere og sætte nye tanker i gang hos deltagerne, og gennem aktiviteter rundt omkring på pladsen opstår der møder ungdommen imellem. Målet er at få en endnu mere samfundsen-gageret generation, der er sit ansvar bevidst og tager

¹ ICCS 2016

² 53,6% af deltagerne er enten enige eller meget enige i at de er blevet mere nysgerrige på demokrati og samfund og har fået lyst til at lære mere. Dertil er over 72% af underviserne enige eller meget enige i at deres elever har opdaget nye måder at engagere sig i demokratiet på.

Danmark og verden på sine skuldre, og bærer samfundet ind i fremtiden. Danmark (og København) skal inspirere resten af verden til at tage ungdommens stemme seriøst!

Festivalen skabes langt fra udelukkende af Ungdomsbureauet, den skabes af 45 overdrevent dedikerede årsfrivillige og den skabes sammen med en meget lang række samarbejdspartnere, der er listet op i Bilag 2, hvor det også fremgår hvordan de forskellige indgår.

Tematikker og udvikling

Vi arbejder ikke med noget specifikt tema, men med demokratisk deltagelse i almindelighed og med at illustrere hvordan deltagelse i demokratiet kan foregå gennem alt fra kunst, politik, idræt og aktivisme. UFM starter på en måde forfra hvert år, når indholdet og de overordnede rammer skal udvikles. Alle stædeholderne samles til et inspirationsseminar, hvor der udvikles indhold og nye samarbejdsflader mellem organisationer. Samtidig bliver indholdet på scenerne og aktiviteter rundt på festivalpladsen, udviklet hvert år når vores frivilliggruppe planlægger Lille Scene og Hemmelige Scene, hvor emner, der ligger ungdommen på sinde får en kærlig og kritisk hånd. På Store Scene ligger vi en stor indsats i at indgå samarbejder med organisationer, for at lave et program der ikke bare samler, men også udfordrer ungdommen. I år kan vi nævne kombinationen af twerk og ballet, som blev udviklet i samarbejde med Det Kongelige Teater.

Vi er i gang med at evaluere festivalen grundigt, og holder møder med frivillige, fonde, indholds-samarbejder, stædeholdere, med unge og undervisere, samt internt i festivalorganisationen. Derfor er det for tidligt, at fortælle hvordan festivalen ned i detaljen vil tegne sig i 2019.

Nationalt arrangement med global attraktionsværdi

I de tre foregående år har vi fået placeret Ungdommens Folkemøde solidt i unge og underviseres bevidsthed fra Hovedstads- og Sjællandsregionen, og vi ved at de vil fortsætte med at komme de følgende år³. Derfor har vi et skærpet fokus på at tiltrække og skabe mulighederne for at unge fra hele landet, har mulighed for at deltage i 2019 og 2020. På den måde vil vi eksponere unge fra hele Danmark for hvilke muligheder København tilbyder som by, samt ved eksemplets magt vise hvordan Københavns Kommune, der er den kommune i Danmark med flest unge, bidrager til demokratiseringen af danske unge.

Derudover oplever vi en stor interesse i UFM fra udlandet. Udover at vi selv har startet et samarbejde med unge i Sverige, Tyskland og Island om at udvikle, konceptualisere og afholde lignende festivaler, så besøgte adskillige delegationer UFM'18. Der var bl.a. besøg af delegationer fra Indonesien, Marokko, Holland, Letland og Japan. Vi håber at UFM kan være med til at vise hvordan København er en progressiv by, og hvor samarbejdet med kommunen er et eksempel, der inspirerer til at etablere en masse demokratifestivaler for unge globalt set.

³ Blandt de deltagende undervisere i vores evaluering angiver 75% at de vil deltage næste år, mens 18% endnu ikke er afklaret.

Økonomi

UFM er gratis at deltage på som ung, og vi funder midler for at holde prisen på stadepladser på et niveau hvor alle organisationer kan være med⁴. Det skal det være for at være en demokratiplatform for alle. Vi har for de kommende år, indtil videre, indgået flerårige samarbejder med Roskilde Festival, Spar Norden Fonden samt Lauritzen Fonden, og har i de tre forrige år modtager midler fra adskillige fonde, hvoraf der forventes at være flere flerårige samarbejde undervejs. De flerårige samarbejder giver mest arbejdsro og tid til at lave festival, og derfor søger vi et to-årigt samarbejde med Københavns Kommune/Kultur- og Fritidsudvalget.

Med UFM har vi etableret en stor succes, som mange fonde heldigvis er interesseret i at samarbejde om. Det er selvsagt en luksus, men fondene fortæller også, at de vil have offentlige midler og en øget indtjening med til at løfte opgaven. Vi arbejder strategisk på at øge den kommercielle indtjening fra festivalen, således at vi over tid gør os mere uafhængig af støtte fra offentlige midler og fonde. Allerede i 2019 forventer vi at have over 51% af vores budget fra kommerciel indtjening og i 2020 forventes i omegnen af 56 %. Vi håber på at kunne fortsætte denne udvikling fremadrettet, men må også erkende at det tager tid at udvikle og afprøve nye tiltag, samtidig med at det på ingen måde er nogen velhavende målgruppe vi arbejder med. Dertil kommer også at vi hele tiden forsøger at finde den rette balance i at de kommercielle muligheder ikke må kompromittere den demokratiske vision. F.eks. har vi sat en grænse for hvor meget den enkelte stadeholder må fylde på pladsen, og lavet stramme regler for uddeling af gaver, slik og merchandise, så folk konkurrerer på indhold og ikke med de økonomiske muskler.

Vi har i ansøgningen samlet følgende:

- Bilag 1 - Projektbeskrivelse
- Bilag 2 - Liste over bidragende organisationer
- Bilag 3 - Budget

Vi glæder os rigtig meget til at høre fra jer og ser frem til at fortsætte det gode samarbejde.

Med venlig hilsen

Olav Hesseldahl & Kenneth Salomonsen
Stiftere, indholdschef og festivalchef - Ungdommens Folkemøde

⁴ Dertil har vi også en særlig rabat til frivilligdrevede ungdomsorganisationer.

