

**ANSØGNINGSSKEMA
TILSKUD TIL INTERNATIONALE KULTUR/ IDRÆTSEVENTS**

Vejledning (Revideret SEPTEMBER 2019)

Alle felter i ansøgningsskemaet nedenfor bedes udfyldt inden indsendelse. Hvis du har behov for at give yderligere oplysninger (fx kort motiveret ansøgning), er du velkommen til at vedlægge disse som bilag.

Spørgsmål til udfyldelsen og den videre behandling af ansøgningen kan rettes til Kultur- og Fritidsforvaltningen.	
Officiel eventtitel På dansk og engelsk samt med angivelse af køn	Tomorrow Festival
Tidspunkt for afvikling Dato og årstal. Hvis ukendt dato, angiv forventet måned	3. – 4. september 2021
Arrangør(-er) Hvilke(t) specialforbund, klub(ber), virksomhed(er) mv.	Foreningen Bæredygtighedsmødet. Adresse: Nørregade 7b, 5 sal, 2100 København Ø. CVR: 40574786.
Sted for afvikling Københavnske bydel(e), facilitet(er) og eventuelle andre kommuner.	Tunnelfabrikken i Nordhavnen
Eventstatus Angiv status for ansøgningen, dvs. status for dialog med eksempelvis Sport Event Denmark og/eller Wonderful Copenhagen	Festivalen er i planlægningsfasen. Vi er i løbende dialog med Wonderful Copenhagens kongres og eventafdeling omkring planlægningen og guidelines ift. eventuelle restriktioner i forbindelse med covid19. Dette inkluderer crowd-control measures, deltagerantal, krav om covid19-pas eller antistoftests i forbindelse med indgang til festivalen.
Tildelingsprocedure Beskriv kort af hvem, hvor og hvornår kandidaturet besluttes, fx ved afstemning på det internationale specialforbunds årskongres, på et bestyrelsesmøde eller i et udvalg.	Festivalen er allerede i sin planlægningsfase. Der er således ikke en formel beslutningsproces, der skal gennemføres.
Finansiering fra Københavns Kommune Angiv finansieringsbehov fra Københavns Kommune i DKK.	5.000.000 DKK.
Københavns Kommunes tilskud Uddyb forventningerne til Københavns Kommunes tilskud – afviklingstilskud, underskudsgaranti eller indirekte tilskud som fx at stille faciliteter til rådighed.	Tilskuddet skal dække udgifter i forbindelse med opbygningen og afviklingen af festivalen.
Værtsbyforpligtelser Angiv eventuelle øvrige værtsbyforpligtelser fx protokolevent i form af formel reception på Københavns Rådhus, borgmesterdeltagelse ved åbningsceremoni, præmieoverrækkelse eller lign.	Der er ingen officielle værtsby forpligtelser i forbindelse med afholdelsen af festivalen. Vi vil dog gerne allerede nu invitere Overborgmesteren til at åbne TOMORROW festivalen d. 3. september 2021.

<p>Risikovurdering Beskriv de kendte risici ved projektet – eks. økonomi, tilladelser fra relevante myndigheder mv. – samt plan for håndtering af identificerede risici. Beskriv yderligere eventarrangørens faglige, tekniske og administrative kompetencer til at afvikle eventen samt hvorledes eventuelle risici i forhold til dette håndteres.</p>	<p>Økonomi: TOMORROW festivalens afvikling afhænger af sikringen af de nødvendige midler fra partnere. For et dybere indblik i finansiering, se venligst den vedlagte finansieringsplan. Af hensyn til partnere og en sikker og planmæssig afvikling af festivalen, skal 70% af den nødvendige finansiering af festivalen være sikret inden 1. marts 2021. Et aftaledokument mellem parterne, såfremt ansøgningen bevilges, skal beskrive de økonomiske forpligtelser. Den forventede turismeomsætning udgør 503.601 DKK.</p> <p>Sundhedsmæssige risici: Set i lyset af covid19 og vanskelighederne ved at samle mange mennesker ad gangen, arbejder TOMORROW med partnere og rådfører sig bl.a. med kongres- og eventafdelingen i Wonderful Copenhagen for opdatering af ny viden omkring sundhed og sikkerhedsforanstaltninger i forbindelse med afholdelse af kongresser og events. Der er udarbejdet 3 scenarier for festivalen, så den kan afholdes under forskellige restriktioner. Efter ønske kan pladstegninger etc. eftersendes. Såfremt der fortsat er restriktioner ifht. antal deltagere arbejdes der med følgende planer:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fysisk opdeling af festivalen i bidder på 500 deltagere men stadig på festivalpladsen. 2. Satellitter: 6 -10 telte af 500 deltagere rundt omkring i byen og dermed inddragelse af hele byen med forskellige events. 3. Fuldt digitalt event: uendeligt antal deltagere. <p>I et aftaledokument mellem parterne skal betingelserne ifm. en mulig aflysning af festivalen og de økonomiske forpligtelser beskrives. Der er i modsætning til andre events en forventning om at en procentdel udbetales uanset i hvilken form eventet afholdes.</p> <p>Sparring og rådgivning fra Københavns Kommune Der bliver i forbindelse med planlægningen af festivalen brug for sparring og rådgivning fra relevante forvaltninger forbindelse med ansøgning af tilladelser, samarbejde på børneområdet, involvering af virksomheder vækst og beskæftigelse samt involveringen af internationale by-aktører.</p>
--	---

2. VISION OG MÅL	
<p>Overordnet vision Beskriv kort den overordnede vision for eventen. Hvad er eventens kerneværdier/fortælling?</p>	<p>BAGGRUND FOR PROJEKTET: Klima og bæredygtighed er på alles læber. Men det er ikke altid i vores handlinger. Hvorfor ikke?</p>

Fra rygestop til stop af olieboringer har organisationer i årtier kæmpet med at skabe adfærdsændringer - og det er svært. Særligt hvis vi kommunikerer forkert.