Bilag 1 - Projektbeskrivelse: Ungdommens Folkemøde 2019-2020

Indholdsfortegnelse

Formål.....	5
Baggrund.....	6
Lokation og program	7
<i>Scener</i>	7
<i>Stadepladser</i>	9
<i>Workshops</i>	9
Historik og evaluering	10
Unge deltagere.....	10
Tilgængelighed og inklusion	11
Rekruttering og deltagelse af organisationer.....	12
Organisation og ungdomsbureauet.....	12
Frivillighed.....	13
Økonomi.....	13
Synlighed.....	14
Visioner for Ungdommens Folkemøde.....	15

FORMÅL

Formålet med UFM er **at inspirere danske unge til at engagere sig i samfundet**. Gennem UFM vil vi geninstallere ungdommen i demokratiet og sørge for at unge har del i at sætte dagsordenen for samfundsudviklingen. Som en demokratisk vitamin-indsprøjtning, der skaber grobund for at udforske demokratiet og dets muligheder, består UFM af inspirerende og tankevækkende møder mellem og på tværs af ungdommen og diverse samfundsaktører. Med sin heksekedel af visioner, idéer, drømme og håb samt diskussioner, møder, samtaler, aktiviteter og udtryk vil UFM være et frirum for unge og en mulighed for at inddrage dem i demokratiske processer og faglige oplevelser i virkelighedsnære formater.

Ved at...

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

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

Facilitere mødet mellem unge, organisationer og beslutningstagere

På UFM skal ungdommens stemme ikke kun høres, men også lyttes til og inddrages, så denne får betydning i en kontekst, der rækker langt ud over festivalpladsen. Derfor kan ungdommen på UFM møde og gå i dialog med en lang række organisationer og beslutningstagere. Samtidigt giver UFM organisationer, partier og virksomheder mulighed for at få unges input til forskellige samfundsudfordringer. Nutidens udfordringer må løses med fremtidens borgere, og derfor er det vigtigt at inkludere unge i brændende platforme som f.eks. sundhed, demokrati, klima og kultursammenstød.

Facilitere mødet mellem unge på tværs af alder, uddannelser, sociale skel etc.

Gennem UFM skabes muligheder for inspirerende møder mellem unge og beslutningstagere, men også for berigende møder unge imellem. UFM er en platform, der fremmer fællesskab, samtale og demokratisk deltagelse blandt unge. I et samfund, hvor flere unge føler sig ensomme⁵ og traditionelle fællesskaber udfordres, er der brug for at tænke i nye baner. UFM engagerer unge, så det fremmer livslysten, den demokratiske selvtilid og følelsen af at være en del af en generation og et samfund.

Skabe mere virkelighedsnære og demokratisk dannende undervisningsformater

Demokrati og dannelse er vigtige byggesten i det danske uddannelsessystem. Dette kommer blandt andet til udtryk i formuleringen af formålet med vores ungdomsuddannelser,

⁵ Nordea-fonden & Institut for Lykkeforskning. *Hvordan går det?* 2015.

som alle har til fælles, at de skal bidrage til at vække elevens interesse for og udvikle elevens kompetencer til at medvirke aktivt i et demokratisk samfund⁶. Med UFM ønsker vi at bidrage til denne del af ungdomsuddannelsernes formål. UFM samler en bred skare af sager og temaer, for at unge selv kan gå på opdagelse i demokratiet og afprøve dets muligheder. Her giver koncentrationen af interesseorganisationer, græsrodder, politikere, beslutningstagere og repræsentanter fra erhvervslivet samlet på ét sted undervisere en unik mulighed for at rykke undervisningen ud af klasselokalet og ind i en levende kontekst.

BAGGRUND

Demokratitænkeren Hal Koch har beskrevet demokratiet som en kultur og ånd, der skal leves og til stadighed trænes⁷. UFM lægger sig i den slipstrøm og lader unge opleve, hvad demokratisk deltagelse er, og hvordan det kan bruges. UFM vil tænde et demokratisk lys i unge, når de ved mødet med beslutningstagere og andre unge mærker, hvordan det nytter at deltage i demokratiet og blande sig i samfundet – et lys, som vi oplever mangler!

ICCS⁸-undersøgelserne er et internationalt komparativt studie, der kortlægger unges liv som samfundsborgere. Det seneste studie fra 2016 viser, at danske unge i 8. klasse indtager førstepladsen, når det gælder viden om det politiske system; hvordan stemmeafgivning fungerer, hvor mange, der sidder i parlamentet etc. Men når det kommer til demokratisk selvtillid og troen på at kunne gøre en forskel i demokratiet, ser vi selvsamme "verdensmestre" rangere under gennemsnittet. Danske unge ligger i bunden af skalaen, når det kommer til deres vurdering af vigtigheden af at involvere sig aktivt i demokratiet, hvor de ser det at afgive sin stemme som tilstrækkelig deltagelse. Elementer som "*at deltage i aktiviteter til fordel for mennesker fra lokalsamfundet*" eller "*at deltage i fredelige protester mod love, der opfattes som uretfærdige*" tillægges lav værdi af danske unge. Undersøgelsen tegner et billede af et instrumentaliseret og mekanisk syn på demokratiet og mangel på demokratisk selvtillid blandt danske unge. Et billede vi desværre også genkender også i vores arbejde med unge.

Ungdomsbureauets vision er at medvirke til at skabe den mest samfundsengagerede ungdom i danmarkshistorien, og derfor arbejder vi til daglig med at skabe platforme, hvorfra unge kan blive hørt og få indflydelse. Over en bred kam fortæller unge i vores projekter, at de er stærkt påvirkede af idealer om fremdrift og selvoptimering. De peger på, at de kæmper med ensomhed, uddannelsers karakterkrav, de sociale mediers fremstilling af det perfekte liv og mangel på tid til at gøre, hvad de har lyst til. Vi oplever, at der er brug for, at unge tages alvorligt og inspireres til at blande sig i samt tage stilling til politiske beslutninger, der er med til at forme deres liv og fremtidens samfund. Baggrunden for UFM er et

⁶ "Lov om de gymnasiale uddannelser", "Bekendtgørelse om lov af erhvervsuddannelser", "Bekendtgørelse af lov om produktionsskoler" og "Bekendtgørelse om lov af kombineret ungdomsuddannelse"

⁷ Koch, Hal. *Hvad er demokrati?* 1945.