Forskningen omkring klima- og biodiversitetskrisen er skræmmende. Den beskriver en klar og tydelig fremtid som vi alle ser i øjnene. Vi ved det jo godt. Men vi kigger ned i jorden istedet. Det er ikke fordi vi er dårlige mennesker, der ikke vil gøre det bedste. Heldigvis er forskningen også dér kommet med en forklaring. Dommedag er skræmmende. Vi kender alle sammen det med at ignorere den ubehagelige sandhed: vi burde ringe til vores mor og have den dér samtale, vi er i virkeligheden ulykkelige i vores forhold eller vi burde få den knude undersøgt. Men vi dukker os og lader tiden gå. Det der også kaldes 'Giddens paradokset' går i al sin enkelhed ud på at vi ikke reagerer på klimaforandringer før vi fysisk mærker det i vores hverdag. Paradokset er, at når vi begynder at mærke det, vil det være for sent at gøre noget ved det.

Der er en simpel forklaring på dette. Ifølge bl.a. den norske psykolog og forfatteren til '*What we think about, when we try not to think about climate change: toward a new psychology of climate action*', Per Espen Stoknes, får vi en neurologisk reaktion - en såkaldt kognitiv dissonans - som gør at vi undviger og udsætter når vi bliver præsenteret for uoverskuelige fakta.

Hvordan skal vi så gøre noget ved krisen? Den bliver jo ikke mindre som tiden går. Vi skal engagere os med fokus på det positive, belønningen, det nære og forståelige. Vi skal fysisk føle forandringen og/eller dens løsning og trigge de centre i hjernen, der lukker op for handling i stedet for at lukke ned. Det er det, TOMORROW skal adressere.

TOMORROW fokuserer på at reducere kompleksiteten og 'oversætte' de overordnede visioner i FN's Verdensmål til konkrete handlinger, som deltagerne kan tage med ud i deres eget liv. Der tages udgangspunkt i anerkendte principper ift. adfærdsændringer. De fire temaer, der er valgt i 2021, læner sig helt ind i deltagerens hverdag, nemlig vores fødevarer, tøjforbrug, boligen og livet i byen.

TOMORROW året rundt

For at skabe reel adfærdsændring arbejder TOMORROW hele året rundt med at skabe samtaler på tværs, involvere målgruppen, partnere og skabe grobund for den interesse og den handling, der skal ske på festivalen. Det sker i løbet af året i en serie med Talks og Challenges. Disse aktiviteter er støttet økonomisk andet steds fra, men er det indhold som festivalen skal stå på skuldrene af.

VISION OG MÅL

TOMORROW er et markant samlingspunkt for alle, der er optaget af, hvordan vi sammen og individuelt kan gøre vores verden mere bæredygtig. Danmark står som resten af verden

overfor en klima- og biodiversitetskriser, som kræver handling. Af alle. På alle niveauer.

Med afsæt i FN's 17 Verdensmål udgør videnskab og forskning grundstenen i TOMORROW. Vores ambition er at formidle den omfattende naturvidenskabelige viden på området på en ny og involverende måde, så alle får mulighed for at forstå og handle.

Samtidig vil et aktivt partnerskab med virksomheder, universiteter, tænketanke, forskere og studerende give indsigt i de løsninger der skal til for at skabe forandring. Og nok så vigtigt giver projektets aktiviteter mulighed for at gå på opdagelse i nye, praktisk anvendelige muligheder for bæredygtig handling i den enkeltes eget liv.

TOMORROW festival finder sted 3. - 4. september 2021 i Tunnelfabrikken i Nordhavn.

TOMORROW hviler på stolte danske traditioner for at skabe forandring med bred appel - som andels- og højskolebevægelsen - der historisk har skabt lighed og konsensus om værdier og handling i samfundet og sikret, at vi har integreret endog store samfundsomvæltende paradigmeskift på relativt fredelig vis.

Forandring starter hos den enkelte og i sociale rum: familier med børn/unge, civilsamfund og på arbejdspladsen.

Som initiativ er TOMORROW unikt, da det er første gang, at borgere, civilsamfund, erhvervsliv og videnskabsfolk samles om at oversætte FN's visioner for bæredygtighed til konkret handling for individ og samfund.

TOMORROW består af tre komponenter, der komplementerer og sætter synergier i spil på nye, innovative måder.

Eventet er i dets første år 2021 med et fortrinsvis dansk islæt, men skal over de næste tre år udvikles til at være international.

IMAGINE TOMORROW - En 48-timers tænke-/handletank, der samler en gruppe af 25 internationalt anerkendte videnskabsfolk, humanister, filosoffer, økonomer, kunstnere, CEO's og meningsdannere fra ind- og udland

Allerede bekræftede deltagere inkluderer:

Thomas Friedman, New York Times

Stella McCartney, Fashion Designer (tbc)

Sir Ronald Cohen, [Chairman of the Global Steering Group for Impact Investment and The Portland Trust](#)

Julia Gillard, Fmr. Prime Minister Australia

Kate Raworth, Author, Doughnut Economics (tbc)

Louisa Neubauer, Fridays for Future, Germany (tbc)