⁸ International Civic and Citizenship Education Study. Se mere på <http://iccs.iea.nl/home.html>

ønske om at skabe et rum, hvor unge kan møde politiske aktører, stille spørgsmål og indgå i dialog. Et rum for visioner, idéer, drømme og håb.

Vi har oplevet stor efterspørgsel efter et sådant rum. Blandt andet giver unge under uddannelse udtryk for, at de savner et laboratorium, hvor de kan undersøge, få inspiration, diskutere, møde samfundsengagement og eksperimentere med politiske tanker. Dette skal ske på et tidspunkt, hvor unge har mulighed for at deltage, og det sker efter vores overbevisning eksempelvis ikke i klasselokalet, hvor de befinder sig som elever, der stræber efter karakterer.

UFM er inspireret af Folkemødet på Bornholm, men mange unge har ikke mulighed for at deltage i Allinge, da mødet ligger medio juni og dermed også midt i stort set alle uddannelsers eksamensperiode. Vi ved af erfaring, at det forhindrer mange unge i at drage til Bornholm, og UFM afholdes derfor i september i København.

I 2017 modtog Ungdommens Folkemøde Hal Koch-prisen, hvilket gør os umådeligt stolte, da vi i Ungdomsbureauet netop spejler os i Hal Kochs tanker om demokratiet. Med UFM ønsker vi at engagere flere mere, så den danske ungdom kan praktisere og udvikle demokratiet som livsform, som ånd og kultur, og derigennem styrke unges demokratiske selvtillid!

LOKATION OG PROGRAM

UFM'19 løber af stablen i september 2019 og 2020 i Valbyparken i København på en festivalplads, der er afgrænset, men ikke indhegnet. Derfor kan UFM frit besøges uden billet eller registrering. UFM er placeret i Hovedstadsregionen, da koncentrationen af unge under uddannelse og politiske aktører generelt er størst her.

Festivalpladsen består af flere scener, stadepladser, workshoptelte, hyggeområder, madboder og toiletter. Selve indholdet på festivalen består af:

- Scener og aktiviteter
- Stadepladser
- Workshops

Scener og aktiviteter

Ungdomsbureauets sekretariat og frivillige kuraterer indholdet på de forskellige scener, så eksperter, unge, politikere og meningsdannere hvert år diskuterer aktuelle og ungerelaterede emner. Dertil bliver programmet på scenerne til i samarbejde med en lang række samarbejdspartnere.

Store Scene er UFM's samlingspunkt med shows og navne, der appellerer til en bred skare af unge. UFM åbnes og lukkes fra Store Scene, og f.eks. bidrog Statsministeren både i 2016 og 2017 til at åbne festivalen herfra. Ungdomspartiledersdebatten mellem de ni

partier i Folketingets ungdomsorganer modereret af Clement Kjersgaard er et andet eksempel på et arrangement på scenen. Scenen er udlånt af Roskilde Festival, der bruger den som deres RISING Scene, der spiller upcoming musik under Roskilde Festival. Vi laver samarbejder med f.eks. DRs P3, der lavede en live-sending, men ellers er Store Scene på den måde også en scene, hvorfra der spilles musik og anvendes mere kunstneriske greb. På UFM'18 kunne man f.eks. opleve balletmester ved Den Kongelige Ballet Nikolaj Hübbe og Twerk Queen Louise i et møde mellem datidens og nutidens gadedans, ballet og twerk.

Lille Scene er en mindre scene, der går i dybden med emner og ikke er bange for at nærde igennem. Arrangementer på Lille Scene har derfor appel til mere afgrænsede målgrupper og er mere fokuseret i forsøget på at lade det dybe fortælle noget om det brede. På UFM'18's Lille Scene kunne man bl.a. blive klogere på aktiemarkedet i Radio24Syvs live-sending af Millionærklubben eller fremtidens penge, høre om livet som ung kommunalpolitiker eller livet som ung i Rusland, diskutere science-fiction litteratur eller 'fake news' og stille spørgsmål til UFM's helt egen brevkasse bestående af bl.a. TV-vært Thomas Skov og forfatter Gina Jacqueline. Al indholdet på Lille Scene kurateres af vores frivilliggruppe og flere af arrangementerne laves i samarbejde med andre organisationer.

Hemmelig Scene er en scene til de intime, langsomme, tabublagte, hemmelige og rolige indslag, der til sammen skal tjene som pause og afbræk til en ofte hektisk festivalplads. På UFM er der brug for et rum, der kan åbne op for bagsiderne af ungdommen, hvilket kan være svært fra scener i et åbent rum. Derfor er Hemmelige Scene gemt godt af vejen. I 2018 inviterede Hemmelig Scene bl.a. til ærlige samtaler om forældrerelationer, livet som niqabbærende og seksuelle grænser. Scenen eksperimenterer samtidigt med scenerummet og har tidligere benyttet formater som lyttesaloner, teater og installationskunst til at starte samtale og refleksion.

Ølkassen er UFM's talerscene. På Ølkassen hyldes og revitaliseres den traditionelle ølkassetale, som vækker, provokerer og udfordrer sit publikum. Ølkassen er fortidens symbol på ytringsfrihed og demokrati, og manifesterer sig på Ungdommens Folkemøde i overdimensioneret form midt på festivalpladsen. Scenen er åben for alle, der tør træde op og give deres mening til kende. På UFM'18 blev over 100 taler afholdt på Ølkassen og udover et væld af unge talere, holdt partiledere, adskillige ministre, samt EU-, lokal-, regional- og landspolitikere taler på scenen. Ølkassen er bygget af et hold unge fra Den Økologiske Produktionsskole som en del af projektpuljen Rumlig. Rumlig beskrives nærmere i afsnittet "Tilgængelighed og inklusion".