	<p style="text-align: center;">Zeid Ra'ad Al Hussein, UN High Commissioner for Human Rights</p> <p>TOMORROW SUMMIT - En praktisk og internationalt orienteret, nytænkende bæredygtighedskonference for 400 deltagere fra fremsynede virksomheder og organisationer, der er engagerede i åbne diskussioner om udfordringer og løsninger inden for definerede temaer.</p> <p>TOMORROW FESTIVAL - En ny form for handlingsorienteret festival, der kombinerer debatter, scene-samtaler, musik og visuelt engagerende oplevelser med onsite-undervisning, involverende 'labs' og innovative showcases. TOMORROW forventer op mod 5.000 deltagere, hvoraf ca. halvdelen forventes at være under 30 år.</p> <p><i>Inspirationsrejser</i> Festivalens fyrtårn er ikke store musikstjerner (selvom der også vil være musik på festivalen) men i stedet fire inspirationsrejser – det første år indenfor temaerne mad, bolig, tøj og livet i byen. Inspirationsrejserne er store temaområder på hver 2000m² på festivalen, der sætter fokus på hver sit specifikke område</p> <p>Metoden er at kommunikere videnskabelig indsigt gennem appellerende oplevelser, der er sjove, interessante, legende og engagerende. Nærværende uden at være belærende.</p> <p>Det bærende ønske er at give inspiration og redskaber til bæredygtig levevis. En positiv ramme med masser af relevante inspirerende oplevelser indenfor mad, tøj, bolig og og livet i byen som giver perspektiver på deltagernes egne liv og giver dem konkrete idéer til nye bæredygtige vaner.</p> <p>Village: Som en integreret destination i TOMORROW bygges en midlertidig by med gader og et torv, hvor de enkelte gader bebos af virksomheder der kan demonstrere ny teknologi, produkter og services med bæredygtighed som omdrejningspunkt. Som publikum kan man gå på opdagelse i "The Village", ligesom der vil være formidling og debat på det centrale torv. Her er der særlig fokus på danske SMV'er og der forventes en overrepræsentation af SMV'er fra Greater Copenhagen.</p>
<p>MÅL Beskriv kort eventens mål</p>	<p>Målet for TOMORROW er at inspirere til ændret adfærd gennem videnskabeligt funderede fysiske oplevelser og afprøvningsmuligheder, debatformater, installationer, designede refleksionsvandreture, inspirationsrejser m.v., der er tilrettelagt med fokus på dialog, refleksion og double-loop learning. Se målgruppebeskrivelse.</p> <p>Festivalen og dens andre aktiviteter skal inddrage byens borgere samt markedsføre København og Danmark, som en destination for åbne diskussioner, konkrete løsninger og en inddragende og inkluderende dialog.</p>

	<p>Vi ønsker at deltagerne erfarer deres muligheder for selvbestemmelse og ser veje til individuel handling på tværs og på trods af systemerne, der omgiver os. Herfra kan de vende tilbage til deres hverdagsliv med med et nyt fællesskab i ryggen og værktøjer til at handle og leve mere bæredygtigt i hverdagen. Og gerne med viljen til at dele viden og inspirere andre til bæredygtige handlinger.</p>
<p>Succeskriterier Forventede resultater/succeskriterier på målene for eventen. Succeskriterierne skal være konkrete og målbare.</p>	<p>IMAGINE TOMORROW: 25 førende erhvervsledere, forskere, kunstnere og front-runners. 70% internationale deltagere</p> <p>TOMORROW SUMMIT: 400 erhvervsledere. 35% er på c-level 30% er internationale Udvalgte Summit-sessioner videooptages og kan bruges af alle deltagere og interessentgrupper efterfølgende.</p> <p>TOMORROW FESTIVALEN: 5000 deltagere 50% af deltagerne under 30 70% af deltagerne er københavnere 20% resten fra det resterende DK 10% internationale</p> <p>70% af respondenterne udtrykker at de har fået inspiration til ny handling efter at have deltaget i eventet og 1000 deltagere registrerer efterfølgende en ny handling. Dette gøres ved hjælp af en repræsentativ deltagerevaluering samt feedback til TOMORROWS digitale platform.</p> <p>Evaluering TOMORROW har i sin udviklingsfase indgået et samarbejde med analyse- og rådgivningsvirksomheden PLUSS om udviklingen af en læringsorienteret evaluering, således at mest mulig viden om både proces og resultater bringes med videre fra tidligere aktiviteter og ind i dette projekt. En evaluator har deltaget som observatør i tidligere workshops og på den måde fungeret som sparringspartner i udviklingen af projektet. Der er ligeledes planlagt et evalueringsforløb i forbindelse med festivalen for at sikre en solid evaluering af effekten af projektet samt opsamlingen af viden og data ift. udviklingen af dens videreførelse til efterfølgende aktiviteter.</p>
<p>Målgrupper Beskrivelse af primære og sekundære målgrupper for eventen</p>	<p>TOMORROW skal møde det tiltagende behov for at handle aktivt hos dem som kan og vil, og skal det første år samle 5.000 deltagere fra København og resten af Danmark.</p> <p>TOMORROWs målgrupper er: den aktive borger, den nysgerrige dansker og den visionære leder.</p>

Det betyder ikke at deltagerne er klimadukse og altid 'gør det rigtige', men det er målgrupper der efterspørger konkrete greb til at ændre deres hverdag i mere bæredygtig retning. Vi går derfor ikke efter at overtale klimaformægtere. I stedet fokuserer vi på at mobilisere de 83% af danskerne, der mener at klimaforandringerne er menneskeskabte, og de 52% af danskerne, der ifølge en Eurobarometer undersøgelse i 2019 mener, at vi har et individuelt ansvar for at gøre noget ved klimaforandringerne. Sociale normer og fællesskab er en stor mobiliserende kraft for adfærdsændring, og derfor er der fokus på at skabe et fællesskab til festivalen, der kan brede sig.

FOKUS PÅ BØRN OG UNGE I KØBENHAVN

Målgruppen er for så vidt uden alder, men der vil være særlig fokus på at involvere unge. Målet er at **halvdelen af deltagerne er under 30 år**. Således har den ungdom, der er vokset op i en verden i tilsyneladende konstant vækst, og som nu vågner til en hverdag, hvor bæredygtig udvikling er højt på den globale dagsorden, et særligt fokus for TOMORROW.

En central medspiller for os er derfor de mange og meget forskellige engagerede ungdomsorganisationer og uddannelsesinstitutioner, ligesom fokus er på at aktivere lokale foreninger i København. Partnerskaber inkluderer på nuværende tidspunkt: Ungeklimarådet, KADKxKlima, De Grønne Pigespejdere, Ung Energi og Fridays for Future.

Engagementet fra de unge, opbygges allerede i 2020 hvor der er indgået samarbejde med flere ungdomsorganisationer og løbende op til festivalen. Organisationerne er med til at præge indholdet på TOMORROW løbende, sikrer forankring og en bredde i holdninger.

SAMARBEJDE OG INTEGRATION AF BYENS BØRN OG FOLKESKOLER

Der designes et specifikt børneområde på festivalpladsen med særlig fokus på børn og formidling af bæredygtighed, hvor folkeskoler i forbindelse med emneuger og deslige kan tage på klassesetur.

TOMORROW er i dialog med Studio Olafur Eliasson og hans værk "*earth speakr*" en global digital platform, der giver børn fra hele verden en stemme via augmented reality – og som giver voksne en mulighed for at høre hvad børnene mener om klima og bæredygtighed.

Samarbejdet skal give københavnske folkeskoleelever via et udviklet uddannelsesmateriale, mulighed for at fortælle andre børn om det de lærer på festivalen, fortælle voksne hvad de synes der bør gøres og give mulighed for at andre børn fra verden omkring os kan opleve bæredygtighed på festivalen. "*earth speakr*" kan designes til at lave små skattejagter på festivalen hvor de lærer nyt via sjove features på app'en med udgangspunkt i det materiale der er udviklet til lærere.

	<p>Vi vil derfor gerne i dialog med Kultur- og Fritidsforvaltningen og Børne og Ungdomsforvaltningen om et konkret samarbejde om at involvere de københavnske folkeskoler i festivalen.</p> <p>SAMARBEJDE MED VIRKSOMHEDER Som en integreret destination i TOMORROW bygges en midlertidig by med gader og et torv, hvor de enkelte gader bebos af virksomheder der kan demonstrere ny teknologi, produkter og services med bæredygtighed som omdrejningspunkt. Som publikum kan man gå på opdagelse i "The Village", ligesom der vil være formidling og debat på det centrale torv. Her er der særlig fokus på danske SMV'er og der forventes en overrepræsentation af SMV'er fra Greater Copenhagen.</p> <p>TOMORROW henvender sig til alle - uanset alder, køn, etnicitet og geografi - og skal skabe interesse for at skabe et mere bæredygtigt liv, for sig selv og for det samfund, de er en del af.</p>
--	---

3. ORGANISATORISK BÆREEVNE	
<p>Organisatorisk setup Beskriv eventorganisationen, herunder roller og ansvarsfordeling. <i>Vedlæg evt. organisationsdiagram.</i></p>	<p>TEAMET BAG TOMORROW TOMORROW er organiseret som en almennyttig forening der ejer driftsselskabet TOMORROW COLLECTIVE Aps. Formanden for foreningen er Michael Zøllner, adm. direktør i Danmarks Grønne Investeringsfond. Direktør i TOMORROW er Caroline Søeborg Ahlefeldt, der tidligere har været med til at skabe Heartland Festival på Fyn.</p> <p>Caroline Søeborg Ahlefeldt, MBA, er serie-iværksætter og har senest stået bag den succesrige Heartland Festival på Egeskov Slot. Caroline har siden start 90'erne bygget virksomheder op indenfor IT, mode, design og forlag. I dag er hun desuden formand for Statens Kunstfonds Repræsentantskab, bestyrelsesformand for Donkey Republic og 2BM samt medlem af bestyrelserne for Aarhus Universitet, Hartmanns, Have Kommunikation og Copenhagen Contemporary.</p> <p>Michael Zøllner er adm. direktør i Danmarks Grønne Investeringsfond og har stået i spidsen for fondens udlånsaktivitet og udvikling siden dens etablering i 2015 med et tydeligt fokus på at accelerere den grønne omstilling i samfundet. Det er samtidig vigtigt at kunne demonstrere, at grøn omstilling er god forretning.</p> <p>Når der er opnået fuld finansiering af realiseringsfasen, er det planen at omdanne foreningen til en fond/ fondslignende struktur, hvor eventuelt overskud skal gå til almennyttige aktiviteter inden for bæredygtighedsagendaen.</p>
<p>Arrangør erfaring Beskriv arrangørernes erfaringer med afvikling af lignende events.</p>	<p>De drivende kræfter i TOMORROW sekretariatet:</p>

	<p>Caroline Søeborg Ahlefeldt er MBA, serie-iværksætter og har senest stået bag den succesrige Heartland Festival på Egeskov Slot. Caroline har siden start 90'erne bygget virksomheder op inden for IT, mode, design og forlag. I dag er hun formand for Statens Kunstfonds Repræsentantskab, bestyrelsesformand hos Donkey Republic og 2BM og medlem af bestyrelserne for Aarhus Universitet, Hartmanns A/S, Have Kommunikation A/S og kunsthallen Copenhagen Contemporary.</p> <p>Solvej Karlshøj Christiansen, cand.scient.soc med speciale i internationale relationer og udvikling fra Aalborg Universitet. Tidligere ansvarlig for strategi og udvikling hos investeringsfremme organisationen Copenhagen Capacity og Project Director i den internationale bæredygtighedsorganisation Sustainia forankret i Mandag Morgen, hvor hun har ledt større konsulentopgaver for internationale virksomheder samt været redaktør på flere publikationer inden for klima og bæredygtighed.</p> <p>René Munk, MSocSc fra CBS som har betydelig erfaring med at organisere og drive store events, senest som COO for TechBBQ, Skandinavien's største tech og startup summit. René blev tilknyttet TEDxCopenhagen i 2015 og har været licenshaver, bestyrelsesformand og ledende organisator for TEDx arrangementer i Danmark siden 2018.</p> <p>Simone Staack Hedelund, cand.mag. i medier og kommunikation, er specialiseret i digitale kommunikationsplatforme og convergence culture. I hendes arbejde fokuserer hun særligt på non-profit organisationer og opbygning af deres online communities. Hun har både arbejdet for internationale non-profit organisationer, såsom MAD, restaurant nomas non-profit organisation, som arbejder for bedre og mere bæredygtige madsystemer. Under hendes ledelse steg det akkumulerede antal følgere fra 100.000 til 300.000 over en periode på 2,5 år. I 2018 var hun Head of Digital Strategy for den danske non-profit organisation Opbyg Samfundet.</p> <p>Sekretariatet udvides inden for kort tid med med programchef, frivillig-chef, produktionsplanlægger, partnerskabschef m.fl.</p> <p>Desuden er der indgået partnerskabsaftale med Good Boys Agency (kendt fra bl.a. Musik i Lejet) som produktionshold og ansvarlig for produktion og logistik på festivalen.</p> <p>Have Kommunikation er desuden tilknyttet som partner på kommunikation og presse op til og under festivalen.</p>
<p>Øvrige partnerskaber Beskriv øvrige større kommercielle og/eller offentlige partnerskaber.</p>	<p>Det er i løbet af konceptudviklingen af festivalen blevet defineret, hvilke kræfter der skal til for løfte realiseringen af TOMORROW. En række eksperter og erfarne eventudviklere har bidraget til at udvikle og kvalificere TOMORROW's</p>