Fælles statement fra UFM Op til og under UFM har en frivilligstyret statementgruppe skabt et projekt, der har til formål at indsamle deltageres tanker, holdninger, idéer, drømme. Statementgruppen sørger for, at der bliver skabt sammenhæng mellem festivalens dage ved at samle input fra deltagere i løbet af hele UFM. Det fælles statement fungerer samtidigt som et konkret output fra UFM, der kan fortælle om verden og medierne, hvad ungdommen på UFM mener og tænker - et statement, der lever videre efter UFM.

Eksempelvis var en af statementprojekterne under UFM'18 en installationsvæg placeret midt på festivalpladsen. Herpå kunne unge deltagere bl.a. definere hvilke ord, de mener beskriver ungdommen i dag samt udfordre nogle af de måder, hvorpå unge omtales i medierne. Vi har endnu ikke fået indsamlet og bearbejdet resultaterne fra årets festival.

Stadepladser

Stadepladserne er telte, hvor organisationer, kulturinstitutioner, myndigheder, græsrodder, uddannelsesinstitutioner, virksomheder og partier arrangerer debatter, workshops, fremvisninger etc. På UFM'18 kunne unge i stadepladser bl.a. opleve livet som flygtning gennem Virtual Reality, hjælpe politiet med at opklare et mord, spille verdensmålstwister, besøge menneskebiblioteker, stille spørgsmål til en præst eller læne sig tilbage i et fortællerhjørne.

Stadepladserne fungerer som teltene på Folkemødet på Bornholm, hvor deltagerne dropper forbi. Stadepladserne giver unge mulighed for at møde beslutningstagere, gå på opdagelse og stille spørgsmål. En stadeplads på UFM giver samtidigt organisationer en unik mulighed for bl.a. at møde Danmarks ungdom og fremtid i øjenhøjde, gøre opmærksom på en særlig sag og få nye medlemmer blandt målgruppen samt inddrage unges gode idéer og nytænkende løsningsforslag i organisationens arbejde.

Der er en række krav til stadeholderne, som opfyldes:

- Aktiviteterne skal være gratis
- Stadepladserne skal være bemandede begge dage fra 9-15
- Alle stadeholdere afholder minimum én workshop for mellem 30-65 forhåndstil-meldte unge
- Stadepladsernes tilstedeværelse skal omhandle et emne af samfundsrelevans
- Arrangørerne, der deltager med en eller flere events, skal være lovlige organisationer, foreninger, virksomheder eller partier.
- Der må ikke uddeles mad- og drikkevarer, merchandise eller andet. Fokus skal være på det indholdsmæssige.

Workshops

I et format af 1,5 timers varighed kommer stadeholdere under UFM til at afholde en workshop, der tager udgangspunkt i en samfundsrelevant udfordring inden for deres specifikke område. Gennem workshoppen inviterer alle stadeholdere unge direkte ind i organisationen for at inddrage unges bud på, hvordan pågældende udfordring skal løses. Det kunne f.eks. være at sætte fokus på et stigende antal ældre, og hvordan det danske velfærdssamfund kan indrettes, så færre kan forsørge flere. Stadeholderne modtager feedback på deres udfordring af en frivilligruppe, som også kan hjælpe med selve udviklingen af workshoppen struktur og herved understøtte arbejdet med at sikre, at den enkelte workshop engagerer og inviterer dens deltagere til dialog. Workshops er en samtidigt en aktivitet, hvor mindre opsøgende unge let kan komme til orde, og herigennem inspireres til at for-sætte dialogen ude på festivalpladsen.

HISTORIK OG EVALUERING

Ungdommens Folkemøde løb for første gang af stablen i 2016, og med antallet af unge deltagere og organisationer gennem de sidste tre år har projektet levet op til vores målsætning om at være en platform, hvor unge og beslutningstagere kan mødes og diskutere fælles samfundsudfordringer samt skabe nye idéer til fremtidens samfund. Siden 2016 er UFM vokset i størrelse, og i 2018 deltog omkring 23.000 unge og 110 organisationer i festivalen.

UDVIKLING OG FORVENTET UDVIKLING: ANTAL STADEPLADSER, ORGANISATIONER OG BESØGENDE 2016-2020

	ANTAL STADEPLADSER	ANTAL ORGANISATIONER	ANTAL BESØGENDE
UFM'16	60	85	20.000
UFM'17	72	100	23.000
UFM'18	76	110	23.000
UFM'19	90	125	30.000
UFM'20	100	140	35.000

Vi udarbejder hvert år en evalueringsrapport for at undersøge om Ungdommens Folkemøde lever op til målsætningerne. Evalueringsrapporten af UFM'18 er i øjeblikket under udarbejdelse, men kan fremsendes efter ønske ca. medio november.

UNGE DELTAGERE

Gennem forskellige rekrutteringsstrategier vil vi sikre os deltagelse fra en bred vifte af ungdommen på tværs af alder og uddannelse.

Gennem målrettet markedsføring henvender vi os specifikt til ungdomsuddannelsers deltagelse, herunder direkte kontakt med undervisere og besøg på ungdomsuddannelser. Ca. 95 % af en ungdomsårgang begynder på en ungdomsuddannelse⁹, og vi forventer igen i 2019 højest deltagelse af unge fra ungdomsuddannelser. Hvad angår ungdomsuddannelser, dækker UFM væsentlige aspekter af undervisningens kerne stof og læringsmål. På den måde kan undervisningstimer afholdes uden for klasseværelset på UFM, og dermed passer deltagelse i UFM til ungdomsuddannelsernes læringsmål i fag som samfundsfag, historie, dansk mf.

⁹ Undervisningsministeriet, 2018. <https://www.uvm.dk/statistik/tvaergaaende-statistik/andel-af-en-ungdomsaargang-der-forventes-at-faa-en-uddannelse/profilfigurer/hvordan-laeses-profilfiguren>

Vi har de sidste tre år haft succes med at rekruttere undervisere og elever fra Hovedstadsområdet. Vi ser fortsat et stort rekrutteringspotentiale blandt ungdomsuddannelser og en mulighed for at favne endnu bredere blandt disse deltagere. Det er af høj prioritet at UFM bliver landsdækkende, og derfor arbejder vi frem mod UFM'19 og '20 på i endnu højere grad at rekruttere undervisere og elever fra ungdomsuddannelser i hele landet. En særskilt rekrutteringsstrategi skal øge deltagelsen blandt denne gruppe herunder bl.a. en udvidelse af vores advisory board bestående af undervisere, der skal hjælpe os til at forstå, hvordan vi bedst muligt appellerer til målgruppen. Dertil forsøges at rejse særskilte fondsmidler til at lette jyske og fynske uddannelsesinstitutioners udgifter til hhv. transport og overnatning. Alle disse initiativer medvirker, sammen med den positive feedback fra de deltagende undervisere, til at vi tør opskrive det fremtidige forventede deltagerantal.

TILGÆNGELIGHED OG INKLUSION

Vi bestræber os på at skabe en rummelig festival, der imødekommer en mangfoldig ungegruppe. Ungdommens Folkemøde skal netop være en platform, hvor alle unge kan engagere sig i samfundsspørgsmål og gøre deres stemme gældende, uanset forudsætninger. For at fuldføre denne vision blev der i forbindelse med UFM'18 iværksat en række konkrete projekter:

En tilgængelig festivalplads

I samarbejde med Sammenslutningen af Unge Med Handicap (SUMH) udarbejdede vi til UFM'18 en række tiltag, der gjorde festivalpladsen tilgængelig for personer med funktionsnedsættelser, fysiske som kognitive. Eksempelvis var der foruden handikaptoiletter, handicapparkering og handicappodie lagt fortov ud på pladsen for at skabe fysisk tilgængelighed. Udvalgte arrangementer på scenerne blev tegnsprogstolket, og der var info-personale til rådighed på pladsen. Forud for UFM'18 var et særskilt fokusområde desuden kampagne- og opsøgende arbejde for at invitere relevante aktører såsom Egmont Højskolen, diverse STU'er og bosteder til at deltage i festivalen.

Et inkluderende og mangfoldigt fællesskab

Et treårigt samarbejde med Lauritzen Fonden har til formål at imødekomme og engagere flere unge som frivillige på festivalen. Gennem oprettelse af en projektpulje, Rumlig, arbejder vi målrettet på at inkludere og engagere en mere mangfoldig ungegruppe allerede i udviklingen og planlægningen af festivalen. Målgruppen for projektpuljen er unge, der på forskelligvis kan anses som mere udsatte i samfundet, på festivalen og i frivilligfællesskabet. Vi ønsker imidlertid i al arbejde med inklusion og Rumlig ikke at italesætte unge som hverken udsatte eller udfordrede, idet vi vil møde alle unge som personer med ressourcer og tage udgangspunkt i disse ressourcer frem for eventuelle individuelle problematikker.

Blandt Rumlig-samarbejdspartnerne ved UFM'18 tæller både produktionsskoler og aktører såsom Børnehjælpsdagen, MusicLife og Hverdagsaktivisterne. Projekterne spænder vidt lige fra etablering af loungeområder, udsmykning, musikalsk velkomst, kunstinstallationer mm. Ølkassescenen er også et godt eksempel på dette.

Der vil i forbindelse med UFM'19 arbejdes med lignende tilgængeligheds- og inklusionssindsatser.

REKRUTTERING OG DELTAGELSE AF ORGANISATIONER

På UFM'18 deltog 110 organisationer i 76 stadepladser. I 2019 forventer vi, at endnu flere organisationer bliver en del af Ungdommens Folkemøde gennem en stadeplads. Organisationerne til stadepladserne rekrutteres gennem et lanceringsmøde for interessenter samt gennem mindre informationsmøder for og løbende kontakt med interesserede organisationer.

Tidlige tendenser i evalueringen af UFM'18 viser, at en overvejende andel af stadeholdere, der deltog på UFM'18, finder det sandsynligt eller meget sandsynligt, at organisationen deltager igen på UFM'19. Derudover oplever vi interesse for deltagelse på UFM'19 fra organisationer, der ikke var med på UFM'18. Dette bl.a. gennem en rundvisning for 56 interesserede organisationer under UFM'18. Gennem rekrutteringen af stadeholdere har vi stort fokus på at sikre bred repræsentation på tværs af organisationstyper og det demokratiske landskab.

Vi ønsker i samarbejde med stadeholdere løbende at udvikle UFM og hele festivalens indhold i en retning, der er endnu mere engagerende. Derfor afholder vi i løbet af foråret et inspirationsseminar for alle stadeholdere med fokus på at skabe de bedste events på UFM. Seminaret vil forberede stadeholderne på UFM'19 og fokusere på at skabe det gode arrangement i stadepladserne og udvikle en konstruktiv og spændende workshop, samt give mulighed for relevant samarbejde, networking og fælles arrangementer på tværs af stadeholdere.

ORGANISATION OG UNGDOMSBUREAUET

Ungdomsbureauet er en non-profit organisation, der har som vision at medvirke til at skabe den mest samfundsengagerede ungdom i danmarkshistorien. Det gør vi gennem pop-up platforme som bøger, festivalaktiviteter, workshops, konferencer og andre initiativer, der involverer unge i samfundsudfordringer. Vi har stor erfaring med at designe platforme, hvor fællesskabet og nærvær er centralt, så unge har lyst til at deltage og bruge sig selv. På den anden side har vi også erfaring med, at alle disse ungeudtryk, -erfaringer og -idéer vi faciliterer bliver lyttet til i den brede offentlighed. Se mere på www.ungdomsbureauet.dk.