	<p>opbygning og et stærkt team er klar til at løfte realiseringen af projektet.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Vækstfonden ● Pension Danmark ● Innovationsfonden ● Tuborg Fondet <p>De ovenstående har indgået partnerskabsaftaler med TOMORROW og blandt andet medvirket i at udvikle tilbuddet til erhvervslivet og har deltaget i konceptudvikling af TOMORROW og dets løbende aktiviteter.</p> <p>Se finansieringsplanen for uddybende information.</p>
--	---

4. AKTIVERING	
<p>Tilskuere Angiv forventet antal tilskuere til eventen.</p>	<p>5000 deltagere til festivalen i 2021 400 til TOMORROW SUMMIT 25 IMAGINE TOMORROW</p>
<p>Relevans for idrætslivet i København Hvor mange medlemmer har idrætsgrenen aktuelt i københavnske foreninger?</p>	<p>0</p>
<p>Relevans for København Beskrivelse af eventens relevans for København - I hvilket omfang og hvordan skaber eventen værdi for København fx nye samarbejder, forenings- og /eller publikumsudvikling, nye målgrupper eller lign.?</p>	<p>Danmark ligger i front over de lande, der er nået længst med implementeringen af FN's 17 verdensmål. Samtidig står København som en international rollemodel med ambitionen om en Co2 neutral by i 2023. Der er derfor en stadigt voksende international interesse for vores samfundsmodel, hvor konsensus og tværfaglighed står centralt, og hvor byer tager førerpositionen i indfrielsen af klimamål.</p> <p>Samtidig har den hurtigt voksende kollektive bevidsthed om især klimaudfordringer affødt en stigende folkelig efterspørgsel på inspiration og konkrete guides og greb til mere bæredygtige adfærdsmønstre. Rigtig mange mennesker stiller det naturlige spørgsmål: "Hvad kan jeg gøre - og nytter det noget?".</p> <p>TOMORROW Festival brander København som en hovedstad, der tager et samfundsansvar overfor de udfordringer som både byen, Danmark og resten af verden står over for. TOMORROW samler både folkeskoleelever, voksne, virksomheder, civilsamfundsaktører og en gruppe af internationalt dagsordensættende individer til København og gør dermed København til centrum for en internationalt relevant samtale med reel og bred inddragelse. Der koordineres dernæst med anerkendte organisationer bl.a. C40 for at sikre en international relevant kontekst, hvor læringer kan tages videre. Der bygges dermed videre på det arbejde og den fortælling som C40 eventet i København i 2019 var med til at cementere.</p> <p>Som værter vil vi samarbejde med Wonderful Copenhagens Copenhagen Ventures i forhold til integration af</p>

	<p>værtskabsaktiveringsmodellen i TOMORROW, med henblik på at skabe et bredere engagement blandt borgere og erhvervsliv, og for at sikre eventen en større synlighed i byens erhvervsliv og blandt institutioner.</p>
<p>Faciliteter Kan facilitetsbehovet opfyldes uden investeringer fra Københavns Kommune? Hvis ikke, hvad er behovet? Angiv hvis eventen medvirker til etablering/opgradering af faciliteter i København og regionen.</p>	<p>Facilitetsbehovet kan opfyldes uden investeringer fra Københavns Kommune.</p> <p>Der vil dog tidligt i processen blive ansøgt om tilladelser ift. evt. midlertidig lukning af veje nær Tunnelfabrikken.</p>
<p>Aktivering Side event: Beskriv hvordan eventen gøres relevant for "den almindelige københavnner" og byens besøgende fx via særlige tiltag og/eller sideevents op til og under eventen.</p> <p>Forankring: Beskriv hvilke tiltag der igangsættes, for at eventen efterlader et aftryk fx udvikling af idrætten i København, udvikling af foreningerne, nye samarbejder, publikumsudvikling, flere aktive borgere m.v..</p>	<p>Den almindelige københavnner er kernemålgruppen for festivalen med det erklærede formål at inspirere til bæredygtig adfærd.</p> <p>FOKUS PÅ BØRN OG UNGE I KØBENHAVN Målgruppen er for så vidt uden alder, men der vil lægges en særlig indsats for at involvere unge, således er målet at halvdelen af deltagerne er under 30 år. Således har den ungdom, der er vokset op i en verden i tilsyneladende konstant vækst, og som nu vågner til en hverdag, hvor bæredygtig udvikling er højt på den globale dagsorden, et særligt fokus for TOMORROW.</p> <p>En central medspiller for os er derfor de mange og meget forskellige engagerede ungdomsorganisationer og uddannelsesinstitutioner, ligesom fokus er på at aktivere lokale foreninger i København. Partnerskaber inkluderer på nuværende tidspunkt: Ungeklimarådet, KADKxKlima, De Grønne Pigespejdere, Ung Energi og Fridays for Future.</p> <p>Engagementet fra de unge, opbygges allerede i 2020 hvor der er indgået samarbejde med flere ungdomsorganisationer og løbende op til festivalen. Organisationerne er med til at præge indholdet på TOMORROW løbende, sikrer forankring og en bredde i holdninger.</p> <p>SAMARBEJDE OG AKTIVERING AF BYENS BØRN OG FOLKESKOLER</p> <p>Der designes et specifikt børneområde på festivalpladsen med særlig fokus på børn og formidling af bæredygtighed, hvor folkeskoler i forbindelse med emneuger og deslige kan tage på klassetur.</p> <p>TOMORROW er i dialog med Studio Olafur Eliasson og hans værk "<i>earth speakr</i>" en global digital platform, der giver børn fra hele verden en stemme via augmented reality – og som giver voksne en mulighed for at høre hvad børnene mener om klima og bæredygtighed.</p> <p>Samarbejdet skal give københavnske folkeskoleelever via et udviklet uddannelsesmateriale, mulighed for at fortælle andre</p>

	<p>børn om det de lærer på festivalen, fortælle voksne hvad de synes der bør gøres og give mulighed for at andre børn fra verden omkring os kan opleve bæredygtighed på festivalen. "earth speak" kan designes til at lave små skattejagter på festivalen hvor de lærer nyt via sjove features på app'en med udgangspunkt i det materiale der er udviklet til lærere.</p> <p>Vi vil derfor gerne i dialog med Kultur- og Fritidsforvaltningen og Børne og Ungdomsforvaltningen om et konkret samarbejde om at involvere de københavnske folkeskoler i festivalen.</p> <p>TOMORROW henvender sig til alle - uanset alder, køn, etnicitet og geografi - og skal skabe interesse for at skabe et mere bæredygtigt liv, for sig selv og for det samfund, de er en del af.</p> <p>AKTIVERING AF BYENS ERHVERVSLIV I området "The Village" – som er et område designet som en urban setting med gader og et lille torv med en scene til talks og taler - vil virksomheder, der arbejder inden for teknologier og områder der kendetegner den fremtidige bæredygtige vækst, få mulighed for at vise festivalens deltagere hvilke muligheder vi allerede har nu for at tage bæredygtige valg og ændret adfærd.</p>
--	---

5. BÆREDYGTIGHEDSFOKUS	
<p>Vision for en miljømæssig bæredygtig event Beskriv eventens målsætninger på miljøområdet</p>	<p>Det er vigtigt for projektet at festivalen udvikles og afvikles så bæredygtigt som muligt. Det involverer mange aspekter såsom: grønt indkøb, materialeanvendelse, byggeri, opstilling og nedrivning og genanvendelse af selve festivalen.</p> <p>Erfaringer med en mere bæredygtig produktion af festivalen deles med Wonderful Copenhagen's event- og kongresafdeling, så der kan udvikles en erfaring og optimering af processer for fremtidige megaevents i København.</p> <p>TOMORROW er i dialog med Københavns Erhvervshus og har aftalt følgende:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sparring med grøn forretningsudvikler fra Københavns Erhvervshus 2. Ansøgning til programmet Grøn og Cirkulær Omstilling hos Københavns Erhvervshus, der giver adgang til sparring og ekspertbistand samt facilitere en proces, så de udviklede processer kan blive implementeret i forretningsgangene til de følgende års festivaler. <p>Mad Et af Festivalens temaområder er mad. Det betyder at festivalens udbud af mad, naturligvis har fokus på de styrkeområder som København særligt er internationalt kendt for. Festivalen vil servere 100% vegetarisk mad med et fokus på fremtidens fødevarer. Dermed understøtter festivalen også de retningslinjer og strategien som Københavns Kommune har</p>

	<p>fastlagt på madområdet og vil bygge på de erfaringer fra C40 topmødet hvor der også var fokus på økologi og vegetarisk mad.</p> <p>Transport Transport er en stor del af vores klimapåvirkning. Derfor er det også noget festivalen har fokus på og har lagt en strategi for. Det vil kun blive muligt at komme til festivalen ved hjælp af offentlig transport og egne cykler. Det betyder at der arrangeres cykler og el-drevne busser fra metrostationen samt arbejdes med en løsning, hvor der kan sejles deltagere over til pladsen. En tæt dialog og sparring med den relevante kommunale forvaltning -som beskrevet i risikoafsnittet- igangsættes, så der sikres en god og sikker afholdelse og rettidig indhentning af evt. tilladelser.</p>
<p>FNs verdensmål for bæredygtighed Angiv hvilke af FNs bæredygtigheds mål der arbejdes med i eventen som fx miljømæssig bæredygtighed eller ligestilling.</p>	<p>TOMORROW tager udgangspunkt i alle 17 Verdensmål med udgangspunkt i at adressere adfærdsændringer hos den enkelte.</p> <p>Festivalen vil gerne skabe nærhed til og gøre Verdensmålene til noget konkret den enkelte kan handle på. Derfor er der i 2021 zoomet særligt ind på det nære og vedkommende som alle kan forholde sig til: tøj, mad, bolig og livet i byen.</p>

6. MEDIEINTERESSE	
<p>Lokal, national og international presse Beskriv strategi, herunder hvilke platforme I vil benytte.</p>	<p>Detaljeret pressestrategi er under udvikling Følgende kan dog allerede nu skitseres:</p> <p>Festivalen får en dedikeret kommunikationsafdeling med kompetencer indenfor kommunikation og marketing. Allerede i dag arbejder TOMORROW organisationen med kommunikation bredt og dybt på diverse digitale platforme, hvilket vil blive løftet ind i lanceringen af festivalen.</p> <p>Der er indgået et samarbejde med Have Kommunikation i forbindelse med presseindsatsen op til og under festivalen. Have Kommunikation bliver derudover ansvarlig for presseteltet under festivalen, så danske og internationale medier kan serviceres.</p>
<p>National opmærksomhed Beskriv den forventede lokale og nationale mediedækning, herunder konkrete forventninger til dansk tv-dækning og aftale om host broadcaster.</p>	<p>Op til festivalen indgås mediepartnerskaber med både danske og internationale medier, derunder dansk tv.</p>
<p>International tv-dækning Beskriv den forventede internationale mediedækning, herunder konkrete forventninger til tv-dækning.</p>	<p>Da eventet mestendels vil foregå på dansk, vurderes det ikke som værende realistisk med en international tv-dækning.</p> <p>Der er dog allerede etableret et mediepartnerskab med Tortoise Media baseret i London for en international dækning af TOMORROW i digitale og trykte medier. Der arbejdes dernæst på etablering af yderligere internationale</p>

	mediesamarbejder, der kan hjælpe til at forstærke budskaberne fra festivalen og dens aktiviteter.
--	---