Ungdomsbureauet vil gennem vores sekretariat forestå den daglige drift af projektet, herunder de administrative og regnskabsmæssige pligter forbundet hertil. Ungdomsbureauet har gennem fire år samarbejdet med Roskilde Festival, og de vil med al deres festivalerfaring bistå i planlægning og organisering af UFM. Derudover har Ungdomsbureauet en bestyrelse, der rådgiver sekretariatet og er med til at beslutte centrale ting. Denne består af:

- Mikkel Bohm (formand), direktør i Astra - Nationalt center for læring i natur, teknik og sundhed
- Annemette Færch, formand for Færchfonden
- Agi Csonka, programansvarlig Villum Fonden og formand for Dansk Flygtningehjælp
- Thea Hass, direktør i Spejderne
- Camilla Wang, rektor ved Professionshøjskolen Absalon
- Jesper Eigen Møller, Karriererådgiver i AS3 Executive og bestyrelsesformand i Brøndby I.F.
- Lars Vesterløkke, direktør i Ritzau

FRIVILLIGHED

Vi lægger vægt på, at frivillige er med til at skabe festivalen, og frivillighed spiller derfor en afgørende rolle i udviklingen, planlægningen og afviklingen af UFM.

Det sker med dedikation fra cirka 45 engagerede kernefrivillige rekrutteret gennem de sociale medier, Ungdomsbureauets netværk samt gengangere fra tidligere år. De kernefrivillige er inddelt i forskellige grupper, der allerede nu går i gang med at udvikle og planlægge UFM, samt afvikler i festivaldagene.

Vores strategi for arbejdet med de kernefrivillige er baseret på frihed til selv at idéudvikle samt en høj grad af ansvar. Hver frivilligruppe styres af en teamleder, der har stor autonomi til at udvikle deres grupper og opgaver inden for UFM's rammer. Samtidigt er sekretariatet i løbende dialog med hvert frivilligteam og giver så meget sparring, som der er behov for.

Vi rekrutterer herudover ca. 250 afviklingsfrivillige til dagene, hvor festivalen løber af stablen. Rekrutteringen af afviklingsfrivillige sker foruden gennem vores netværk, sociale medier og markedsføring i bybilledet gennem samarbejder med forskellige institutioner og organisationer.

Vi har de sidste tre år haft en god oplevelse med at arbejde med frivillige både op til og under afviklingen af UFM. Vi har modtaget meget positiv respons fra både kerne- og afviklingsfrivillige, hvoraf vi har haft flere gengangere de sidste tre år, og hvor mange også har givet udtryk for at ville være med igen i 2019. Vi bygger UFM'19 på disse positive erfaringer med frivilligt arbejde.

ØKONOMI

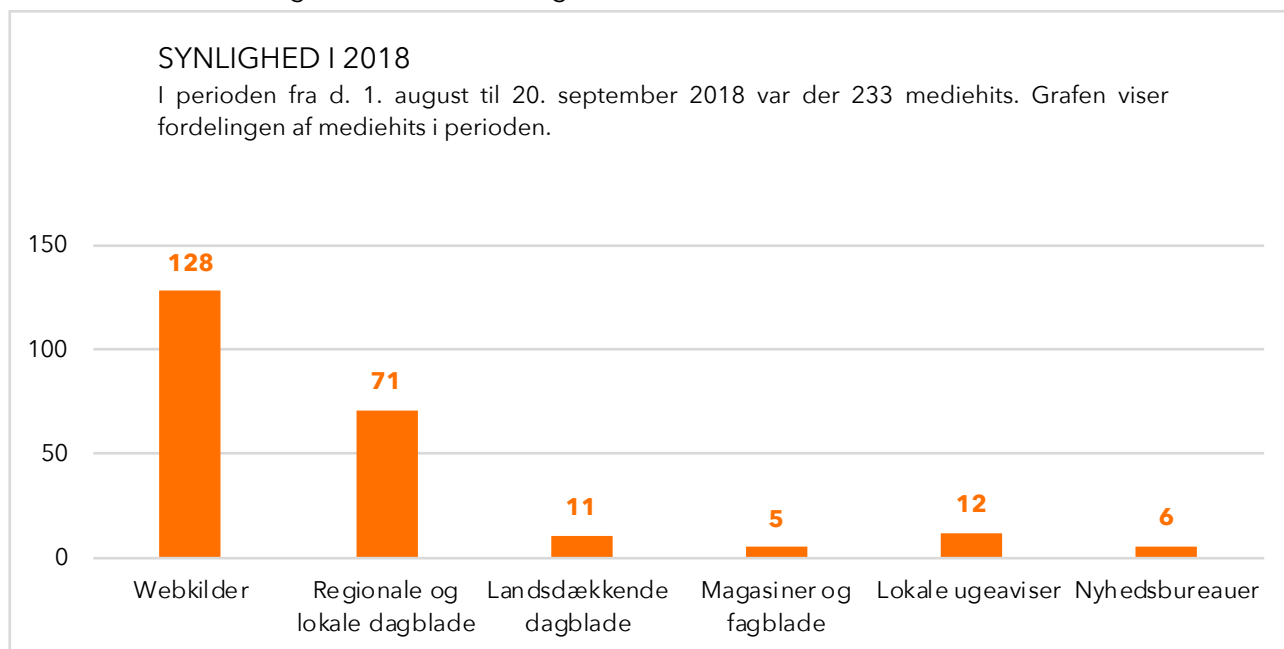
UFM finansieres af fonde og offentlige midler samt af betalte partnerskaber fra organisationer, der laver workshops og har studepladser.

UFM er et non-profit initiativ, hvilket vil sige at overskuddet fra UFM'19 går til UFM'20 og så videre. Vores partnere og sponsorer er indtil videre SparNord Fonden, Lauritzen Fonden og Roskilde Festival. Derudover arbejder vi på forpligtende flerårige samarbejder, for dels at sørge for at vi ikke hvert år skal ud og sikre finansiering og dermed sikre en vis stabilitet i UFM's økonomiske grundlag.