7. BRANDING OG MARKEDSFØRING

<p>National og international markedsføring Beskriv kort planlagte markedsføringsaktiviteter for eventen. Hvilke værdier og styrkepositioner vil eventen bygge på i forhold til international markedsføring.</p>	<p>Der udvikles en markedsføringsstrategi til festivalen, som med udgangspunkt i nationale og regionale styrkepositioner indenfor bæredygtighed brander byen og festivalen overfor deltagerne med henblik på at vække interesse og deltagelse i festivalen.</p> <p>Styrkepositionerne kan både være af forskningsmæssig og erhvervmæssig karakter.</p> <p>Der sættes særligt fokus på unge deltagere, hvorfor markedsføring primært vil orienteres mod digitale og sociale medier herunder: Instagram, Facebook, TikTok og YouTube. I markedsføringen overfor målgruppen over 30 år fokuseres der primært på Facebook, Twitter og LinkedIn, samt en presseindsats med kronik, artikler etc.</p> <p>Tonen er direkte, i øjenhøjde og engagerende.</p>
<p>Regionale styrkepositioner Angiv hvordan eventen markedsfører København som by og turistedestination og formidler regionens kulturelle og erhvervmæssige styrkepositioner.</p>	<p>TOMORROW Festivalen gør København til afsender på budskabet om at bæredygtig udvikling inkluderer alle – og at vi alle har en rolle at spille. Ung som gammel. Den bakker op om Københavns ambition om at blive Co2 neutral i 2025 og fokuserer på den individuelle adfærdsændring, der skal til.</p> <p>Festivalen brander desuden byen som en destination, der tager bæredygtigheden ud af lukkede rum, giver borgere medejerskab og lader diskussionen om bæredygtighed vedkomme alle.</p> <p>Det inkluderer også den erhvervmæssige del på festivalens "village" område. Her kan virksomheder, der arbejder indenfor de teknologier og områder der vil kendetegne den fremtidige bæredygtige vækst, få mulighed for at vise hvilke muligheder vi allerede har nu for at tage bæredygtige valg.</p> <p>Festivalen har i 2021 fokus på følgende områder: mad, bolig, tøj og livet i byen.</p>
<p>Hvem samarbejder I med om markedsføring? Angiv eventens markedsføringspartnere, eller hvem I går i dialog med.</p>	<p>Der er indgået en aftale med Have Kommunikation, som er ansvarlig for dansk og international presse op til og under festivalen.</p>

8. EVENTENS NIVEAU/PRESTIGE

<p>Beskrivelse af eventen Beskriv kort eventen, herunder hvor ofte afholdes eventen, prestige i forhold til andre events indenfor sportsgrenen, pointgivende til titler/andre begivenheder,</p>	<p>Festivalen er ikke et sportsevent</p>
---	--

deltagere/nationer (herunder antal) samt de 3 seneste værtsbyer/-lande.	
Sportens udbredelse Beskriv sportens udbredelse i verden, Europa og Danmark, fx antal udøvere og udvikling over tid. Hvilke lande er toneangivende indenfor sporten? Er sporten en olympisk disciplin?	Festivalen er ikke et sportsevent
Rettighedshaver Hvilket internationalt forbund har rettighederne til eventen? Angiv navn, geografisk placering og antal medlemsnationer. Oplys desuden, hvis der er (eller konkret arbejdes for) dansk indflydelse/repræsentation.	Festivalen er ikke et sportsevent og der er således ikke et internationalt forbund, der har ejerskab over rettigheder.

9. DET DANSKE SPORTSLIGE NIVEAU	
Danske sportslige niveau Hvordan rangerer Danmark og danske udøvere indenfor sporten?	Festivalen er ikke et sportsevent
Danske sportslige forventninger Beskriv forventningerne til den danske sportslige indsats ved eventen.	Festivalen er ikke et sportsevent

10. SUPPLERENDE OPLYSNINGER	
Øvrig støtte Er der søgt om eller givet tilsagn om støtte (finansiering eller samarbejde) fra andre organisationer, herunder turistorganisationer, kommuner øvrige fonde mv.? I så fald hos hvem, og hvor meget er der ansøgt om eller tildelt?	<p>Fundamentet for TOMORROW er blevet udviklet over to faser:</p> <p>FASE 1: udviklingsfase i 2019 med støtte fra bl.a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Carlsbergs Mindelegat ● Ole Kirks Fond. ● Climate Planet Foundation <p>Dette har understøttet udarbejdelsen af koncept, juridisk struktur, beskrivelse af aktiviteter, samlet støtter (fx UNDP) udarbejdet partnerskabsplaner hvilket har resulteret i partnerskaber.</p> <p>FASE 2: 2020 - 2021</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Beckett-fonden ● Tuborgfondet ● Vækstfonden ● Innovationsfonden ● Pension Danmark <p>Der ansøges løbende støtte hos fonde og virksomheder til udviklingen og afviklingen af festivalen og dens andre aktiviteter.</p> <p>Se finansieringsplanen for uddybende info.</p>

Private selskaber Hvis arrangøren er et privat selskab, beskriv ejerforholdet (vedlæg evt. vedtægter). Beskriv desuden evt. kontakt til og sanktionering fra det relevante specialforbund.	Arrangøren af festivalen er Foreningen Bæredygtighedsmødet. Når der er opnået fuld finansiering af realiseringsfasen, er det planen at omdanne foreningen til en fond/ fondslignende struktur, hvor eventuelt overskud skal gå til almennyttige aktiviteter inden for bæredygtighedsagendaen.
Momsregistreret Angiv om eventarrangøren er momsregistreret samt om SKAT ansøges om momsfrigørelse	Foreningen er momsfrigørelse.