SYNLIGHED

Det er i løbet af de sidste tre år lykkedes at slå UFM godt fast i det danske mediebillede, og vi oplever at historierne ikke længere kun kredser om nyhedsværdien i en demokratifestival for unge, men i ligeså høj grad om festivalens indhold på scener og i stadepladser. I 2018 var UFM endnu en gang bredt profileret i medierne. Bl.a. gennem dækning i livemedier såsom P1 Morgen, 4. division på P1, TV2 Lorry, TV2 News og P3-nyheder samt i landsdækkende dagblade og webmedier som Politiken, Information, Altinget, DR Nyheder, Jyllandsposten, Berlingske Tidende, BT og Kristeligt Dagblad.

Nedenfor ses en oversigt over mediedækningen af UFM'18.



Også på de sociale medier er UFM'18 blevet eksponeret. I perioden 3.-9. september blev der tweetet 297 gange under hashtagget #ufm18 og 34 gange under hashtagget #ungdommensfolkemøde. På Instagram blev der uploadet 445 opslag under hashtagget #ufm18, 144 opslag under #ungdommensfolkemøde og 9 opslag under #ungdommensfolkemøde2018. På Facebook nåede Ungdommens Folkemødes opslag i perioden en samlet rækkevidde på 167.953.

VISIONER FOR UNGDOMMENS FOLKEMØDE

UFM er Danmarks største demokratifestival for unge, men UFM skal vokse. I de følgende år vil vi arbejde for at sprede kendskabet og deltagelsen fra unge og uddannelsesinstitutioner ud til resten af landet, så endnu flere unge får mulighed for at deltage.

Ambitionen er i 2019 at have i alt 30.000 besøgende og 90 stadepladser, og på sigt (2022) er ambitionen op mod 50.000 besøgende, samt 120 stadepladser¹⁰. På den måde skal vi få en endnu mere samfundsengageret generation, der er deres ansvar bevidst og tager verden på deres skuldre. Vi skal have en dansk ungdom fuld af demokratisk selvtillid, så den enkelte danske unge ikke er bange for at blande sig i debatter, tro sin holdning er vigtig, ændre standpunkt hvis nødvendigt, måske melde sig ind i et politisk parti og i hvert fald stemme til de valg vi har i Danmark.

Ungdommens Folkemøde er et koncept, der skal bidrage til, at den danske ungdom på verdensplan bliver kendt for at være engageret i deres samfund og samtidigt skabe grobund for unges aktive deltagelse i demokratiet, ikke blot i Danmark, men i hele verden. Derfor arbejder vi også på at sprede konceptet i EU med vores samarbejdspartnere fra Sverige, Tyskland og Island. Gennem Erasmus+ projektet "Conceptualizing Youth Democracy Festivals" arbejder vi med førnævnte samarbejdspartnere på at udarbejde en rapport, der skal tjene som inspiration til, hvordan andre lande har mulighed for at udvikle deres eget Ungdommens Folkemøde, da der har vist sig at være stor international interesse for konceptet. Repræsentanter fra lande som Indonesien, Japan, Marokko, Letland og Kenya er blandt nogle af dem, der har udvist stor interesse for projektet, og hvoraf flere af dem deltog i UFM'18. I forbindelse med UFM'19, afholdes en international konference, hvor projektets resultater lanceres. Allerede nu er der konkrete planer om etablering af lignende koncepter i henholdsvis Reykjavik og Casablanca.

¹⁰ Dette er baseret på vores vurdering af markedspotentialet for festivalens nuværende setup.

Bilag 2 - Liste over organisationer der bidrager til Ungdommens Folkemøde

Rumlig - inklusion af unge i udenforskab:

- Projekt Udenfor
- Brøndby Produktionsskole (værksteder: event og mode, udsmykning og stil)
- KUBA Produktionsskole (værksteder: teater, skrive og beklædningsværksted)
- AskovFonden (deltagere fra både Askovhus, ASPA, Pigeklubben og AskovFonden KBH+)
- Den Økologiske Produktionsskole (værksteder: træ og kunstværksted)
- Landsforeningen af nuværende og tidligere psykiatribrugere
- Aarhus Produktionsskole (værksteder: kampagne og håndværk)
- Børnehjælpsdagen
- Hverdagsaktivisterne
- "Tingbjerg-unge" (rekrutteret gennem kontakt med pigeklubben i Tingbjerg og de lokale gadeplansarbejdere)
- Bureau Detours
- MusicLife
- Brøndby Produktionsskole (Værksteder: event, håndværker og mode, udsmykning og stil)
- Den Økologiske Produktionsskole (værksteder: træ, kunst og kampagne)

Tilgængelighedsindsats - Ungdommens Folkemøde er hele ungdommens folkemøde:

- Sammenslutningen af Unge Med Handicap
- Diverse medlemsorganisationer under SUMH
- Diverse bosteder for personer med funktionsnedsættelser
- Tegnsprogs- og skrivetolkeuddannelsen, Københavns Professionshøjskole

Diverse samarbejder i forbindelse med afviklingen af Ungdommens Folkemøde:

- Vagtelever EUD Next
- AFUK
- Copenhagen Volunteers
- Trekronerskolen
- Produktionsskolen KUBA
- KSI Badmintonklub
- DIS

Samarbejdspartnere på indhold:

- Sundhedsstyrelsen
- Radio 24syv
- Det Kongelige Teater
- MinoDanmark
- DR: P3 og DR Nyheder
- Zetland

- Røst
- Dagbladet Information
- Statens Museum for Kunst
- Vartovkollegiet
- Teater Spejlvendt
- Gode Penge
- Kvinder i dialog
- C:NTACT

Stadeholdere 2018:

- Alternativet og Alternativets Unge
- BL - Danmarks Almene Boliger
- Center for Ludomani
- Cyklistforbundet
- Socialdemokraterne og Danmarks Socialdemokratiske Ungdom
- Dansk Boldspil Union - KØBENHAVN
- Dansk Folkepartis Ungdom og Dansk Folkeparti
- Dansk Vegetarisk Forening
- Dansk-Arabisk Partnerskabsprogram
- Danske Gymnasieelevers Sammenslutning
- Den Skandinaviske Designhøjskole
- Det Konservative Folkeparti og Konservativ Ungdom
- Det Kriminalpræventive Råd
- Det Sociale Netværk
- DGI
- DI - Dansk Industri
- DR P3 / P3 Nyheder
- Dyrenes Beskyttelse
- Enhedslisten og SUF
- Europa Parlamentet i Danmark
- FN Byen
- Folkehøjskolernes Forening i Danmark
- Folkekirken
- Folketinget
- Fonden for Socialt Ansvar
- Forbrugerrådet Tænk
- Forlaget Columbus
- Frivilligt Dreng- og Pige-Forbund, FDF
- fsb: De boligsociale indsatser i Husum, Tingbjerg og Utterslevhuse
- GAME
- Grænseforeningen
- Gymnasieskolernes Lærerforening
- HF & VUC København Syd
- Høreforeningen og Høreforeningens Ungdomsudvalg
- International Media Support (IMS)
- Jødisk Informationscenter
- KABS VIDEN

- KL
- Kræftens Bekæmpelse & TrygFonden
- Københavns Kommunes Ungdomsskole og UU København
- Københavns Professionshøjskole
- Landbrug & Fødevarer
- Landsforeningen mod spiseforstyrrelser og selvskade - LMS
- Landsindsatsen EN AF OS
- LGBT+ Ungdom
- Liberal Alliance og Liberal Alliance Ungdom
- Livslinien
- Mellemfolkeligt Samvirke
- Mino Danmark
- Movia
- Netværket af Ungdomsråd
- NEXT Uddannelse København
- Novavi Ung Revers
- Nødhjælpens Ungdom
- Radikal Ungdom & Det Radikale Venstre
- RessourceCenter Ydre Nørrebro
- Rigspolitiet
- Roskilde Festival
- SEAS-NVE
- Sex & Samfund
- SF og SF Ungdom
- Spejderne
- Spillemyndigheden
- Statens Museum for Kunst
- Styrelsen for Forskning og Uddannelse
- Sundhedsstyrelsen
- TDC Group
- Transparency International Danmark
- U.S. Embassy Denmark
- Undervisningsministeriet
- Ung kræft
- Ungdommens Røde Kors
- Ungepanel.dk
- UngAalborg / Aalborg Ungdomsskole
- Venstre og Venstres Ungdom
- Ventilen Danmark

Bilag 3 - Budget

	2019		2020	
Sekretariat		Pris ex. moms		Pris ex. moms
Sekretariatsmedarbejdere		1.785.000,00 kr.		1.874.250,00 kr.
Drifts- og administrationsomkostninger (husleje, bogføring, revision etc.)		178.500,00 kr.		187.425,00 kr.
Rejseomkostninger (transport, logi og forplejning)		13.700,00 kr.		13.974,00 kr.
Frivillige		160.000,00 kr.		163.200,00 kr.
Leje af lagerplads til opbevaring af materialer og inventar		6.500,00 kr.		6.630,00 kr.
Underviserdage/lanceringsdage/inspirationskonference		27.000,00 kr.		27.540,00 kr.
Materialer				
Tryk af materiale (skilte, programmer mm.)		79.200,00 kr.		80.784,00 kr.
IT og Software		205.000,00 kr.		50.000,00 kr.
Layout af materiale		35.000,00 kr.		35.700,00 kr.
Distribution af programfolder		10.995,00 kr.		11.214,90 kr.
Markedsføring og annoncering		77.700,00 kr.		79.254,00 kr.
Materialer til indretning af plads samt diverse mindre anskaffelser, værktøj mm.		37.200,00 kr.		37.944,00 kr.
Tøj og merchandise til frivillige		45.000,00 kr.		45.900,00 kr.
Arrangement				
Vagter og sikkerhed		130.400,00 kr.		133.008,00 kr.
Scener og indhold		147.800,00 kr.		150.756,00 kr.
Infrastruktur, telte, scener, toiletter, strøm mv.		1.450.000,00 kr.		1.552.950,00 kr.
Bygning og brand (godkendelser mm.)		10.000,00 kr.		10.200,00 kr.
Forsikringer		16.000,00 kr.		16.320,00 kr.
Udgifter til særopgaver - sceneopsætning, renovation, natarbejde mm.		80.000,00 kr.		81.600,00 kr.
Buffer til reparation af skader på park og materiel		40.000,00 kr.		40.800,00 kr.
Uforudsete udgifter		200.000,00 kr.		204.000,00 kr.
Salg				
Varekøb		60.000,00 kr.		70.000,00 kr.
Diverse udgifter i fbm. salg, (salgsløsninger, gebyrer mm.)		1.600,00 kr.		1.632,00 kr.
I alt		4.796.595,00 kr		4.875.081,90 kr
Indtægter				
Bevillinger og fondsstøtte		Excl. moms		Excl. moms
Resterende funding		1.000.000,00 kr.		1.300.000,00 kr.
Københavns Kommune - Kultur og fritid	Ansøges hermed	750.000,00 kr.		650.000,00 kr.
Roskilde Festival Fonden	Løber til 2019	400.000,00 kr.		- kr.
SparNord Fonden	Løber til 2020	200.000,00 kr.		200.000,00 kr.
	Andel i %:		Andel i %:	
<i>Bevillinger og fondsstøtte i alt</i>	49%	2.350.000,00 kr.	44%	2.150.000,00 kr.
Kommercielle indtægter				
Kommercielle partnerskaber og annoncering		60.000,00 kr.		80.000,00 kr.
Fees fra madaktører		65.000,00 kr.		66.300,00 kr.
Fees fra kaffe-knallerter		20.000,00 kr.		20.400,00 kr.
Indtægter fra salg af studepladser		2.200.000,00 kr.		2.444.000,00 kr.
Indtægter fra salg af mad og drikke i boder, pre-orders		100.000,00 kr.		117.000,00 kr.
	Andel i %:		Andel i %:	
<i>Kommercielle indtægter i alt</i>	51%	2.445.000,00 kr.	56%	2.727.700,00 kr.
I alt		4.795.000,00 kr.		4.877.700,00 kr.
Overskud/underskud		- 1.595,00 kr.		2.618,10 kr.