11. KONTAKTPERSON	
Kontaktperson Navn og stilling Forbund/Klub/Virksomhed Postadresse, tlf., e-mail Evt. web-adresse for arrangementet.	Caroline Søeborg Ahlefeldt, CEO, TOMORROW Mail: caroline@tomorrow.today Mobil: 3088 3086 www.tomorrow.today

12. BUDGET
Dateret eventbudget og finansieringsplan skal <u>altid</u> vedlægges ansøgningen. Benyt budgetskabelonen. De store budgetposter som venue, indkvartering, forplejning, transport, frivillige, markedsføring mv. skal baseres på konkrete tilbud. Derudover skal budgettet indeholde så præcise oplysninger som muligt om forventet deltagerantal, deltagerbetaling mv.

13. UNDERSKRIFT OG DATO
Undertegnede erklærer på tro og love, at de ovenfor afgivne oplysninger og bilag er korrekte:
Dato _____ Underskrift (gengivet i blok- eller maskinskrift)
Ansøgningen sendes til: Københavns Kommune, Kultur- og Fritidsforvaltningen til Frida Launey: b74h@kk.dk . Mobil: 2483 4465.
Ansøgningen vedlægges følgende bilag: <ul style="list-style-type: none"> - Budget og finansieringsplan - Beregning af eventens forventede turismemæssige omsætning. Beregningen udarbejdes i samarbejde med Wonderful Copenhagen. - Risikovurdering - Evt. organisationsdiagram.
Bemærk at ansøgningen og de tilhørende bilag skal indsendes som én samlet pdf. fil.

Events i byrummet

Hvis eventen foregår i byrummet, er du som eventarrangør ansvarlig for at indhente alle tilladelser samt på forhånd undersøge om budgettet er retvisende i forhold til eventuelle merudgifter til renhold og lign. Dette afklares med Teknik- og Miljøforvaltningen på tlf. 3366 3304 eller arrangementer@tmf.kk.dk

Eventguide

Som en ekstra hjælpende hånd kan vi henvise til Sport Event Danmarks hjemmeside (www.sporteventdenmark.com), hvor du blandt andet finder en eventguide. I Eventguiden er der A-Z kapitel der relaterer sig til eventarbejdet, hvad enten man arrangerer en idrætskongres, et

mindre EM i en idrætsgren eller et stort VM med megen medieinteresse og kamp om tilskuerpladserne. Guiden indeholder samtidig en række råd til, hvordan eventarbejdet med lidt omtanke kan tænkes miljøvenligt.

BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

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

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

Det senest godkendte budget skal sidenhen anvendes som grundlag for regnskabsaflæggelse, og væsentlige afvigelser fra budgettet skal årsagsforklares (se vedlagte regnskabsmodel og -instruks).

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

Tilskudsmodtagers navn: TOMORROW COLLECTIVE Caroline Sjøeborg Ahlefeldt
CVR/CPR: 41010193
Projektets navn: TOMORROW

Projektperiode: 1 januar 2021 - 31 december 2021 <i>Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.</i>
--

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilget.
Tilskud fra Københavns Kommune	5.000.000		
Øvrige tilskud, specificeret (herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)			
Fonde (NNF, Augustinus, Tuborg Fondet, Beckett Fonden m.fl.)	7.000.000		<i>Ansøges (behandles i december og januar 2021)</i>
Virksomhedspartnerskaber	3.961.316		<i>Ansøges</i>
Festivalsponsorer	1.000.000		
Billetindtægter (<i>prisdifferentieret model hvor fx. børn er gratis</i>)	2.288.720		
Øvrige indtægter, specificeret			
a)			
b)			
c)			
INDTÆGTER I ALT	19.250.036		

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer		
Konsulentudgifter		
Materialeudgifter		
Transportudgifter		
Opholdsudgifter		
Fortæring, herunder møder		
Diverse repræsentation		
PR og markedsføring		
Kontorhold (telefon, porto mv.)		
Revisionshonorar		
Øvrige udgifter, specificeret		
TOMORROWS BUDGETPOSTER INDSAT		
Administration (faste lønninger, kontor, regnskab, evaluering, advokat etc)	4.835.600	
Bæredygtige tiltag	194.436	
Frivillige (bl.a. 1000 frivillige + frivillig catering over festivalen + frivillig koordinator + frivillig workshops i månederne op til festivalen)	780.000	
HR & Crew	100.000	
Sikkerhed	420.000	
Access	85.000	
Sceneproduktion	1.705.000	
Music	500.000	
Talks	290.000	
Artist Care (bl.a. aflukket område til forberedelse for talere og musikere til festivalen, catering, VIP koordinator)	215.000	
Festivalplads og produktion på tværs	2.205.000	
Renovation og rengøring	200.000	
Område: Fabrikken	300.000	
VIP	370.000	
Billetsalg	10.000	
F&B (F&B teamleder, produktion, opbygning, betalingslicenser etc)	650.000	
Andet salg	100.000	
Marketing og PR	1.215.000	
Village	780.000	
SUMMIT	845.000	
IMAGINE	1.280.000	
INSPIRATIONSREJSER: 4 temaområder på festivalpladsen (bolig, livet i byen, tøj og mad)	1.900.000	
Communities	270.000	
UDGIFTER I ALT		
RESULTAT	19.250.036	

Kommentarer/forbehold:

Der tages forbehold på indtægtssiden ift. fremtidige bevillingers størrelser. Der må forventes en budgetrevision når de fulde beløb er kendt senest 1 marts 2021.

Hvis der måtte være Covid19 restriktioner i forbindelse med festivalafholdelsen i 2021 forventes det at de opridsede scenarier i ansøgningen kan afholdes indenfor budgetrammen.